



TỔNG CỤC DU LỊCH VIỆT NAM PHỐI HỢP VỚI ỦY BAN CHÂU ÂU
DỰ ÁN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM (VTOS)

CÁC TIÊU CHUẨN VTOS LÀ MỘT TRONG NHỮNG KẾT QUẢ CHÍNH CỦA DỰ ÁN,
ĐƯỢC XÂY DỰNG CHO 13 NGHỀ Ở TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN NHƯ SAU:

Khách sạn

NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ
NGHIỆP VỤ AN NINH KHÁCH SẠN
NGHIỆP VỤ BUỒNG
NGHIỆP VỤ LỄ TÂN
NGHIỆP VỤ NHÀ HÀNG
KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN ÂU
KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN VIỆT NAM
KỸ THUẬT LÀM BÁNH ÂU
NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUỒNG KHÁCH SẠN

Lữ hành

NGHIỆP VỤ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
NGHIỆP VỤ ĐIỀU HÀNH TOUR
NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH
NGHIỆP VỤ HƯỚNG DẪN DU LỊCH

VĂN PHÒNG BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN

Tầng 2, Nhà 6, Khách sạn Kim Liên 2, số 7 Đào Duy Anh, Hà Nội, Việt Nam
Tel: (84 4) 3577 0663 | Fax: (84 4) 3577 0665 | Email: hrrt@hrrtourism.org.vn
Website: www.hrrtourism.org.vn

Ấn phẩm này được thực hiện với sự giúp đỡ của Liên minh châu Âu. Toàn bộ nội dung ấn phẩm do Dự án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam chịu trách nhiệm và không phản ánh quan điểm của Liên minh châu Âu ở bất cứ góc độ nào.

TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM
NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN



TỔNG CỤC DU LỊCH VIỆT NAM
HỘI ĐỒNG CẤP CHỨNG CHỈ NGHIỆP VỤ DU LỊCH VIỆT NAM



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ
DU LỊCH VIỆT NAM

NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ
KHÁCH SẠN NHỎ



TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN

TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ
DU LỊCH VIỆT NAM

QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN

CƠ QUAN PHÁT HÀNH

DỰ ÁN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

Văn phòng Ban quản lý Dự án

Tầng 2, nhà 6, khách sạn Kim Liên 2,
số 7 Đào Duy Anh, Hà Nội, Việt Nam

Tel. (84-4) 3577 0663

Fax: (84-4) 3577 0665

Email: hrdt@hrdtourism.org.vn

Website: www.hrdtourism.org.vn

Lời cảm ơn

Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam và Tài liệu đào tạo phục vụ Chương trình Phát triển Đào tạo viên được xây dựng trong khuôn khổ triển khai Dự án "Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam" do EU tài trợ. Những thông tin quý báu trong các cuốn tài liệu này có được nhờ sự đóng góp về kiến thức cũng như kinh nghiệm của nhiều chuyên gia quốc tế và Việt Nam trong lĩnh vực du lịch. Nhân dịp xuất bản các cuốn tài liệu này, Ban Quản lý Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam xin được bày tỏ sự biết ơn chân thành đối với những cá nhân và tập thể đã tham gia vào quá trình xây dựng hoàn thiện các tài liệu này.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn Phái đoàn ủy ban Châu Âu tại Việt Nam về sự hỗ trợ quý báu về kỹ thuật và tài chính để xây dựng và xuất bản các cuốn tài liệu này thông qua Dự án "Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam".

Chúng tôi cũng xin được trân trọng cảm ơn sự chỉ đạo sát sao và những ý kiến đóng góp mang tính định hướng của Lãnh đạo Tổng cục Du lịch Việt Nam, Ban chỉ đạo Dự án trong suốt quá trình xây dựng các cuốn tài liệu này.

Chúng tôi cũng xin bày tỏ lời cảm ơn tới Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ Du lịch Việt Nam (VTCB), trong đó có đại diện của Tổng cục Du lịch, Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các trường du lịch vì những ý kiến đóng góp nhằm hoàn thiện nội dung các cuốn tài liệu này.

Chúng tôi đánh giá cao sự đóng góp của những người tham gia vào việc nghiên cứu, tổng hợp và biên soạn các cuốn tài liệu này, bao gồm những chuyên gia quốc tế và trong nước, giáo viên và giảng viên tại các trường du lịch, lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch, các Đào tạo viên của Dự án cũng như toàn thể cán bộ nhân viên Ban quản lý Dự án.

Xin trân trọng cảm ơn.

MỤC LỤC

1	GIỚI THIỆU TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM (VTOS) NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ	TRANG
1.1	Thông tin chung	4
1.2	Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam	4
1.3	Bảng kỹ năng nghề	4
1.4	Cách sử dụng Tiêu chuẩn VTOS	6
2	TIÊU CHUẨN VTOS NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ	
2.1	Tóm tắt công việc, chức danh và danh mục công việc	7
2.2	Công việc và phần việc: Kế hoạch liên hoàn	8
2.3	Nội dung các công việc và phần việc	11

GIỚI THIỆU TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ



Tài liệu tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (VTOS) dành cho người quản lý hoặc chủ khách sạn. Tài liệu bao gồm giới thiệu tổng quan về vai trò người quản lý khách sạn, mô tả trách nhiệm cụ thể liên quan đến công tác quản lý các bộ phận buồng, lễ tân và nhà hàng cũng như các chức năng chính về kế toán, nhân sự và marketing.

Các tiêu chuẩn được thiết kế kết hợp hài hòa với các tiêu chuẩn quốc tế về quản lý khách sạn, được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu cụ thể của ngành khách sạn Việt Nam.

1.1 THÔNG TIN CHUNG

Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam là kết quả của Hiệp định tài chính giữa Liên minh Châu Âu và Chính phủ Việt Nam.

Mục tiêu tổng thể của Dự án nhằm “nâng cấp tiêu chuẩn và chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch Việt Nam, giúp Chính phủ và ngành duy trì chất lượng và số lượng đào tạo sau khi dự án kết thúc”. Cụ thể hơn là nâng cao và công nhận kỹ năng phục vụ của người lao động ở trình độ cơ bản trong ngành du lịch.

1.2 TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM

Tiêu chuẩn VTOS là một trong những thành quả chính của Dự án được xây dựng cho 13 nghề ở trình độ cơ bản, gồm:

Khách sạn	Lữ hành
1 Nghiệp vụ Buồng	10 Nghiệp vụ đại lý Lữ hành
2 Nghiệp vụ Lễ tân	11 Nghiệp vụ điều hành Tour
3 Nghiệp vụ Nhà hàng	12 Nghiệp vụ đặt giữ chỗ Lữ hành
4 Nghiệp vụ An ninh khách sạn	13 Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch
5 Kỹ thuật chế biến món ăn Âu	
6 Kỹ thuật làm bánh Âu	
7 Kỹ thuật chế biến món ăn Việt Nam	
8 Nghiệp vụ đặt giữ buồng khách sạn	
9 Nghiệp vụ Quản lý khách sạn nhỏ	

Tiêu chuẩn kỹ năng cho mỗi nghề được các chuyên gia quốc tế của nghề đó dự thảo. Các tiêu chuẩn được Tổ công tác kỹ thuật, gồm chuyên gia thực hành trong ngành du lịch và các chuyên gia đào tạo du lịch Việt Nam rà soát. Căn cứ trên các ý kiến đóng góp của Tổ công tác, các tiêu chuẩn được chỉnh sửa và các chuyên gia quốc tế trực tiếp thực hiện 4 khoá đào tạo Đào tạo viên cho từng nghề. Dựa trên thực tế triển khai, tài liệu tiếp tục được hoàn thiện và được trình Hội đồng Cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch Việt Nam (VTCSB) phê duyệt chính thức.

1.3 BẢNG KỸ NĂNG NGHỀ

Các tiêu chuẩn VTOS được thiết kế trên cơ sở phân tích và hình thành những công việc người lao động cần thực hiện để đáp ứng yêu cầu của một công việc cụ thể. Bảng kỹ năng nghề xác định chính xác những việc người lao động phải làm. Từ những phân tích này, những kiến thức và kỹ năng

cần thiết được thiết lập nhằm giúp người lao động có thể thực hiện công việc hiệu quả trong điều kiện làm việc thông thường. Bảng này trình bày các công việc ở trình độ cơ bản và được chia thành a/ Phần việc kỹ năng và b/ Phần việc kiến thức.

Phần việc kỹ năng mô tả những gì mà người lao động phải làm, qua đó giúp họ thực hiện tốt công việc. Phần việc kiến thức đề cập đến kiến thức bổ sung hay lý thuyết mà người lao động ở trình độ cơ bản cần có để thực hiện công việc một cách chính xác.

Mỗi Tiêu chuẩn VTOS được chia thành 3 phần chính.

Phần một mô tả tổng thể công việc, chức danh thường dùng và danh mục công việc. Đây chính là phần hình thành nên tiêu chuẩn.

Phần hai gồm kế hoạch liên hoàn nêu chi tiết các công việc chính, phần việc kỹ năng và phần việc kiến thức.

Phần ba nêu chi tiết tiêu chuẩn các kỹ năng nghề được trình bày dưới đây.

PHẦN VIỆC KỸ NĂNG

Các tiêu chuẩn kỹ năng thực hiện phần việc được thể hiện trong bảng có 5 cột như sau:

BƯỚC (THỰC HIỆN): xác định rõ những gì người lao động phải thực hiện để hoàn thành phần việc theo thứ tự logic.

CÁCH LÀM: mô tả cách thực hiện các bước và thường được trình bày với mục đích minh họa cho những kỹ năng cần có.

TIÊU CHUẨN: phần này liên hệ tới những tiêu chuẩn quốc tế liên quan đến những tiêu chí về chất lượng, số lượng, thời gian, tính liên hoàn, vệ sinh, an toàn v.v.. nhằm đảm bảo thực hiện các bước theo đúng tiêu chuẩn.

LÝ DO: giải thích tại sao cần phải tiến hành các bước theo một cách thức rất cụ thể và tại sao cần phải áp dụng những tiêu chuẩn đó.

KIẾN THỨC: phần này liên hệ tới những yêu cầu về kiến thức cần thiết để hỗ trợ thực hiện công việc, ví dụ, chính sách của công ty hoặc các tài liệu tham khảo. Những kiến thức này bổ sung và củng cố cho phần thực hành các kỹ năng cần thiết.

PHẦN VIỆC KIẾN THỨC

Cách trình bày phần Phần việc kiến thức hơi khác một chút, cụ thể cột **NỘI DUNG** được trình bày thay cột **BƯỚC (THỰC HIỆN)**; và **MÔ TẢ** thay cột **CÁCH LÀM**. Trong đó cột **NỘI DUNG** trình bày phần lý thuyết và cột **MÔ TẢ** giải thích, minh họa làm rõ thêm cho phần lý thuyết.

1.4 CÁCH SỬ DỤNG TIÊU CHUẨN VTOS

Tiêu chuẩn VTOS được thiết kế cho giám đốc/chủ khách sạn là những người đã tham dự khóa tập huấn Quản lý khách sạn.

Tiêu chuẩn VTOS là cơ sở giúp các doanh nghiệp xây dựng chương trình đào tạo ở trình độ cơ bản cho nhân viên và xác định nhu cầu đào tạo phù hợp với nhu cầu của các khách sạn.

Đối với các doanh nghiệp đã có các tiêu chuẩn hoạt động, Tiêu chuẩn VTOS giúp củng cố và hỗ trợ cho các tiêu chuẩn hiện có. Với những doanh nghiệp chưa có tiêu chuẩn hoạt động, các Đào tạo viên có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS để xây dựng các tiêu chuẩn hoạt động cho doanh nghiệp, qua đó góp phần nâng cao chất lượng tiêu chuẩn dịch vụ.

Mặc dù các doanh nghiệp có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS theo nội dung hiện có, Dự án khuyến khích việc điều chỉnh Tiêu chuẩn VTOS phù hợp với các tiêu chuẩn hoạt động và điều kiện cụ thể của doanh nghiệp.

Bên cạnh tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề, Dự án cung cấp các phương tiện hỗ trợ Đào tạo viên thực hiện công tác đào tạo nhân viên bao gồm đĩa DVD và ảnh minh họa những công việc chính.

Ngoài ra, người quản lý có thể sử dụng các tài liệu tham khảo khác. Một nguồn tài liệu tham khảo có giá trị cho bốn nghiệp vụ: Lưu trú, Nhà hàng, Lễ tân và Chế biến món ăn, là tài liệu của Dự án đào tạo nghiệp vụ khách sạn Việt Nam, do Luxembourg hỗ trợ. Các tài liệu này do VTCB xuất bản và có sẵn tại địa chỉ dưới đây.

Quý vị cần thêm thông tin về Hệ thống Tiêu chuẩn VTOS, có thể liên hệ các địa chỉ sau:

Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam

Văn phòng Ban Quản lý Dự án
Khách sạn Kim Liên 2, số 7 Đào Duy Anh,
Hà Nội, Việt Nam
Tel. (84 4) 3577 0663
Fax: (84 4) 3577 0665
Email: hrrt@hrdtourism.org.vn
Website: www.hrdtourism.org.vn

Hội đồng Cấp chứng chỉ Nghiệp vụ Du lịch Việt Nam (VTCB)

Văn phòng VTCB
Phòng 203, 30 Nguyễn Du, Hà Nội, Việt Nam
Tel. (84 4) 39 446 494
Fax: (84 4) 39 446 495
Email: vtcb@vnn.vn
Website: www.vtcb.org.vn



TIÊU CHUẨN VTOS QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

2

2.1 TÓM TẮT CÔNG VIỆC, CHỨC DANH VÀ DANH MỤC CÔNG VIỆC

TÓM TẮT CÔNG VIỆC

Người quản lý khách sạn nhỏ chịu trách nhiệm quản lý trực tiếp các hoạt động hàng ngày của khu vực trực tiếp và gián tiếp phục vụ khách, có thể bao gồm các bộ phận Lễ tân, Buồng, Ăn uống, Kế toán, Nhân sự, Marketing và bán hàng... Những nhiệm vụ cụ thể hàng ngày, hàng tuần hay hàng tháng liên quan đến các hoạt động trên của mỗi khách sạn rất khác nhau. Người quản lý phải có năng lực để chỉ đạo, phối hợp và kiểm tra các công việc được mô tả trong tài liệu này.

CHỨC DANH

Thông thường, những người làm công việc này được gọi là:

- Quản lý khách sạn
- Giám đốc khách sạn

DANH MỤC CÁC CÔNG VIỆC

Những công việc trong tiêu chuẩn kỹ năng nghề - nghiệp vụ quản lý khách sạn nhỏ như sau:

Phần 1: Vai trò và chức năng của người quản lý khách sạn nhỏ

- 1.1 Tổ chức và vai trò của người quản lý
- 1.2 Quản lý khách sạn nhỏ
- 1.3 Chức năng và công việc hàng ngày của người quản lý khách sạn nhỏ
- 1.4 Trách nhiệm của người quản lý khách sạn nhỏ trong việc kiểm soát nội bộ
- 1.5 Chăm sóc khách với cương vị là quản lý khách sạn
- 1.6 Chăm sóc khách với cương vị là quản lý khách sạn

Phần 2: Quản lý nghiệp vụ Buồng

- 2.1 An ninh và an toàn
- 2.2 Phòng đồ vải
- 2.3 Kiểm tra tình trạng buồng
- 2.4 Bảo dưỡng

Phần 3: Quản lý nghiệp vụ Lễ tân

- 3.1 Quy trình nhận đặt buồng
- 3.2 Công nghệ thông tin và lễ tân
- 3.3 Quy trình nhận và trả buồng
- 3.4 An ninh, kiểm soát chìa khóa và đối phó với các trường hợp khẩn cấp

Phần 4: Quản lý nghiệp vụ Ăn uống

- 4.1 Xác định nhu cầu của khách
- 4.2 Các loại đồ ăn, đồ uống phục vụ trong nhà hàng và lập thực đơn
- 4.3 An toàn và vệ sinh thực phẩm
- 4.4 Chuẩn bị ca làm việc của nhà hàng
- 4.5 Các mối quan hệ công việc hiệu quả và phương pháp làm việc

Phần 5: Quản lý nghiệp vụ Kế toán

- 5.1 Hiểu các khái niệm cơ bản của kế toán
- 5.2 Thực hành kế toán và thuật ngữ kế toán
- 5.3 Hệ thống kiểm soát
- 5.4 Quản lý tiền mặt
- 5.5 Báo cáo kết quả kinh doanh
- 5.6 Lập ngân sách
- 5.7 Chi phí
- 5.8 Báo cáo cuối tháng

Phần 6: Quản lý Nhân sự

- 6.1 Giới thiệu về chức năng quản lý nhân sự
- 6.2 Tuyển dụng, thuê và sa thải nhân viên
- 6.3 Hợp đồng lao động và lương
- 6.4 Đào tạo định hướng và sổ tay nhân viên
- 6.5 Bản mô tả công việc
- 6.6 Đánh giá năng lực làm việc

Phần 7: Quản lý hoạt động Marketing

- 7.1 Marketing là gì?
- 7.2 Công cụ marketing 4 P
- 7.3 Công cụ marketing P – Sản phẩm: Định vị thị trường và đánh giá sản phẩm
- 7.4 Công cụ marketing P – Giá
- 7.5 Công cụ marketing P – Địa điểm: Kênh phân phối và đại diện
- 7.6 Công cụ marketing P – Xúc tiến: Quảng cáo
- 7.7 Công cụ marketing P – Xúc tiến: Tìm hiểu thực tế/quan hệ công chúng/bán hàng cá nhân
- 7.8 Nghiên cứu và thống kê

2.2 KẾ HOẠCH LIÊN HOÀN CÁC CÔNG VIỆC VÀ PHẦN VIỆC

Phần/ Công việc: 7
 Phần việc kỹ năng: 12
 Phần việc kiến thức: 29

1. VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		13	1.1 Tổ chức và vai trò của người quản lý khách sạn nhỏ
		17	1.2 Quản lý khách sạn nhỏ
24	1.3 Chức năng và công việc hàng ngày của người quản lý khách sạn nhỏ		
30	1.4 Trách nhiệm của người quản lý khách sạn nhỏ trong việc kiểm soát nội bộ		
34	1.5 Chăm sóc khách với cương vị là người quản lý khách sạn		
		37	1.6 Chăm sóc khách với cương vị là người quản lý khách sạn

2. QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
45	2.1 An ninh và an toàn		
48	2.2 Phòng đồ vải		
50	2.3 Kiểm tra tình trạng buồng		
54	2.4 Bảo dưỡng		

3. QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
57	3.1 Quy trình nhận đặt buồng		
		60	3.2 Công nghệ thông tin và lễ tân
62	3.3 Quy trình nhận và trả buồng		
64	3.4 An ninh, kiểm soát chìa khóa và đối phó với các trường hợp khẩn cấp		

4. QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		71	4.1 Xác định nhu cầu của khách
		73	4.2 Các loại đồ ăn, đồ uống phục vụ trong nhà hàng và lập thực đơn
		75	4.3 An toàn và vệ sinh thực phẩm
		77	4.4 Chuẩn bị ca làm việc của nhà hàng
		78	4.5 Các mối quan hệ công việc hiệu quả và phương pháp làm việc

5. QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		83	5.1 Hiểu các khái niệm cơ bản của kế toán
		88	5.2 Thực hành kế toán và thuật ngữ kế toán
		93	5.3 Hệ thống kiểm soát
		104	5.4 Quản lý tiền mặt
		109	5.5 Báo cáo kết quả kinh doanh
		115	5.6 Lập ngân sách
		121	5.7 Chi phí
125	5.8. Báo cáo cuối tháng		

6. QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		135	6.1 Giới thiệu về chức năng quản lý nhân sự
		140	6.2 Tuyển dụng, thuê và sa thải nhân viên
		149	6.3 Hợp đồng lao động và lương
152	6.4 Đào tạo định hướng và sổ tay nhân viên		
		156	6.5 Bản mô tả công việc
		159	6.6 Đánh giá năng lực làm việc

7. QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		167	7.1 Marketing là gì?
		170	7.2 Công cụ marketing 4 P
		173	7.3 Công cụ marketing P -Sản phẩm: Định vị thị trường và đánh giá sản phẩm
		178	7.4 Công cụ marketing P- Giá
		185	7.5 Công cụ marketing P -Địa điểm: Kênh phân phối và đại diện
		190	7.6 Công cụ marketing P- Xúc tiến: Quảng cáo
		204	7.7 Công cụ marketing P - Xúc tiến: Tìm hiểu thực tế/Quan hệ công chúng/ bán hàng cá nhân
		209	7.8 Nghiên cứu và thống kê

2.3 NỘI DUNG CÁC PHẦN/ CÔNG VIỆC

PHẦN 1: VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

Giới thiệu

Là người quản lý/ giám đốc/ hay chủ một khách sạn nhỏ, bạn là người chịu trách nhiệm chính về một số chức năng và nhiệm vụ. Phần này trình bày một số hoạt động quan trọng và những bộ phận chính nhằm giúp bạn thực hiện công việc hàng ngày của khách sạn. Khách sạn có thể có đến 50 buồng và cung cấp các dịch vụ ăn uống đơn giản, ví dụ, quầy bar và nhà hàng.

