

CHƯƠNG I

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN TRONG DU LỊCH

I. KHÁI NIỆM VỀ DU LỊCH VÀ KHÁCH LỊCH

1. Khái niệm du lịch

Khái niệm: về du lịch có nhiều cách hiểu do được tiếp cận bằng nhiều cách hiểu khác nhau, sau đây là một số quan niệm về du lịch theo các cách tiếp cận phổ biến

Du lịch là một hiện tượng: Trước thế kỷ thứ XIX đến tận đầu thế kỷ XX du lịch hầu như vẫn được coi là đặc quyền của tầng lớp giàu có, quý tộc và người ta chỉ coi đây như một hiện tượng cá biệt trong đời sống kinh tế - xã hội. Trong thời kỳ này người ta du lịch như là một hiện tượng xã hội góp phần làm phong phú thêm cuộc sống và nhận thức của con người. Đó là hiện tượng con người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình để đến một nơi xa lạ vì nhiều mục đích khác nhau ngoại trừ mục đích kiếm tiền, kiếm việc làm và ở đó họ phải tiêu tiền mà họ đã kiếm được ở nơi khác.

Các giáo sư Thụy sỹ đã khái quát: Du lịch là tổng hợp các hiện tượng và các mối quan hệ nảy sinh từ việc đi lại và lưu trú của những người ngoài địa phương – những người không có mục đích định cư và không liên quan tới bất cứ hoạt động kiếm tiền nào.

Với quan niệm này du lịch mới chỉ giải thích ở hiện tượng đi du lịch, tuy nhiên đây cũng là một khái niệm làm cơ sở để xác định người đi du lịch và là cơ sở để hình thành vầu về du lịch sau này.

Du lịch là một hoạt động: Theo Mill và Morrison du lịch là hoạt động xảy ra khi con người vượt qua biên giới một nước, hay ranh giới một vùng, một khu vực để nhằm mục đích giải trí hoặc công vụ và lưu lại tại đó ít nhất 24h nhưng không quá một năm. Như vậy, có thể xem xét du lịch thông qua hoạt động đặc trưng mà con người mong muốn trong các chuyến đi. Du lịch có thể được hiểu “là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định”

Xem xét du lịch một cách toàn diện hơn thì cần phải cân nhắc tất cả các chủ thể tham gia vào hoạt động du lịch mới có thể khái niệm và hiểu được bản chất của du lịch một cách đầy đủ. Các chủ thể đó bao gồm:

Khách du lịch

Các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa dịch vụ du lịch.

Chính quyền sở tại

Dân cư địa phương

Theo cách tiếp cận này “Du lịch là tổng hợp các hiện tượng và các mối quan hệ phát sinh từ sự tác động qua lại giữa khách du lịch, các nhà kinh doanh, chính quyền và cộng đồng dân cư địa phương trong quá trình thu hút và tiếp đón khách du lịch

Theo pháp lệnh du lịch Việt Nam: “Du lịch là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định

2. Khái niệm về du khách

Việc xác định ai là du khách có nhiều quan điểm khác nhau. Ở đây cần phân biệt giữa khách du lịch, khách thăm quan và lữ khách dựa vào tiêu thức: Mục đích, thời gian, không gian chuyển đi.

Theo nhà kinh tế học người Anh: Khách du lịch là “tất cả những người thỏa mãn 2 điều kiện: rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình trong khoảng thời gian dưới 1 năm và chi tiêu tiền bạc mà nơi họ đến thăm mà không kiếm tiền ở đó”

Nhà xã hội học Cohen lại quan niệm: “Khách du lịch là một người đi tự nguyện, mang tính nhất thời, với mong muốn được giải trí từ những điều mới lạ và thay đổi thu nhận từ một chuyến đi tương đối xa và không thường xuyên”

Năm 1937 Ủy ban thống kê của liên hiệp quốc đưa ra khái niệm về khách quốc tế như sau: “Du khách quốc tế là những người thăm viếng một quốc gia ngoài quốc gia cư trú thường xuyên của mình trong thời gian ít nhất là 24h”

Từ khái niệm đó ta thấy:

Những người được coi là khách quốc tế bao gồm:

- Những người đi vì lý do giải trí, lý do sức khỏe, gia đình..
- Những người tham gia các hội nghị, hội thảo của các tổ chức quốc tế, các đại hội thể thao olympic....

* Khách tham quan là những chỉ đi thăm viếng trong chốc lát, trong ngày, thời gian chuyển đi không đủ 24h

- Khách du lịch quốc tế
- Khách du lịch nội địa

II. Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

1. Khái niệm: Sản phẩm du lịch bao gồm các dịch vụ du lịch, các hàng hóa và tiện nghi cung ứng cho du khách, nó được tạo nên bởi sự kết hợp các yếu tố tự nhiên, CSVCKT và lao động du lịch tại một vùng hay một địa phương nào đó

Như vậy sản phẩm du lịch bao gồm những yếu tố hữu hình (hàng hóa) và vô hình (dịch vụ) để cung cấp cho khách hay nó bao gồm hàng hóa, các dịch vụ và tiện nghi phục vụ khách du lịch.

Sản phẩm du lịch = Tài nguyên du lịch + các dịch vụ và hàng hóa du lịch.

2. Những bộ phận hợp thành sản phẩm du lịch.

Nội dung cơ cấu của sản phẩm du lịch rất phong phú, đa dạng, liên quan tới rất nhiều ngành nghề và có thể phân ra các thành phần chủ yếu sau:

2.1 Những thành phần tạo lực hút (lực hấp dẫn đối với du khách).

Bao gồm các điểm du lịch, các tuyến du lịch để thỏa mãn cho nhu cầu tham quan, thưởng ngoạn của du khách, đó là những cảnh quan thiên nhiên đẹp nổi tiếng, các kỳ quan, các di sản văn hóa thế giới, các di tích lịch sử mang đậm nét đặc sắc văn hóa của các quốc gia, các vùng.....

2.2 Cơ sở du lịch (Điều kiện vật chất để phát triển ngành du lịch)

Cơ sở du lịch bao gồm mạng lưới cơ sở lưu trú như khách sạn, làng du lịch để phục vụ cho nhu cầu lưu trú của du khách, cửa hàng phục vụ ăn uống, cơ sở kỹ thuật phục vụ cho nhu cầu giải trí của du khách, hệ thống các phương tiện vận chuyển nhằm phục vụ cho việc đi lại của du khách.

2.3 Dịch vụ du lịch

Bộ phận này được xem là hạt nhân của của sản phẩm du lịch, việc thực hiện nhu cầu chi tiêu du lịch của du khách không tách rời các loại dịch vụ mà nhà kinh doanh du lịch cung cấp.

Sản phẩm du lịch mà nhà kinh doanh du lịch cung cấp cho du khách ngoài một số sản phẩm vật chất hữu hình như ăn, uống, phần nhiều thể hiện bằng các loại dịch vụ.

Dịch vụ du lịch là một quy trình hoàn chỉnh, là sự liên kết hợp lý các dịch vụ đơn lẻ tạo nên, do vậy phải tạo ra sự phối hợp hài hòa, đồng bộ trong toàn bộ chỉnh thể để tạo ra sự đánh giá tốt của du khách về sản phẩm du lịch hoàn chỉnh.

3. Những đặc trưng cơ bản của sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch chủ yếu thỏa mãn nhu cầu thứ yếu cao cấp của du khách. Mặc dù trong suốt chuyến đi họ phải thỏa mãn các nhu cầu đặc biệt. Do đó nhu cầu du lịch chỉ được đặt ra khi người ta có thời gian nhàn rỗi, có thu nhập cao. Người ta sẽ đi du lịch nhiều hơn nếu thu nhập tăng và ngược lại sẽ bỏ cắt giảm nếu thu nhập bị giảm xuống. bao gồm 4 đặc điểm của dịch vụ đó là:

* *Tính vô hình*: Sản phẩm du lịch về cơ bản là vô hình (không cụ thể). Thực ra nó là một kinh nghiệm du lịch hơn là một món hàng cụ thể. Mặc dù trong cấu thành sản phẩm du lịch có hàng hóa. Tuy nhiên sản phẩm du lịch là không cụ thể nên dễ dàng bị sao chép, bắt chước (những chương trình du lịch, cách trang trí phòng đón tiếp...). Việc làm khác biệt hóa sản phẩm mang tính cạnh tranh khó khăn hơn trong kinh doanh hàng hóa.

* *Tính không đồng nhất*: Do sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ, vì vậy mà khách hàng không thể kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi mua gây khó khăn cho việc chọn sản phẩm. Do đó vấn đề quảng cáo trong du lịch là rất quan trọng

* *Tính đồng thời giữa sản xuất và tiêu dùng*: Việc tiêu dùng sản phẩm du lịch xảy ra cùng một thời gian và địa điểm sản xuất ra chúng. Do đó không thể đưa sản phẩm du lịch đến khách hàng mà khách hàng phải tự đến nơi sản xuất ra sản phẩm du lịch.

* *Tính mau hỏng và không dự trữ được*: Sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ như dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống....Do đó về cơ bản sản phẩm du lịch không thể tồn kho, dự trữ được và rất dễ hỏng.

Ngoài ra sản phẩm du lịch còn có một đặc điểm khác:

- Sản phẩm du lịch do nhiều nhà tham gia cung ứng
- Việc tiêu dùng sản phẩm du lịch mang tính thời vụ
- Sản phẩm du lịch nằm ở xa nơi cư trú của khách du lịch.

III Nhu cầu du lịch (Động cơ du lịch)

1. Khái niệm: Động cơ là nhân tố chủ quan khuyến khích mọi người hành động. “Động cơ du lịch chỉ nguyên nhân tâm lý khuyến khích con người thực hiện du lịch, đi du lịch tới nơi nào, thường được biểu hiện ra bằng các hình thức nguyện vọng, hứng thú, yêu thích, sẵn lòng điều mới lạ, từ đó thúc đẩy nảy sinh hành động du lịch”

2. Các động cơ du lịch

Abraham Maslow, nhà tâm lý học người Mỹ đã căn cứ vào thứ tự chi phối quá trình phát triển tinh thần của con người mà chia nhu cầu con người thành 5 bậc sau:

- + Nhu cầu sinh lý
- + Nhu cầu an toàn
- + Nhu cầu xã hội
- + Nhu cầu được kính trọng
- + Nhu cầu tự thể hiện bản thân

IV. Các loại hình du lịch

1. Khái niệm: Sở thích, thị hiếu và nhu cầu của du khách là hết sức đa dạng, phong phú, chính vì vậy cần phải tiến hành phân loại các loại hình du lịch, chuyên môn hóa các sản phẩm du lịch nhằm thỏa mãn cho sự lựa chọn và đáp ứng tốt nhất cho nhu cầu của du khách.

2. Các loại hình du lịch

2.1 Phân loại tổng quát

a. Du lịch sinh thái, còn có nhiều tên gọi khác nhau:

- Du lịch thiên nhiên
- Du lịch dựa vào thiên nhiên
- Du lịch môi trường
- Du lịch đặc thù
- Du lịch xanh
- Du lịch thám hiểm
- Du lịch bản xứ
- Du lịch có trách nhiệm
- Du lịch nhạy cảm
- Du lịch nhà tranh
- Du lịch bền vững

2.2 Du lịch văn hóa

2.3 Phân loại cụ thể các loại hình du lịch

2.3.1 Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ:

- + Du lịch quốc tế
- + Du lịch nội địa

2.3.2 Căn cứ vào nhu cầu đi du lịch của du khách

- + Du lịch chữa bệnh
- + Du lịch nghỉ ngơi giải trí
- + Du lịch thể thao
- + Du lịch công vụ
- + Du lịch tôn giáo
- + Du lịch khám phá
- + Du lịch thăm hỏi
- + Du lịch quá cảnh

2.3.3 Căn cứ vào phương tiện giao thông

- + Du lịch bằng xe đạp
- + Du lịch tàu hỏa
- + Du lịch tàu biển
- + Du lịch ô tô
- + Du lịch hàng không

2.3.4 Căn cứ theo phương tiện lưu trú

- + Du lịch ở khách sạn
- + Du lịch ở Motel
- + Du lịch nhà trọ
- + Du lịch camping

2.3.5 Căn cứ vào thời gian đi du lịch

- + Du lịch dài ngày từ 2 tuần đến 5 tuần
- + Du lịch ngắn ngày

2.3.6 Căn cứ vào đặc điểm địa lý của điểm du lịch

- + Du lịch miền biển
- + Du lịch núi
- + Du lịch đô thị
- + Du lịch đồng quê

2.3.7 Căn cứ vào hình thức tổ chức du lịch

- + Du lịch theo đoàn
- + Du lịch cá nhân

2.3.8 Căn cứ vào thành phần của du khách

- + Du khách thượng lưu
- + Du khách bình dân

2.3.9 Căn cứ vào phương thức ký kết hợp đồng đi du lịch

- + Du lịch trọn gói
- + Mua từng phần dịch vụ của tour du lịch

V. Tính thời vụ trong du lịch

1. Khái niệm: Thời vụ du lịch được hiểu là những biến động lặp đi lặp lại hàng năm của cung và cầu các dịch vụ và hàng hóa du lịch dưới tác động của một số nhân tố xác định

2. Các đặc điểm của tính thời vụ du lịch

- * Thời vụ du lịch có tất cả các nước, các vùng có hoạt động du lịch.
- * Một nước hoặc một vùng có thể có một hay nhiều thời vụ du lịch, điều này phụ thuộc vào các thể loại du lịch được khai thác ở đó.

- Có nước phát triển cả du lịch mùa hè và du lịch mùa đông như ở các nước ở miền ôn đới

* Cường độ của thời vụ du lịch không đều nhau ở các tháng khác nhau

- Thời gian mà ở đó cường độ lớn nhất được gọi là thời vụ chính

- Thời gian có cường độ nhỏ hơn được gọi là ngoài mùa

* Ở các nước, các vùng du lịch phát triển, thời vụ du lịch kéo dài hơn và cường độ du lịch chính yếu hơn, ở các nước, các vùng du lịch mới phát triển có nguồn du lịch chính ngắn hơn và cường độ của mùa du lịch chính mạnh hơn

* Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ không bằng nhau đối với các thể loại du lịch khác nhau, ví dụ du lịch chữa bệnh có thời gian dài hơn và cường độ vào mùa chính yếu hơn, du lịch nghỉ biển có thời vụ ngắn hơn và cường độ mạnh hơn.

* Cường độ và độ dài của mùa du lịch còn phụ thuộc vào cơ cấu của du khách đến nước hoặc vùng du lịch, ví dụ, du lịch của lứa tuổi thanh thiếu niên thường có thời vụ ngắn hơn và cường độ của mùa du lịch chính mạnh hơn so với du lịch của lứa tuổi trung niên và cao niên.

* Cường độ và độ dài của mùa du lịch còn phụ thuộc vào loại hình của cơ sở lưu trú, ở khách sạn, khu điều dưỡng có mùa du lịch kéo dài hơn và cường độ của mùa du lịch chính giảm nhẹ, còn ở camping thì mùa du lịch ngắn hơn và cường độ mạnh hơn.