Phương thức hoạt động và môi trường làm việc ở khách sạn thường xuyên thay đổi để phù hợp với xu hướng phát triển mới trong ngành dịch vụ. Trong thập kỷ 1990, ngành khách sạn bước vào giai đoạn quản lý dịch vụ, mọi nhân viên trong khách sạn dù, ở bất kỳ vị trí nào đều có trách nhiệm cung cấp dịch vụ tốt hoặc trực tiếp cho khách, hoặc cho đồng nghiệp đang phục vụ khách. Dù bộ phận trực tiếp và gián tiếp có hoạt động khác nhau, song mọi nhân viên đều phải làm việc để khách hài lòng, dù có những người không bao giờ trực tiếp gặp mặt khách.

Là quản lý khách sạn nhỏ, bạn phải nêu gương cho nhân viên khách sạn trên cơ sở 3 nguyên tắc cơ bản như sau:

- ✓ Bạn phải cho thực hành những kỹ năng mà bạn muốn nhân viên của mình thực hiện.
- ✓ Bạn phải luôn hiện diện trước khách và nhân viên.
- ✓ Bạn phải linh hoạt và có khả năng thích ứng cao.

PHẦN VIỆC 1.1: Sơ đồ tổ chức và vai trò của người quản lý (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 1.2: Quản lý khách sạn nhỏ (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 1.3: Chức năng và công việc hàng ngày của người quản lý khách sạn

PHẦN VIỆC 1.4: Trách nhiệm chính của người quản lý khách sạn nhỏ trong việc kiểm soát nội bộ

PHẦN VIỆC 1.5: Chăm sóc khách với cương vị là người quản lý khách sạn (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 1.6: Chăm sóc khách với cương vị là người quản lý khách sạn



PHẦN I: VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN

PHẦN VIỆC 1: TỔ CHỨC VÀ VAI TRÒ CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ



MANG ĐẾN CHO KHÁCH SỰ ĐÓN TIẾP NIỀM NỞ, THOẢI MÁI, VUI VẺ TRONG MỘT KHÁCH SẠN SẠCH SẼ VÀ AN TOÀN SUỐT THỜI GIAN LƯU TRÚ 1



BỘ PHẬN NHÀ HÀNG 2



BỘ PHẬN AN NINH 3



BỘ PHẬN PHỤC VỤ BUỒNG 4



BỘ PHẬN NHÀ HÀNG 5



BỘ PHẬN LỄ TÂN 6



PHẦN VIỆC 1.2: QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ



NGƯỜI QUẢN LÝ PHẢI LÀ NGƯỜI LÃNH ĐẠO

1



MỘT ĐỘNG LỰC TỐT

2



TRAO TRÁCH NHIỆM VÀ QUYỀN GIẢI QUYẾT CÔNG VIỆC CHO NHÂN VIÊN

3



NHÂN VIÊN CHÍNH LÀ KHÁCH SẠN

4



GIÁM SÁT CÁC PHÒNG BAN CHÍNH

5



BẢO TRÌ BẢO DƯỠNG

6



PHẦN VIỆC 1.3: CHỨC NĂNG VÀ CÔNG VIỆC HÀNG NGÀY CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN



GIÁM SÁT NGUỒN THU

1



GIÁM SÁT CHI TIÊU

2



GIÁM SÁT BẢNG LƯƠNG

3



GIÁM SÁT CHẤT LƯỢNG

4



GIÁM SÁT CHẤT LƯỢNG

5



PHẦN VIỆC 1.3: CHỨC NĂNG VÀ CÔNG VIỆC HÀNG NGÀY CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN



BỐ TRÍ LỊCH LÀM VIỆC CHO NHÂN VIÊN 6



XỬ LÝ PHÀN NÀN CỦA KHÁCH 7



KIỂM TRA HÀNG NGÀY DANH SÁCH KHÁCH ĐẾN 8



ĐẢM BẢO TÍNH RIÊNG TƯ CHO KHÁCH 9



KIỂM TRA SỐ LƯỢNG NHÂN VIÊN CỦA CA LÀM VIỆC 10



PHẦN VIỆC 1.3: CHỨC NĂNG VÀ CÔNG VIỆC HÀNG NGÀY CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN



KIỂM TRA THEO DANH MỤC CHẤT LƯỢNG 2 PHÒNG MỘT NGÀY

11



KIỂM TRA BÀN BUFFET, BÀI TRÍ, SẮP XẾP NHÀ HÀNG TRƯỚC KHI MỞ CỬA

12



ĐỌC VÀ NẮM TÌNH HÌNH TRONG SỔ GIAO CA ĐỂ ĐẢM BẢO AN NINH TỐT

13



PHẦN VIỆC 1.5: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG



KHÁCH LÀ NGƯỜI QUAN TRỌNG NHẤT TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN 1



CHÚ TRỌNG VÀO KHÁCH 2



PHỤC VỤ KHÁCH NHIỆT TÌNH 3



KHẨN TRƯỞNG XỬ LÝ PHÀN NÀN CỦA KHÁCH 4



CẢM THÔNG VỚI KHÁCH 5



PHẦN VIỆC 1.5: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG



XIN LỖI

6



THÔNG BÁO CHO KHÁCH BIẾT VIỆC BẠN SẮP LÀM

7



LIÊN HỆ VỚI KHÁCH BẰNG ĐIỆN THOẠI

8



KIỂM TRA XEM KHÁCH CÓ HÀI LÒNG KHÔNG

9



PHẦN 1:

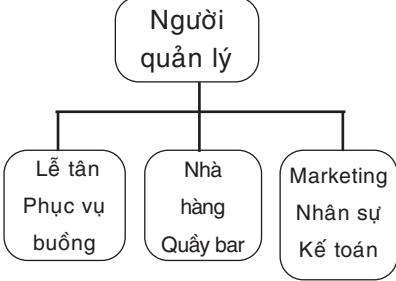
VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

PHẦN VIỆC 1.1:

Sơ đồ tổ chức và vai trò của người quản lý (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>Giới thiệu lĩnh vực hoạt động của khách sạn nhỏ.</p> <p>Tài liệu này sẽ là một công cụ hữu ích cho người quản lý khách sạn nhỏ và nhân viên của họ.</p>	<p>Bạn là người chủ chốt trong khách sạn nhỏ, có nhiệm vụ và nhiều chức năng. Tài liệu này trình bày các hoạt động và các bộ phận cơ bản nhất của một khách sạn nhỏ.</p> <p>Một khách sạn nhỏ có từ 40-50 buồng, cung cấp dịch vụ ăn uống đơn giản (một nhà hàng và một quầy bar).</p> <p>Để giúp bạn triển khai các hoạt động hàng ngày của một khách sạn nhỏ.</p>	<p>Bạn phải cho thực hành những kỹ năng mà bạn muốn nhân viên thực hiện.</p> <p>Bạn phải luôn hiện diện trước khách và nhân viên.</p> <p>Bạn phải rất linh hoạt và có khả năng thích ứng cao.</p>	<p>Các hoạt động và môi trường làm việc trong khách sạn thường xuyên thay đổi với những phát triển mới trong ngành dịch vụ.</p> <p>Chúng tôi khuyến khích các nhà quản lý khách sạn sử dụng tài liệu này vì nó giúp tiết kiệm chi phí, trở thành nhà quản lý khách sạn tốt hơn và cuối cùng bạn sẽ thích thú với công việc của mình.</p>	<p>Hospitality World, An Introduction</p> <p>H. E. Lane & De. Dupre, 1997.</p> <p>Introduction to the Hospitality Industry, 2006. T. Powers</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>1. Thứ bậc trong khách sạn</p>	<p>Công việc của người quản lý là thể hiện lòng mến khách, chứ không chỉ là điều hành khách sạn.</p> <p>Khách là người quan trọng nhất trong khách sạn.</p> <p>Dịch vụ có nghĩa là "hành động hoặc phương tiện phục vụ". Phục vụ là "cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho khách".</p> <p>Ngày nay, khách có nhu cầu ngày càng cao và mong muốn có thêm giá trị gia tăng trong các dịch vụ.</p>	<p>Khách Nhân viên Nhân viên giám sát Người quản lý Chủ khách sạn</p>	<p>Khách chính là lý do để chúng ta có khách sạn.</p> <p>Dịch vụ là một cấu phần quan trọng và phức hợp của ngành khách sạn.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>
<p>2. Nhiệm vụ của khách sạn</p>	<p>Đem đến cho khách sự đón tiếp niềm nở, thoải mái, vui vẻ trong một khách sạn sạch sẽ và an toàn suốt thời gian lưu trú.</p>	<p>☺ Khách vui vẻ và nhân viên hài lòng.</p>	<p>Mỗi khách sạn nhỏ đều có phong cách riêng. Bạn phải thể hiện được phong cách đó trong quá trình phục vụ.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>
<p>3. Những bộ phận chính</p>	<p>Là nơi phần lớn nhân viên khách sạn làm việc và tiếp xúc hàng ngày với khách. Bộ phận Lễ tân và Nhà hàng là nơi tạo nhiều doanh thu nhất.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lễ tân • Phục vụ buồng • Nhà hàng • An ninh 	<p>Cho thuê buồng, phục vụ ăn uống cho khách trong thời gian lưu trú tại khách sạn.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>
<p>4. Những bộ phận hỗ trợ</p>	<p>Cung cấp thông tin, kiến thức hữu ích và hỗ trợ người quản lý đưa ra các quyết định.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Nhân sự • Kế toán 		<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>5. Tổ chức của một khách sạn nhỏ.</p>	 <pre> graph TD A[Người quản lý] --> B[Lễ tân Phục vụ buồng] A --> C[Nhà hàng Quầy bar] A --> D[Marketing Nhân sự Kế toán] </pre>	<ul style="list-style-type: none"> • Người quản lý giám sát các bộ phận. • Người quản lý phải đa năng. • Người quản lý phải biết và làm được nhiều việc. 	<p>Do số lượng nhân viên hạn chế, nên bạn cần phải biết rõ công việc của họ và có khả năng thay thế khi cần thiết.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>
<p>6. Vai trò của người quản lý.</p>	<p>Mang lại sự hài lòng cho khách và tạo cho họ cảm giác thoải mái, thân thiện như ở nhà.</p> <p>Là người dẫn dắt nhân viên để đạt được mục tiêu người chủ khách sạn đề ra.</p> <p>Quản lý các hoạt động hàng ngày, lập kế hoạch cho tương lai và linh hoạt trong điều chỉnh chiến lược để khách sạn tồn tại và phát triển tốt hơn.</p> <p>Bên cạnh những công việc chính của một người quản lý, bạn còn phải thực hiện nhiều việc khác theo thời gian biểu hàng ngày, hàng tháng, hàng năm để đảm bảo khách sạn hoạt động tốt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nhìn vào mắt khách. • Dành thời gian chuyện trò với khách và nhân viên. • Ấn tượng ban đầu sẽ tạo nên cảm nhận chung cho khách trong suốt thời gian lưu trú. • Phát huy năng lực của mọi người để đạt được mục tiêu của khách sạn. • Khách sạn hoạt động suốt 24 giờ trong bảy ngày. 	<p>Cảm nhận thái độ của khách khi đến khách sạn.</p> <p>Để biết khách sạn đang hoạt động ra sao.</p> <p>Bạn không thể một mình quản lý khách sạn.</p> <p>Khách sạn hoạt động 365 ngày trong năm, 24 giờ một ngày. Luôn luôn có khách ở khách sạn.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>7. Ấn tượng đầu tiên rất quan trọng đối với khách</p>	<p>Cảm nhận cảm giác của khách khi đến khách sạn.</p> <p>Sự hài lòng của khách là mục đích bạn muốn đạt được.</p> <p>Mọi nhân viên trong khách sạn, bất kể ở vị trí nào, đều có trách nhiệm mang đến cho khách dịch vụ tốt.</p> <p>Dịch vụ tốt là một quy trình hoạt động theo trình tự chứ không phải một chuỗi các hoạt động.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đạo qua khu vực lễ tân hàng ngày. • Quan sát việc đón tiếp khách ở quầy lễ tân để nhận biết những trải nghiệm của họ. • Khu vực sảnh và nơi công cộng phải đẹp đẽ, gọn gàng, tạo bầu không khí ấm áp sạch sẽ và thân thiện. 	<p>Để có những ý tưởng mới</p> <p>Khu vực sảnh và cửa ra vào là nơi phản ánh tốt nhất hình ảnh của khách sạn.</p> <p>Mỗi nhân viên đều hướng tới sự hài lòng của khách.</p> <p>Đây chuyển chỉ chắc chắn khi không có mắt xích nào yếu.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>
<p>8. Ngành khách sạn.</p>	<p>Là ngành phát triển nhanh nhất và tạo nhiều việc làm hơn bất cứ ngành hay lĩnh vực nào trên thế giới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các khách sạn nhỏ giữ vai trò quan trọng trong ngành khách sạn và chiếm hơn 50% tổng số buồng khách sạn trên thế giới. 	<p>Lĩnh vực khách sạn của Việt Nam đang phát triển nhanh và có nhiều khách sạn nhỏ trên phạm vi cả nước.</p>	<p>Xem tài liệu nêu ở phần trên.</p>

PHẦN 1:
PHẦN VIỆC 1.2:

VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ
Quản lý khách sạn nhỏ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
<p>1. Sự lãnh đạo</p>	<p>Là sự quản lý và giám sát tình trạng dịch vụ của khách sạn.</p> <p>Một người lãnh đạo giỏi phải có chiến lược, có khả năng truyền đạt chiến lược đó tới nhân viên và nỗ lực để đạt được các mục tiêu đề ra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Có bản công bố nhiệm vụ cụ thể. • Đặt ra các mục tiêu. • Truyền đạt và chia sẻ thông tin. • Sẵn sàng thích ứng và điều chỉnh để cải tiến tốt hơn. • Tự đánh giá vai trò công việc của mình với tư cách là người quản lý. <p>Lãnh đạo giỏi mang lại sự thịnh vượng nếu có những kỹ năng sau:</p> <p>Mục tiêu: đảm bảo đạt mục tiêu. Lắng nghe: biết lắng nghe.</p> <p>Truyền đạt: chính xác, rõ ràng. Giám sát: thấy được những gì đang diễn ra.</p> <p>Thúc đẩy: tạo điều kiện thuận lợi, có thể trực tiếp thực hiện khi cần thiết.</p>	<p>Bạn phải tỏ rõ khả năng lãnh đạo.</p> <p>Lãnh đạo là thúc đẩy nhân viên hoạt động tích cực, tạo điều kiện để nhân viên xây dựng khách sạn tốt như bạn mong muốn.</p> <p>Mỗi nhân viên đều phải biết về chiến lược kinh doanh của khách sạn, để cùng phấn đấu đạt mục tiêu và phối hợp nhịp nhàng các hoạt động với nhau.</p>	<p>Tài liệu Kỹ năng giám sát.</p> <p>International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman,S. Johnson,C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
<p>2. Động lực</p>	<p>Nhân viên có động lực làm việc là rất quan trọng. Họ luôn tích cực sẵn sàng làm việc hết mình và giúp bạn - người quản lý - đạt mục tiêu, duy trì tiêu chuẩn; là người luôn hài lòng và tự hào về khách sạn của bạn.</p> <p>Nhân viên chính là những khách nội bộ của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Được thử thách và tin cậy. • Được tham gia các hoạt động và được lắng nghe. • Được khen ngợi đúng lúc. • Được truyền đạt và chia sẻ thông tin. • Được cung cấp thông tin phản hồi. 	<p>Nhân viên là tài sản quý giá của khách sạn. Để mất nhân viên là thất thoát của khách sạn.</p> <p>Nhân viên gắn bó với khách sạn sẽ giúp giảm chi phí.</p> <p>Nhân viên không được động viên và khuyến khích ít khi phàn nàn trực tiếp.</p>	<p>Tài liệu Kỹ năng giám sát.</p>
<p>3. Giao việc</p>	<p>Giao việc tức là giao một phần công việc của bạn cho nhân viên. Bằng cách đó, bạn trao trách nhiệm và quyền giải quyết công việc cho nhân viên (tuy nhiên bạn vẫn là người chịu trách nhiệm chính). Tóm lại, bạn trao một phần trách nhiệm cho nhân viên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cụ thể. • Chính xác là việc gì? • Vì sao phải làm việc đó? • Vì sao bạn giao quyền làm việc đó? • Vì sao việc đó quan trọng? • Cung cấp nguồn lực, vật chất và quyền hạn cần thiết cho nhân viên để thực thi công việc đó. • Có thời hạn rõ ràng. 	<p>Giao việc cho nhân viên là một yếu tố quan trọng để đạt mục tiêu chung. Người quản lý giỏi là người biết giao việc và phát huy hết năng lực làm việc của nhân viên.</p>	<p>Tài liệu Kỹ năng giám sát.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
<p>4. Người chủ chốt</p>	<p>Người quản lý khách sạn nhỏ là người chủ chốt:</p> <p>Người lãnh đạo có khát vọng và chuyên tâm vào công việc sẽ làm gương cho nhân viên.</p> <p>Công việc lãnh đạo đòi hỏi bạn lắng nghe quan sát từ tuyến sau.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bạn phải luôn hiện diện. • Bạn phải luôn sẵn sàng gặp khách. • Lòng mến khách và dịch vụ chất lượng cao đặc trưng cho khách sạn của bạn sẽ là lý do để khách trở lại. 	<p>Bạn chỉ có thể có mặt ở một nơi tại mỗi thời điểm.</p> <p>Để khách hài lòng với cả đội ngũ nhân viên.</p>	
<p>5. Tầm nhìn và bản công bố nhiệm vụ</p>	<p>Bạn phải có tầm nhìn và có khả năng truyền đạt tầm nhìn đó cho những người quanh bạn.</p>	<p>Có bản công bố nhiệm vụ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Khách hàng vui vẻ hài lòng. • Nhân viên vui vẻ làm việc năng suất, có việc làm ổn định và lâu dài. • Đảm bảo lợi nhuận cho nhà đầu tư để có thể duy trì và phát triển kinh doanh. 	<p>Mô tả rõ ràng những điều bạn muốn khách sạn đạt được.</p>	<p>Introduction to the Hospitality Industry, 2006. T. Powers</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
<p>6. Các bước</p>	<p>Chia thành các mục tiêu có thể đạt được.</p> <p>Trao đổi về mục tiêu bạn đặt ra.</p> <p>Căn cứ trên tầm nhìn và các mục tiêu của bạn để đưa ra quyết định.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các mục tiêu tài chính (Giá buồng bình quân, công suất sử dụng buồng và lợi nhuận). • Khách hài lòng. • Để nhân viên đánh giá mức độ thành công của họ. • Những quyết định hàng ngày về marketing và đào tạo. 	<p>Môi trường và thế giới đang thay đổi. Doanh nghiệp không được dẫm chân tại chỗ mà cần phải thích ứng với những thay đổi đó.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
<p>7. Nhân viên của bạn</p>	<p>Nhân viên CHÍNH LÀ khách sạn.</p> <p>Sản phẩm của khách sạn bắt đầu từ sự giao tiếp tốt giữa nhân viên và khách.</p> <p>Quan trọng hơn, đó là việc nhân viên được quản lý đúng cách!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trách nhiệm của bạn là cung cấp cho nhân viên công cụ để họ làm việc hiệu quả. • Là người lãnh đạo. • Là tấm gương cho nhân viên. • Giao việc và động viên. • Giao quyền. • Giao trách nhiệm và khuyến khích thưởng. 	<p>24 giờ hoạt động trong suốt 365 ngày một năm.</p> <p>Được giao quyền nghĩa là nhân viên có thể đưa ra quyết định.</p> <p>Trách nhiệm là bước tiếp theo: nhân viên có nhiệm vụ giúp đỡ khách!</p>	<p>Tài liệu Kỹ năng giám sát.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
8. Những thách thức đối với người quản lý khách sạn nhỏ	<p>Môi trường đa văn hoá và đa ngôn ngữ là thách thức chính đối với các khách sạn hiện đại đang phát triển ở Việt Nam.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ngôn ngữ: Tiếng Anh được sử dụng rộng rãi. • Lập kế hoạch kéo dài thời gian làm việc của một số bộ phận, riêng bộ phận Lễ tân hoạt động 24 giờ. • Tập quán và văn hoá. • Công tác nhân sự. • An ninh. • Các quy định của chính phủ. 	<p>Khách sạn có nhiều nhân viên nói nhiều ngôn ngữ.</p> <p>Khách đến từ các vùng khác nhau trên thế giới.</p> <p>Có sự khác biệt về tập quán và văn hoá giữa dân địa phương và khách nước ngoài.</p> <p>Nhân viên muốn được làm việc trong môi trường chuyên nghiệp.</p>	
9. Công tác nhân sự	<p>Hỗ trợ mọi nhân viên trong khách sạn.</p> <p>Phân định rõ chức năng nhiệm vụ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tuyển dụng và sa thải. • Lưu hồ sơ. • Các mối quan hệ với nhân viên. • Nội quy lao động. 	<p>Hồ sơ tuyển dụng, đào tạo giúp người quản lý có quyết định nhân sự phù hợp.</p>	<p>Introduction to the Hospitality Industry, 2005. T. Powers</p> <p>Xem Công việc số 6.1. Giới thiệu về chức năng quản lý nhân sự.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU KIẾN THỨC
10. Công tác kế toán và kiểm soát	Quản lý tài chính của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> Lưu trữ hồ sơ, phân tích, tóm tắt, và thông tin báo cáo tài chính. Lập ngân sách. Báo cáo. Kiểm soát tiền mặt và doanh thu. 	Làm báo cáo phục vụ các mục đích như thuế, cổ đông, bên cho vay và để quản lý.	<p>Introduction to the Hospitality Industry, 2005. T. Powers</p> <p>Xem phần 5: Kế toán.</p>
11. Marketing và bán hàng	Triển khai các hoạt động để tối đa hóa sự hài lòng của khách và doanh thu.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định thị trường. Quảng cáo. Các hoạt động công chúng (PR). Số liệu thống kê. 	<p>Tập trung vào doanh thu. Thường Buổi chỉ có thể được bán một lần trong 24 giờ.</p> <p>Đại diện cho chủ và hình ảnh của khách sạn.</p>	<p>Introduction to the Hospitality Industry, 2005. T. Powers.</p> <p>Xem phần 7: Marketing</p>
12. Bảo trì bảo dưỡng	Kiểm tra các khu vực trong của khách sạn. Để giữ cho khách sạn, các toà nhà và khuôn viên bao quanh luôn trong điều kiện hoạt động tốt.	<ul style="list-style-type: none"> Thứ tự công việc. Kiểm tra định kỳ. Bảo trì bảo dưỡng. Phân tích cách thức tiết kiệm nước và năng lượng. 	Bảng cân đối tài sản bao gồm toà nhà và các tài sản khác (đồ gỗ, đồ đạc cố định và trang thiết bị).	<p>Introduction to the Hospitality Industry, 2005. T. Powers.</p>
13. Giám sát các bộ phận nghiệp vụ chính	Giám sát, hướng dẫn trưởng các bộ phận thực hiện công việc và trách nhiệm hàng ngày.	<ul style="list-style-type: none"> Lễ tân. Phục vụ Buổi. Nhà hàng. An ninh. 	Người quản lý khách sạn nhỏ là người chịu trách nhiệm cuối cùng đối với các hoạt động hàng ngày của khách sạn nhằm đạt mục tiêu lớn - sự hài lòng của khách.	<p>Introduction to the Hospitality Industry, 2005. T. Powers.</p>

PHẦN 1: VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

PHẦN VIỆC 1.3: Chức năng và công việc hàng ngày của người quản lý khách sạn

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Chức năng chính của người quản lý khách sạn nhỏ	Tùy thuộc vào quy mô khách sạn và số lượng nhân viên, người quản lý có thể bao quát, giám sát hoặc trực tiếp thực hiện công việc.	<ul style="list-style-type: none"> • Giám sát nguồn thu. • Giám sát chi tiêu. • Giám sát bảng lương. • Kiểm tra chất lượng. • Marketing. • Kiểm tra các dịch vụ đã đặt. • Trả lời thư. • Giải quyết các vấn đề quan trọng. • Kế toán. • Công tác và kế hoạch nhân sự. • Báo cáo tháng cho chủ khách sạn. • Dự các buổi họp ngoài khách sạn (tại địa phương, hiệp hội du lịch, cơ quan quản lý du lịch). 	Thu xếp quỹ thời gian thích hợp hàng ngày để hoàn thành dần những phần việc này.	Introduction to the Hospitality Industry, 2005. T.Powers.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Công việc hàng ngày của người quản lý	<p>Lên lịch kiểm tra thường xuyên các hoạt động hàng ngày hoặc đôi khi kiểm tra hai lần trong ngày.</p> <p>Bạn cần lập danh mục các công việc cần kiểm tra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn hiện diện. • Để quản lý các hoạt động hàng ngày. • Để khuyến khích nhân viên. • Để hỗ trợ nhân viên. 	Để đảm bảo các hoạt động được triển khai suôn sẻ.	Hotel and Lodging Management: An Introduction Alan T. Stutts and James Wortman Wiley; 2 edition, 2005
3. Công việc chung	<p>Lắng nghe, theo dõi giải quyết những vấn đề của khách và nhân viên.</p> <p>Có thể đó là lời phàn nàn hoặc lời khen của khách.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Giải quyết ngay trong ngày. • Cố gắng đáp ứng tốt hơn sự mong đợi. • Những sự kiện đặc biệt trong ngày. • Đánh giá và xử lý phiếu thăm dò hoặc nhận xét của khách. 	<p>Nhân viên có thể mắc lỗi trong quá trình làm việc. Sửa lỗi càng sớm càng tốt là một phần của dịch vụ. Ví dụ, viết thư cho vị khách có vấn đề phàn nàn, hoặc gửi hoa /giỏ trái cây cho vị khách có thái độ không hài lòng.</p> <p>Cần quan tâm đặc biệt đến đám cưới, hội họp, khách VIP, khách đoàn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Lễ tân</p>	<p>Phòng làm việc của bạn nên bố trí ở gần bộ phận lễ tân.</p> <p>Lễ tân là bộ phận trung tâm của khách sạn. Phần lớn các thông tin truyền đạt đến và đi đều thông qua bộ phận lễ tân.</p> <p>Ấn tượng đầu tiên và cuối cùng của khách về khách sạn chính là bộ phận lễ tân.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra danh sách khách đến hôm nay và hôm sau. • Xem dự báo khách đến trong 7 ngày tới và trong tháng tới. • Lưu ý các khách đoàn, khách đặc biệt và khách VIP. • Theo dõi giải quyết các phòng khách cần sửa chữa. • Bảo quản chìa khoá dự phòng. • Đọc báo cáo và theo dõi báo cáo các ca làm việc • Theo dõi giá buồng và việc nhập dữ liệu. 	<p>Lễ tân là khu vực cần có nhân viên làm việc 24 giờ một ngày.</p> <p>Khách sẽ tìm đến lễ tân để hỏi thông tin, phàn nàn hay đơn giản là để khen ngợi.</p>	<p>Tài liệu hướng dẫn Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Khách	<p>Chào đón và phục vụ khách chu đáo.</p> <p>Nhân viên của bạn phải tập trung vào việc phục vụ chu đáo trong thời gian khách lưu trú.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn sẵn sàng phục vụ khách. • Chào từng khách khi họ đến khách sạn (nếu có thể). • Đi dạo xung quanh khu vực khách sạn và chuyện trò với khách. • Giới thiệu khách với nhân viên và ngược lại. • Nhớ và gọi tên khách khi giao tiếp. • Có thư chào mừng khách, có tên và chữ ký của bạn. 	<p>Khi khách nói cho bạn biết những trải nghiệm của họ, thì đó là cơ hội tốt nhất để bạn thể hiện sự quan tâm đến họ, và điều đó giúp đưa khách trở lại khách sạn của bạn.</p>	<p>Hotel and Lodging Management: An Introduction Alan T. Stutts and James Wortman Wiley; 2 edition, 2005</p>
6. Nhân viên	<p>Bạn nên kiểm tra xem số lượng nhân viên đủ cho ngày làm việc và họ có đi làm đúng giờ không.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chào từng nhân viên và thể hiện sự quan tâm của bạn. • Kiểm tra lịch làm việc của nhân viên. • Cập nhật thông tin liên quan đến từng nhân viên. • Tham dự hoặc chủ trì hội ý đầu ca. • Quan tâm theo dõi các nhân viên nghỉ ốm. • Đón nhận nhân viên mới. 	<p>Nhân viên là nhân tố đảm bảo sự hài lòng và thoải mái của khách.</p>	<p>Tài liệu Kỹ năng giám sát.</p> <p>Xem công việc số 7. Quản lý nhân sự.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
7. Khách sạn và khuôn viên	<p>Đây là phần gây ấn tượng đầu tiên và mang lại những trải nghiệm sâu đậm mà chỉ riêng khách sạn của bạn có.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra các khu vực (phía trước và sau khách sạn), ít nhất là hai lần một ngày. • Kiểm tra khu vực công cộng và phòng vệ sinh. • Kiểm tra cửa sau dành cho nhà cung cấp hàng và khu vực để rác thải. • Kiểm tra tình trạng bảo dưỡng hàng ngày và bảo dưỡng phòng ngừa. • Kiểm tra khu vực vườn và khuôn viên khách sạn. 	<p>Để đảm bảo sạch sẽ.</p> <p>Để tránh nguy cơ hoả hoạn.</p> <p>Vì lý do an toàn.</p> <p>Vì lý do an ninh.</p> <p>Luôn giữ ấn tượng ban đầu tốt đẹp.</p>	<p>Hotel and Lodging Management: An Introduction Alan T. Stutts and James Wortman Wiley; 2 edition, 2005</p>
8. Phục vụ Buồng	<p>Chịu trách nhiệm dọn vệ sinh, bảo dưỡng các phòng khách và khu vực công cộng của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra theo danh mục chất lượng 2 phòng một ngày trước khi bán buồng. • Kiểm soát sinh vật gây hại. • Công việc lau dọn khác. • Bố trí nhân viên. 	<p>90 % khách du lịch trên thế giới cho rằng lý do họ trở lại khách sạn là vấn đề vệ sinh sạch sẽ.</p>	<p>Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Buồng.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
9. Phục vụ Ăn uống	Cung cấp và phục vụ ăn sáng, ăn trưa, ăn tối và đồ uống cho khách của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra bàn buffet, bài trí, sắp xếp nhà hàng trước khi mở cửa. • Kiểm tra tủ lạnh và kho chứa đồ ăn. • Xuất thực phẩm, đồ uống và các vật dụng khác. 	Đây là một kinh nghiệm trong nghề khách sạn. Hầu hết các khách sạn có phục vụ ăn sáng.	Tài liệu hướng dẫn Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Nhà hàng.
10. An ninh	Bảo đảm an ninh cho khách sạn, an toàn cho nhân viên và khách. Bảo vệ tài sản của khách sạn và của khách. Các quy định và chỉ dẫn về an ninh an toàn phải đặt ở nơi dễ nhìn thấy.	<ul style="list-style-type: none"> • Đọc và nắm tình hình trong sổ giao ca của Bộ phận Bảo vệ. • Kiểm tra lối thoát hiểm và cửa thoát hiểm. • Đảm bảo các cửa buồng khách và phòng kho được khoá. • Thường xuyên kiểm tra quy định về an ninh. 	Sau sự kiện 9/11 thì an ninh là một trong những lý do quan trọng nhất khiến khách chọn khách sạn.	Tài liệu hướng dẫn Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ An ninh khách sạn.

PHẦN 1:**VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ****PHẦN VIỆC 1.4:****Trách nhiệm chính của người quản lý khách sạn nhỏ trong việc kiểm soát nội bộ**

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Những nhiệm vụ chính trong các hoạt động của khách sạn nhỏ.	Kiểm soát nội bộ các hoạt động của khách sạn là trách nhiệm chính của người quản lý.	<ul style="list-style-type: none"> • Thu tiền mặt. • Chi tiền mặt. • Bán hàng. • Trả lương. • Công nợ. • Hàng hoá tồn kho. • Mua sắm. • Tổng quát. 	<p>Để đảm bảo doanh thu đủ và đúng.</p> <p>Để đảm bảo không có sự nhầm lẫn hay mắc lỗi trong khâu tài chính.</p>	Xem Phần việc 5.1. Hiểu các khái niệm cơ bản về kế toán.
2. Danh mục những nhiệm vụ chính	Thu tiền mặt	<ul style="list-style-type: none"> • Xem tất cả các thư từ, liệt kê các phiếu thu và lưu một bản sao. • Kiểm quỹ tiền mặt trong ngày và đối chiếu với số dư nợ trong sổ kế toán. • Đối chiếu phiếu thu với các khoản thu tiền mặt ghi nhận trong sổ. 		Xem Phần việc 5.4 - Quản lý tiền mặt.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
	Chi tiền mặt	<ul style="list-style-type: none"> • Ký phiếu chi. • Rà soát các chứng từ. • Chỉ sử dụng các phiếu chi đã được đánh số trước và hạch toán vào tài khoản những phiếu chi đã được ký. • Định kỳ tổng hợp các phiếu chi và đối chiếu với số dư có trong sổ cái kế toán. 		Xem Phần việc 5.4 - Quản lý tiền mặt.
	Bán hàng	<ul style="list-style-type: none"> • cất giữ sổ kế toán trong tủ có khoá và gỡ bỏ cuộn hoá đơn bán lẻ khỏi máy tính khi không có nhu cầu sử dụng. • Đối chiếu hoá đơn bán lẻ với tổng tiền trong tài khoản nợ và tài khoản có. 		Xem Phần việc 5.4 - Quản lý tiền mặt.
	Thanh toán tiền lương	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra bảng lương (hay sổ lương) có ghi tên nhân viên, tổng tiền lương, số giờ làm việc, khoản khấu trừ và lương thực tế. • Đối chiếu phần chi lương thực tế với quỹ lương phải chi. • Phiếu chi lương. 		Xem công việc 6.3 Hợp đồng lao động và lương và Phần việc 5.7 Báo cáo cuối tháng.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	Tài khoản thu	<ul style="list-style-type: none"> • Rà soát tài khoản thu. • Đối chiếu từng khoản nợ và gửi giấy báo nợ. • Giải quyết các số dư tài khoản đang tranh chấp. 		<p>Xem công việc số 5.2 Thực hành kế toán và thuật ngữ kế toán. Xem phần việc số 5.8 Báo cáo cuối tháng.</p>
	Kiểm kê	<ul style="list-style-type: none"> • Giám sát định kỳ hoặc kiểm kê tài sản. • Đối chiếu kết quả kiểm kê tài sản với sổ kiểm kê. • Đối chiếu tổng giá trị hàng xuất kho với tổng giá vốn hàng bán ra trong từng tháng, kiểm tra sự chênh lệch và tỷ lệ hao hụt. 		<p>Xem phần việc số 5.8 Báo cáo cuối tháng.</p> <p>Xem phần việc số 5.3 Hệ thống kiểm soát.</p>
	Mua sắm	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra ngẫu nhiên bảng chào giá đối với các hàng hoá đã mua và đã nhập kho. • Sử dụng cơ chế và tài khoản riêng cho việc đặt mua hàng. • Đối chiếu ngẫu nhiên yêu cầu mua hàng với phiếu nhận hàng, hoá đơn với giấy báo nợ của người bán. 		<p>Xem phần việc số 5.8 Báo cáo cuối tháng.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>Tổng quát</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra toàn bộ sổ kế toán. • Tuyển nhân viên kế toán có năng lực và đáng tin cậy. • Thuê công ty kiểm toán độc lập tiến hành kiểm toán định kỳ hàng năm, kiểm toán đột xuất tài khoản tiền mặt, kiểm kê và chứng từ thu. 		<p>Xem phần việc số 5.8 Báo cáo cuối tháng.</p>