3. Các nhân tố tác động tới thời vụ trong du lịch

3.1 Khí hậu

Khí hậu là nhân tố quyết định tính thời vụ du lịch, nó tác động lên cả cung và cầu trong hoạt động du lịch.

Về mặt cung, đa số các điểm tham quan du lịch giải trí đều tập trung số lượng lớn vào mùa hè với khí hậu ấm áp như các điểm du lịch nghỉ biển, nghỉ núi, chữa bệnh.

3.2 Thời gian rỗi

- Thời gian nghỉ phép năm phụ thuộc vào độ dài vào thời gian sử dụng phép

- Độ dài thời gian

- Sự phân bổ thời gian nghỉ phép trong một năm.

3.3 Sự quần chúng hóa trong du lịch

Là nhân tố tác động đến đại lượng cầu trong hoạt động du lịch

- + Vào mùa du lịch chính giá tour cao, nhưng do đi du lịch theo đoàn được hưởng chính sách giảm giá

- + Họ ít hiểu biết về điều kiện nghỉ của từng tháng trong năm, nên chọn thời tiết vào mùa đi du lịch chính để sự rủi ro về thời tiết là ít nhất

- + Họ chọn thời gian đi nghỉ dưới tác động của tâm lý họ thích đi nghỉ cùng thời gian các nhân vật có danh tiếng đi nghỉ.

3.4 Phong tục tập quán của dân cư

Do phong tục của các dân tộc Việt Nam quan niệm các tháng đầu năm là tháng hội hè, vì vậy các lễ hội đền đình, chùa đều tập trung lớn nhất vào mùa này

3.5 Điều kiện và tài nguyên du lịch

Các thể loại du lịch cũng tác động đến tính thời vụ du lịch

3.6 Sự sẵn sàng đón tiếp khách

Là nhân tố ảnh hưởng đến độ dài cầu thời vụ thông qua đại lượng cung trong hoạt động kinh doanh du lịch

- CSVCKT du lịch và cách thức tổ chức hoạt động trong các cơ sở du lịch ảnh hưởng đến sự phân bố hợp lý các nhu cầu của du khách

- Chính sách giá cả của cơ quan du lịch cũng là nhân tố tác động đến thời vụ du lịch.

* Cần nghiên cứu mối liên hệ hỗ tương, phụ thuộc vào quy định lẫn nhau giữa các nhân tố và tác động của chúng lên độ dài thời vụ của từng thể loại du lịch, tạo cơ sở để tăng độ dài mùa du lịch, sử dụng có hiệu quả cao nhất các nguồn lực phát triển du lịch, đưa lại nguồn thu nhập cao cho các tổ chức và doanh nghiệp du lịch.

CHƯƠNG II

TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN

I. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN

1. Khái niệm: là một doanh nghiệp bao gồm trong đó nhiều hoạt động kinh doanh khác nhau, chỉ có tổ chức tốt các hoạt động kinh doanh khách sạn mới có thể đồng thời đáp ứng hai yêu cầu mâu thuẫn nhau:

+ Thỏa mãn đến mức cao nhất nhu cầu về chất lượng sản phẩm. Bảo đảm mang lại sự hài lòng tối đa cho khách.

+ Thực hiện mục đích của doanh nghiệp: nguồn thu phải bù đắp chi phí và có lãi

2. Nội dung và bản chất của hoạt động kinh doanh khách sạn

Vấn đề cơ bản nhất của hoạt động trong khách sạn là giải quyết mối quan hệ giữa giá cả, chất lượng. Nếu tăng chất lượng mà không quan tâm đến chi phí thì chi phí sẽ tăng → tăng giá → khách không hài lòng → mất khách hàng → hoặc nếu không tăng giá thì lợi nhuận của khách sẽ giảm → không thực hiện được mục tiêu của doanh nghiệp (tối đa hóa lợi nhuận). Tuy nhiên về lâu dài, một chất lượng phục vụ cao so với một mức giá nhất định sẽ tạo nên sự nổi tiếng, mang lại khách hàng, doanh thu và lợi nhuận vì thế mà tăng lên. Giải quyết thỏa đáng mối quan hệ giữa lợi ích trước mắt và lâu dài là một vấn đề phức tạp. Hơn nữa, việc thực hiện hai yêu cầu này lại diễn ra trong sự ràng buộc của nhiều yếu tố:

Ràng buộc về giá cả: Giá cả là do thị trường quyết định, chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của sự cạnh tranh.

Ràng buộc về nguồn lực: hoạt động của doanh nghiệp trong giới hạn khả năng huy động vốn, thu hút lao động, khả năng của những nhà cung cấp.

Ràng buộc về mặt xã hội: Thực hiện hai yêu cầu trên trong điều kiện hàng loạt những ràng buộc. Hơn nữa khách sạn là một doanh nghiệp bao gồm trong đó nhiều hoạt động kinh doanh có đặc điểm kinh tế - kỹ thuật khác nhau, sử dụng nhiều nguồn lực khác nhau. Tất cả những điều trên đòi hỏi khách sạn phải nghiên cứu đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn và đặc điểm của bản thân mình nghiên cứu tìm một phương án tổ chức hợp lý nhất, phù hợp với đặc điểm và điều kiện của mình.

- Kinh doanh khách sạn là hoạt động đòi hỏi vốn đầu tư lớn, chi phí cho bảo dưỡng cao, sử dụng nhiều lao động. Mặt khác, do kết quả cạnh tranh, quy mô của khách sạn ngày càng lớn, khách sạn không ngừng mở rộng và đa dạng hóa các sản phẩm của mình để thỏa mãn nhu cầu của khách với chất lượng phục vụ cao, mang danh tiếng cho khách sạn. Trong mỗi hoạt động, mỗi dịch vụ lại bao gồm nhiều

đoạn phức tạp, quan hệ lẫn nhau làm cho các mối quan hệ bên trong khách sạn ngày càng trở nên chằng chịt. Nếu không tổ chức tốt các hoạt động kinh doanh trong khách sạn, phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận sẽ dễ dàng dẫn đến tình trạng loạn chức năng.

- Hơn nữa, trong ngành kinh doanh khách sạn, đối tượng phục vụ là khách du lịch. Họ có nhu cầu đa dạng và đòi hỏi cao. Đặc biệt trong đó, phần lớn là khách du lịch quốc tế với dân tộc, giới tính, tâm lý, sở thích và thị hiếu đa dạng. Họ có khả năng thanh toán cao và vì vậy họ cần được phục vụ tốt, và chỉ có việc tổ chức hợp lý, nghiên cứu tỷ mỉ và chu đáo, theo dõi chặt chẽ thường xuyên nhu cầu của khách mới cho phép khách sạn thực hiện được các yêu cầu về chất lượng, mang lại danh tiếng cho khách sạn

Từ những phân tích trên cũng như trong thực tiễn kinh doanh khách sạn ở nước ta, ngày càng chứng tỏ rằng chỉ bằng kinh nghiệm không chỉ không đủ mà đòi hỏi những người quản lý khách sạn phải có trí thức nghệ thuật tổ chức và quản lý khách sạn.

3. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh khách sạn

a. Đặc điểm về sản phẩm khách sạn.

* Sản phẩm của khách sạn thực chất là một quá trình tổng hợp các hoạt động từ khi nghe lời yêu cầu của khách cho đến khi khách rời khỏi khách sạn:

+ Hoạt động bảo đảm nhu cầu sinh hoạt bình thường của khách: ăn ở, sinh hoạt, đi lại, tắm rửa...

+ Hoạt động bảo đảm mục đích chuyến đi

- Sản phẩm khách sạn rất đa dạng tổng hợp bao gồm vật chất và phi vật chất, có thứ do khách sạn tạo ra, có thứ do ngành khác tạo ra nhưng khách sạn là khâu phục vụ trực tiếp, là điểm kết quả của quá trình du lịch.

- Sản phẩm khách sạn là sản phẩm phi vật chất cụ thể là:

* Sản phẩm dịch vụ không thể lưu kho, lưu bãi: một ngày buồng không tiêu thụ được là một khoản thu nhập bị mất không thu lại được.

* Sản phẩm dịch vụ được sản xuất bán và trao đổi trong sự có mặt hoặc tham gia của khách hàng, diễn ra trong mối quan hệ trực tiếp giữa nhân viên với khách hàng.

* Khách sạn được phục vụ trực tiếp, khách sạn chịu trách nhiệm về chất lượng của sản phẩm dịch vụ và hàng hóa dù rằng sản phẩm đó không được khách sạn sản xuất ra

b. Đặc điểm mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng sản phẩm

- Sản phẩm khách sạn là sản phẩm mang tính phi vật chất. Quá trình sản xuất phục vụ và quá trình tiêu dùng sản phẩm khách sạn diễn ra gần như đồng thời trong cùng một thời gian và không gian.

+ **Cùng thời gian:** Thời gian hoạt động của khách sạn phụ thuộc vào thời gian tiêu dùng của khách, hoạt động kinh doanh phục vụ của khách diễn ra một cách liên tục không có ngày nghỉ và giờ nghỉ. Nhưng do yêu cầu của khách không đều đặn nên cường độ hoạt động kinh doanh của khách sạn diễn ra không đều đặn và mang tính thời vụ.

+ **Cùng một không gian:** Sản phẩm của khách sạn không thể mang đến cho khách mà khách đi muốn tiêu dùng phải đến khách sạn để thỏa mãn nhu cầu của mình tại đó. Do đó trong kinh doanh khách sạn vấn đề vị trí của khách sạn là rất quan trọng, nó ảnh hưởng to lớn đến khả năng thu hút khách và tiết kiệm chi phí.

c. Đặc điểm về tổ chức quá trình kinh doanh khách sạn.

Quá trình phục vụ do nhiều bộ phận nghiệp vụ khác nhau đảm nhận. Các bộ phận này vừa có tính độc lập tương đối, vừa có mối quan hệ mật thiết với nhau trong một quá trình phục vụ liên tục nhằm thỏa mãn nhu cầu trọn vẹn của khách.

Do đó vấn đề quan trọng trong công tác tổ chức của khách sạn là xác định trách nhiệm rõ ràng cho từng bộ phận nhưng phải bảo đảm tư tưởng trong suốt để phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận của khách sạn như: lễ tân, buồng, nhà hàng, bếp, bảo trì...

d. Đặc điểm của việc sử dụng các yếu tố cơ bản trong khách sạn

- Cần có tài nguyên du lịch

* **Tài nguyên du lịch:** Là yếu tố được coi là sản xuất trong kinh doanh khách sạn. Sự phân bố và tính hấp dẫn của tài nguyên du lịch chi phối tính chất, quy mô, cấp hạng khách sạn.

Một khách sạn có vị trí thuận lợi nằm ở địa điểm giàu tài nguyên du lịch cần phải luôn nghĩ cách để khai thác một cách có hiệu quả nhằm làm tăng thu nhập.

- Một yếu tố quan trọng nữa là nguồn vốn:

* **Nguồn vốn lớn vì**

+ Sản phẩm khách sạn hầu hết là các dạng dịch vụ, do đó tiêu hao nguyên vật liệu thấp, phần lớn vốn nằm trong TSCĐ

+ Rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình khách thường có xu hướng chi tiêu cao hơn bình thường và yêu cầu tiện nghi cao hơn.

+ Do tính chất thời vụ, mặc dầu đã đầu tư một số tiền lớn cho việc xây dựng khách sạn nhưng kinh doanh có hiệu quả vài tháng trong năm nên đó là nguyên nhân tiêu hao vốn lớn.

*** Lao động**

Đòi hỏi sử dụng nhiều lao động vì:

+ Sự sẵn sàng phục vụ khách: là một trong những tiêu chuẩn quan trọng của chất lượng phục vụ

+ Sử dụng nhiều lao động được khách đánh giá là đạt tiêu chuẩn về chất lượng phục vụ.

+ Phục vụ khách là một quá trình đòi hỏi nhiều lao động khác nhau. Do đó tiêu chuẩn tuyển chọn nhân viên và nội dung huấn luyện khác nhau. Vì vậy, người lao động khó thay thế cho nhau và cũng là nguyên nhân gây ra nhu cầu sử dụng lớn về lao động.

* **Tóm lại:** Người lãnh đạo khách sạn cần phải thực hiện tốt công đoạn quản lý khách sạn vừa nâng cao chất lượng sản phẩm vừa đảm bảo chất lượng phục vụ.

e. Đặc điểm của đối tượng phục vụ

- Khách sạn có nhiều loại dịch vụ và nhiều loại khách khác nhau, vì vậy hoạt động rất phức tạp. Trong thực tiễn, người ta thấy rằng thông thường 80% toàn bộ khối lượng công việc mà các nhân viên phải thực hiện phải do 20% khách hàng khó tính đòi hỏi.

4. Ý NGHĨA CỦA HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN.

a. Về kinh tế

- Là một trong những hoạt động chính của ngành du lịch và thực hiện các nhiệm vụ quan trọng của ngành

- Thông qua kinh doanh lưu trú và ăn uống của khách sạn một phần trong quỹ tiêu dùng của người dân được sử dụng vào việc tiêu dùng của các dịch vụ và hàng hóa của các doanh nghiệp khách sạn tại điểm du lịch.

➔ Vì vậy kinh doanh khách sạn còn làm tăng GDP của vùng và của cả một quốc gia

- Kinh doanh khách sạn phát triển góp phần tăng cường vốn đầu tư trong và ngoài nước, huy động được vốn nhà rỗi trong dân cư.

- Các khách sạn là các bạn hàng lớn của nhiều ngành khác nhau trong nền kinh tế.

- Kinh doanh khách sạn luôn đòi hỏi một dung lượng lao động trực tiếp tương đối lớn. Do đó phát triển kinh doanh khách sạn góp phần giải quyết một khối lượng lớn công ăn việc làm cho người lao động.

b. Về xã hội

- Thông qua việc đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi trong thời gian đi du lịch của con người, kinh doanh khách sạn góp phần gìn giữ và phục hồi khả năng lao động và sức sản xuất của người lao động.

- Hoạt động kinh doanh khách sạn còn làm tăng nhu cầu tìm hiểu di tích lịch sử văn hóa của đất nước và các thành tựu của công cuộc xây dựng và bảo vệ đất nước, góp phần giáo dục lòng yêu nước và lòng tự hào dân tộc cho thế hệ trẻ.

- Kinh doanh khách sạn còn tạo điều kiện thuận lợi cho sự gặp gỡ giao lưu giữa mọi người từ mọi nơi, mọi quốc gia khác nhau, các châu lục trên thế giới. Điều này làm tăng ý nghĩa vì mục đích hòa bình hữu nghị và tính đại đoàn kết giữa các dân tộc của kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng.

- Kinh doanh khách sạn là nơi chứng kiến những sự kiện ký kết các văn bản chính trị, kinh tế quan trọng trong nước và thế giới. Vì vậy kinh doanh khách sạn đóng góp tích cực cho sự phát triển giao lưu giữa các quốc gia và dân tộc trên thế giới trên nhiều phương diện khác nhau.

II. MỘT SỐ LOẠI HÌNH CƠ SỞ LƯU TRÚ

1. Motel:

- Theo quy chế quản lý cơ sở lưu trú du lịch của Việt Nam xác định: Motel là cơ sở lưu trú dạng khách sạn được xây dựng gần đường giao thông với lối kiến trúc thấp tầng, bảo đảm phục vụ khách đi bằng phương tiện cơ giới, có dịch vụ bảo dưỡng, sửa chữa phương tiện vận chuyển cho khách.