PHẦN 1: VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ
PHẦN VIỆC 1.5: Chăm sóc khách với cương vị là người quản lý khách sạn (Kiến thức)

<p>1. Khách là ai và Khách là như thế nào</p>	<p>Khách là người quan trọng nhất trong kinh doanh khách sạn.</p> <p>Khách không làm gián đoạn công việc của bạn, mà là lý do để bạn làm việc.</p> <p>Khách mang đến cho bạn đặc ân khi gọi điện thoại đến khách sạn, chứ không phải bạn mang đặc ân cho khách qua việc phục vụ họ.</p> <p>Khách là một người cụ thể. Không phải là người để bạn tranh luận hay đùa cợt.</p> <p>Khách là người đưa ra yêu cầu và bạn có trách nhiệm thực hiện các yêu cầu đó.</p> <p>Khách là người xứng đáng được đối xử trọng thị và lịch sự - khách sạn có thể làm được điều đó cho khách.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bất cứ khách nào đến khách sạn của bạn đều là nhân vật quan trọng. • Tất cả nhân viên khách sạn có trách nhiệm phục vụ khách nhanh chóng và hiệu quả. • Khách sạn phải hướng dẫn cho khách chu đáo kể cả những người không nghỉ tại khách sạn. 	<p>Khách không phụ thuộc vào chúng ta, mà chúng ta phụ thuộc vào họ.</p> <p>Khách là một phần công việc của chúng ta, họ không phải là người ngoài cuộc.</p> <p>Công việc của chúng ta là đáp ứng nhu cầu của khách, nghề nghiệp của chúng ta là làm việc phục vụ khách</p> <p>Đó là việc của ngành khách sạn trên toàn thế giới</p> <p>Càng đi nhiều khách hàng hay so sánh các khách sạn với nhau.</p>	<p>Hospitality World, An Introduction H.E. Lane & D. Dupre 1997</p> <p>Introduction to the Hospitality Industry, 2006. T.Power</p>
--	---	--	--	--

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. "Khách không quan tâm đến việc bạn biết nhiều hay ít, họ chỉ quan tâm bạn chăm sóc họ đến đâu." Leonard Schlesinger</p>	<p>Đó là kết quả cụ thể.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Khách trải nghiệm, đánh giá sự chăm sóc và phục vụ của bạn. Hãy hài lòng và vui vẻ khi tiếp nhận ý kiến phản hồi từ khách. 		<p>Xem tài liệu như đã nêu phần trên.</p>
<p>3. Chú trọng vào khách</p>	<p>Có khách, khách sạn sẽ có doanh thu.</p> <p>Để mất khách là mất nguồn thu.</p> <p>Khách quay trở lại khách sạn mang lại hiệu quả kinh doanh.</p> <p>90% khách không hài lòng không bao giờ phàn nàn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Một sản phẩm tốt (bao gồm tất cả các yếu tố/bộ phận buồng, nhà hàng, vệ sinh, v.v..) đòi hỏi phải có sự đầu tư. Khách không hài lòng sẽ không bao giờ trở lại. Xét về phương diện chi phí marketing và quảng cáo, khách trở lại khách sạn mang lại hiệu quả kinh tế cao. Đơn giản là họ sẽ không bao giờ trở lại. 	<p>Marketing, quảng bá và quảng cáo tốt sẽ tốn kém chi phí.</p> <p>Việc bán hàng trong tương lai sẽ không được đảm bảo, đồng nghĩa với việc mất đi một phần chi phí quảng cáo.</p> <p>Xét về phương diện chi phí marketing và quảng cáo, khách trở lại khách sạn mang lại hiệu quả kinh tế cao.</p> <p>Toàn bộ chi phí cho marketing, quảng cáo và quan hệ công chúng với mục đích thu hút khách đến khách sạn sẽ được bù lại từ những lần nghỉ của khách tại khách sạn.</p>	<p>Xem tài liệu như đã nêu phần trên.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Chiều lòng khách	Hiểu rõ khách của mình sẽ giúp bạn tìm được cách riêng để khách cảm thấy được chào đón, được đề cao, đặc biệt, và quan trọng.	<ul style="list-style-type: none"> • Một giỏ quả hay lẵng hoa nhỏ trong phòng khi khách đến sẽ làm khách cảm thấy là người quan trọng. 	Ấn tượng tốt ban đầu không tổn kém nhiều chi phí.	Xem tài liệu như đã nêu phần trên.
	Chuẩn bị trước khi khách nhận phòng.	<ul style="list-style-type: none"> • Khách trở lại. • Các dịp kỷ niệm, ngày sinh nhật hay dịp đặc biệt. • Thông tin về khách. 	Cảm thấy được nhận biết và vượt quá sự mong đợi.	
	Đích thân chào đón và chào tạm biệt khách.	<ul style="list-style-type: none"> • Chào khách. • Thấp tùng khách đến tận buồng. • Khi khách trả buồng, chào tạm biệt. 	Thể hiện sự phục vụ chu đáo của bạn/ nhân viên.	

PHẦN 1:

VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

PHẦN VIỆC 1.6:

Chăm sóc khách với cương vị là người quản lý khách sạn

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Xử lý phàn nàn của khách	Xử lý phàn nàn của khách. Bạn có cơ hội để sửa sai.	<ul style="list-style-type: none">• Lưu ý ngay lập tức.• Có thể là phàn nàn bằng lời nói hoặc thư.• Luôn theo sát để giải quyết phàn nàn của khách.• Cảm ơn khách (đã cho bạn biết sự việc).	Trong quá trình phục vụ có thể có sai sót. Khách luôn đánh giá cao nỗ lực giải quyết phàn nàn hay sửa sai của bạn.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân.
Lắng nghe	Lắng nghe khách với thái độ đúng mực.	<ul style="list-style-type: none">• Cố gắng đưa khách ra khỏi khu vực lễ tân.• Để khách “xả nổi bực mình”.• Ghi lại nếu cần thiết.• Tránh ngắt lời khách.	<p>Để có thể trao đổi riêng với khách mà không làm ảnh hưởng đến người xung quanh.</p> <p>Như vậy khách có thể bình tĩnh lại.</p> <p>Để chứng tỏ bạn rất quan tâm đến vấn đề của khách và đã ghi lại những chi tiết quan trọng mà khách không cần phải nhắc lại lần thứ hai.</p> <p>Thái độ không lịch sự có thể làm khách bực mình hơn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Bày tỏ sự thông cảm	Bằng cách tỏ thái độ đúng mực.	<ul style="list-style-type: none"> • Nhìn vào mắt khách. • Gật đầu và hắng giọng. • Cảm ơn khách đã báo cho biết sự việc. • Dùng đại từ “TÔI”. 	<p>Thể hiện cho khách thấy bạn đang lắng nghe.</p> <p>Bằng việc thông báo sự việc, khách cho bạn cơ hội để sửa sai.</p> <p>Để chứng tỏ bạn có trách nhiệm và sẽ xử lý vấn đề (tuy rằng bạn không phải là người gây ra lỗi).</p>	
Xin lỗi	Bằng câu “Tôi thật sự lấy làm tiếc vì sự việc đã xảy ra, thưa ông/bà TÊN KHÁCH”.	<ul style="list-style-type: none"> • Xin lỗi. • Gọi tên khách. 	<p>Để chứng tỏ bạn lấy làm tiếc vì khách gặp vấn đề rắc rối.</p> <p>Để chứng tỏ bạn biết rõ khách, tạo bầu không khí thân mật hơn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Thông báo cho khách biết việc bạn sắp làm	Giải thích việc bạn định làm.	<ul style="list-style-type: none"> • Đưa ra một vài lựa chọn cho khách (nếu có thể). • Để đảm bảo rằng bạn chỉ hứa những điều chắc chắn có thể thực hiện. • Không bao giờ đổ lỗi cho nhân viên. • Kiểm tra xem khách có đồng ý với đề xuất giải quyết của bạn. • Nếu nhân viên của bạn thấy không thoải mái khi giải quyết phàn nàn của khách hãy luôn khuyến khích họ liên hệ với người giám sát hoặc quản lý để giải quyết tình thế. 	<p>Nếu bạn hứa những điều không thực hiện được, khách sẽ càng thất vọng hơn.</p> <p>Bạn là người quản lý khách sạn và chịu trách nhiệm về nhân viên.</p> <p>Để đảm bảo hướng giải quyết của bạn được khách đồng tình.</p> <p>Với những tình huống bạn thấy khó giải quyết, tốt hơn cả là báo với cấp trên để tìm cách giải quyết.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Liên hệ với những người liên quan để giải quyết sự việc	Liên hệ với những bộ phận liên quan để giải quyết sự việc.	<ul style="list-style-type: none"> • Giải thích sự việc khách phàn nàn. • Nói rõ những điểm bạn đồng ý với khách. • Có được sự cam kết của các bộ phận/người liên quan để giải quyết sự việc. • Yêu cầu bộ phận đó đưa ra hạn chót giải quyết phàn nàn. • Yêu cầu bộ phận đó thông báo cho bạn khi sự việc đã được giải quyết. 	<p>Để đảm bảo rằng bộ phận liên quan hiểu rõ vấn đề phàn nàn của khách và cam kết giải quyết dứt điểm.</p> <p>Bạn vẫn “chịu trách nhiệm” về vấn đề.</p>	
Ghi lại lời phàn nàn	Ghi lại sự việc vào sổ.	<ul style="list-style-type: none"> • Sổ ghi chép ý kiến phàn nàn của khách cần có những nội dung sau: <ul style="list-style-type: none"> - Ngày tháng - Tên khách - Số buồng của khách - Thời gian nhận phàn nàn của khách - Nội dung phàn nàn - Thời gian giải quyết xong sự việc - Tên của bạn - Kiến nghị 	Với sổ ghi chép ý kiến phàn nàn của khách, khách sạn có thể biết được số lượng và thực chất của những lời phàn nàn để tránh lặp lại.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
Liên hệ với khách	Bằng cách gọi điện thoại cho khách.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra xem khách có hài lòng không. Gọi tên khách. Kiểm tra xem bạn có thể phục vụ gì thêm cho khách. 	<p>Để đảm bảo khách hoàn toàn hài lòng với sự việc đã giải quyết.</p> <p>Để cuộc nói chuyện thân mật hơn.</p> <p>Để khách có cơ hội yêu cầu thêm những dịch vụ khác.</p>	
Bàn bạc để giải quyết phàn nàn	<p>Bàn bạc với nhân viên và trưởng bộ phận liên quan để giải quyết phàn nàn.</p> <p>Thông điệp tới nhân viên là khách sạn cảm ơn khách đã cho biết sự việc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bàn bạc riêng với nhân viên liên quan. Bàn bạc trong cuộc họp bộ phận hoặc khách sạn với các nhân viên mà không nhắc đến tên khách. Bàn bạc cách giải quyết và tránh lặp lại sai sót. Điều chỉnh tiêu chuẩn và quy trình của khách sạn cho phù hợp. 	<p>Để rút kinh nghiệm và tránh lặp lại sai sót. Để điều chỉnh tiêu chuẩn và quy trình của khách sạn hợp lý hơn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>6. Nhận lời khen ngợi</p>	<p>Tương tự như giải quyết phàn nàn.</p> <p>Là động lực tích cực khuyến khích nhân viên khách sạn.</p> <p>Xử lý phàn nàn hay nhận lời ngợi khen đều rất quan trọng!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ghi lại tên và số buồng của khách. • Ghi lại tên của nhân viên hay bộ phận liên quan. • Luôn cảm ơn khách đã cho biết sự việc. • Thông báo cho nhân viên, bộ phận về lời ngợi khen của khách (bằng thư nội bộ). • Photo thư khen ngợi của khách. • Lưu lại trong hồ sơ nhân viên. • Đề cập, báo cáo và thảo luận về lời ngợi khen của khách trong buổi họp nhân viên tiếp theo. 	<p>Cho khách thấy bạn đánh giá cao thiện chí của họ khi ngợi khen bằng lời hay gửi thư cho khách sạn.</p> <p>Những ý kiến phản hồi tích cực từ khách là động lực khuyến khích nhân viên khách sạn duy trì và nâng cao tiêu chuẩn dịch vụ.</p>	

PHẦN 2: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

Giới thiệu

Bộ phận Buồng chuyên nghiệp và hiệu quả là yếu tố then chốt quyết định sự thành công của một khách sạn nhỏ. Vệ sinh sạch sẽ là một trong những lý do quan trọng để khách chọn và trở lại khách sạn. Nhân viên phục vụ buồng có ảnh hưởng lớn đến việc giảm chi phí bảo dưỡng bảo quản các thiết bị. Họ cũng là những tác nhân quan trọng làm cho khách cảm thấy thoải mái khi ở khách sạn.

Nhân viên phục vụ buồng cần phải có kiến thức về những điều sau đây:

- Các hoá chất tẩy rửa.
- Thời gian biểu của nhân viên.
- Quy trình dọn buồng đặc biệt.
- Xử lý với khách và nhân viên.
- Bảo quản tài sản.

Tham khảo Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam VTOS - Nghiệp vụ Buồng để có thêm thông tin chi tiết.

- PHẦN VIỆC 2.1: An ninh và an toàn
- PHẦN VIỆC 2.2: Phòng đồ vải
- PHẦN VIỆC 2.3: Kiểm tra tình trạng buồng
- PHẦN VIỆC 2.4: Bảo dưỡng



PHẦN II: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

PHẦN VIỆC 2.2: PHÒNG ĐỒ VẢI



PHÒNG ĐỒ VẢI PHẢI ĐƯỢC SẮP XẾP THEO HỆ THỐNG VÀ GỌN GÀNG 1



GIAO NHẬN ĐỒ VẢI 2



ĐỒ SẠCH VÀ BẮN PHẢI ĐƯỢC CẮT GIỮ ĐÚNG NƠI QUY ĐỊNH 3



PHẦN VIỆC 2.3: KIỂM TRA TÌNH TRẠNG BUỒNG



DANH MỤC KIỂM TRA TÌNH TRẠNG PHÒNG NGỦ/PHÒNG TẮM

1



NHÂN VIÊN PHỤC VỤ BUỒNG PHẢI CÓ DANH MỤC KIỂM TRA CHO TỪNG BUỒNG

2



NGƯỜI CHỦ/NGƯỜI QUẢN LÝ PHẢI KIỂM TRA TẠI CHỖ ĐỂ ĐẢM BẢO CÁC TIÊU CHUẨN CHẤT LƯỢNG ĐƯỢC DUY TRÌ TỐT TRONG KHÁCH SẠN

3



NGƯỜI CHỦ/NGƯỜI QUẢN LÝ PHẢI KIỂM TRA ĐỘT XUẤT ĐỂ ĐẢM BẢO CÁC TIÊU CHUẨN VỆ SINH ĐƯỢC DUY TRÌ TỐT

4



KIỂM TRA HÀNG NGÀY KHU VỰC CÔNG CỘNG

5



PHẦN 2: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

PHẦN VIỆC 2.1: An ninh và an toàn

An toàn là vấn đề quan trọng không thể bỏ qua. Nhân viên phục vụ buồng tiếp xúc với các chất tẩy rửa và các thiết bị có thể gây hại nếu không sử dụng đúng cách. Nhân viên phục vụ buồng không được phép tự do vào buồng khách hay các khu vực công cộng khác trong khách sạn.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Nhãn mác	Tất cả chai lọ, hộp v..v đều phải dán nhãn mác đầy đủ.	<ul style="list-style-type: none"> Không được loại bỏ nhãn mác ghi tên thành phần chứa bên trong bao bì. Nếu nhãn mác bị bong, phải lập tức dán lại. 	Không có nhãn mác có thể dẫn đến việc sử dụng sai mục đích, gây nguy hiểm.	<p>Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Buồng.</p> <p>Nhà cung cấp là người đào tạo cho nhân viên kiến thức và cách sử dụng sản phẩm, cũng như cung cấp thông tin cần thiết về sản phẩm.</p>
2. Thang	Thận trọng khi dùng thang.	<ul style="list-style-type: none"> Trước khi dùng, thang phải được mở chốt khoá và để vững chắc. Sau khi sử dụng, phải cất thang vào đúng vị trí quy định. Không sử dụng các vật khác để leo trèo. 	Luôn sử dụng thang để leo trèo.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Sàn nhà ướt	Vết ướt trên sàn nhà phải được lau khô ngay để tránh trơn trượt gây tai nạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Các vết ướt, chất lỏng, bột trên sàn nhà phải được loại bỏ ngay lập tức. • Phải trung biển báo tại chỗ sàn nhà ướt. 		
4. Tài liệu/Hướng dẫn.	Tài liệu hướng dẫn phải luôn có sẵn tại bộ phận để nhân viên và người giám sát tham khảo.	<ul style="list-style-type: none"> • Cần đọc kỹ những hướng dẫn và tài liệu trước khi sử dụng. • Giám sát viên có trách nhiệm đảm bảo hướng dẫn cho nhân viên các quy trình vận hành thiết bị mà họ sử dụng. • Khuyến khích nhân viên tìm hiểu cách sử dụng. 		
5. Bàn là và các phụ kiện		<ul style="list-style-type: none"> • Ngắt điện khỏi bàn là, để ở tư thế thẳng đứng, cất vào chỗ quy định sau khi dùng. • Bàn là và giá ủi phải được gấp lại và cất vào nơi quy định. 	<p>Có thể gây cháy, hoả hoạn.</p> <p>Để tránh nguy cơ hoả hoạn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>6. An ninh – khoá và chìa khoá</p>	<p>Bộ phận Buồng quản lý khoá và chìa khoá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Người quản lý buồng phải được tiếp cận bộ chìa khoá tổng. • Nhân viên phục vụ buồng chỉ có chìa khoá buồng khách mà họ có nhiệm vụ phục vụ. • Việc sử dụng chìa khoá phải được ghi vào sổ theo dõi tình hình ca làm việc, gồm thời gian lấy chìa khoá, thời gian trả chìa khoá, người sử dụng. 		