- Vị trí địa lý: Nằm dọc ven đường quốc lộ hoặc vùng ngoại ô thành phố.

- Cách thức thiết kế: Motel là một quần thể gồm những tòa nhà được xây dựng không quá hai tầng, được quy hoạch và chia thành các khu vực xây dựng riêng biệt như khu lưu trú, khu bãi đỗ xe, khu đỗ xăng, bảo dưỡng, sửa chữa và cho thuê xe.

- Đối tượng khách: là những người đi lại sử dụng phương tiện vận chuyển là ô tô và mô tô trên các tuyến đường quốc lộ.

- Sản phẩm dịch vụ của Motel cung cấp chủ yếu là dịch vụ buồng ngủ bán, tiếp nhiên liệu xăng dầu, sửa chữa, bảo dưỡng.

2. Làng du lịch (Tourism Village)

- Ra đời ở Phát và xuất hiện năm 1943, ngày nay làng du lịch được xây dựng ở các điểm du lịch nghỉ dưỡng nơi giàu tài nguyên thiên nhiên.

- Theo quy chế quản lý cơ sở lưu trú bao gồm: quần thể các ngôi nhà được quy hoạch xây dựng với đủ cơ sở dịch vụ sinh hoạt và vui chơi giải trí cần thiết

*** Đặc điểm:**

+ Làng du lịch khác với trung tâm du lịch ở chỗ là nó không phục vụ mục đích tham quan (Nếu khách không lưu trú ở đó thì không được phép tham quan khách du lịch thường phải đăng ký trước với cơ quan du lịch.

+ Làng du lịch là một khu độc lập bao gồm những biệt thự hay Bungalow 1 tầng có cấu trúc gọn nhẹ và được xây dựng bởi vật liệu nhẹ mang tính truyền thống của địa phương.

+ Làng du lịch được quy hoạch thành từng khu riêng biệt: khu lưu trú, ăn uống, khu thể thao, khu thương mại...

+ Đối tượng của làng du lịch bao gồm nhiều đối tượng khách khác nhau nhưng đa phần là những người có khả năng thanh toán cao, đi theo đoàn hoặc cá nhân thông qua các tổ chức theo giá trọn gói. Thời gian lưu lại tại làng du lịch thường kéo dài.

3. Lều trại:

Dùng để chỉ hành động cắm trại, cá nhân, gia đình hoặc nhóm người lưu trú từ 1 ngày đến 1 tháng trong một khu vực được quy hoạch.

- Theo quy chế quản lý cơ sở lưu trú của Việt nam: Camping là khu đất được quy hoạch sẵn có trang thiết bị phục vụ đón khách đến cắm trại hoặc khách có phương tiện vận chuyển là ô tô, xe máy đến nghỉ

*** Đặc điểm:**

+ Thường nằm ở những nơi giàu tài nguyên thiên nhiên.

+ Camping được tạo nên bởi những vật liệu kém chắc bền có tính di động, và thường được quy hoạch thành khu riêng biệt.

+ Trong kinh doanh lều trại, khách du lịch được cung cấp các dịch vụ như: nơi ăn, nghỉ, khu thể thao và khu vui chơi giải trí.

+ Kiến trúc của lều trại khi thiết kế cần chú ý đến những vấn đề sau:

* Nơi đón tiếp khách

* Khu vực cắm trại

* Khu thương mại: dành cho việc buôn bán như bán hàng lưu niệm, đồ ăn uống, cho thuê đồ dùng...

* Khu thể thao giải trí ngoài trời.

4. Bungalow và biệt thự:

a. Bungalow

- Theo quy chế QLCSLTVN: Bungalow là cơ sở lưu trú được làm bằng gỗ hoặc vật liệu nhẹ theo phương pháp lắp ghép giản đơn. Bungalow được làm đơn chiếc hay hoặc thành một dãy, thành cụm và thường được xây dựng ở các khu du lịch nghỉ mát vùng biển, vùng núi hoặc ở làng du lịch.

b. Biệt thự:

- Theo QCQLCSLTVN: biệt thự và căn hộ cho thuê là nhà ở có đầy đủ tiện nghi cần thiết phục vụ việc lưu trú, biệt thự được xây dựng trong các khu du lịch ven biển, núi, nghỉ dưỡng, làng du lịch hoặc bãi cắm trại.

- Biệt thự được thiết kế và xây dựng phù hợp với cảnh quan và môi trường xung quanh.

IV. Phân loại khách sạn

- Theo quy mô
- Theo thị trường mục tiêu
- Theo mức độ phục vụ
- Theo quyền sở hữu và mức độ liên kết

a. Phân loại theo quy mô

- Khách sạn loại nhỏ
- Khách sạn loại vừa
- Khách sạn loại lớn

b. Phân loại khách sạn theo thị trường mục tiêu

- Khách sạn công vụ
- Khách sạn hàng không
- Khách sạn du lịch
- Khách sạn căn hộ
- Khách sạn sông bạc

- Trung tâm hội nghị

*** Khách sạn công vụ**

- Vị trí: Thường nằm ở trung tâm thành phố và các khu thương mại
- Đối tượng khách: Chủ yếu là loại khách thương gia, song cũng không kém phần hấp dẫn đối với các đoàn khách du lịch, khách hội nghị, khách du lịch tự do v..v
- Thời gian lưu trú: thường ngắn ngày
- Tiện nghi dịch vụ: Luôn có phòng hội nghị, phòng khách chung, các tiện nghi tổ chức các đại tiệc và các phòng tiệc, dịch vụ giặt là và các cửa hàng bán quà tặng, đồ lưu niệm, bể bơi, phòng tập thể dục, phòng tắm hơi, dịch vụ thể thao, dịch vụ vui chơi giải trí v...v. Ngoài ra còn có các dịch vụ như: cho thuê thư ký, phiên dịch, soạn thảo, in ấn văn bản, trung tâm internet, dịch thuật v..v.

*** Khách sạn hàng không**

- Vị trí: Thường nằm ở các điểm giao thông chính gần khu vực sân bay.
- Đối tượng khách: Khách thương gia, khách quá cảnh, khách nhờ chuyển bay, khách hội nghị, nhân viên hàng không và đội bay.
- Thời gian lưu trú: Thường ngắn ngày.
- Tiện nghi dịch vụ: Ngoài các tiện nghi cơ bản, khách sạn hàng không còn có các phòng hội nghị ngắn ngày tiết kiệm được thời gian, có phương tiện đưa đón khách và dịch vụ đặt buồng trực tiếp tại sân bay.

*** Khách sạn du lịch**

- Vị trí: Thường nằm những nơi có cảnh quan thiên nhiên đẹp, không khí trong lành, gần các nguồn tài nguyên du lịch như: biển, núi, nguồn nước khoáng, điểm tham quan.v..v
- Đối tượng khách: khách nghỉ dưỡng, khách tham quan....
- Thời gian lưu trú: Khách ở dài ngày hơn so với khách đi công vụ.
- Tiện nghi dịch vụ: Ngoài các tiện nghi cơ bản, các khách sạn du lịch còn tổ chức và thực hiện các chương trình hoạt động vui chơi giải trí cho khách du lịch như: khiêu vũ ngoài trời, chơi golf, cưỡi ngựa, câu cá, đi bộ...nhằm tạo cảm giác thoải mái, thư giãn cho khách.

*** Khách sạn căn hộ**

- Vị trí: Thường nằm ở các thành phố lớn hoặc các ngoại ô thành phố.
- Đối tượng khách: Khách công ty, khách thương gia, khách gia đình....
- Thời gian lưu trú: Dài ngày. Khách công ty có thể ký hợp đồng ở dài hạn
- Tiện nghi dịch vụ: Ngoài các tiện nghi cơ bản khách sạn căn hộ còn có khu vui chơi cho trẻ em, siêu thị...

*** Khách sạn sòng bạc**

- Vị trí: Nằm tại các khu vui chơi giải trí ở các thành phố lớn hoặc các khu nghỉ mát.
- Đối tượng khách: Khách thương gia giàu có, khách chơi bạc, các nhà triệu tỉ phú....
- Thời gian lưu trú: Ngắn ngày.
- Tiện nghi dịch vụ: Các hình thức giải trí toán kém, các trò tiêu khiển đầu bảng nhằm thu hút khách chơi bạc để thu lợi nhuận.

Đối với loại hình này thì dịch vụ buồng và ăn uống chủ yếu để cung cấp cho hoạt động chơi bạc.

c. Phân loại khách theo mức độ phục vụ

*** Mức độ phục vụ cao cấp**

Thường là những khách hiện đại với đối tượng khách là các thành viên cao cấp trong hội đồng quản trị, những chính trị gia nổi tiếng, các quan chức trong chính phủ, những khách giàu có....

Các tiện nghi dành cho các khách này thường là nhà hàng, phòng khách, phòng họp các tiện nghi trong buồng ngủ có chất lượng hàng đầu và cực kỳ quan trọng.

Mọi yêu cầu của khách được đáp ứng một cách hiệu quả và nhanh nhất.

*** Mức độ phục vụ trung bình**

Thường là các khách sạn loại vừa và đối tượng khách chủ yếu là khách du lịch theo đoàn hoặc khách lẻ tự do, khách gia đình, các thương gia nhỏ.... Khách sạn cung cấp mức độ dịch vụ khiêm tốn nhưng khá đầy đủ.

***Mức độ phục vụ bình dân**

Thường là các khách sạn nhỏ và chủ yếu là khách gia đình, khách đoàn đi theo tour, khách thương gia tìm thị trường để lập nghiệp, khách hội nghị nhỏ.... Khách sạn cung cấp cho khách thuê buồng với mức giá khiêm tốn, chỗ ở sạch sẽ và những tiện nghi cần thiết cho sinh hoạt hàng ngày.

d. Phân loại khách sạn theo mức độ liên kết và quyền sở hữu

*** *Phân loại khách sạn theo mức độ liên kết***

Được phân làm hai loại cơ bản sau: khách sạn độc lập và khách sạn tập đoàn.

+ *Khách sạn độc lập*

Là loại hình kinh doanh thuộc sở hữu tư nhân do gia đình quản lý hoặc cơ sở độc lập của công ty nào đó quản lý, điều hành.

Đặc điểm: không được sự kiên kết về quyền sở hữu hay quản lý của khách sạn khác, không có sự ràng buộc về tài chính, đường lối hay chính sách, tiêu chuẩn phục vụ v.vv.

- Được tổ chức theo dạng sở hữu độc quyền nên có lợi thế tự do thu hút thị trường riêng, rất mềm dẻo trong kinh doanh đặc biệt là về giá cả và đáp ứng nhanh chóng với thay đổi của thị trường.

- Tuy vậy loại hình khách sạn này cũng có những điểm bất lợi là không có sự quảng cáo rộng rãi và không có kiến thức quản lý tốt như các khách sạn tập đoàn.

+ Khách sạn liên kết

Là những khách sạn có nhiều khách sạn ở khắp mọi nơi trên thế giới nên rất thuận tiện cho khách muốn ở những khách sạn cùng tập đoàn và chúng đều mang những cái tên thân thuộc như: tập đoàn Hilton, Holiday Inn, Accor.

Đặc điểm: Là hệ thống dịch vụ, trang thiết bị, giá cả đều được chuẩn hoá. Các tập đoàn khách sạn thường đặt ra những tiêu chuẩn quy định tối thiểu những nguyên tắc chính sách và quy trình hoạt động cho các khách sạn trong tập đoàn của mình.

+ Tuy vậy mỗi tập đoàn tập trung vào mảng quảng cáo, một số tập đoàn khác có sự kiểm soát chặt chẽ về kiến thức quản lý và tiêu chuẩn khách sạn.

Căn cứ vào sự khác nhau về hoạt động, các khách sạn tập đoàn được quản lý theo các hình thức sau:

*** *Hợp đồng quản lý***

Là hợp đồng được ký kết giữa cá công ty quản lý, điều hành khách sạn và những nhà đầu tư, nhưng tổ chức hoặc cá nhân khác có khách sạn.

*** Hợp đồng sử dụng thương hiệu**

Các công ty độc quyền lập ra các khuôn mẫu riêng cho hoạt động kinh doanh của mình sau đó giao quyền thực hiện việc kinh doanh cho một tổ chức khác.

Khách sạn liên kết

Bao gồm các khách sạn độc lập liên kết với nhau nhằm những mục đích chung như chuyển khách cho nhau nhằm những mục đích chung như chuyển khách cho nhau trong những trường hợp cần thiết, giảm được chi phí quảng cáo nhưng vẫn quảng cáo được rộng rãi. Những khách sạn tham gia vào hiệp hội này phải đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng phục vụ, đáp ứng tốt mọi mong đợi của khách.

Phân loại khách sạn theo hình thức sở hữu

Căn cứ vào hình thức sở hữu người ta chia ra các khách sạn thành các loại như sau:

- Khách sạn tư nhân
- Khách sạn nhà nước
- Khách sạn liên doanh với nước ngoài
- Khách sạn 100% vốn nước ngoài
- Khách sạn cổ phần

V. XẾP HẠNG KHÁCH SẠN

1. Sự cần thiết của việc xếp hạng khách sạn

Tất cả các quốc gia trên thế giới đều cần thiết phải có tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn xuất phát từ những quan điểm sau:

+ Làm cơ sở để xác định các tiêu chuẩn định mức cụ thể như tiêu chuẩn xác định thiết kế khách sạn, tiêu chuẩn trang thiết bị, tiện nghi trong từng bộ phận của khách sạn, tiêu chuẩn cán bộ công nhân viên phục vụ trong khách sạn, tiêu chuẩn về vệ sinh trong khách sạn.

+ Với hệ thống tiêu chuẩn cụ thể sẽ là cơ sở xác định hệ thống giá cả dịch vụ trong từng loại hạng khách sạn.

+ Là cơ sở tiến hành xếp hạng khách sạn hiện có quản lý và thường xuyên kiểm tra các khách sạn này nhằm đảm bảo các điều kiện, yêu cầu đã quy định.

+ Thông qua tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn để chủ đầu tư xét duyệt, luận chứng kinh tế - kỹ thuật hoặc cấp vốn đầu tư cho việc xây dựng khách sạn mới.

+ Thông qua tiêu chuẩn này khách hàng có thể biết được khả năng và mức độ phục vụ của từng hạng khách sạn, giúp khách hàng có thể lựa chọn theo thị hiếu và khả năng thanh toán của mình hay nói cách khác nó sẽ đảm bảo quyền lợi cho khách hàng.

2. Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn.

* **Đối với các nước trên thế giới:** Do có sự khác nhau về truyền thống, tập quán và đặc điểm trong hoạt động kinh doanh khách sạn nên không có sự thống nhất trong việc đưa ra các tiêu chuẩn. Đa phần ở các nước đều dựa trên 4 tiêu chuẩn như sau:

- + Yêu cầu về kiến trúc
- + Yêu cầu về trang thiết bị tiện nghi trong khách sạn.
- + Yêu cầu về cán bộ nhân viên phục vụ trong khách sạn.
- + Yêu cầu về các dịch vụ và các mặt hàng phục vụ khách tại khách sạn.