PHẦN 2: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

PHẦN VIỆC 2.2: Phòng đồ vải

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Phòng đồ vải	Đây là nơi chủ chốt của bộ phận buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Phải được sắp xếp theo hệ thống và gọn gàng. 	Để đảm bảo đồ vải được sắp xếp hợp lý và dễ kiểm đếm.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Buồng.
2. Giao nhận đồ vải	Việc giao nhận đồ vải do một nhân viên phụ trách.	<ul style="list-style-type: none"> Sau khi nhận nhiệm vụ, nhân viên buồng đến phòng đồ vải lấy đồ cho buồng khách mình phục vụ. Đồ vải xuất ra phải được ghi vào sổ theo dõi ca làm việc với những nội dung sau: <ul style="list-style-type: none"> Tên nhân viên phục vụ buồng. Ngày, giờ nhận đồ vải. Số buồng và loại đồ vải đã xuất. Đồ vải bản trả về phòng vải và ghi vào sổ theo dõi ca làm việc. 		

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Đồ vải bị hỏng	Đồ vải cũ hoặc rách phải để riêng và ghi vào sổ để giám sát viên kiểm tra.	<ul style="list-style-type: none"> Không dùng các đồ vải cũ hay rách. Giám sát viên sẽ quyết định sửa đồ vải để đưa vào sử dụng tiếp hay bỏ đi. Các đồ vải phải được kiểm tra hàng ngày. 	<p>Kém tiêu chuẩn.</p> <p>Vì vết bẩn, ố hay giặt chưa sạch.</p>	
4. cất giữ trong kho	Đồ vải, kể cả đồ sạch và bẩn phải được cất giữ trong kho đúng cách.	<ul style="list-style-type: none"> Đồ vải sạch phải được để trên giá. Đồ vải bẩn phải được để trong giỏ và trong hộp chứa có nắp đậy. Khăn ướt phải được giặt là trong thời gian sớm nhất. Không cất đồ vải bẩn hay ẩm trong túi nilon. 	<p>Để không khí lưu thông, tránh mùi ẩm mốc, côn trùng.</p> <p>Để giảm mùi hôi.</p> <p>Để tránh vết mốc.</p> <p>Vết bẩn và mốc làm hỏng vải.</p>	

PHẦN 2: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

PHẦN VIỆC 2.3: Kiểm tra tình trạng buồng

Việc đảm bảo tất cả buồng khách sạn sẽ là rất quan trọng. Căn cứ trên tiêu chuẩn chất lượng, có một số phương pháp kiểm tra cụ thể để đảm bảo các buồng sẵn sàng đón khách vào ở. Các bước tiến hành được căn cứ theo danh mục kiểm tra.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Danh mục kiểm tra tình trạng buồng ngủ /phòng tắm	Nhân viên phục vụ buồng phải có danh mục kiểm tra cho từng buồng. Đánh dấu vào các mục đã được kiểm tra.	<ul style="list-style-type: none"> Danh mục kiểm tra tình trạng buồng phải đưa lại cho nhân viên giám sát, trong đó ghi tên nhân viên phục vụ buồng, số buồng. Người chủ/người quản lý cũng phải kiểm tra tại chỗ để đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng được duy trì tốt trong khách sạn. 	Giúp người quản lý xác nhận tiêu chuẩn buồng và tiêu chuẩn chất lượng.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Buồng.

DANH MỤC KIỂM TRA BUỒNG KHÁCH

	TỐT	KHÔNG
1. Ánh sáng, bóng đèn, chao đèn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Hệ thống dây dẫn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Rèm cửa, móc treo, thanh treo rèm, v.v..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Giường, lật đệm, kiểm tra mặt dưới đệm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Thảm lớn, thảm nhỏ, sàn nhà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Tủ quần áo, mắc áo, đèn, túi đựng đồ giặt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Các cửa sổ - sạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Biển báo "Xin không làm phiền"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Gạt tàn và diêm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Bảng hướng dẫn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Kiểm tra toàn bộ các ngăn kéo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Nến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Phiếu góp ý/vấn phòng phẩm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Xô đựng đá hoặc bình nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Cốc sạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Tình trạng máy điều hoà/lưới lọc sạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Bảng giá buồng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Quy định phòng cháy và tình huống khẩn cấp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Tình trạng trần nhà, bụi bẩn và mạng nhện	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Tập thông tin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Tranh treo tường	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Tình trạng tường	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Gầm giường - sạch sẽ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Đồ trong tủ đồ uống - Mini bar (nếu có)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Khoá cửa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Điện thoại	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Tivi/đài	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Bàn là và giá ủi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Bình cà phê/cà phê/trà/đường/kem/tách chén và đĩa/thìa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Gương	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Thiết bị báo khói	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Thùng rác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DANH MỤC KIỂM TRA TÌNH TRẠNG PHÒNG TẮM

	TỐT	KHÔNG
1. Nước nóng lạnh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Tất cả vòi nước và ống nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Bồn cầu: sạch phía trong và ngoài bồn cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Vệ sinh mặt trước và mặt sau nắp nhựa để ngồi, nắp đậy bồn cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Thảm chùi chân trong phòng tắm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Rèm trong phòng tắm và móc treo quần áo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Khăn tắm và đồ vải trong phòng tắm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Xà phòng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Giấy vệ sinh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Khăn giấy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Thùng đựng rác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Thùng đựng đồ giặt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Xi đánh giày	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Túi vệ sinh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Kiểm tra cửa phòng tắm cả mặt trong và ngoài đã sạch chưa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Vệ sinh bồn rửa tay và bồn tắm, loại bỏ tóc rụng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Gương sạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Thảm chùi chân sạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Vòi hoa sen sạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Cửa sổ và bình phong	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Tình trạng hoạt động của quạt thông gió	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DANH MỤC KIỂM TRA KHU VỰC CÔNG CỘNG

Hai trong số khu vực quan trọng nhất của khách sạn là phòng vệ sinh nữ và phòng vệ sinh nam. Thiết bị vệ sinh và mức độ sạch sẽ của phòng vệ sinh là tiêu chí để khách đánh giá khách sạn. Người quản lý phải đảm bảo rằng những phòng vệ sinh này được giữ gìn sạch sẽ, các thiết bị sáng bóng không có đốm, vết bẩn và trong tình trạng tốt. Phải tiến hành sửa chữa ngay những thiết bị hỏng. Các đồ bổ sung trong phòng vệ sinh như xà bông, giấy vệ sinh, giấy lau tay phải luôn luôn có sẵn. Thường xuyên vệ sinh và kiểm tra những mục nêu trong danh sách dưới đây, cứ 30 phút một lần trong ca làm việc ban ngày, và 60 phút một lần vào ca trực đêm tùy theo mức độ khách nhiều hay ít.

	CÓ	KHÔNG
1. Nước nóng và nước lạnh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Vệ sinh bồn rửa tay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Vệ sinh phía trong và ngoài bồn cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Vệ sinh miếng nhựa ngồi bồn cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Vệ sinh bồn tiểu nam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Đường thoát nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Vệ sinh các vòi nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Vệ sinh sàn nhà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Cửa sổ và bình phong	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Bình xịt đựng xà phòng, giá treo khăn tắm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Khăn lau tay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Giấy vệ sinh và hộp đựng giấy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Khăn giấy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Cửa và trần nhà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Đèn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Tình trạng hoạt động của hệ thống nước xối bồn cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PHẦN 2: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ BUỒNG

PHẦN VIỆC 2.4: Bảo dưỡng

Bảo dưỡng là trách nhiệm của Trưởng bộ phận buồng hoặc chủ/quản lý khách sạn. Nhân viên phải có kỹ năng giám sát và hiểu biết về kỹ thuật. Trường hợp khách sạn có bộ phận buồng và bảo dưỡng riêng thì hai bộ phận này phải phối hợp với nhau.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Yêu cầu bảo dưỡng	Do nhân viên phục vụ buồng yêu cầu và đảm bảo công việc bảo dưỡng được tiến hành kịp thời, hiệu quả.	<ul style="list-style-type: none"> Nhân viên phục vụ buồng cần phải chuẩn bị yêu cầu bảo dưỡng bằng văn bản và chuyển cho giám sát viên bộ phận ngay khi phát hiện có dấu hiệu sai lệch hay hỏng hóc. Một bản photo yêu cầu bảo dưỡng phải được lưu tại bộ phận phục vụ buồng để theo dõi. Yêu cầu bảo dưỡng phải được ưu tiên. 	<p>Để ghi lại.</p> <p>Để chắc chắn rằng công việc bảo dưỡng được thực hiện.</p> <p>Để đảm bảo những yêu cầu cấp thiết nhất phải được thực hiện trước hết.</p>	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Buồng.
2. Bảo dưỡng định kỳ	Khách sạn nên có chương trình bảo dưỡng định kỳ để đảm bảo các thiết bị hoạt động tốt và hiệu quả.	<ul style="list-style-type: none"> Tất cả các trang thiết bị, đồ đạc phải được nhân viên phục vụ buồng và bảo dưỡng kiểm tra tình trạng thường xuyên. Danh mục kiểm tra phải được thực hiện theo đúng lịch để đảm bảo các bước bảo dưỡng cần thiết được triển khai. 	Bảo dưỡng định kỳ có thể giúp giảm bớt chi phí đại tu hay tránh chi phí phải thay thế.	

PHẦN 3: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN

Giới thiệu

Lễ tân là bộ phận của khách sạn mang lại nguồn lợi nhuận lớn nhất. Bộ phận Lễ tân thường được coi là đầu mối của khách sạn và phối hợp chặt chẽ với các bộ phận khác để đảm bảo chất lượng phục vụ khách. Ấn tượng đầu tiên của khách là rất quan trọng. Nếu Lễ tân phục vụ tốt khi khách làm thủ tục nhận buồng thì các dịch vụ khác chắc chắn sẽ được khách đánh giá với thiện chí cao. Ấn tượng ban đầu không tốt có thể làm hỏng kỳ nghỉ của khách.

Nhân viên Lễ tân phải được đào tạo cả về kỹ năng nghề và kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

Ba chức năng cơ bản của bộ phận Lễ tân như sau:

- Bán buồng, bao gồm đăng ký khách và bố trí buồng.
- Cung cấp các dịch vụ như tin nhắn, thư tín và cung cấp thông tin về khách sạn và địa phương.
- Chuẩn bị hóa đơn, thanh toán, thu tiền mặt và thực hiện các giao dịch thanh toán một cách chính xác.

Để có thông tin cụ thể chi tiết hơn, có thể tham khảo Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân.

PHẦN VIỆC 3.1: Quy trình nhận đặt buồng

PHẦN VIỆC 3.2: Công nghệ thông tin và Lễ tân (kiến thức)

PHẦN VIỆC 3.3: Quy trình nhận và trả buồng

PHẦN VIỆC 3.4: An ninh, kiểm soát chìa khóa và đối phó với các trường hợp khẩn cấp



PHẦN III: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN



IN DANH SÁCH KHÁCH ĐẾN

1



LỄ TÂN PHẢI ĐƯỢC CẬP NHẬT VỀ TÌNH TRẠNG BUỒNG SẴN SÀNG ĐÓN KHÁCH

2



LỄ TÂN PHẢI THÔNG BÁO CÁC BUỒNG KHÁCH TRẢ CHO BỘ PHẬN PHỤC VỤ BUỒNG

3



ĐẶT BUỒNG

4



GIAO TIẾP VỚI KHÁCH

5



KIỂM TRA HÀNG NGÀY PHIẾU ĐẶT BUỒNG

6



PHẦN VIỆC 3.3: QUY TRÌNH NHẬN VÀ TRẢ BUỒNG



QUY TRÌNH NHẬN VÀ TRẢ BUỒNG

1



PHẦN VIỆC 3.4: AN NINH, KIỂM SOÁT CHÌA KHÓA VÀ ỨNG PHÓ VỚI CÁC TRƯỜNG HỢP KHẨN CẤP



KIỂM SOÁT CHÌA KHÓA

1



TRƯỜNG HỢP KHẨN CẤP

2



PHẦN 3: PHẦN VIỆC 3.1:

QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN Quy trình nhận đặt buồng

Nhận đặt buồng là một trong những hoạt động quan trọng nhất của khách sạn, có chức năng kiểm soát lượng khách đến và đi, giúp khách có kế hoạch đặt buồng trước khi đến, đồng thời giúp khách sạn có doanh thu cao nhất. Mỗi khách sạn có một quy trình đặt buồng riêng, có thể là đặt trước qua hệ thống máy vi tính hay thủ công nhưng tất cả đều có cùng mục đích là bố trí khách ở để đạt được công suất sử dụng buồng tối đa và thoả mãn nhu cầu của khách.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Bắt đầu một ngày làm việc	In danh sách khách đến và bố trí buồng.	<ul style="list-style-type: none">Bao gồm tất cả các khách đến, xác định các yêu cầu đặc biệt, khách VIP, v.v..Các báo cáo phải được bộ phận phục vụ Buồng tập hợp lại.	<p>Để có được thông tin cập nhật về toàn bộ khách đến.</p> <p>Để giúp nhân viên phục vụ buồng có thể tổ chức sắp xếp công việc.</p>	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân
2. Chuẩn bị buồng.	Lễ tân phải luôn được cập nhật về tình trạng buồng sẵn sàng đón khách.	<ul style="list-style-type: none">Bộ phận buồng báo tình trạng buồng cho lễ tân.	Để đảm bảo các buồng được bố trí cho khách đến sớm hoặc khách vắng lai.	
3. Trả buồng	Lễ tân phải thông báo các khách trả buồng cho bộ phận phục vụ buồng.	<ul style="list-style-type: none">Lễ tân phải thông báo thời gian khách đã trả buồng, hay thời gian khách trả buồng sớm.Khi buồng đã được chuẩn bị xong, Lễ tân phải được thông báo để được cập nhật tình hình buồng trong khách sạn.	<p>Để buồng có thể được chuẩn bị ngay.</p> <p>Biết được buồng có thể bán.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Các yêu cầu đặc biệt	Tất cả các yêu cầu đặc biệt cần được chuyển đến bộ phận phục vụ buồng.	<ul style="list-style-type: none"> • Yêu cầu về loại giường, cũi, và giường đặt thêm cần phải được chuyển đến bộ phận buồng để bố trí trước. • Tương tự đối với các khách VIP. 	Để đảm bảo buồng được chuẩn bị trước cho khách đến.	
5. Báo cáo sử dụng buồng	Báo cáo này là một công cụ quan trọng đối với tất cả các bộ phận vì nó cho biết chi tiết có bao nhiêu người đang sử dụng buồng.	<ul style="list-style-type: none"> • Báo cáo này phải chuyển cho bộ phận phục vụ buồng hai lần mỗi ngày hoặc vào đầu mỗi ca. 	Để đảm bảo có đầy đủ đồ dùng và đồ vải trong buồng.	
6. Đặt buồng	Lấy và ghi chép thông tin từ khách.	<p>Thông tin tối thiểu cần ghi lại:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tên. • Số người. • Địa chỉ đầy đủ. • Chi tiết liên hệ. • Ngành kinh doanh. • Loại/số lượng buồng. • Ngày đến/đi. • Loại hình đặt. • Phương thức thanh toán. 	Để đảm bảo tất cả các thông tin được tiếp nhận chính xác.	Xem phần thủ tục đặt buồng trong Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
7. Liên lạc với khách	Thông báo cho khách mã số đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại thông tin với khách khi xác nhận. Thông báo mã số đặt buồng. Giải thích chính sách hủy đặt buồng. Kiểm tra lại phiếu yêu cầu đặt buồng. 	<p>Để đảm bảo không mắc một lỗi nào.</p> <p>Để khách hiểu thủ tục nếu họ phải hủy đặt buồng.</p>	
8. Kiểm tra hàng ngày	Hàng ngày lấy phiếu yêu cầu đặt buồng của ngày đó.	<ul style="list-style-type: none"> Phân tích và bố trí buồng. 	Chuẩn bị trước.	
9. Hủy đặt buồng	Nếu yêu cầu đặt buồng không được hủy trước thì gọi là khách không đến mà không báo trước (no-show).	<ul style="list-style-type: none"> Lấy tất cả các thông tin cung cấp trong hồ sơ đặt buồng. Phát hành số hủy đặt buồng và giữ hồ sơ lưu. Cố gắng bố trí đặt buồng khác cho khách. Đối với việc đặt buồng có đảm bảo, số tiền trả lại tùy theo chính sách của khách sạn. 	Để đảm bảo tuân thủ đúng thủ tục của khách sạn.	

PHẦN 3: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN

PHẦN VIỆC 3.2: Công nghệ thông tin và Lễ tân (kiến thức)

Ở bất kỳ quy mô nào, máy vi tính cũng là công cụ quan trọng trong khách sạn. Hệ thống quản lý khách sạn (PMS) thực hiện một số công việc của các bộ phận trực tiếp và gián tiếp phục vụ khách. Những phần mềm chức năng thông dụng nhất là:

- Đặt buồng.
- Quản lý buồng.
- Kế toán khách hàng.
- Quản lý chung.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Nhận đặt buồng	Giúp việc nhận đặt buồng chính xác và nhanh chóng.	<ul style="list-style-type: none"> • Thường được phân loại theo ngày đến, theo đoàn hoặc tên khách. 	Để đảm bảo việc nhận đặt buồng được quản lý một cách hiệu quả.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân.
2. Quản lý buồng	Được thiết kế để củng cố mối liên kết giữa bộ phận phục vụ Buồng và Lễ tân.	<ul style="list-style-type: none"> • Hệ thống này thông thường cho biết tình trạng buồng. • Có thể bố trí buồng và giá buồng khi làm thủ tục đăng ký buồng. • Có thể hiển thị dữ liệu về khách tại quầy lễ tân, tổng đài, v.v.. 	Để đảm bảo việc sử dụng buồng có hiệu quả và cung cấp thông tin cập nhật cho nhân viên đặt buồng.	
3. Tài khoản của khách	Hệ thống này tạo lập hồ sơ của khách và cho phép nhập chi phí của khách vào tài khoản từ bộ phận bán hàng.	<ul style="list-style-type: none"> • Lễ tân chịu trách nhiệm nhập chi phí của khách vào máy, cập nhật hồ sơ và lập/in ấn hóa đơn. 	Để đảm bảo tài khoản của khách và khách sạn được chính xác.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Quản lý chung</p>	<p>Hệ thống này tiếp cận số liệu từ các đơn vị lễ tân và dùng làm cơ sở để lập báo cáo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Thông tin được lấy từ một số hồ sơ lựa chọn để đáp ứng yêu cầu cụ thể của người quản lý. 	<p>Để cung cấp cho người chủ hoặc quản lý khách sạn thông tin cập nhật.</p>	

PHẦN 3: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN

PHẦN VIỆC 3.3: Quy trình nhận và trả buồng

Mặc dù các nhà quản lý khách sạn thực tế có thể không kiểm tra khách đến và đi, nhưng việc hiểu và tuân thủ đúng những thủ tục này trong tất cả mọi trường hợp là điều cực kỳ quan trọng. Nhân viên cần phải được đào tạo để hiểu đầy đủ và có thể thực hiện quy trình nhận và trả buồng một cách đúng đắn. Dưới đây là bảng tóm tắt các nguyên tắc chung.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thủ tục nhận buồng	Nhân viên lễ tân phải chuẩn bị sẵn sàng trước khi khách đến. Khi khách đến quầy lễ tân, thủ tục đăng ký bắt đầu bằng những lời chào mừng khách.	<ul style="list-style-type: none"> • Phiếu đăng ký được in sẵn. • Phiếu đăng ký được kiểm tra hai lần để đảm bảo độ chính xác. • Chia khóa (hoặc khóa từ) được chuẩn bị sẵn và kẹp cùng với thẻ đăng ký. • Đảm bảo khách ký vào thẻ đăng ký. • Phải cài số thẻ tín dụng (đối với khách vắng lai). • Khách được người quản lý khách sạn đưa đến buồng. 	<p>Để cung cấp đầy đủ thủ tục đăng ký khách sạn cho khách.</p> <p>Để đảm bảo thông tin thu được chính xác.</p> <p>Đích thân chào khách.</p>	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân, Quy trình nhận buồng.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Thủ tục trả buồng</p>	<p>Cách thức phục vụ khi khách làm thủ tục trả buồng đóng vai trò quan trọng trong việc khách sẽ quay trở lại khách sạn hay không.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trước khi làm thủ tục trả buồng, cần xem lại hóa đơn của khách để đảm bảo tất cả các chi phí đã được bao gồm trong hóa đơn. • Những sai lệch cần phải được giải quyết một cách chuyên nghiệp. • Nếu khách đồng ý với hóa đơn, đề nghị khách ký vào hóa đơn. • Nếu khách sử dụng thẻ tín dụng, phải kiểm tra và xin cấp phép thanh toán (nếu cần). • Mời khách điền vào phiếu nhận xét. • Mời khách trở lại khách sạn. 	<p>Để đảm bảo tất cả các chi phí được đưa vào hóa đơn của khách và không bị thất thoát doanh thu do bỏ quên chi phí của khách.</p> <p>Để tránh tranh cãi.</p> <p>Để đảm bảo công ty phát hành thẻ tín dụng sẽ chấp nhận chi phí này.</p> <p>Để nhận được ý kiến phản hồi của khách đối với các dịch vụ đã cung cấp.</p>	

PHẦN 3: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ LỄ TÂN

PHẦN VIỆC 3.4: An ninh, kiểm soát chìa khóa và đối phó với các trường hợp khẩn cấp.

Bộ phận Lễ tân đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo an ninh chung. Nhân viên Lễ tân phải cảnh giác với những vị khách đáng ngờ, hành lý bị bỏ lại hoặc vô thừa nhận, và các vấn đề an ninh khác.

Việc không thu được tiền cho các sản phẩm và dịch vụ mà khách sử dụng có thể gây ra các khoản thất thoát đáng kể. Người quản lý phải thiết lập các thủ tục để đảm bảo tất cả các chi phí tiêu dùng trong khách sạn được báo cáo kịp thời cho bộ phận Lễ tân để đưa vào hóa đơn thanh toán cho khách. Không được chậm trễ trong việc cập nhật hóa đơn vì việc chậm trễ có thể để khách ra về mà không thanh toán.

Có thể tham khảo tài liệu tiêu chuẩn VTOS - Nghiệp vụ An ninh và Nghiệp vụ Lễ tân để có thêm thông tin.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Phòng chống gian lận và trộm cắp	Bộ phận Lễ tân phải tuân thủ các thủ tục quản lý tiền mặt và các yêu cầu tín dụng do cán bộ quản lý và kế toán thiết lập để tránh thất thoát tài sản từ các khoản nợ khó đòi.	<p>Phải thận trọng khi quản lý thẻ tín dụng vì chúng có thể bị đánh cắp hoặc bị đánh tráo.</p> <ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra để đảm bảo thẻ đã được ký và vẫn còn giá trị. Nếu thẻ đã hết hạn, phải sử dụng phương thức thanh toán khác. Thẻ tín dụng phải luôn luôn được xác nhận với công ty phát hành thẻ tín dụng. Chữ ký thứ hai trên séc du lịch phải luôn luôn khớp với chữ ký ban đầu trên tờ séc. 	Để giữ gìn an ninh và bảo vệ khách sạn tránh thất thoát.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Lễ tân.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Kiểm soát chia khóa	Hệ thống kiểm soát chia khóa là cực kỳ quan trọng đối với an ninh của một khách sạn. Tất cả các chìa khóa cần phải được kiểm soát một cách phù hợp.	<ul style="list-style-type: none"> Có 3 mức độ kiểm soát: <ul style="list-style-type: none"> Chìa khóa khẩn cấp. Chìa khóa tổng. Chìa khóa phòng khách. 	Để tránh thất thoát do việc sử dụng trái phép chìa khóa.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ An ninh.
	Chìa khóa khẩn cấp.	<ul style="list-style-type: none"> Chìa khóa khẩn cấp có thể mở được cửa buồng khách, thậm chí khi cửa khóa kép. Có thể được sử dụng để vào buồng khi khách cần giúp đỡ hoặc khi không thể mở được cửa. Chìa khóa này phải được bảo vệ nghiêm ngặt và việc sử dụng phải được kiểm soát và ghi chép chặt chẽ. Chìa khóa này cần phải được cất trong két an toàn và khi lấy ra sử dụng phải có hai người ký. 	Để có thể vào được tất cả các buồng khách trong trường hợp khẩn cấp.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	Chìa khóa tổng.	<ul style="list-style-type: none"> • Mở tất cả các cửa mà không khóa kép. • Khi không dùng đến phải được cất an toàn ở một nơi quy định. • Chỉ được đưa ra khi cần thiết. • Phải duy trì sổ theo dõi sử dụng, bao gồm ngày/giờ lấy ra và trả lại. 	Được nhân viên phục vụ buồng sử dụng để thực hiện công việc. Phải được kiểm soát chặt chẽ.	
	Chìa khóa buồng khách.	<ul style="list-style-type: none"> • Mở cửa một buồng khách duy nhất khi không khóa kép. • Phải do nhân viên lễ tân kiểm soát. • Khách yêu cầu chìa khóa phải luôn luôn được xác nhận để đảm bảo khách đã đăng ký buồng. 	Để đảm bảo chỉ khách đã đăng ký khách sạn mới có thể vào buồng khách.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Các tình huống khẩn cấp	<p>Trong tình huống khẩn cấp, bộ phận Lễ tân trở thành trung tâm chỉ huy của khách sạn. Khách sẽ dựa vào thông tin về tình hình và chỉ dẫn của cán bộ quản lý và nhân viên lễ tân.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tất cả nhân viên phải am hiểu các thủ tục khẩn cấp trong trường hợp hỏa hoạn, cấp cứu, mất trộm, v.v.. • Mỗi khách sạn được đề nghị nên xây dựng hướng dẫn tình huống khẩn cấp. • Trung số liên hệ khẩn cấp tại quầy lễ tân và tổng đài. 	<p>Để đảm bảo thông tin sẵn sàng được truyền đi khi cần thiết.</p>	

PHẦN 4: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG

Giới thiệu

Khách thường đánh giá một khách sạn thông qua chất lượng nhà hàng của khách sạn đó. Do có rất nhiều cạnh tranh trong lĩnh vực nhà hàng ở Việt Nam, sự thành công của nhà hàng sẽ không chỉ thu hút khách trong khách sạn, mà còn thu hút nhiều khách địa phương.

Phần này bao gồm những vấn đề quan trọng mà người chủ/quản lý khách sạn nên xem xét khi lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các nhà hàng. Lĩnh vực này bao gồm:

- Xác định và đáp ứng nhu cầu của khách.
- Các loại đồ ăn và đồ uống phục vụ trong nhà hàng.
- Lập thực đơn.
- An toàn và vệ sinh thực phẩm.
- Chuẩn bị nhà hàng.
- Các tiêu chuẩn phục vụ.
- Các mối quan hệ công việc và giao tiếp hiệu quả.

Nên tham khảo Tài liệu tiêu chuẩn VTOS - Nghiệp vụ nhà hàng và Kỹ thuật chế biến món ăn Âu và món ăn Việt Nam.

PHẦN VIỆC 4.1: Xác định nhu cầu của khách (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 4.2: Các loại đồ ăn, đồ uống phục vụ trong nhà hàng và thiết lập thực đơn (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 4.3: An toàn và vệ sinh thực phẩm (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 4.4: Chuẩn bị ca làm việc của nhà hàng (Kiến thức)

PHẦN VIỆC 4.5: Các mối quan hệ công việc hiệu quả và phương pháp giao tiếp (Kiến thức)



PHẦN IV: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ NHÀ HÀNG
PHẦN VIỆC 4: XÁC ĐỊNH NHU CẦU CỦA KHÁCH

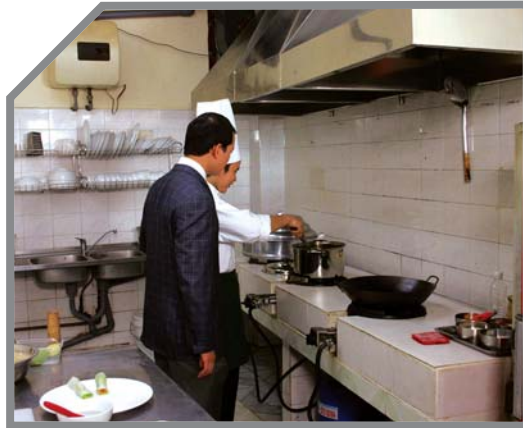


XÁC ĐỊNH NHU CẦU CỦA KHÁCH

1



PHẦN VIỆC 4.2: CÁC LOẠI ĐỒ ĂN, ĐỒ UỐNG PHỤC VỤ TRONG NHÀ HÀNG



THIẾT LẬP THỰC ĐƠN

1



CÁC MÓN ĂN ĐA DẠNG

2



MÓN ĂN VỚI HƯƠNG VỊ VÀ MÀU SẮC ĐA DẠNG

3



KẾT HỢP MÓN ĂN ĐỊA PHƯƠNG VỚI MÓN ĂN QUỐC TẾ

4



PHẦN VIỆC 4.4: CHUẨN BỊ NHÀ HÀNG



CHUẨN BỊ NHÀ HÀNG

1



BẦU KHÔNG KHÍ TRONG NHÀ HÀNG VÀ TÂM TRẠNG CỦA KHÁCH

2



CÁC TIÊU CHUẨN PHỤC VỤ

3



MỐI QUAN HỆ CÔNG TÁC

4



HỌP GIAO BAN HÀNG NGÀY

5



PHẦN 4: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG

PHẦN VIỆC 4.1: Xác định nhu cầu của khách (Kiến thức)

Hãy so sánh nhà hàng hay quán bar đông khách với nhà hàng hay quán bar trống rỗng. Điều gì khiến cho một nhà hàng tấp nập khách và có lãi, còn nhà hàng kia thì vắng khách và thất thu? Lý do chính là nhà hàng đông khách đã cung cấp cho khách cái mà họ cần và mong muốn

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Xác định khách hàng cần gì	Người chủ/quản lý khách sạn phải xác định khách hàng yêu cầu gì để đáp ứng nhu cầu của họ.	Những câu hỏi tối thiểu đối với khách hàng: <ul style="list-style-type: none">• Vì sao họ đến nhà hàng này.• Họ đánh giá thế nào về cơ sở vật chất, thiết bị của nhà hàng.• Họ thích các dịch vụ nào của nhà hàng.• Họ thích phong cách chế biến kiểu gì.• Họ đánh giá như thế nào về không khí trong nhà hàng.• Họ đánh giá như thế nào về chất lượng đồ ăn và phục vụ.	Để hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Nhà hàng.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Tiếp nhận ý kiến của khách hàng	Có nhiều cách khác nhau để lấy ý kiến khách hàng.	<ul style="list-style-type: none">• Phiếu ý kiến khách hàng.• Đánh giá số lượng bán ra các loại.• Đánh giá số lượng bán các loại hàng đặc biệt.• Đánh giá sự cạnh tranh.	Những điều này giúp xác định sở thích của khách hàng.	

PHẦN 4: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG

PHẦN VIỆC 4.2: Các loại đồ ăn, đồ uống phục vụ trong nhà hàng và thiết lập thực đơn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thực đơn và các loại đồ uống	Thực đơn dựa trên nhu cầu của khách hàng và mục tiêu của nhà hàng.	<ul style="list-style-type: none">• Thực đơn chọn món (A la Carte).• Thực đơn định sẵn (Table d'hôte).• Thực đơn tự chọn (Buffet).	Để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Nhà hàng.
2. Lập thực đơn	Tạo ấn tượng đầu tiên của khách về nhà hàng.	Thực đơn phải: <ul style="list-style-type: none">• Bắt mắt.• Trình bày hấp dẫn.• Sạch sẽ.• Viết hoặc in một cách rõ ràng.	Để hấp dẫn khách hàng.	
3. Đa dạng hoá món ăn	Các món ăn đa dạng tạo nên sự thú vị và hấp dẫn đối với khách hàng.	<ul style="list-style-type: none">• Phải hấp dẫn đối với nhiều đối tượng khách hàng.• Việc đa dạng hoá món ăn cần được lập kế hoạch cẩn thận để tránh lãng phí.	Để đáp ứng nhu cầu khách hàng và khuyến khích họ sử dụng nhà hàng khách sạn.	
4. Sử dụng màu sắc, hương vị, cách bài trí phong phú	Tất cả các bữa ăn nên có nhiều màu sắc, cách bài trí và hương vị đa dạng.	<ul style="list-style-type: none">• Để tạo cân bằng cho các món ăn.• Để phục vụ nhu cầu ẩm thực đa dạng của các nhóm khách khác nhau.		

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Yêu cầu về dinh dưỡng	Để đáp ứng yêu cầu về dinh dưỡng của các đoàn khách.	<ul style="list-style-type: none"> Thực đơn nên cung cấp cân bằng chất đạm, chất béo hydrat-cacbon, khoáng chất và vitamin. 	Để cung cấp cho khách hàng những bữa ăn đầy đủ dinh dưỡng và có lợi cho sức khỏe.	
6. Kết hợp món ăn địa phương với món ăn quốc tế	Du khách đến Việt Nam thường muốn thử các món ăn địa phương, tuy nhiên các món ăn quốc tế cũng nên có trong thực đơn.	<ul style="list-style-type: none"> Các món ăn địa phương sử dụng nguyên liệu tại chỗ. Lựa chọn một số món ăn quốc tế. 	Một số khách quốc tế muốn ăn những thức ăn quen thuộc với họ.	
7. Sử dụng nguồn nguyên liệu sẵn có	Nên lập thực đơn với nguồn nguyên liệu sẵn có.	<ul style="list-style-type: none"> Lập thực đơn nên tính đến các nguyên liệu sẵn có, trang thiết bị và kỹ năng của nhân viên. 	Để đảm bảo rằng thực đơn có thể đáp ứng yêu cầu về chất lượng.	
8. Chuẩn hóa công thức định lượng	Giúp đảm bảo sự nhất quán về chất lượng và cách trình bày.	<ul style="list-style-type: none"> Nguyên liệu, định lượng và phương pháp chế biến cần phải được chi tiết hoá. Chi phí món ăn và giá bán phải được tính toán. 	<p>Các món ăn cần phải được chuẩn hóa, được sử dụng như một phương tiện để huấn luyện và tham khảo.</p> <p>Định lượng mỗi suất ăn phải được kiểm soát.</p>	<p>Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Kỹ thuật chế biến món ăn Việt Nam.</p> <p>Tham khảo Phần 5 - Quản lý nghiệp vụ kế toán.</p>

PHẦN 4: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG
PHẦN VIỆC 4.3: An toàn và vệ sinh thực phẩm (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Vệ sinh thực phẩm	Áp dụng các biện pháp để đảm bảo thực phẩm được xử lý, bảo quản, chế biến và phục vụ đúng quy cách để tránh làm ô nhiễm thức ăn và nhiễm độc thực phẩm.	<ul style="list-style-type: none"> Thực phẩm phải được chế biến trong điều kiện vệ sinh sạch sẽ. 	Để tránh cho việc khách hoặc nhân viên bị ngộ độc thức ăn.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Kỹ thuật chế biến món ăn Việt Nam.
2. Vi khuẩn	Vi khuẩn là nguyên nhân phổ biến gây ngộ độc thực phẩm. Chúng cần thực phẩm, độ ẩm, nhiệt độ và thời gian để phát triển.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo bốn yếu tố này hạn chế sự phát triển của vi khuẩn gây ngộ độc thức ăn. 	Để tránh lây lan các vi khuẩn có hại.	
3. Quy trình vệ sinh an toàn thực phẩm		<ul style="list-style-type: none"> Bảo quản thực phẩm không bị nhiễm khuẩn có hại và độc tố. Ngăn chặn nhiều loại vi khuẩn phát tán. Đun sôi, nấu kỹ là cách tốt nhất để diệt vi khuẩn có hại. Nhân viên chế biến thực phẩm phải mặc đúng trang phục. 	Để đảm bảo tất cả thực phẩm đều được bảo quản, chế biến và phục vụ một cách an toàn và vệ sinh.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Kiểm tra vệ sinh	Nên tiến hành kiểm tra thường xuyên để đảm bảo duy trì tốt các tiêu chuẩn.	<ul style="list-style-type: none">• Người chủ/quản lý khách sạn nên thực hiện kiểm tra thường xuyên hàng ngày toàn bộ khách sạn để đảm bảo tất cả các quy trình về vệ sinh đều được tuân thủ và mọi người có thói quen làm việc an toàn.	Để đảm bảo toàn bộ khách sạn sạch sẽ và vệ sinh.	