* **Đối với Việt Nam:**

Xếp hạng khách sạn theo sao hoặc theo thứ tự hạng

Thường được xếp từ 1 đến 5 sao, tuy nhiên có những khách sạn không được xếp hạng sao.

* Tổng cục Du lịch Việt Nam xếp hạng khách sạn dựa vào các chỉ tiêu sau:

- ☞ Vị trí, kiến trúc
- ☞ Trang thiết bị tiện nghi phục vụ
- ☞ Các dịch vụ và mức độ phục vụ
- ☞ Nhân viên phục vụ
- ☞ Vệ sinh, an toàn.

* Mục đích của việc xếp hạng khách sạn:

- ❶ Dễ dàng cho việc lựa chọn nơi lưu trú theo khả năng của khách
- ❷ Giúp chính phủ định mức thuế.

V. Bố trí các khu vực và hệ thống trang thiết bị, tiện nghi bên trong khách sạn.

1. Các khu vực chính của khách sạn

Như đã trình bày, quy trình phục vụ trong khách sạn bao gồm những công đoạn tương đối, cho phép tách biệt tương đối các CSVCKT thực hiện các chức năng khác nhau hình thành các khu vực chức năng và bố trí chúng một cách hợp lý nhất cho quá trình tổ chức lao động và sự đi lại của khách cũng như yêu cầu yên tĩnh và trong lành của phòng ngủ.

Hệ thống CSVCKT của khách sạn là một hệ thống phức tạp, tùy theo mục đích nghiên cứu người ta có thể phân chia ra các khu vực một cách khác nhau:

a. Chia theo khu vực hoạt động một khách sạn có thể chia làm hai khu vực chính:

* Khu vực dành cho khách:

* Khu vực chỉ dành riêng cho nhân viên khách sạn để thực hiện các hoạt động sản xuất điều hành.

b. Từ góc độ có sự có mặt của khách hàng, các khu vực hoạt động trong khách sạn có thể chia làm 3 khu vực chính:

+ Khu vực và trang thiết bị: thường nằm ở tầng ngầm và tầng mặt đất

+ Khu đại diện: Bao gồm tất cả các khu vực công cộng dành cho khách: quầy lễ tân, phòng đợi, các quầy hàng lưu niệm, nhà hàng, quán bar...thường nằm ở tầng mặt đất và tầng một.

+ Khu ngủ: bao gồm: các phòng ngủ dành cho khách. Thường được bố trí trên các tầng cao hơn.

c. Một cách chi tiết theo chức năng hoạt động, các khu vực trong khách sạn được phân ra như sau:

* *Khu vực hậu cần:*

1. Khu vực kỹ thuật (technological area) bao gồm: trung tâm xử lý và chứa nước, hệ thống làm lạnh trung tâm, trạm biến thế, nhóm máy phát điện, tổng đài điện thoại, bộ phận bảo dưỡng.

2. Khu vực lối vào dành cho công vụ (area of service entrance) bao gồm: chỗ tập kết hàng hóa cung ứng; cửa ra vào dành cho nhân viên; bộ phận cung ứng vật tư; nơi để bao bì,chai lọ, nơi đồ rác.

3. Khu vực kho và bếp (storage and kitchen area) bao gồm: các kho hàng hóa, vật tư; các kho thực phẩm; các buồng lạnh bảo quản thực phẩm; khu chuẩn bị chế biến và nấu ăn; nơi rửa bát đĩa.

4. Khu vực dành cho sinh hoạt của nhân viên(Personal area) bao gồm: các kho hàng hoá, vật tư, phòng ăn của nhân viên; phòng thay quần áo; phòng tắm; nhà vệ sinh; phòng nghỉ của nhân viên.

5. Khu vực giặt là (Laundry area) bao gồm: bộ phận giặt là, phòng làm việc của quản trị trưởng; kho trang thiết bị và phụ tùng.

6. Khu vực phòng làm việc (Office area) bao gồm: các phòng làm việc của ban giám đốc; các phòng làm việc của bộ phận quản lý; các phòng làm việc của bộ phận nghiệp vụ.

** Các khu vực dành cho khách hàng có thể đến được:*

1. Khu vực chính (Principal entrance area) bao gồm: sảnh đón tiếp; quầy lễ tân, phòng đợi, buồng máy điện thoại công cộng, máy telex, fax.....

2. Khu vực phòng ngủ (room area) bao gồm: các phòng ngủ của khách; các phòng trực tầng

3. Khu vực nhà hàng (restaurant area) gồm: Restaurant; Bar; Coffee shop; gian làm việc của nhân viên bàn.

4. Khu vực thương mại và dịch vụ (Commercial and service area) bao gồm: các quầy hàng; các cửa hàng; nơi phục vụ tắm hơi và massage.

5. Khu vực hội nghị (Congress area) bao gồm: sảnh đón tiếp, nơi giữ áo khoác; phòng họp lớn; phòng thư ký và phiên dịch; kho máy móc thiết bị nhà vệ sinh....

6. Các khu vực khác: bao gồm: sân tennis, bãi đậu xe, bể bơi, phòng y tế, bãi tắm, nơi thay quần áo, nhà vệ sinh....

Trong thực tiễn, do phụ thuộc vào nhiều yếu tố khách nhau và phụ thuộc vào tính đặc trưng của từng khách sạn, việc định hình và phân bố các khu vực hoạt động của khách sạn có thể có một vài thay đổi để phù hợp các khu vực hoạt động của khách sạn, việc định hình và phân bố khu vực hoạt động của khách sạn có thể có một vài thay đổi để phù hợp với hoàn cảnh thực tế. Tuy nhiên, có một nguyên tắc vô cùng quan trọng luôn luôn phải được tuân thủ đó là: việc phân bố các khu vực hoạt động của một khách sạn phải đảm bảo đoạn đường đi tương đối ngắn, sự giao lưu qua lại hợp lý, sự tiết kiệm tối đa sức lao động, sự tập trung của các nhóm dịch vụ và sự lưu thông tương đối tách biệt giữa khách và nhân viên.

2 Một số hệ thống kỹ thuật

- Máy lạnh trung tâm

- Máy lạnh trong phòng khách

- Hệ thống nước

- Hệ thống điện

CHƯƠNG III

TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ LƯU TRÚ

I. TẦM QUAN TRỌNG CỦA KINH DOANH LƯU TRÚ TRONG KHÁCH SẠN

Hoạt động kinh doanh lưu trú là mảng hoạt động chính yếu nhất của bất kỳ khách sạn nào (từ những khách sạn có quy mô rất nhỏ, thứ hạng thấp đến những khách sạn có quy mô lớn, thứ hạng cao). Hoạt động kinh doanh lưu trú được xem như một trục chính để tồn bộ hoạt động kinh doanh khác của khách sạn xoay quanh nó. Vai trò then chốt của hoạt động kinh doanh lưu trú trong khách sạn xuất phát từ ba lý do chính: lý do về kinh tế, vai trò quan trọng trong việc tham gia phục vụ trực tiếp khách và cung cấp dự báo quan trọng cho khách sạn.

a. Lý do kinh tế:

- Hoạt động kinh doanh lưu trú đóng vai trò trụ cột, là hoạt động chính của một khách sạn vì doanh thu từ hoạt động này chiếm tỷ lệ cao. Vì thường các khách sạn nhỏ không có nhà hàng, quầy bar, không có phòng hội thảo và không cung cấp các dịch vụ bổ sung khác, mà nguồn thu chủ yếu của chúng là từ hoạt động kinh doanh phục vụ buồng ngủ. Ngược lại, ở những khách sạn lớn, ngoài nguồn thu từ hoạt động kinh doanh buồng ngủ, các khách sạn này còn có thể khai thác kinh doanh các dịch vụ khác như: dịch vụ ăn uống, dịch vụ điện thoại, dịch vụ giặt là, các dịch vụ bổ sung và các dịch vụ bổ sung và các dịch vụ giải trí khác... Số lượng của các dịch vụ trong kinh doanh khách sạn tăng lên cùng với thứ hạng và quy mô của khách sạn.

b. Vai trò trong việc tham gia phục vụ trực tiếp khách hàng

Dịch vụ phục vụ trực tiếp khách hàng là khâu quan trọng nhất đối với bộ phận kinh doanh lưu trú cũng như bộ phận kinh doanh ăn uống trong khách sạn

- Không có bộ phận nào trong khách sạn lại có quan hệ giao tiếp trực tiếp với khách hàng như ở bộ phận kinh doanh lưu trú.

- Ngoài ra, bộ phận kinh doanh lưu trú cũng chính là bộ phận tạo ra những ấn tượng đầu tiên và những ấn tượng cuối cùng quan trọng nhất đối với khách khi đến riêu dùng sản phẩm của khách sạn.

- Bộ phận kinh doanh lưu trú trong khách sạn luôn khẳng định vị trí quan trọng không thể thiếu của mình đối với một khách sạn.

c. Do chức năng cung cấp dự báo quan trọng cho khách sạn.

Trong khách sạn, trưởng của tất cả các bộ phận thường phải chuẩn bị xây dựng kế hoạch về công việc và lên kế hoạch về công việc và lên kế hoạch phân

công bố trí nhân viên trong bộ phận mình quản lý trước khoảng ít nhất 2 tuần. Những yêu cầu để lên kế hoạch phân công bố trí nhân viên là phải dựa trên sự hiểu biết, thông tin về tình trạng hoạt động kinh doanh sắp tới của khách sạn càng chính xác càng tốt. Khó khăn lớn đối với các khách sạn quy mô nhỏ là luôn phải “chạy theo sự vụ” bởi vì đối tượng phục vụ chính của họ là khách lẻ, luôn tự đến khách sạn để tìm thuê buồng mà ít khi đặt buồng trước. Các nhà quản lý khách sạn cần phải biết trước trong thời gian tới khách sạn sẽ đông khách hay ít khách đến lưu trú để từ đó chuẩn bị phương án điều động hay bố trí nhân viên cho hợp lý, cũng như có kế hoạch khai thác sử dụng các vật tư hàng hóa và cơ sở vật chất kỹ thuật tối ưu.

Chức năng dự báo là chức năng quan trọng được thực hiện duy nhất bởi bộ phận lễ tân khách sạn. Cũng chính nhờ chức năng này mà bộ phận kinh doanh lưu trú luôn đóng vai trò quan trọng nhất đối với một khách sạn. Vì lý do này mà người ta đã xem bộ phận lễ tân khách sạn như bộ phận tư vấn cung cấp thông tin, “cánh tay phải đắc lực” của giám đốc khách sạn.

II. TỔ CHỨC CỦA BỘ PHẬN LƯU TRÚ TRONG KHÁCH SẠN

1. Mô hình tổ chức của bộ phận kinh doanh lưu trú của khách sạn.<SGK>

2. Chức năng và nhiệm vụ của một số chức năng

a. Chức năng, nhiệm vụ của trưởng lễ tân khách sạn

Trưởng lễ tân khách sạn có nhiệm vụ quan trọng là phát triển các dịch vụ trong khu vực lưu trú trên cơ sở nghiên cứu để làm thỏa mãn nhu cầu của thị trường mục tiêu của khách sạn. Bên cạnh đó, còn phải thực hiện các chức năng, nhiệm vụ cụ thể sau:

- Kiểm tra báo cáo của kiểm toán đêm trước khi chuyển cho Tổng giám đốc khách sạn vào buổi sáng hàng ngày
- Tính công suất sử dụng buồng trung bình của khách sạn cho từng ngày
- Tính giá bán buồng trung bình thực hiện mỗi ngày của khách sạn
- Kiểm tra tình trạng buồng của khách sạn vào các thời điểm khác nhau
- Xem xét tình hình biến động của thị trường khách lưu trú của khách sạn để báo cáo cho Giám đốc khách sạn
- Xây dựng dự báo về buồng của khách sạn cho một tuần, hai tuần, một tháng hoặc ba tháng....
- Nắm vững tình hình khách đi và đến trong ngày của ngày tiếp theo
- Kiểm tra danh sách khách vip và chuẩn bị điều kiện đón tiếp đặc biệt

- Chịu trách nhiệm lên kế hoạch phân công, bố trí, điều động nhân viên trong tổ hợp lý, phù hợp với tình hình thực tế cho từng tuần, từng tháng và cả năm.
- Tổ chức phối hợp hoạt động với các bộ phận khác có liên quan một cách có hiệu quả.

b. Chức năng, nhiệm vụ của trưởng buồng

Nhiệm vụ và chức trách quan trọng của người tổ trưởng buồng là lãnh đạo, tổ chức, tạo động lực khuyến khích nhân viên làm việc tốt và đảm bảo duy trì chất lượng dịch vụ buồng ngủ của khách sạn luôn ở mức cao nhằm thực hiện mục tiêu thỏa mãn nhu cầu đòi hỏi cao của khách về buồng ngủ và giữ uy tín và danh tiếng cho khách sạn.. Trưởng buồng có những nhiệm vụ cơ bản sau:

- Phân công bố trí và điều động nhân viên sao cho đảm bảo tất cả các buồng sẽ có khách check-in trong ngày đều ở tình trạng vệ sinh sạch sẽ và sẵn sàng khi khách đến khách sạn.
- Thiết kế các sơ đồ biểu mẫu về tình trạng buồng một cách đơn giản và dễ hiểu để thông tin cho các bộ phận có liên quan.
- Tổ chức quy trình làm buồng của nhân viên một cách khoa học và nề nếp
- Chịu trách nhiệm thường xuyên kiểm tra việc sắp xếp, kiểm tra và giao nhận hàng hóa, vật tư trong kho thuộc bộ phận phục vụ buồng
- Giải quyết mọi vướng mắc với khách trong phạm vi bộ phận phục vụ buồng
- Đào tạo, huấn luyện nâng cao tay nghề cho nhân viên trong bộ phận mình phụ trách
- Phối hợp hoạt động với các bộ phận có liên quan một cách có hiệu quả.

c. Chức năng, nhiệm vụ của trưởng bộ phận bảo vệ

Đảm bảo an toàn tuyệt đối cho tài sản của khách sạn cũng như tài sản và tính mạng của khách là nhiệm vụ hàng đầu của bộ phận bảo vệ trong khách sạn.

- Đảm bảo tuyệt đối an ninh và an toàn bên trong và bên ngoài khách sạn: đảm bảo an toàn cho cả khách sạn, khách của khách sạn và cán bộ nhân viên của khách sạn.
- Thiết lập quy trình công tác bảo vệ khách sạn 24/24h
- Quản lý toàn bộ tài sản thuộc về khách sạn và tìm mọi biện pháp để giảm thiểu thất thoát vật tư, hàng hóa và tài sản của khách sạn.
- Kiểm tra luồng người ra, vào khách sạn
- Quản lý hệ thống báo động của khách sạn

- Quản lý hệ thống chiếu sáng của khách sạn
- Quản lý kết an toàn của khách sạn
- Tổ chức điều động nhân viên vận chuyển hành lý cho khách khi tới và khi chuẩn bị rời khách sạn.
- Kết hợp với bộ phận lễ tân trong việc giải quyết các thủ tục check-in và check-out cho khách một cách nhanh nhất
- Tạo điều kiện thuận lợi cho khách khi ra, vào cửa khách sạn
- Phối hợp với bộ phận lễ tân, bộ phận buồng để giải quyết các tình huống nguy hiểm phát sinh
- Duy trì việc kiểm tra và báo cáo thường xuyên và hàng ngày với nhà quản lý
- Kịp thời phát hiện những thay đổi vị trí của các trang thiết bị để ngăn ngừa những tình huống xấu có thể xảy ra.

III. TỔ CHỨC KINH DOANH LƯU TRÚ CỦA KHÁCH SẠN

1. Tổ chức hoạt động phục vụ của bộ phận lễ tân khách sạn

a. Yêu cầu đối với nhân viên lễ tân

- **1.1. Yêu cầu về hình thức thể chất**
 - Bộ phận lễ tân là bộ phận trực tiếp tiếp xúc với khách và cũng là bộ phận đại diện cho khách sạn, nên hình thức bên ngoài của các nhân viên lễ tân cũng là yếu tố quan trọng trong việc giao dịch với khách.
 - công việc của nhân viên lễ tân phải tiếp xúc với nhiều đối tượng khách, giải quyết nhiều tình huống phàn nàn của khách, tiếp nhận và truyền đạt một số lượng lớn thông tin v.v...Do vậy, nhân viên lễ tân cần phải đáp ứng được những yêu cầu về hình thức và thể chất.
- ***. Yêu cầu chung về hình thức thể chất.**
 - - Trẻ trung, có sức khỏe tốt.
 - - Ngoại hình cân đối, không dị hình, dị tật.
 - - Hình thức ưa nhìn, có duyên
 - - Có phong cách giao tiếp tốt
 - - Tác phong nhanh nhẹn
- ***. Yêu cầu vệ sinh cá nhân**
 - Vệ sinh sạch sẽ hàng ngày trước khi đi làm việc
 - Tránh lạm dụng mỹ phẩm

- Luôn mặc đồng phục khi đi làm việc
- Tư thế khi làm việc.

1.2. Yêu cầu về kiến thức và kỹ năng nghiệp vụ

- Được đào tạo về nghiệp vụ lễ tân khách sạn, có văn bằng chứng chỉ về nghiệp vụ lễ tân khách sạn.
- Có khả năng giao tiếp tốt với khách và có kỹ năng bán hàng
- Nắm vững mọi quy định, các văn bản pháp quy về ngành du lịch và các cơ quan quản lý liên quan đến khách và kinh doanh khách sạn.
- Nắm vững nội quy, quy chế quản lý của khách sạn, nội quy đối với người lao động trong khách sạn và trong bộ phận lễ tân, mục tiêu phương hướng của khách sạn.
- Nắm vững sản phẩm của khách sạn và khả năng cung cấp dịch vụ của khách sạn.
- Có kiến thức cơ bản về toán, thanh toán, thống kê, quảng cáo, tiếp thị và hành chính văn phòng.
- Biết rõ các danh lam thắng cảnh, các điểm du lịch của đại phương. Các dịch vụ phục vụ khách trong và ngoài nước.
- Nắm được một số quy tắc về ngoại giao và lễ nghi, phong tục tập quán, tôn giáo, văn hóa, tâm lý khách của một số quốc gia.
- Có kiến thức cơ bản về chính trị, kinh tế, xã hội, lịch sử, văn hóa, địa lý, tâm lý, an ninh để phục vụ khách.

1.3. Yêu cầu về ngoại ngữ và tin học

a. Yêu cầu về ngoại ngữ

- Đối với khách sạn 1-2 sao: biết và sử dụng được tối thiểu 1 ngoại ngữ (tiếng Anh) bằng C trở lên.
- Đối với khách sạn 3 sao: Biết và sử dụng thông thạo tối thiểu 1 ngoại ngữ (tiếng Anh)
- Đối với khách sạn 4 sao: biết và sử dụng 2 ngoại ngữ trong đó 1 ngoại ngữ (tiếng Anh) phải thông thạo 1 ngoại ngữ khác giao tiếp được bằng C trở lên.
- Đối với khách sạn 5 sao: Biết và sử dụng thông thạo hai ngoại ngữ trong đó có 1 ngoại ngữ là Tiếng Anh.

b. Yêu cầu về tin học

Sử dụng thành thạo vi tính phổ thông và vi tính chuyên ngành phục vụ cho hoạt động của lễ tân khách sạn.

1.4. Yêu cầu về đạo đức nghề nghiệp

- Thật thà trung thực
- Siêng năng tỉ mỉ làm việc theo trình tự, chính xác, có hiệu quả
- Có khả năng tổ chức và giải quyết mọi vấn đề một cách hiệu quả
- Năng động, nhanh nhẹn, tháo vát và linh hoạt trong cách giải quyết tình huống
- Cởi mở, hiếu khách, thân ái, lịch sự, tôn trọng và sẵn sàng giúp đỡ khách. Trong mọi trường hợp phải tuân thủ “khách hàng không bao giờ sai”.
- Nhiệt tình trong công việc, biết thuyết phục khách.
- Có tính đồng đội trong công việc, luôn sẵn sàng hỗ trợ và giúp đỡ các nhân viên khác trong công việc.

b. Quy trình phục vụ của bộ phận lễ tân

Một chu trình khách là khoảng thời gian từ khi khách hàng tiềm năng bắt đầu liên hệ với khách sạn để đặt buồng, làm thủ tục đăng ký nhận buồng, lưu trú tại khách sạn cho tới khi khách làm thủ tục kết toán hóa đơn. Được chia thành 4 giai đoạn:

- Giai đoạn trước khi khách đến
- Giai đoạn khi khách đến khách sạn
- Giai đoạn khi khách lưu trú tại khách sạn
- Giai đoạn khi khách thanh toán và rời khách sạn.

Hoạt động của khách sạn là những hoạt động có sự tác động qua lại với khách. Sự tác động này thể hiện mối quan hệ yêu cầu và sự phục vụ.

Một trình tự phục vụ khách có thể được thể hiện như sau:

Trước khi khách đến khách sạn

Khách đến khách sạn

Khách lưu trú tại khách sạn

Khách rời khách sạn

Tiếp nhận

Đặt buồng

Khách Sạn

Đăng KÝ

THANH TOÁN

Phục vụ

Khách lưu trú

Tiến khách

1. Giai đoạn trước khi khách đến (Pre-arrival)

Khách lựa chọn khách sạn: Nhân viên lễ tân giới thiệu các dịch vụ của khách sạn phục vụ khách. Việc khách quyết định tiêu dùng dịch vụ của khách sạn phục vụ của khách sạn phụ thuộc vào nhiều yếu tố:

- Ấn tượng tốt đẹp từ lần nghỉ trước
- Thông tin quảng cáo của khách sạn
- Lời khuyên của bạn bè, người thân

- Tên tuổi và uy tín của khách sạn.
- Vị trí, chất lượng và giá cả dịch vụ của khách sạn.

Và một yếu tố quan trọng nữa là thái độ, năng lực làm việc và sự hiểu biết của nhân viên lễ tân

2. Giai đoạn khách đến khách sạn (Arrival)

Khách đến khách sạn làm thủ tục đăng ký khách sạn: Nhân viên lễ tân đón tiếp khách và làm thủ tục đăng ký khách sạn cho khách.

Đón tiếp khách

Khi khách đến sẽ hình thành mối quan hệ kinh doanh giữa khách với khách sạn thông qua bộ phận lễ tân. Thủ tục đăng ký khách sạn chính là sự chính thức hóa mối quan hệ này.

3. Giai đoạn khách lưu trú tại khách sạn (Occupancy)

Khách lưu trú tại khách sạn: nhân viên lễ tân trực tiếp hoặc phối hợp với các bộ phận khác trong khách sạn để phục vụ khách.

Mục đích của giai đoạn này là tối đa hóa mức độ hài lòng đối với khách để khách tiêu dùng nhiều dịch vụ, để khách quay trở lại vào lần sau hoặc giới thiệu khách sạn với bạn bè, người thân tạo ra nguồn khách trong tương lai cho khách sạn, giúp khách sạn tối đa hóa lợi nhuận.

Trong giai đoạn này nhân viên lễ tân còn phải tiếp nhận và giải quyết phàn nàn của khách.

Trong suốt thời gian lưu trú nhân viên lễ tân theo dõi, cập nhật, tổng hợp các chi phí của khách phục vụ cho việc thanh toán cho khách khi khách trả buồng và rời khách sạn.

4. Giai đoạn khách thanh toán và rời khách sạn.

Nhân viên lễ tân làm thủ tục thanh toán cho khách và tiễn khách.

Công việc chủ yếu là thanh toán, chuyển hóa đơn cho khách, nhận lại chìa khóa.

T tiễn khách tận tình chu đáo để khách cảm nhận được sự quan tâm của khách sạn đối với mình và khuyến khích khách quay trở lại trong tương lai.

2. Tổ chức hoạt động của bộ phận phục vụ buồng ngủ

a. Vị trí, vai trò của bộ phận buồng

Hoạt động của bộ phận phục vụ buồng là một thành phần quan trọng không thể thiếu trong hệ thống hoạt động chung của một doanh nghiệp khách sạn. Bộ phận này thực hiện những trọng trách hết sức quan trọng là bảo đảm điều kiện vật chất cho việc nghỉ ngơi của khách trong thời gian họ lưu trú tại khách sạn và cung cấp những dịch vụ cần thiết gắn liền với việc nghỉ ngơi đó để nó diễn ra 1 cách tốt đẹp

- Tiến hành làm vệ sinh các khu vực: buồng ngủ cho khách thuê, các khu vực công cộng bên trong (các khu vực sử dụng chung dành cho khách và nhân viên của khách sạn) và bên ngoài khách sạn
- Đảm đương công việc giặt là đồ vải cho toàn khách sạn, giặt là quần áo của khách nghỉ lại khách sạn và có thể cung cấp dịch vụ giặt là cho các khách sạn và cơ sở khác ở bên ngoài

b. Yêu cầu đối với nhân viên phục vụ buồng

- + Hình thức thể chất
- + Kiến thức và kỹ năng nghiệp vụ
- + Ngoại ngữ
- + Đạo đức nghề nghiệp

c. Trang thiết bị và cách bố trí

a. Phòng ngủ:

Tạo một cảm giác chung dễ chịu, thoải mái mà khách phải nhận thấy ngay khi bước vào buồng để thỏa mãn nhu cầu này, chúng ta cần phải để ý đến các nội dung như: diện tích, sự bố trí nội thất, đồ đạc trong phòng, trang thiết bị, sự trang trí của phòng.

* *Diện tích:* tạo ảnh hưởng rất lớn đến cảm giác thoải mái của khách hàng khi sử dụng phòng, vì vậy nó là một trong những tiêu chuẩn quan trọng phản ánh chất lượng sản phẩm phòng. Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn ở VN, diện tích tối thiểu của buồng ngủ và phòng vệ sinh đối với một khách sạn để được xếp hạng:

- | | |
|----------------------|------------------|
| - Buồng đơn: | 9m ² |
| - Buồng đôi: | 14m ² |
| - Buồng 3, 4 giường: | 18m ² |
| -Buồng 2 phòng: | 22m ² |
| - Phòng vệ sinh: | 3m ² |

Diện tích cần thiết cho một buồng phụ thuộc vào hạng khách sạn và loại phòng theo quy định phân loại xếp hạng khách sạn VN:

Loại khách sạn	Phòng đơn (m ²)	Phòng đôi (m ²)
1 sao	22	28
2 sao	26	32
3 sao	32	38
4,5 sao	40	46

* *Sự bố trí nội thất*: tùy theo loại hạng khách sạn và đặc điểm của khách hàng mục tiêu mà khách sạn bố trí nội thất cho phù hợp.

Sự bố trí nội thất trong buồng ngủ phải đảm bảo sự thuận tiện cho khách trong sinh hoạt (giảm tiếng ồn từ bên ngoài, đi lại, sử dụng trang thiết bị thuận tiện), để bảo dưỡng, dễ làm phòng....

+ **Bố trí mặt bằng**: một trong những cách giảm tiếng ồn từ hành lang bên ngoài là việc bố trí sảnh đệm.

1. Hành lang; 2 Sảnh đệm; 3.Phòng vệ sinh; 4. Giá để hành lý; 5 Phòng ngủ; 6 Phòng tiếp khách

* *Trang trí nội thất*: khi trang bị vật liệu nội thất cần phải đặc biệt chú ý khả năng bảo dưỡng để tránh khi sử dụng sau này

+ Trong buồng ngủ:

- Tường: để đảm bảo tính thẩm mỹ, mang lại cảm giác ấm cúng, tường thường được phủ bằng một lớp vật liệu. Vì vậy, yêu cầu là phải đảm bảo tính thẩm mỹ và chịu được sự va chạm, cọ xát. Các loại vật liệu thường được sử dụng:

+ Sơn vôi: màu sơn phong phú , chịu được sự cọ rửa nhưng lại khó thay đổi màu sắc phù hợp với đối tượng khách

+ Giấy tường

+ Gỗ, tơ, sợi, mây tre có khả năng ốp tường mang đậm bản sắc văn hóa VN. Tuy nhiên chi phí bảo trì cao, đặc biệt côn trùng trú ẩn.

+ Nền nhà: yêu cầu để làm vệ sinh, ít gây tiếng ồn khi đi lại. Các vật liệu vật liệu thường sử dụng là: Đá Granite, gạch hoa , thảm, gỗ, nhựa tổng hợp....

+ Thảm lót sàn tạo một cảm giác sang trọng, không khí ấm cúng, thư giãn, giảm tiếng ồn cho việc đi lại, thảm được coi là một trong những bộ phận trang trí để bảo đảm hiệu quả cách âm theo tiêu chuẩn xếp hạng với khách sạn. Khách sạn 3 sao phải có thảm trải toàn bộ phòng ngủ. Khách sạn 4 sao phải có thảm trải toàn bộ phòng ngủ, hành lang và cầu thang.

+ Máy lạnh: mang lại cảm giác dễ chịu cho sự tiện nghi về nhiệt độ, độ ẩm và sự sạch trong không khí, đặc biệt trong điều kiện nhiệt độ, độ ẩm nóng của nước ta.

** Yêu cầu đối với máy lạnh*

- Công suất của máy lạnh được tính vào thể tích của các gian đủ để đưa nhiệt độ của phòng khách ở đạt đến nhiệt độ từ 18° đến 20°C , ở phòng tắm từ 20° đến 24°C

- Máy lạnh chạy êm, hiệu suất sử dụng điện tốt.

- Vị trí đặt máy lạnh thích hợp, đảm bảo phủ lạnh rộng rãi, không thổi thẳng hơi lạnh vào khách, đặc biệt và giường và bàn làm việc

* Hệ thống ánh sáng: trong phòng ngủ và phòng sinh hoạt ta có thể sử dụng những loại ánh sáng như sau:

+ Ánh sáng trực tiếp: toàn bộ ánh sáng được rọi lên trần nhà hay khu vực làm việc

+ Ánh sáng gián tiếp: được chiếu rọi lên trần nhà hay lên tường từ đó ánh sáng phản chiếu êm dịu xuống cả phòng

+ Hệ thống ánh sáng hỗn hợp: Ánh sáng vừa chiếu trực tiếp vừa chiếu gián tiếp.