PHẦN 4:

QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG

PHẦN VIỆC 4.4:

Chuẩn bị ca làm việc của nhà hàng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Chuẩn bị nhà hàng	Khách hàng có ấn tượng đầu tiên từ hình thức bên ngoài của nhà hàng.	<ul style="list-style-type: none">Nhà hàng nên được trang trí đẹp mắt, sạch sẽ và trưng bày thực đơn một cách hấp dẫn.	Để khuyến khích khách ăn ở nhà hàng.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Nhà hàng
2. Không khí và tâm trạng	Khách hàng sẽ để ý bầu không khí và tạo được tâm trạng nhờ vào thiết kế nội thất nhà hàng.	<p>Tâm trạng khách và bầu không khí nhà hàng có thể thay đổi theo:</p> <ul style="list-style-type: none">Không gian.Cảnh quan bên trong và bên ngoài nhà hàng.Ánh sáng.Nhiệt độ.Trang thiết bị.Đồng phục của nhân viên.	Để đảm bảo không khí dễ chịu cho khách.	
3. Nhận đặt bàn	Nên nhận yêu cầu đặt bàn bất kỳ khi nào có thể để tối đa hóa doanh thu.	<ul style="list-style-type: none">Tối thiểu phải có một sổ theo dõi đặt bàn do giám sát viên quản lý.	Giúp nhà bếp và nhà hàng lập kế hoạch và tổ chức bữa ăn theo số lượng và yêu cầu của khách.	
4. Các tiêu chuẩn phục vụ	Các tiêu chuẩn phục vụ cần được thể hiện bằng văn bản để đảm bảo mức độ phục vụ đồng nhất.	<ul style="list-style-type: none">Dựa trên việc áp dụng các tiêu chuẩn VTOS.Sử dụng làm cơ sở để đào tạo nhân viên.	Để đảm bảo mức độ phục vụ đồng nhất.	

PHẦN 4: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ ĂN UỐNG

PHẦN VIỆC 4.5: Các mối quan hệ công việc hiệu quả và phương pháp giao tiếp (Kiến thức)

Người chủ/quản lý cần đảm bảo có một hệ thống giao tiếp hiệu quả để hỗ trợ bầu không khí làm việc chung và nâng cao chất lượng công việc

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các mối quan hệ công việc	Sự giao tiếp hiệu quả giữa nhân viên nhà hàng và nhân viên ở các bộ phận khác là vô cùng cần thiết.	<p>Giữa nhà bếp và nhà hàng:</p> <ul style="list-style-type: none"> Các món đặc biệt trong thực đơn. Yêu cầu về đồ ăn và đồ uống. Số lượng khách. Thời gian phục vụ. Nhận xét của khách hàng. <p>Giữa nhà hàng và lễ tân:</p> <ul style="list-style-type: none"> Chuẩn bị hóa đơn. Tính vào hoá đơn buồng. Thông tin cho khách về các dịch vụ nhà hàng. <p>Giữa nhà hàng và bộ phận buồng:</p> <ul style="list-style-type: none"> Giao nhận đồ vải giặt là. Giao nhận đồng phục và giặt là. Khăn bếp, khăn lau. 	Sự hợp tác chặt chẽ và mối quan hệ công việc tốt đẹp giữa các bộ phận là vô cùng cần thiết đảm bảo chất lượng phục vụ khách đồng đều.	Xem Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam - Nghiệp vụ Nhà hàng

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Họp giao ban</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Tổ chức họp giao ban hàng ngày của nhà hàng để bàn mọi vấn đề liên quan đến phục vụ. • Tổ chức hội ý giữa nhà bếp và nhà hàng trước khi phục vụ khách để thông báo cho nhân viên những thay đổi về thực đơn. • Dự báo về tình hình bán buổi và các sự kiện hàng tuần. 	<p>Để đảm bảo tất cả nhân viên được thông báo đầy đủ và có thể trả lời khách hoặc các câu hỏi của đồng nghiệp.</p>	

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN

Giới thiệu

Phần này giúp những nhà quản lý các khách sạn nhỏ hiểu được những khái niệm chính của việc ghi sổ, kiểm soát và thực hành các nguyên tắc kế toán cơ bản.

Mục đích chính của kế toán là ghi lại doanh thu và chi phí phát sinh hàng ngày, hàng tháng và hàng năm của khách sạn bạn.

Các báo cáo và số liệu là cơ sở để đánh giá hoạt động kinh doanh của khách sạn bạn.

Công tác tài chính là cần thiết để so sánh với ngân sách được phê duyệt, với kết quả kinh doanh năm trước, và với đối thủ cạnh tranh.

Việc so sánh doanh thu, chi phí cùng với tỉ lệ doanh thu trên chi phí có ý nghĩa quan trọng (và là cách thức duy nhất) nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của khách sạn. Bởi chúng ta thường nói: thực tế và số liệu là cơ sở của việc quản lý khách sạn.

Quản lý một khách sạn nhỏ nhằm mục đích đảm bảo đủ lợi nhuận và/hoặc doanh thu để duy trì, phát triển hoạt động của khách sạn trong thời gian trước mắt và lâu dài.

Do cạnh tranh ngày càng khốc liệt ở Việt Nam nên bạn sẽ phải nâng cao hiệu quả công việc của khách sạn bạn.

Các yếu tố cơ bản và quan trọng nhất của kế toán là:

- ✓ Bảng cân đối
- ✓ Báo cáo kết quả kinh doanh
- ✓ Quản lý tiền mặt

Phần này mô tả quy trình và các bước để đảm bảo khách sạn của bạn có một hệ thống kế toán phù hợp, nhất quán và được kiểm soát thường xuyên.

Lưu ý: Khi doanh thu không đủ, bạn sẽ không thể đảm bảo việc làm và tiền lương cho nhân viên của mình. Họ là nhân tố quan trọng nhất giúp tạo ra thu nhập cũng như quản lý khách sạn của bạn cho tương lai và hơn sự mong đợi của khách.

- PHẦN VIỆC 5.1: Hiểu các khái niệm cơ bản của kế toán (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.2: Thực hành kế toán và thuật ngữ kế toán (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.3: Hệ thống kiểm soát (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.4: Quản lý tiền mặt (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.5: Báo cáo kết quả kinh doanh (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.6: Lập dự toán ngân sách (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.7: Chi phí (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 5.8: Báo cáo cuối tháng

PHẦN V: KẾ TOÁN
PHẦN VIỆC 5.1: HIỂU CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN CỦA KẾ TOÁN



QUẢN LÝ TÀI CHÍNH

1



LỢI NHUẬN

2



TRÁCH NHIỆM CỦA NGƯỜI QUẢN LÝ

3



HỆ THỐNG TÀI KHOẢN KẾ TOÁN CHUẨN MỤC

4



CÁC HỆ THỐNG GIÁM SÁT

5



PHẦN VIỆC 5.1: HIỂU CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN CỦA KẾ TOÁN



QUẢN LÝ TIỀN MẶT

6



LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

7



DỰ TRÙ NGÂN SÁCH

8



CHI PHÍ

9



CÁC BÁO CÁO TÀI CHÍNH

10



QUY TRÌNH KIỂM SOÁT

11



PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN

PHẦN VIỆC 5.1: Hiểu các khái niệm cơ bản của kế toán (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
1. Quản lý tài chính	Quản lý tài chính hợp lý là một phần rất quan trọng của việc điều hành một doanh nghiệp thành công.	<ul style="list-style-type: none"> Điểm mấu chốt để đo mức độ thành công là lợi nhuận. Các bước quan trọng để kinh doanh thành công gồm: lập kế hoạch, kiểm soát và phân tích chi phí và doanh số bán hàng. 	<p>Bất kể khách sạn của bạn đông khách hay nổi tiếng như thế nào.</p> <p>Khách cần thấy họ được hưởng dịch vụ xứng đáng với đồng tiền họ bỏ ra.</p>	Accounting for the Hospitality Industry Monarz & Pontocarrera, 2003, US Imports Hospitality Industry Managerial Accounting (5th edition, R.S. Schmidgall).
2. Lợi nhuận	Cần phải kiểm soát lợi nhuận.	<ul style="list-style-type: none"> Xác lập mức giá và mục tiêu lợi nhuận thực tế dựa trên mong đợi của khách hàng và đối thủ cạnh tranh cũng như các tiêu chuẩn tài chính. 		Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons
3. Trách nhiệm của nhà quản lý	Nhà quản lý trong ngành khách sạn có trách nhiệm về mặt xã hội và tài chính đối với cơ sở của mình.	<ul style="list-style-type: none"> Bảo đảm dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt nhất. Việc tối đa hoá lợi nhuận không được làm mất đi sứ mệnh và mục tiêu của khách sạn. 	Nhà quản lý và chủ khách sạn nhỏ cần phải gắn kiến thức kế toán và quản lý tài chính với nguyên tắc cung cấp dịch vụ và môi trường đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, chủ và nhân viên khách sạn.	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
4. Kế toán	Thông tin kế toán phải được sắp xếp và trình bày theo mẫu chuẩn.	<ul style="list-style-type: none"> Đánh giá hoạt động kinh doanh. 	Việc này giúp trao đổi thông tin dễ dàng hơn.	
5. Ghi chép kế toán	Đây là việc ghi chép, phân loại và tổng hợp thông tin tài chính trong các loại sổ khác nhau.	<ul style="list-style-type: none"> Duy trì hệ thống tài khoản theo chuẩn mực kế toán chung. 	Cung cấp thông tin chi tiết về những vấn đề thuộc lĩnh vực tài chính khác nhau của một khách sạn.	Xem Phần việc 5.2 Thực hành kế toán và thuật ngữ kế toán.
6. Hệ thống tài khoản kế toán chuẩn mực	<p>Hệ thống tài khoản kế toán chuẩn mực được xây dựng cho các nghiệp vụ khác nhau của ngành khách sạn.</p> <p>Các báo cáo tập trung vào kết quả kinh doanh của từng bộ phận như buồng, nhà hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Đưa ra thông tin chi tiết về: tài khoản, phân loại, diễn mẫu, nội dung và sử dụng các báo cáo tài chính. Cung cấp thông tin về báo cáo tài chính cơ bản và báo cáo hoạt động của từng bộ phận. 	Cung cấp một hệ thống thông tin đồng bộ. Cho phép bạn so sánh báo cáo với ngân sách, dự toán và phân tích điểm hoà vốn.	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
7. Những vấn đề chủ yếu của quản lý tài chính đối với khách sạn nhỏ là: Hệ thống kiểm soát	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hệ thống kiểm soát ✓ Quản lý tiền mặt <p>Bảo vệ và kiểm soát nguồn tiền mặt và doanh thu của khách sạn</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kiểm soát nguồn tiền mặt và doanh thu hàng ngày, hàng tuần và hàng tháng. • Duy trì hệ thống tốt về: <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm soát tiền mặt. - Kiểm soát doanh thu. - Kiểm soát chi phí. - Kiểm soát tài sản cố định. 	<p>Ghi chép hàng ngày về các khoản thu chi vào sổ nhật biên với chú giải cụ thể.</p>	<p>Xem Phần việc 5.3 Hệ thống kiểm soát và quản lý tiền mặt.</p>
Quản lý tiền mặt	<p>Bảo vệ và kiểm soát nguồn tiền mặt.</p> <p>Quản lý tiền mặt đòi hỏi quản lý tốt 4 bước.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Duy trì hệ thống tốt về: <ul style="list-style-type: none"> - Tiền mặt (nhỏ). - Hóa đơn. • 4 bước để duy trì một hệ thống tốt: <ul style="list-style-type: none"> - Tiền mặt. - Tài khoản phải thu. - Bản kiểm kê. - Tài khoản phải trả. 		<p>Xem Phần việc 5.5 Quản lý tiền mặt.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
8. Các báo cáo tài chính	<p>Báo cáo tài chính đưa ra một bức tranh phác hoạ về tình hình tài chính của doanh nghiệp vào một thời điểm xác định.</p> <p>Báo cáo tài chính chỉ ra các kết quả kinh doanh của một doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định và kết thúc vào một thời điểm xác định.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Có thể đọc và hiểu được Bảng cân đối. • Có thể đọc và hiểu được Báo cáo doanh thu là báo cáo đưa ra cái nhìn tổng quan về doanh thu. 	<p>Các báo cáo tài chính được lập để thể hiện các dữ liệu tài chính cho các cá nhân và tổ chức có liên quan. Phần lớn các khách sạn đều sử dụng Hệ thống Tài khoản kế toán chuẩn mực.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>
9. Lập kế hoạch tài chính	<p>Kế hoạch phải được xây dựng với những chỉ tiêu thực tế.</p> <p>Phân tích chi phí và lợi nhuận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Phải được lập dựa trên số liệu hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng, hàng năm. Kế hoạch dài hạn với các chỉ tiêu đặt ra cho khoảng thời gian từ 5 đến 10 năm tới. • Doanh thu thuần phải đạt được tại các mức doanh số bán hàng nhất định. 	<p>Để lường trước và lập ngân sách theo nhu cầu tài chính của một khách sạn.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>
10. Quản lý tài chính	<p>Trong bất kỳ khách sạn nào, các dịch vụ đưa ra đều gắn liền với chi phí.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xác lập mức giá cho các dịch vụ nhà hàng và buồng. • Bán hàng tổng hợp. 	<p>Để tính chi phí dịch vụ, khách sạn phải tập hợp tất cả chi phí giống như đơn vị sản xuất.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>11. Quy trình kiểm soát</p>	<p>Kiểm soát và phân tích chi phí và doanh số.</p> <p>Phân tích số liệu thống kê của khách sạn.</p> <p>Tỷ lệ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm soát hàng mua • Kiểm soát tiền mặt và các khoản thu khác. • Kiểm soát chi phí Đồ ăn và Uống. • Kiểm soát chi phí nhân công. • Thống kê báo cáo doanh thu hàng ngày. • Tỷ lệ chuẩn cho các khách sạn để đánh giá hoạt động kinh doanh. 	<p>Bảo toàn vốn của khách sạn là chức năng quan trọng của chủ/nhà quản lý.</p> <p>Hướng dẫn nhà quản lý đưa ra quyết định quan trọng và quy trình kiểm soát.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p> <p>Xem Công việc 5: Quản lý nghiệp vụ Kế toán.</p>
<p>12. Dự trữ ngân sách</p>	<p>Ngân sách chính thức đặt ra mục tiêu cụ thể trong giai đoạn tài chính nhất định, và đưa ra cách thức sử dụng nguồn tài chính hợp lý nhằm đạt được những mục tiêu trên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kỳ hạn tài chính của khách sạn như theo ngày, theo tuần, theo tháng và theo năm. • Quy trình này được gọi là dự trữ ngân sách. 	<p>Ngân sách do người quản lý dự trữ, sau đó được thẩm định, chỉnh sửa và ký duyệt.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p> <p>Xem Phần việc 5.6: Lập ngân sách.</p>

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN

PHẦN VIỆC 5.2: Thực hành kế toán và thuật ngữ kế toán (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
1. Ghi chép kế toán	<p>Đây là việc ghi chép, phân loại và tổng hợp thông tin tài chính trong các loại sổ khác nhau.</p> <p>Thông tin tài chính phải được tổ chức, mang tính nhất quán và được trình bày theo mẫu chuẩn.</p>	<p>Phải sử dụng nhất quán 5 sổ nhật biên:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sổ cái. Sổ nhật biên thu tiền mặt. Sổ nhật biên chi tiền mặt. Sổ nhật ký bán hàng. Sổ nhật ký mua hàng. <p>Theo chuẩn quốc tế, các khách sạn thường làm việc này bằng cách sử dụng "Hệ thống Tài khoản kế toán chuẩn mực"</p>	Như bất kỳ doanh nghiệp nào, việc ghi chép, phân loại và tổng kết thông tin tài chính - thường được gọi là "kế toán"- trong khách sạn là cần thiết.	<p>Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.</p> <p>Xem Phần việc 5.1. Hiểu các khái niệm cơ bản của kế toán.</p>
2. Các yếu tố cơ bản của ghi chép kế toán	Lưu những hồ sơ ghi chép các thay đổi trên bảng cân đối tài khoản.	<ul style="list-style-type: none"> Tài sản. Nợ phải trả. Vốn chủ sở hữu. <p>Tài sản = Nợ phải trả + Vốn chủ sở hữu (A=L+OE)</p>		<p>Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.</p> <p>Xem Phần việc 5.1. Hiểu các khái niệm cơ bản của kế toán.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
3. Thuật ngữ kế toán Tài sản	Tất cả đồ vật có giá trị được sở hữu bởi cá nhân hay doanh nghiệp.	<ul style="list-style-type: none"> Tiền mặt tại quỹ. Các tài khoản ngân hàng. Toà nhà (sở hữu). Hàng tồn kho. Thiết bị máy móc. 	Thể hiện giá trị và vốn đầu tư để kinh doanh.	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
Các khoản phải thu	Các khoản khách hàng nợ.	<ul style="list-style-type: none"> Các khoản phải thu. 		
Các khoản phải trả	Các khoản nợ của doanh nghiệp.	<ul style="list-style-type: none"> Các khoản chi phí chưa thanh toán. Các khoản vay. Các nhà cung cấp. 		Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
Nợ phải trả	Các khoản nợ.	<ul style="list-style-type: none"> Các chi phí chưa thanh toán. 		
Vốn chủ sở hữu	Vốn của doanh nghiệp.	<ul style="list-style-type: none"> Giá trị tài sản còn lại sau khi trả hết các khoản nợ. Phần chênh lệch là vốn của chủ sở hữu (CSH). 	Ví dụ: Tổng tài sản: 1000 USD Trừ đi Nợ phải trả: 800 USD Vốn CSH 200 USD (giá trị ròng)	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
Giao dịch tài chính	Một giao dịch tài chính tạo nên ít nhất hai thay đổi trong sổ nhật biên hoặc tài khoản.	<ul style="list-style-type: none"> Hai vế của đẳng thức $A=L+OE$ phải bằng nhau. 	Một giao dịch làm thay đổi tổng tài sản cũng sẽ làm thay đổi tổng nợ phải trả hoặc tổng vốn chủ sở hữu.	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
Tài khoản	Mỗi khoản cụ thể có thể thuộc tài sản, nợ phải trả hay thuộc nguồn vốn chủ sở hữu đều được gán với một tài khoản.	<ul style="list-style-type: none"> • Tài khoản tiền mặt. • Tài khoản tiền gửi ngân hàng. • Tài khoản mua hàng. 	Để theo dõi những thay đổi.	Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.
Sổ cái	<p>Sổ gốc ghi lại các giao dịch theo trình tự thời gian.</p> <p>Mọi giao dịch đều được ghi lại vào sổ cái trước tiên.</p> <p>Đây là nhật ký của doanh nghiệp.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trang có đánh số. • Hai cột (Nợ và Có). • Số tiền. • Ngày-tháng-năm. • Tên tài khoản (hay số hiệu tài khoản). • Trình tự thời gian. • Thông tin đầy đủ về một giao dịch. 	Dễ dàng phát hiện sai sót. Không mất thời gian. Vì luôn luôn có hai giao dịch liên quan (Nợ và Có).	Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.
Vào sổ	Mỗi khoản tiền ghi Nợ hay Có trong sổ cái phải được ghi vào tài khoản tương ứng trong sổ nhật biên.	<ul style="list-style-type: none"> • Vào sổ cái hàng ngày. • Mỗi một tài khoản trong sổ cái phải được đánh số. • Tách riêng trang hoặc thẻ bằng số để phân biệt loại tài khoản. 	Để kiểm tra việc ghi chép số liệu được dễ dàng hơn và để đóng sổ cái vào cuối tháng.	Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
Sổ nhật biên thu tiền mặt	Ghi lại mọi giao dịch thu tiền mặt từ sổ cái.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiền mặt thu được từ khách sạn. • Sẽ được ghi nợ vào bên phải của sổ nhật biên thu tiền mặt. • Số tiền tương đương sẽ được ghi Nợ vào bên trái của tài khoản doanh thu. 		Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.
Sổ nhật biên chi tiền mặt	Ghi lại mọi khoản thanh toán bằng tiền mặt.	<ul style="list-style-type: none"> • Số tiền thực trả sẽ được ghi Có vào bên trái của Nhật biên chi tiền mặt. • Số tiền tương đương sẽ được ghi Nợ vào tài khoản chi phí. 	Ví dụ: xăng xe hay thanh toán hoá đơn giặt là bên ngoài hoặc thanh toán cho nhà cung cấp.	Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.
Nhật ký bán hàng	Ghi lại mọi giao dịch bán hàng. Một nhật ký riêng chỉ dùng để ghi lại các giao dịch bán hàng hoá hoặc dịch vụ.	<ul style="list-style-type: none"> • Vào sổ hai lần. • Chuyển từ nhật ký bán hàng sang tài khoản phải thu hoặc tài khoản thu tiền mặt. • Mỗi bán hàng đều có mã số riêng trong tài khoản phải thu của khách sạn để lập hoá đơn. 	Giao dịch thường xuyên nhất.	