Cần có ánh sáng không lóa mắt, tạo điều kiện nhìn tối đa.

** Trong phòng tắm:*

+ Tường: Tùy thuộc vào sự bắn ra và sự tung tóe của nước và những kiểu vết bẩn thường gặp. Do đó tường và lớp phủ tường của phòng tắm phải không được thấm nước, không dễ mục ẩm, dễ lau chùi và cọ rửa, có thể sử dụng gạch men, gạch plastic hoặc sợi tông hợp nhanh khô.

+ Nền nhà: Phải đảm bảo không thấm nước và không gây trượt, có thể sử dụng gạch nhám, gạch plastic.

+ Hệ thống thông gió: rất quan trọng trong phòng tắm và ở đây có độ ẩm cao, gây khó chịu cho khách và làm cho trang thiết bị dễ bị hư hỏng, có thể sử dụng hệ thống thông gió tự nhiên

** Hệ thống điện và đèn trong phòng tắm:*

- Phải đảm bảo an toàn

- Chú ý lớp bảo vệ của hệ thống dây dẫn, sự an toàn cho người sử dụng cầu dao, công tắc, bóng điện

- Gương soi mặt phải luôn đảm bảo ánh sáng 1 chiều hay nhiều bóng điện và cần có hộp đèn để tránh chói mắt.

- Màu sắc của ánh sáng được tính đến để lựa chọn theo yêu cầu đạt được của một không gian riêng tư và làm tôn vẻ đẹp của khuôn mặt khi vừa tắm xong. Do đó một nguồn ánh sáng vàng tốt hơn nguồn ánh sáng trắng

* *Trang thiết bị trong phòng*: Việc mua sắm trang thiết bị trong phòng ngủ cần phải xem xét dựa vào các yêu cầu sau:

- Trang thiết bị trong phòng là khoản đầu tư quan trọng khá lâu dài, khẳng định phẩm chất, hình ảnh nhãn hiệu của khách sạn. Do đó chỉ cần một vật dụng không hài hòa sẽ phá vỡ tính hài hòa chung và gây khó chịu cho khách, tạo ra sự đánh giá không tốt và làm giảm sự hài lòng về sản phẩm của khách sạn. Vì vậy cần lập hồ sơ bố trí trang thiết bị trên mặt bàn, mặt tường...

- Trang thiết bị phải được căn cứ vào độ bền, tính dễ bảo dưỡng và quan hệ giá cả chất lượng của nó

- Trang thiết bị phải đáp ứng những loại khách hàng khác nhau trên quan điểm tiện nghi và hữu ích.

- Trong phòng ngủ: giường và đồ vải của giường

* *Giường*: Phụ thuộc vào khí hậu và đặc điểm của khách hàng – khách sạn sẽ sử dụng các loại giường khác nhau

+ Giường đôi: Không nên đặt sát góc hay tường

+ Giường đơn: ít phổ biến và thường sử dụng cho khách công vụ, khách lẻ và khách đi họp

+ Giường lớn ghép: Loại giường có thể tách ra hay ghép vào

+ Giường phụ: dùng để bố trí thêm khi khách yêu cầu, mỗi tầng nên có một kho chứa giường phụ

+ Ghế nằm

* *Bộ đồ giường*: Một bộ đồ giường chất lượng cao sẽ mang lại cho khách sự nghỉ ngơi tuyệt vời và cho khách sạn thời gian sử dụng lâu dài, bao gồm: lò co, đệm, vải bọc, ga trải giường, gối, vỏ gối, chăn....

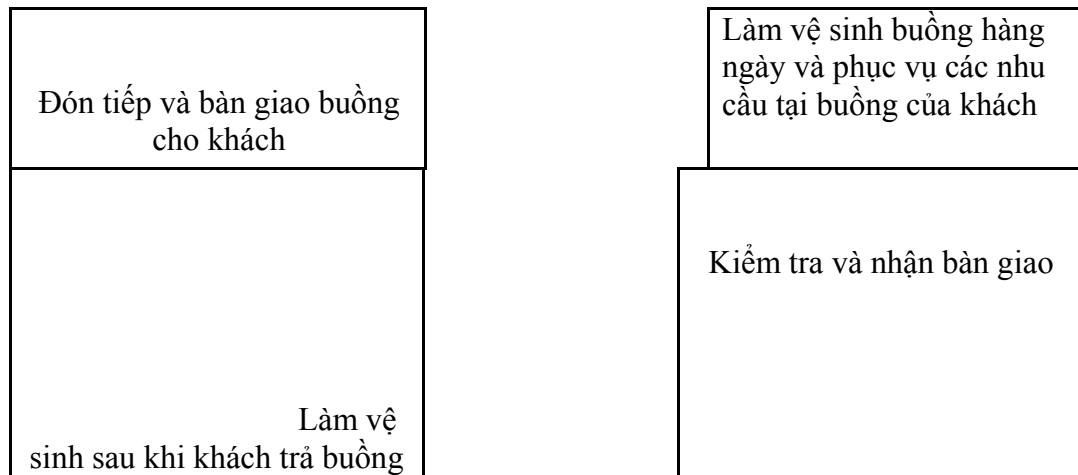
- Tất cả các đệm phải có tấm bọc để tháo ra giặt là.

* *Các loại bàn ghế*: Bàn đầu giường, bàn làm việc, ghế

* *Tủ*: thường là tủ có nhiều ngăn và một bên để treo quần áo đang mặc hay đã ủi

* *Rideaux*: có các chức năng: ngăn ánh sáng, giảm tiếng ồn và đặc biệt góp phần trang trí cho phòng. Màu sắc và kích thước của rideaux phụ thuộc vào kích cỡ của phòng. Chất lượng và phong cách các đồ gỗ, màu tường và màu sàn nhà, thảm. Có nhiều chất liệu để lựa chọn nhưng phải đảm bảo yêu cầu bền, chắc, liền mảnh, bền màu, dễ bảo dưỡng và khó bắt lửa.

d. Quy trình phục vụ khách lưu trú



Do ý nghĩa quan trọng của hoạt động phục vụ buồng mà yêu cầu đặt ra cho các nhà quản lý của bộ phận này là phải xây dựng một quy trình tiêu chuẩn để phục vụ:

- Mô tả chi tiết trình tự các bước tiến hành và yêu cầu kỹ thuật cần thiết cho việc thực hiện từng công việc cụ thể:
 - Cách thức đón tiếp, đưa khách vào buồng và bàn giao buồng cho họ
 - Quy trình và yêu cầu kỹ thuật làm vệ sinh phòng phòng ngủ của khách
 - Quy trình và yêu cầu kỹ thuật làm vệ sinh phòng phòng vệ sinh
 - Quy trình và yêu cầu kỹ thuật làm giường
 - Quy trình và yêu cầu kỹ thuật sử dụng các hóa chất tẩy rửa
 - Quy trình và yêu cầu xử lý các đồ bỏ quên của khách trong khách sạn
- Các yêu cầu về trang phục và vệ sinh cá nhân phục vụ buồng
- Các yêu cầu về thẩm mỹ cho việc trang trí buồng ngủ cho khách mang trong phong cách riêng của khách sạn.
- Các yêu cầu về tốc độ và thời điểm thực hiện từng loại công việc cũng như những yêu cầu khác về an toàn lao động cho nhân viên....

Quá trình xây dựng quy trình tiêu chuẩn phục vụ của bộ phận buồng phải đáp ứng một số yêu cầu sau:

- Quy trình tiêu chuẩn phục vụ buồng phải được viết bằng ngôn ngữ dễ hiểu và phải diễn đạt một cách đơn giản để nhân viên dễ làm theo
- Các nội dung cụ thể của quy trình tiêu chuẩn phục vụ buồng phải được thay đổi và hoàn thiện khi thấy cần thiết cho phù hợp với yêu cầu thực tế
- Quy trình tiêu chuẩn phục vụ buồng phải đảm bảo nâng cao năng suất của lao động của toàn bộ phận
- Quy trình tiêu chuẩn phục vụ phải được thông qua trong toàn bộ phận

CHƯƠNG IV

PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH TRONG KHÁCH SẠN – NHÀ HÀNG

I. KHÁI NIỆM

Phân tích các hoạt động kinh doanh của khách sạn là nghiên cứu toàn bộ hoạt động của các cơ sở đối với mục đích phát hiện tiềm năng nhằm thực hiện và thực hiện vượt mức một cách có kế hoạch và có hệ thống với chi phí thấp nhất về lao động sống và lao động vật chất

- Công tác phân tích phải dựa trên các yêu cầu sau:

- + Văn bản, giấy tờ hợp pháp
- + Phải mang tính chủ quan
- + Phải mang tính tổng hợp

II. NỘI DUNG PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN

1. Phân tích nguồn khách của khách sạn

- Xác định được vị thế của doanh nghiệp trên thị trường khách sạn trong kỳ phân tích thông qua chỉ tiêu thị phần

- Xác định được các đoạn thị trường mục tiêu của khách sạn, xây dựng và hoàn thiện chính sách marketing hỗn hợp cho từng đoạn thị trường mục tiêu, làm kế hoạch cho dạng khách thuê buồng đặt trước với thời hạn ngắn (khách đi lễ) và khách thuê buồng đặt trước với thời gian dài hơn .

- Xây dựng kế hoạch kinh doanh chung của khách sạn và cho từng bộ phận kinh doanh trong khách sạn. Sự ước tính và kiểm soát việc cho thuê buồng là mục tiêu chính của công tác quản lý. Số lượng buồng được thuê và số lượng khách ở trong khách sạn là cơ sở chính ảnh hưởng hầu hết đến các hoạt động kinh doanh khách sạn

** Các chỉ tiêu về khách*

Các chỉ tiêu chung về ngày khách thực hiện trong kỳ phân tích

- Chỉ tiêu về ngày khách tiêu dùng dịch vụ buồng ngủ
- Chỉ tiêu về lượt khách tiêu dùng dịch vụ ăn uống
- Chỉ tiêu về lượt khách tiêu dùng dịch vụ bổ sung

** Cơ cấu khách theo từng loại dịch vụ*

- Cơ cấu khách tiêu dùng dịch vụ buồng:

Khách nội địa: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách quốc tế: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách của doanh nghiệp lữ hành: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách tự tổ chức tiêu dùng: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách công vụ: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách nghỉ ngơi, tham quan: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách đi với mục đích khác: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách đặt chắc chắn dịch vụ của khách sạn với thời hạn dài: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách đặt không chắc chắn dịch vụ của khách sạn với thời hạn dài: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách đặt dịch vụ của khách sạn với thời hạn ngắn: Số lượng? Tỷ lệ?

- Cơ cấu khách tiêu dùng dịch vụ ăn uống:

Khách ở trong khách sạn: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách ở ngoài khách sạn: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách đặt tiệc (hội nghị, các sự kiện khác): Số lượng? Tỷ lệ?

Khách đặt tiệc (cưới, sinh nhật...): Số lượng? Tỷ lệ?

Khách lẻ: Số lượng? Tỷ lệ?

- Cơ cấu khách tiêu dùng các dịch vụ bổ sung:

Khách ở trong khách sạn: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách ở ngoài khách sạn: Số lượng? Tỷ lệ?

Trong đó cần phân tích làm rõ khách tiêu dùng dịch vụ bổ sung không phải là khách đang thuê buồng của khách sạn. Cụ thể là:

Khách cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp: Số lượng? tỷ lệ?

Khách gia đình: Số lượng? Tỷ lệ?

Khách lẻ: Số lượng? Tỷ lệ?

2. Phân tích doanh thu của khách sạn

Khách sạn không thể điều chỉnh những thay đổi nguồn cung cấp hoặc điều chỉnh về mức độ hàng hóa và dịch vụ cung cấp trong khách sạn. Vì vậy khách sạn phải thiết lập và sử dụng hệ thống kiểm soát nguồn thu. Các yếu tố chính cấu thành hệ thống kiểm soát bao gồm: kế hoạch, mục đích và mục tiêu, ngân sách, tiêu chuẩn, quản lý dựa trên mục tiêu.:

Dự tính số buồng được thuê → Dự tính khối lượng thức ăn và đồ uống → Dự tính thu nhập của khách sạn → dự tính các khoản chi → Dự tính lãi hoặc lỗ.

Phân tích chỉ tiêu tổng doanh thu

Tổng doanh thu của khách sạn bao gồm tất cả các khoản tiền thu từ việc tiêu thụ sản phẩm của khách sạn trong kỳ phân tích (kỳ phân tích có thể là hàng ngày, hàng tháng, hàng quý, hàng năm)

- Doanh thu từ dịch vụ cho thuê buồng
- Doanh thu từ dịch vụ ăn uống
- Cơ cấu của tổng doanh thu

* Cơ cấu của tổng doanh thu theo các đối tượng khách

- Doanh thu từ khách quốc tế: Số lượng? Tỷ lệ?
- Doanh thu từ khách nội địa: Số lượng? Tỷ lệ?
- Doanh thu từ khách của doanh nghiệp lữ hành: Số lượng? tỷ lệ?
- Doanh thu từ khách hội họp của các tổ chức: Số lượng? Tỷ lệ?
- Doanh thu từ khách tự tổ chức tiêu dùng: Số lượng? Tỷ lệ?

3. Phân tích chi phí của khách sạn

Hoạt động kinh doanh khách sạn hàng ngày, hàng giờ luôn gắn liền với các chi phí như làm vệ sinh, giặt đồ vải, ánh sáng bảo dưỡng, chi phí lương thực thực phẩm, đồ uống, phục vụ Lượng chi phí nhiều hay ít còn phụ thuộc vào quy mô, khối lượng công việc, tính hoàn thiện trong công tác quản lý và thực hành tiết kiệm của khách sạn

Chỉ tiêu tổng quát về chi phí của khách sạn (giá trị tuyệt đối)

$$TC = C_1 + C_2 + C_3$$

Trong đó:

TC: Tổng chi phí kinh doanh của khách sạn trong kỳ phân tích

C₁: Chi phí kinh doanh lưu trú

C₂: Chi phí kinh doanh ăn uống

C₃: Chi phí kinh doanh các dịch vụ bổ sung

4 Phân tích lợi nhuận của khách sạn

Bản chất hoạch toán kinh doanh tìm ra lợi nhuận thuần. Lợi nhuận thuần là phần còn lại của khách sạn sau khi trừ tất cả các khoản chi phí

Công thức tính:

$$P = TR - TC$$

Trong đó:

P: là lợi nhuận thuần trong kỳ phân tích

TR: Tổng doanh thu của khách sạn trong kỳ phân tích

TC: là tổng chi phí của khách sạn trong kỳ phân tích

Đây là chỉ tiêu quan trọng nhất phản ánh toàn bộ kết quả mà nhà kinh doanh khách sạn mong đợi cũng như mục đích hướng tới của họ.

5. Các chỉ tiêu đặc trưng trong hoạt động kinh doanh khách sạn

Các chỉ tiêu tương đối đặc trưng của khách sạn là tỷ lệ % phản ánh chi phí tác nghiệp, lợi nhuận gộp và lợi nhuận thuần trong tổng doanh thu của kinh doanh khách sạn. Các tỷ lệ % chi phí cho các hoạt động tác nghiệp và tỷ lệ lợi nhuận trong tổng thu giúp các nhà quản lý của khách sạn ra các quyết định kịp thời. Thứ nhất, đánh giá được hiệu quả của việc sử dụng chi phí. Thứ hai, dùng kết quả tính toán được ở từng loại chi phí, lợi nhuận để so sánh với kết quả tương ứng của đối thủ cạnh tranh với cùng kỳ năm trước, hoặc kỳ trước đó và kết quả trung bình của toàn ngành nhằm xác định điểm mạnh, điểm yếu, tìm nguyên nhân để có giải pháp phù hợp.

Các tỷ lệ chi phí tác nghiệp bao gồm:

Chi phí quản lý

* Tỷ lệ chi phí quản lý điều hành = ----- x 100

Doanh thu

Chi phí tiền công

$$\text{* Tỷ lệ chi phí tiền công} = \frac{\text{-----}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

Chi phí các khoản thuế

$$\text{* Tỷ lệ chi phí các khoản thuế} = \frac{\text{-----}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

Chi phí quảng cáo

$$\text{* Tỷ lệ chi phí quảng cáo} = \frac{\text{-----}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

Chi phí nghiên cứu marketing

$$\text{* Tỷ lệ chi phí marketing} = \frac{\text{-----}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

** Các tỷ lệ lợi nhuận bao gồm:*

Lợi nhuận gộp

$$\text{* Tỷ lệ lợi nhuận gộp} = \frac{\text{-----}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

Lợi nhuận thuần

$$* \text{ Tỷ lệ lợi nhuận thuần} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

Doanh thu

** Các hệ số quay vòng kho và sử dụng buồng hoặc giường, chỗ ngồi ăn bao gồm:*

Chi phí vốn

$$* \text{ Hệ số quay vòng kho} = \frac{\text{Chi phí vốn}}{\text{Chi phí tồn kho trung bình}}$$

Chi phí tồn kho trung bình

Số buồng được thuê

$$* \text{ Hệ số sử dụng buồng} = \frac{\text{Số buồng được thuê}}{\text{Tổng số buồng theo thiết kế}}$$

Tổng số buồng theo thiết kế

Số giường được thuê

$$* \text{ Hệ số sử dụng giường} = \frac{\text{Số giường được thuê}}{\text{Tổng số giường theo thiết kế}}$$

Tổng số giường theo thiết kế

Số chỗ ngồi được sử dụng

$$* \text{ Hệ số sử dụng chỗ ngồi ăn} = \frac{\text{Số chỗ ngồi được sử dụng}}{\text{Tổng số chỗ ngồi theo thiết kế}}$$

Tổng số chỗ ngồi theo thiết kế

III. BÀI TẬP ỨNG DỤNG PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH KHÁCH SẠN NHÀ HÀNG

- Phương pháp tính hệ số thời vụ trong hoạt động kinh doanh khách sạn
- Cách tính công suất sử dụng buồng giường
- Phân tích tình hình biến động nguồn khách
- Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn
- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu của khách sạn

CHƯƠNG V

TỔ CHỨC KINH DOANH DỊCH VỤ ĂN UỐNG

I. KHÁI NIỆM

Kinh doanh ăn uống luôn là một mảng hoạt động không thể thiếu của các cơ sở kinh doanh khách sạn hiện đại. Trong thời đại ngày nay, nhu cầu ăn uống ở bên ngoài của con người ngày càng đóng vai trò quan trọng trong đời sống. Nhà hàng chính là nơi nhiều người muốn tìm đến để thỏa mãn nhu cầu của họ

Hoạt động kinh doanh ăn uống trong khách sạn là nhằm thỏa mãn nhu cầu ăn uống tại điểm du lịch của khách du lịch và của số đông khách là người địa phương. Vì thế việc tổ chức hoạt động này đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao cả về công tác quản lý lẫn công tác tổ chức thực hiện trong tất cả các khâu của quá trình hoạt động. Hiệu quả cuối cùng của hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực này hoàn toàn phụ thuộc vào trình độ quản lý và tổ chức thực hiện trong tất cả các giai đoạn của quá trình đó.

II. KẾ HOẠCH THỰC ĐƠN

1. Phân loại thực đơn

+ *Thực đơn cố định là thực đơn không thay đổi*

Ưu điểm của loại thực đơn này là nhân viên nhà bếp rất quen thuộc với việc chế biến chúng. Họ đã có nhiều kinh nghiệm nên thường có các món ăn đạt đến yêu cầu kỹ thuật cao.

Tuy về nhược điểm lớn nhất của việc sử dụng loại thực đơn này là khách hàng thường xuyên của nhà hàng dễ cảm thấy nhàm chán vì không có được những lựa chọn mới đối với họ

+ *Thực đơn theo chu kỳ: là thực đơn thay đổi theo chu kỳ nhất định*

Thực đơn này thường thay đổi trong khoảng thời gian từ 1 đến 3 tháng tùy thuộc vào điều kiện kinh doanh của từng nhà hàng. Sự thay đổi định kỳ của thực đơn giúp khách có nhiều sự lựa chọn hơn và cho phép nhà hàng xây dựng kế hoạch cho việc tổ chức mua và nhập hàng cũng như lưu trữ trong kho

Nhược điểm của loại thực đơn này là một số khách hàng đã quen thuộc với những món ăn ưa thích của nhà hàng khi thực đơn thay đổi họ sẽ không đến nhà hàng nữa.

+ *Thực đơn không có sự lựa chọn*: Là thực đơn trong đó bao gồm tất cả các món ăn, đồ uống sẽ đưa ra phục vụ khách trong bữa ăn với một mức giá xác định.

Trong thực đơn nhà hàng thiết kế sẵn một sự kết hợp, hợp lý giữa các món ăn, đồ uống theo kinh nghiệm phục vụ khách hàng mục tiêu của mình

Thực đơn này thường chỉ được sử dụng trong các bữa tiệc hoặc cho một số bữa ăn trong tuần hoặc trong tháng

+ *Thực đơn có nhiều sự lựa chọn*: là thực đơn bao gồm rất nhiều chủng loại món ăn và đồ uống được sắp xếp theo một trình tự nhất định. Mỗi một món ăn, đồ uống trong thực đơn có nhiều mức định lượng và có một mức giá tương ứng được xác định riêng.

Khách hàng có thể lựa chọn món ăn theo sở thích trong sự kết hợp của nhiều chủng loại món ăn đồ uống khác nhau

Khó khăn của các nhà hàng khi đưa ra thực đơn này là đòi hỏi phải có khả năng cung ứng và bảo quản nguyên vật liệu với số lượng lớn.

+ *Thực đơn trong ngày*: Là thực đơn thay đổi hàng ngày trong tuần

Nhà hàng xác định thực đơn tùy thuộc vào tính tươi sống của nguyên liệu thực phẩm, khả năng kết hợp giá trị dinh dưỡng của các món ăn, phương pháp chế biến chúng, khả năng cung ứng của nhà hàng và trình độ của đầu bếp

Sự hấp dẫn của nhà hàng sẽ bị giảm đi khi sử dụng loại thực phẩm này nếu tay nghề của đầu bếp hạn chế.

2. Yêu cầu đối với kế hoạch thực đơn của nhà hàng

- Nhu cầu và sở thích của thị trường khách hàng mục tiêu của nhà hàng
- Trình độ tay nghề của đội ngũ nhân viên bếp
- Công suất của các loại máy móc thiết bị được sử dụng trong nhà bếp
- Mục tiêu lợi nhuận và chính sách giá cả của nhà hàng tại mỗi thời điểm
- Khả năng phục vụ tối ưu cho phép của nhà hàng
- Yêu cầu về chế độ dinh dưỡng trong các bữa ăn cho các đối tượng khách
- Các yêu cầu về thương phẩm khác
- Các loại thực đơn mà nhà hàng hiện đang sử dụng
- Tình hình thực đơn của nhà hàng là đối thủ cạnh tranh của nhà hàng trên thị trường

Để có được những thực đơn hợp lý, mang lại hiệu quả kinh tế cao cho nhà hàng, khi xây dựng thực đơn các chuyên gia còn cần phải quan tâm tới những yêu cầu cơ bản của một thực đơn như:

- Phải phù hợp với thói quen ăn uống và khẩu vị dân tộc của thị trường khách hàng mục tiêu của nhà hàng
- Phải cho phép khách hàng có nhiều sự lựa chọn nhất
- Cơ cấu các món ăn cung cấp trong thực đơn phải thật phong phú, tránh gây cảm giác nhàm chán cho khách.
- Chi phí của các món ăn phải tương xứng với khả năng thanh toán của khách hàng mục tiêu
- Phải đạt được yêu cầu Marketing của khách hàng
- Phải đảm bảo yêu cầu về chất lượng của món ăn
- Phải chú ý tới yêu cầu về lợi nhuận của nhà hàng
- Phải thỏa mãn yêu cầu về thẩm mỹ của các món ăn đưa ra trong thực đơn về màu sắc, mùi vị và sự kết hợp của các nguyên vật liệu trong một món ăn.

3. Thiết kế và trình bày thực đơn

* Hình thức của thực đơn: phải đảm bảo đẹp mắt, hấp dẫn về cách trình bày và màu sắc sao cho phải gây ấn tượng tích cực đối với người đọc.

* Kiểu chữ: phải dùng phong chữ dễ xem, rõ ràng và gây sự chú ý, không dùng các phong chữ trông rối mắt

* Bìa: thực đơn nên được đóng trong bìa cứng hoặc được bọc bìa ở bên ngoài

* Kích thước của thực đơn: nên vừa phải không nên sử dụng những kích thước quá to hoặc quá nhỏ

* Giấy: nên sử dụng chất liệu giấy tốt, đảm bảo độ bền và đẹp

* Đồ họa trang trí: phải độc đáo sáng sủa và không được có màu tối gây khó chịu mắt

* Thực đơn nhất thiết phải có đề mục rõ ràng, gây ấn tượng và đem lại tác động marketing tích cực

* Các thực đơn phải được thiết kế sao cho có những khoảng trống thích hợp, không nên bố trí quá dày, quá kín và tối.

* Ngôn ngữ được sử dụng trong thực đơn phải tùy thuộc vào thị trường khách hàng. Có thể sử dụng song ngữ tiếng Việt và ngôn ngữ chính mà khách hàng mục tiêu sử dụng

* Trong mỗi thực đơn nên dành một vài trang trống để có thể bổ sung thêm các món ăn đặc biệt và mới khi thấy cần thiết.

* Trên mỗi thực đơn cần phải in tên, địa chỉ và số điện thoại của nhà hàng một cách rõ ràng.

III. TỔ CHỨC PHỤC VỤ TRỰC TIẾP TẠI NHÀ HÀNG.

1. Chuẩn bị phòng ăn, bày bàn ăn.

Nhiệm vụ của nhân viên phục vụ bàn trong nhà hàng khách sạn là phải tạo ra một môi trường, khung cảnh, điều kiện đặc biệt sao cho khách đến nhà hàng ăn uống sẽ có cảm giác thư giãn, vui vẻ, thoải mái nhất. Mục đích của nhà hàng là phải hấp dẫn, thu hút khách đến ăn uống không chỉ bằng chất lượng và sự đa dạng của các món ăn, đồ uống, mà còn bằng bầu không khí dễ chịu, thoải mái với sự phục vụ ân cần, chu đáo và nhiệt tình của những nhân viên phục vụ trực tiếp ở đó. Để giảm thiểu những sơ suất có thể xảy ra trong thời gian phục vụ trực tiếp khi khách tới nhà hàng, rất cần một sự chuẩn bị phục vụ thật sự chu đáo. Chính vì vậy giai đoạn chuẩn bị phòng ăn đóng vai trò hết sức quan trọng.

- Nội dung của công việc chuẩn bị phòng ăn là:
 - Làm vệ sinh phòng ăn
 - Sắp xếp kê bàn ghế trong phòng ăn
 - Trải khăn, trải bàn
 - Bày biện bàn ăn
 - Nhân viên phục vụ tự chuẩn bị vệ sinh cá nhân.

2. Đón tiếp và mời khách định vị tại nhà hàng.

Công việc này có thể được thực hiện theo cách chuyên môn hóa. Tức là có thể phân công cho những nhân viên có khả năng giao tiếp tốt, có khả năng nắm bắt tâm lý tốt làm việc ở cung đoạn phục vụ, tiếp khách trực tiếp như: đón tiếp khách mới đến cửa hàng, ời thực đơn, nhận đặt ăn của khách, bưng đưa, gấp rút thức ăn đồ uống phục vụ khách trong bữa ăn...Như vậy sẽ làm tăng sự cảm nhận tốt của khách về chất lượng dịch vụ của nhà hàng

Ngoài ra nhân viên đón tiếp khách phải là người hiểu biết sâu sắc về các món ăn đồ uống của nhà hàng, thậm chí cả về cách chế biến món ăn, về phong tục

tập quán trong ăn uống của các vùng miền dân tộc khác nhau nhằm có kỹ năng bán hàng tốt nhất và tối đa hóa doanh thu cho nhà hàng.

Việc thực hiện đón tiếp khách nhất thiết phải được thực hiện theo những nguyên tắc giao tế thích hợp và tuân thủ nghiêm quy trình phục vụ.

3. Tổ chức phục vụ trực tiếp trong thời gian khách ăn uống tại nhà hàng

Trong giai đoạn này nhân viên phục vụ phải tiếp xúc trực tiếp với khách một khoảng thời gian tương đối dài và phải thực hiện nhiều động tác kỹ thuật. Yêu cầu đặt ra trong giai đoạn này đối với nhân viên phục vụ bàn là:

- Luôn tỏ thái độ tốt với mọi khách hàng trong suốt quá trình phục vụ
- Tốc độ phục vụ phải nhanh và đặc biệt chú ý đến đảm bảo thời điểm phục vụ món ăn phải kịp thời.
- Phải thuần thục trong các thao tác kỹ thuật phục vụ trực tiếp để chứng minh tính chuyên nghiệp của nhân viên nhà hàng – điều đó giúp phân biệt thứ hạng của các nhà hàng sang trọng hay không. Điều đó sẽ có quyết định đối với mức phí phục vụ nhà hàng.

4. Thanh toán, tiễn đưa và thu dọn bàn ăn

Đây là giai đoạn cuối cùng trong quá trình phục vụ một lượt khách của nhà hàng. Điều quan trọng nhất là đòi hỏi nhân viên phục vụ bàn phải biết kiên trì, nhẫn nại và lịch sự trong thời gian đợi khách ăn xong và thanh toán tiền. Tính chính xác cao cũng là yêu cầu không thể thiếu của giai đoạn phục vụ này.

Công việc tiễn khách đòi hỏi những kiến thức giao tiếp của nhân viên phục vụ bàn. Quyền chủ động chào trước khi chia tay thuộc về khách. Ngay sau khi khách đã rời khỏi nhà hàng, nhân viên phục vụ phải khẩn trương thu dọn bàn ăn để tiếp tục phục vụ lượt khách tiếp theo. Người phục vụ phải có khả năng tính nhanh hệ số sử dụng chỗ ngồi hàng bữa của nhà hàng để chủ động tìm cách tận khả năng quay vòng chỗ ngồi cho nhà hàng.

CHƯƠNG VI

CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG KHÁCH SẠN

I. KHÁI NIỆM

1. Chất lượng

- Cách tiếp cận chất lượng theo sự tuyệt hảo
- Tiếp cận chất lượng dựa trên sản phẩm
- Tiếp cận chất lượng trên gốc độ sản xuất
- Tiếp cận gốc độ người sử dụng
- Tiếp cận chất lượng theo quan điểm giá trị

Theo quan điểm cổ điển, người ta coi: chất lượng là mức độ phù hợp với các quy định định sẵn về một đặc tính của sản phẩm

Theo quan điểm hiện đại thì: “Chất lượng là sự phù hợp với mục đích sử dụng và là mức độ làm thỏa mãn khách hàng”

Tiêu chuẩn ISO 8420 (TCVN 5814 – 94) đã định nghĩa: “Chất lượng là toàn bộ những đặc trưng của một sản phẩm hoặc của một dịch vụ có khả năng làm thỏa mãn những yêu cầu đã đặt ra hoặc tiềm ẩn”.

2. Chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn.

Dịch vụ thường được coi là kết quả của các mối quan hệ giữa nhân viên khách hàng và cơ sở vật chất của một tổ chức theo quan điểm hệ thống

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm khá trừu tượng và khó định nghĩa. Nó là một phạm trù mang tính tương đối và chủ quan. Do những đặc điểm và bản thân dịch vụ mà người ta có thể đưa ra khái niệm chất lượng dịch vụ theo những cách khác nhau:

- Khái niệm chất lượng dịch vụ được cảm nhận là kết quả của một quá trình đánh giá dựa trên các tính chất bề ngoài của của sản phẩm dịch vụ. Vì người tiêu dùng không kiểm tra được chất lượng sản phẩm trước khi mua và họ cũng có ít khi có đầy đủ thông tin về các đặc tính căn bản của sản phẩm dịch vụ, cho nên họ có khuynh hướng sử dụng các cảm giác cảm nhận được trong khi tiêu dùng dịch vụ để đánh giá chất lượng như hình thức bên ngoài và thái độ của nhân viên phục vụ trực tiếp, vẻ bề ngoài của CSVCKT của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ v.v...

- Khái niệm chất lượng dịch vụ “tìm thấy” là những tính năng quan trọng của dịch vụ có thể cho phép khách hàng “tìm thấy”, hay sờ hoặc thấy, như nhiệt độ nước và nhiệt độ không khí luôn giữ ở mức thích hợp của một bể bơi để giúp khách

hàng không cảm thấy lạnh về mùa đông. Việc đảm bảo nước trong bể bơi được làm sạch và thay thường xuyên để không thấy đục và có mùi khó chịu.v.v..

- Khái niệm chất lượng dịch vụ “trải nghiệm” là chất lượng mà khách hàng chỉ có thể đánh giá được sau khi đã sử dụng dịch vụ, hoặc đã tiếp xúc với những nhân viên phục vụ trực tiếp, tức là sau khi đã có sự trải nghiệm nhất định về việc cung cấp dịch vụ của một doanh nghiệp

- Khái niệm chất lượng dịch vụ “tin tưởng” đó là chất lượng của sản phẩm mà khách hàng phải dựa trên khả năng, uy tín, tiếng tăm của nhà cung cấp sản phẩm để đánh giá. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ càng có uy tín, danh tiếng tốt trên thị trường thì người tiêu dùng sẽ có xu hướng tin tưởng vào chất lượng dịch vụ của họ hơn.

Tóm lại, chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá tích lũy của khách hàng dựa trên sự so sánh giữa chất lượng mong đợi (hay dự đoán) và mức độ chất lượng khách hàng đã nhận được.

Hay có thể nói một cách khác: Chất lượng dịch vụ luôn được so sánh với mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng sau khi đã tiêu dùng dịch vụ

Vậy chất lượng dịch vụ khách sạn, theo cách tiếp cận từ góc độ người tiêu dùng, chính là mức độ thỏa mãn của khách hàng của khách sạn.

Chất lượng dịch vụ khách sạn = sự thỏa mãn của khách

II. ĐẶC ĐIỂM CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH SẠN

1. Chất lượng dịch vụ của khách sạn khó đo lường và đánh giá

Đặc điểm này xuất phát từ chính bản chất và đặc điểm của sản phẩm khách sạn. Sản phẩm khách sạn bao gồm 4 thành phần cơ bản: phương tiện thực hiện, hàng hóa bán kèm, dịch vụ hiện và ẩn. Vì thế khi đánh giá chất lượng sản phẩm khách sạn người ta phải đánh giá chất lượng của cả bốn thành tố trên.

Trên thực tế, đánh giá chất lượng của hai thành phần đầu tiên là phương tiện thực hiện dịch vụ hàng hóa bán kèm có thể thực hiện dễ dàng hơn bởi đó là những vật cụ thể hiện hữu. Người ta hoàn toàn có thể sờ mó, nhìn thấy, đo đếm được bằng các số đo có tính quy ước cao. Vì bản thân chúng đều có tính chất hóa, lý cụ thể như độ dài, chiều rộng, kích cỡ, nặng nhẹ, màu sắc mùi vị v.v..Song với hai thành phần sau là dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn mà ta không nhìn thấy, không sờ được và không có những thước đo cụ thể vì thế rất khó lượng hóa khi đánh giá.

Những yếu tố này luôn có thể thay đổi theo thời gian, vì vậy cùng một lúc cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khác nhau sẽ được khách hàng cảm nhận rất khác nhau. Vào các thời điểm khác nhau, cùng một người khách cũng có những cảm nhận đánh giá về chất lượng dịch vụ khách sạn không nhau

2. Chất lượng dịch vụ khách sạn chỉ được đánh giá chính xác qua sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm của khách sạn

- Chất lượng dịch vụ khách sạn phụ thuộc vào sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm.

- Do đặc điểm của sản phẩm dịch vụ khách sạn: quá trình tạo ra và quá trình tiêu dùng của các dịch vụ khách sạn diễn ra gần như đồng thời về thời gian và không gian đã khẳng định: khách hàng đóng vai trò quan trọng đối với sản phẩm dịch vụ khách sạn.

Khách hàng chính là một thành viên không thể thiếu và tham gia trực tiếp vào quá trình này. Họ là “nhân vật chính” trong hoạt động thực hiện dịch vụ khách sạn với tư cách là người tiêu dùng dịch vụ khách sạn. Vì vậy họ vừa có cái nhìn của người trong cuộc, vừa có cái nhìn của người bỏ tiền ra để mua sản phẩm của khách sạn. Đánh giá của họ về chất lượng dịch vụ của khách sạn được xem là chính xác nhất.

Nếu sự cảm nhận của khách về việc cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khách sạn càng tốt thì tức là khách càng cảm thấy mức độ thỏa mãn càng cao. Như vậy với những người không trực tiếp tiêu dùng sản phẩm của khách sẽ không cảm nhận được một cách chính xác chất lượng của sản phẩm khách sạn.

Từ đặc điểm này, các nhà quản lý khách sạn muốn đánh giá chính xác chất lượng dịch vụ của khách sạn phải luôn đứng trên cái nhìn của khách hàng, của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm. Phải cố gắng hiểu một cách chính xác những yêu cầu, mong muốn và đòi hỏi của khách chứ không phải dựa trên sự nhận định hay sự cảm nhận chủ quan của riêng mình để xem xét. Đây cũng chính là sai lầm tương đối phổ biến của nhiều nhà quản lý khách sạn ở khách sạn.

3. Chất lượng dịch vụ khách sạn phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khách sạn.

Một quá trình cung cấp dịch vụ khách sạn bao giờ cũng được thực hiện dựa trên hai nhân tố cơ bản, đó là: CSVCKT của khách sạn đó là những nhân viên tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ. Vì lẽ đó, khi đánh giá chất lượng của dịch vụ khách sạn – chất lượng của một sản phẩm vô hình – khách hàng thường có xu hướng dựa vào chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng để đánh giá chất lượng dịch vụ.

Chất lượng kỹ thuật bao gồm chất lượng của các thành phần của CSVCKT của doanh nghiệp khách sạn hợp thành như: mức độ tiện nghi, hiện đại của các trang thiết bị, mức độ thẩm mỹ trong trang trí nội thất và thiết kế khách sạn, mức độ vệ sinh bên trong và bên ngoài khách sạn và mức độ bảo đảm an toàn trong thiết kế và lắp đặt các trang thiết bị máy móc trong khách sạn.

Chất lượng chức năng bao gồm những yếu tố liên quan tới con người, đặc biệt là những nhân viên phục vụ trực tiếp tại khách sạn. Đó là thái độ, cách ứng xử, khả năng giao tiếp, hình thức bên ngoài của nhân viên, trình độ tay nghề, trình độ

học vấn, tình trạng tâm lý, trình trạng sức khỏe, độ tuổi, giới tính ... của nhân viên phục vụ.

Cả hai thành phần chất lượng kỹ thuật và chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng đều tác động tới hình ảnh của một khách sạn và quyết định đến chất lượng dịch vụ được cảm nhận của khách sạn. Vấn đề đặt ra cho các nhà quản lý khách sạn là phải luôn quan tâm và tìm cách cải thiện cả hai: chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng của khách sạn một cách thường xuyên dựa trên những sự thay đổi trong nhu cầu sở thích và đòi hỏi của thị trường khách hàng mục tiêu của khách sạn.

4. Tính nhất quán cao

- Đó là sự thống nhất cao và thông suốt trong nhận thức và hành động của tất cả các bộ phận, tất cả các thành viên của khách sạn từ trên xuống dưới về mục tiêu chất lượng cần đạt được của doanh nghiệp. Tính nhất quán vì thế cũng đòi hỏi các chủ trương chính sách kinh doanh của khách sạn phải đồng bộ nhau.

- Đó là sự đồng bộ, toàn diện, trước sau như một và đúng như lời hứa mà khách sạn đã công bố với khách hàng. Chất lượng dịch vụ khách sạn đòi hỏi phải tốt ở mọi lúc mọi nơi, cho mọi khách hàng, đòi hỏi đối với nhân viên ở tất cả các bộ phận trong khách sạn.

Điều đó có nghĩa là không thể cho phép tồn tại thứ chất lượng dịch vụ chỉ chú trọng áp dụng cho một vài khu vực “chủ chốt” quan trọng nào đó mà nhà quản lý khách sạn cho rằng khách hàng dễ dàng nhìn thấy nhất để “che mắt thiên hạ” có tính chất đối phó. Chất lượng dịch vụ khách sạn không thể chỉ nằm trong lời hứa hẹn suông rất hay mà khách sạn đã công bố để “cạnh tranh” một cách không lành mạnh với các đối thủ trên các phương tiện quảng cáo v.v...

Tuy nhiên, tính nhất quán của chất lượng dịch vụ khách sạn không được đánh đồng với tính cố định bất biến của khái niệm này. Chất lượng dịch vụ khách sạn không phải chỉ được diễn ra trong một thời điểm nhất định nào đó. Chất lượng dịch vụ khách sạn cũng không thể được xây dựng một lần rồi cứ thế áp dụng mãi mãi mà không thay đổi. Chất lượng dịch vụ khách sạn đòi hỏi phải được hoàn thiện không ngừng và phải được điều chỉnh nếu thấy cần thiết cho phù hợp với yêu cầu thực tế thay đổi của thị trường.

III. Ý NGHĨA CỦA VIỆC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CÁC KHÁCH SẠN Ở VIỆT NAM

1. Gia tăng lợi nhuận cho khách sạn

Chất lượng dịch vụ cao giúp khách sạn giữ chân các khách hàng cũ, tạo ra nhiều khách hàng chung thủy và có thể thu hút nhiều khách hàng mới:

- Giảm thiểu được chi phí quảng cáo, chi phí marketing, tức là giảm giá thành của khách sạn sẽ làm tăng doanh thu của khách sạn.
- Tăng thị phần và duy trì tốc độ tăng trưởng cao về chỉ tiêu khách của khách sạn sẽ làm tăng doanh thu của khách sạn.
- Tăng khách hàng chung thủy cho khách sạn chính là biện pháp nhằm làm khuếch trương uy tín cho thương hiệu của khách sạn – điều mà mọi nhà quản lý kinh doanh mong muốn đạt được

2. Tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán một cách hợp lý trên thị trường

Thị trường khách du lịch là thị trường khách chính, quan trọng nhất của các doanh nghiệp khách sạn. đây cũng là thị trường khách khó tính nhất, có khả năng thanh toán cao và cũng luôn có đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm mà họ mua.

Mặt khác nhu cầu du lịch là nhu cầu của con người muốn được rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình và môi trường sống đầy bận rộn, căng thẳng, nhằm chán hàng ngày để đến một nơi nào đó thú vị hơn. Họ mong muốn được thực hiện sự nghỉ ngơi, thư giãn một cách thoải mái Vì đặc điểm có tính cao cấp này của nhu cầu du lịch mà khách du lịch sẽ dễ bị thuyết phục và chấp nhận bỏ ra nhiều tiền hơn nếu biết chắc chắn rằng họ sẽ mua được những sản phẩm có chất lượng cao hơn

3. Nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn giúp giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho doanh nghiệp

- Chất lượng dịch vụ đươ đảm bảo sẽ giảm khả năng mắc lỗi trong quá trình cung cấp dịch vụ:

* Tối đa hóa các hao phí về thời gian về thời gian và chi phí cho hoạt động kiểm tra, giám sát quá trình cung cấp dịch vụ

* Giảm các chi phí cho việc sửa chữa các sai sót như: chi phí đền bù thiệt hại cho khách; chi phí đối phó các dư luận không tốt về khách sạn; các chi phí xử lý phàn nàn của khách hàng v.v...

- Chất lượng dịch vụ cao sẽ làm giảm các chi phí bất hợp lý về nhân lực vì:

* Những khách sạn duy trì và đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt sẽ cung cấp cho người lao động môi trường làm việc tích cực. Nhân viên có khuynh hướng gắn bó lâu dài và trung thành hơn với doanh nghiệp. Do đó hệ số luân chuyển lao động của khách sạn sẽ giảm, chi phí cho việc tuyển mộ, lựa chọn lại nhân viên do sự xáo trộn thường xuyên giảm.

* Nhân viên thường cảm thấy tự hào khi được làm việc ở những doanh nghiệp có uy tín và danh tiếng trên thị trường, họ nhận thấy những lợi ích của khách sạn gắn chặt với lợi ích của bản thân mỗi người lao động. Để khẳng định và giữ chỗ làm việc của mình người nhân viên thường tự giác, thường xuyên tự nâng cao trình độ nghiệp vụ, tự hoàn thiện những mặt còn thiếu để đáp ứng được yêu cầu thực tế.

như vậy chất lượng dịch vụ cao của các khách sạn đã giúp giảm thiểu các chi phí đào tạo, bồi dưỡng nhân viên cho khách sạn.

Tóm lại là không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ đem lại rất nhiều lợi ích cho các khách sạn kinh doanh trong điều kiện hiện nay.