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN
PHẦN VIỆC 5.3: Hệ thống kiểm soát (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>1. Hệ thống kiểm soát</p> <p>Những hệ thống kiểm soát quan trọng nhất sẽ được mô tả trong mục này.</p>	<p>Mỗi doanh nghiệp đều phải có một hệ thống kiểm soát. Hệ thống này bao gồm việc bảo vệ và kiểm soát các nguồn tiền mặt, doanh thu và chi phí của doanh nghiệp.</p> <p>Hệ thống kiểm soát phải được tiến hành và giám sát thường xuyên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hệ thống này được thực hiện qua việc sử dụng: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Kiểm soát tiền mặt ➢ Kiểm soát doanh thu ➢ Kiểm soát TSCĐ ➢ Kiểm soát chi phí • Có thể được thực hiện hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng và hàng năm. 	<p>Một hệ thống kiểm soát tốt sẽ bảo vệ tài sản và cung cấp thông tin hữu ích.</p> <p>Để xác định được những dao động, thay đổi và khác biệt.</p>	<p>Managerial Accounting 2 nd Edition Schaum's outline.</p> <p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>
<p>2. Kiểm soát tiền mặt</p>		<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kiểm soát tiền mặt và các khoản thu khác ➢ Báo cáo hoá đơn thu tiền ➢ Các khoản chi lẻ ➢ Phiếu thu, chi tiền mặt 		<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>3. Kiểm soát doanh thu</p>	<p>Phân tích doanh thu để phát triển thêm buồng.</p> <p>Sử dụng số liệu thống kê và nhu cầu tập hợp số liệu thống kê.</p> <p>Theo dõi sát số liệu thống kê về công suất sử dụng buồng, lượng khách, giá bán buồng bình quân.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dưới đây là những con số thường được thống kê nhiều nhất đối với những khách sạn nhỏ: <ul style="list-style-type: none"> - Tỷ lệ sử dụng buồng. - Tỷ lệ sử dụng giường. - Tỷ lệ sử dụng buồng đôi. - Giá trung bình. - Tận dụng doanh thu. - Thời gian lưu trú bình quân. 	<p>Để so sánh với ngân sách của ngày hôm nay, tháng này, năm nay.</p> <p>Để so sánh với số liệu năm trước và với đối thủ cạnh tranh.</p> <p>Việc nắm được các hoạt động diễn ra trong khách sạn vào mùa thấp điểm hay cao điểm về du lịch, loại khách phục vụ, thói quen tiêu dùng của họ... có ý nghĩa quan trọng bởi những người quản lý có thể sử dụng những thông tin này để lập kế hoạch, kiểm soát và ra quyết định. Ví dụ, biết chính xác số lượng nhân viên cần thiết cũng như lịch làm việc của họ...</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>4. Kiểm soát tài sản cố định (TSCĐ)</p> <p>I. Tỷ lệ luân chuyển hàng lưu kho (TLH)</p> <p>II. Kỳ luân chuyển hàng lưu kho</p>	<p>Trong ngành công nghiệp khách sạn, các con số tỷ lệ sau thường được sử dụng:</p> <p>Tỷ lệ này thể hiện số lần luân chuyển hàng lưu kho trong năm.</p> <p>Tỷ lệ này cho biết số ngày trong kho có hàng.</p>	<p>Công thức</p> $\frac{\text{Phí tổn hàng hoá bán}}{\text{Hàng lưu kho bình quân}} = \text{LTH}$ <p><i>Hàng lưu kho trung bình = (Hàng tồn đầu kỳ + Hàng tồn cuối kỳ)/2</i></p> $\frac{365}{\text{TLH}} = \text{số ngày}$	<p>Giúp đánh giá một cách hiệu quả việc kiểm soát số tiền đầu tư vào những tài sản nhất định.</p>	<p>Bookkeeping.The Easy Way. 3rd Edition. W.Kravitz.</p>
<p>5. Kiểm soát chi phí</p>	<p>Kiểm soát chi phí và chi tiêu, đặc biệt là chi phí biến đổi. Việc phân tích chi phí cần được thực hiện thường xuyên. Người quản lý không nên chờ đến cuối năm mới tính toán để phát hiện đã lạm chi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm soát chi phí mua hàng. • Kiểm soát chi phí nhân công. • Kiểm soát chi phí đồ ăn và đồ uống. 	<p>Tham khảo dự toán chi phí và chi phí cùng kỳ trước đó. Thông báo cho nhân viên biết để họ hiểu được sự cần thiết phải kiểm soát chi phí. Khen ngợi những sáng kiến cắt giảm chi phí và kêu gọi nhân viên đưa ra các giải pháp cắt giảm chi phí.</p>	<p>Hospitality Industry Managerial Accounting 5 th Edition R.S. Schmidgall.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
6. Các ví dụ về kiểm soát tiền mặt:	Các bộ phận có thu chi tiền mặt cần thực hiện các bước để ghi chép lại mọi giao dịch.	<ul style="list-style-type: none"> Mỗi điểm bán hàng cần có sổ ghi lại việc thu tiền mặt và chỉ có người quản lý/chủ được đọc bản cân đối tiền hàng. Công việc này cần được thực hiện khi kết thúc mỗi ca làm việc. 	Kiểm soát tiền mặt và các khoản thu khác theo một hệ thống phù hợp sẽ có lợi cho chủ khách sạn và các nhân viên, bởi điều đó cho thấy mọi người đều làm việc trung thực và có trách nhiệm.	Bookkeeping. The Easy Way. 3rd Edition. W.Kravitz.
Kiểm soát tiền mặt và các khoản thu khác	Nhân viên bán hàng hoặc thu ngân phải xuất phiếu thu khi thu tiền mặt.	<ul style="list-style-type: none"> Cần hạn chế và theo dõi sát tình trạng "không có doanh số bán hàng". 		
Báo cáo thu tiền mặt	Ghi chép số tiền mặt và séc nhận được của mỗi ca trực.	<ul style="list-style-type: none"> Các báo cáo thu tiền mặt cần được kiểm tra hàng ngày và ghi vào Sổ nhật biên thu tiền mặt. 		
	Xem ví dụ 5.8	<ul style="list-style-type: none"> Hàng ngày mọi khoản thu tiền mặt cần được gửi vào ngân hàng. 		

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>Tiền mặt chi lẻ</p>	<p>Tiền mặt chi lẻ là một số tiền nhỏ trong két dùng để thanh toán cho những giao dịch nhỏ.</p> <p>Ví dụ:</p> <p>Biên lai tiền mặt chi lẻ</p> <p>Tên:</p> <p>Ngày:</p> <p>Số:</p> <p>Số tiền</p> <p>Người phê duyệt:</p> <p>Người nhận:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chi trả tiền (cho khách hay cho nhà cung cấp): <ul style="list-style-type: none"> - Luôn luôn sử dụng biên lai chi tiền mặt chi lẻ. - Phải có chữ ký của người nhận. Tất cả các biên lai tiền mặt chi lẻ đều phải được ghi lại trong nhật biên chi tiền mặt. 	<p>Cho những khoản nhỏ và trong trường hợp khẩn cấp.</p>	<p>Bookkeeping, The Easy Way. 3 rd edition. W.Kravitz.</p>
<p>Séc</p>	<p>Tấm séc ngân hàng ghi số tiền và tên khách sạn trên đó. Khi cần thiết việc thanh toán bằng séc được chấp nhận và đi kèm với hoá đơn đã được chấp thuận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Các tấm séc nên được sử dụng theo thứ tự có đánh số và người viết séc nên ký vào đó. Cần 2 chữ ký trên tấm séc. Các thông tin cần trên tấm séc: <ul style="list-style-type: none"> - Trả cho ai - Ngày tháng - Số tiền (Bằng số và chữ) - Chữ ký 	<p>Séc không phải là tiền mặt và an toàn hơn khi sử dụng.</p> <p>Khách sạn nên sao chụp séc và thường dùng khi thanh toán với nơi phát hành.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
Tỷ lệ sử dụng buồng	Con số thống kê này biểu hiện hoạt động của khách sạn. Ví dụ: $\frac{32 \text{ buồng có khách thuê}}{45 \text{ buồng hiện có}} = 71,1 \%$	Công thức: $\frac{\text{Số buồng có khách thuê}}{\text{Số buồng hiện có}}$ Kết quả được biểu thị dưới dạng phần trăm.	Việc so sánh kết quả với kết quả của năm nay rất có ích cho việc đánh giá tương lai. Các số liệu thống kê này nên được tính toán theo ngày, tháng, năm.	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
Tỷ lệ sử dụng giường	Việc sử dụng số liệu thống kê này tương tự như số liệu về tỷ lệ sử dụng buồng chỉ khác nhau ở việc sử dụng giường. Ví dụ: $\frac{48 \text{ khách thuê buồng}}{90 \text{ giường trong KS}} = 53,3 \%$	Công thức: $\frac{\text{Số khách thuê buồng}}{\text{Tổng số giường}} = \%$		Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
Tỷ lệ sử dụng buồng đôi	Tỷ lệ sử dụng buồng đôi cho biết số buồng có ít nhất 2 người thuê. Ví dụ: $\frac{(48) - 32}{32 \text{ (buồng có khách thuê)}} = 50 \%$	Công thức: $\frac{(\text{Số khách} - \text{Số buồng có khách thuê})}{\text{Tổng số buồng có khách thuê}} = \%$	Số thống kê này để đánh giá doanh số của bộ phận Lễ tân và phòng kinh doanh.	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
Giá trung bình	<p>Số liệu này đánh giá doanh thu trung bình của mỗi buồng có khách.</p> <p>Ví dụ: $\frac{2240 \text{ USD}}{32 \text{ (buồng bán được)}} = 70 \text{ USD}$</p>	<p>Công thức:</p> $\frac{\text{Doanh thu buồng}}{\text{Tổng số buồng bán được}} = \text{USD}$	<p><i>Cũng có thể được tính theo đầu khách và buồng.</i></p> <p><i>Bạn có thể lấy doanh thu buồng chia cho số khách hoặc số buồng trong khách sạn.</i></p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>
Tỷ lệ tận dụng doanh thu	<p>Số thống kê này dùng để chỉ số doanh thu chưa thực hiện được. Tỷ lệ này phản ánh phần trăm của doanh thu buồng thực tế (doanh thu từ các buồng cho thuê) so với doanh thu buồng tối đa (nghĩa là doanh thu có được từ việc cho thuê tất cả các buồng với mức giá tối đa).</p> <p>Example: $\frac{2240 \text{ USD}}{3825 \text{ USD (45 buồng x 85 USD)}} = 58 \%$</p>	<p>Công thức:</p> $\frac{\text{Doanh thu buồng thực tế}}{\text{Doanh thu buồng tối đa sau khi cho thuê tất cả các buồng}} = \%$	<p>Số liệu quan trọng này đảm bảo lợi nhuận tối ưu có thể thu được từ việc cho thuê buồng.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>Thời gian lưu trú bình quân</p>	<p>Số thống kê này thể hiện số đêm trung bình khách nghỉ tại khách sạn.</p>	<p>Công thức:</p> <p>Thời gian khách lưu trú: Ông A 1 đêm Bà B 2 đêm Bà C 3 đêm Ông D 4 đêm Ông E 5 đêm Tổng cộng: 15 đêm Thời gian khách lưu trú trung bình của 5 khách trên: Trung bình $15/5 = 3$ đêm</p>	<p>Công thức này giúp dự báo việc đặt buồng và chấp thuận các yêu cầu đặt buồng.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>7. Kiểm soát mua hàng</p>	<p>Kiểm soát mua hàng sẽ liên quan tới việc thiết lập một hệ thống mua hàng hiệu quả, tại đó các chứng từ được sử dụng và thanh toán một cách hợp lệ.</p> <p>Việc kiểm tra, đối chiếu hàng hóa yêu cầu mua và hàng lưu kho hàng tháng nên được thực hiện thường xuyên.</p>	<p>• Các bước thực hiện:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lệnh mua hàng phải khớp với phiếu giao hàng và hoá đơn. 2. Bất kỳ sự không nhất quán nào đều phải được ghi lại và theo dõi. 3. Lệnh mua hàng và phiếu giao hàng phải luôn có đầy đủ chữ ký. 4. Hàng hoá mỗi khi được kiểm tra cần phải được ghi lại trên báo cáo nhận hàng/trong sổ nhận hàng và nhập vào thẻ lưu kho cho từng mặt hàng. 		<p>Managerial Accounting 2 nd Edition Schaum's outlines.</p> <p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>8. Kiểm soát chi phí nhân công</p>	<p>Chi phí nhân công cần được kiểm soát chặt chẽ và chi phí thực tế phải được đối chiếu với chi phí của dự toán ngân sách theo tuần.</p> <p>Những người quản lý và giám sát bộ phận phải tham gia vào việc kiểm soát chi phí nhân công.</p> <p>Các bước liên quan đến kiểm soát chi phí nhân công được tham khảo từ phần mô tả công việc.</p> <p>Mỗi nhiệm vụ cần được phân tích để phát triển thành quy trình thực hiện và đặt ra thời gian cần thiết để hoàn tất nhiệm vụ đó.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • So sánh chi phí thực tế với ngân sách năm nay • So sánh chi phí thực tế với chi phí năm ngoái • So sánh chi phí thực tế với dự toán. • Liên quan đến việc phân tích công việc, và tạo lập hoặc sửa đổi bản mô tả công việc hiện tại. • Phát triển các quy trình thực hiện và đặt ra thời gian cần thiết để hoàn tất công việc. 	<p>Kiểm soát chi phí nhân công có thể phức tạp hơn bất kỳ hình thức kiểm soát nào vì nó liên quan đến việc đánh giá năng suất lao động.</p> <p>Để kiểm soát và chỉnh sửa kế hoạch nhân sự và từ đó tính được chi phí nhân công.</p>	<p>Tham khảo phần trên</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>9. Kiểm soát chi phí nhân công:</p>	<p>Trình độ của nhân viên phải được tính toán.</p> <p>Ví dụ về phân công công việc cho nhân viên buồng.</p> <p>Nguyên tắc tương tự có thể áp dụng cho nhân viên tổ bếp, nhân viên phục vụ đồ ăn, nhân viên quầy bar, v.v..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Số buồng có khách. • Số nhân viên buồng đảm nhiệm bao nhiêu buồng. • Số nhân viên buồng cần thiết trong ngày cụ thể. 	<p>Để đánh giá năng suất lao động và kiểm soát chi phí nhân công biến đổi.</p> <p>Khi năng suất giảm thì chi phí nhân công sẽ tăng lên.</p> <p>Ví dụ, một nhân viên buồng dọn 14 buồng một ngày.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>10. Kiểm soát chi phí đồ ăn/uống</p> <p>Các công thức chế biến tiêu chuẩn</p>	<p>Việc kiểm soát những chi phí này bao gồm việc sử dụng các công thức chế biến tiêu chuẩn cho mọi đồ ăn và đồ uống trong thực đơn.</p> <p>Những công thức chế biến tiêu chuẩn được sử dụng để tính toán chi phí cho từng món ăn (hoặc theo khối lượng ví dụ theo từng kg hay lít). Người ta còn gọi đó là chi phí biến đổi theo khẩu phần.</p> <p>Những công thức chế biến tiêu chuẩn này sau đó có thể dùng để tính chi phí và cung cấp thông tin về tổng chi phí và chi phí cho từng khẩu phần.</p> <p>Khi xác định được chi phí theo khẩu phần, bạn có thể tính được giá bán của sản phẩm.</p> <p><i>Mục tiêu lợi nhuận gộp có thể thay đổi phụ thuộc vào chi phí nguyên liệu đầu vào và nhu cầu xác định giá bán thực tế.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sử dụng công thức chế biến tiêu chuẩn cho từng đồ ăn/uống trên thực đơn. ● Bước 1: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Liệt kê tất cả nguyên liệu đầu vào. ➢ Khối lượng của mỗi khẩu phần. ➢ Giá cả theo khối lượng (theo kg hay theo khẩu phần). ➢ Chất lượng nguyên liệu đầu vào. ➢ Phương pháp chế biến. ● Bước 2: Cộng tất cả các chi phí và xác định tổng giá vốn theo khẩu phần. ● Bước 3: Cộng tổng lợi nhuận cận biên (theo chuẩn quốc tế, bằng tổng chi phí theo khẩu phần X 2,5 - 3,5). 	<p>Bất kể quy trình mua hàng của bạn có được kiểm soát chặt chẽ đến đâu, doanh nghiệp của bạn vẫn sẽ chịu thiệt hại nếu việc kiểm soát nội bộ về đồ ăn/uống không được đảm bảo.</p> <p>Để tính toán chi phí biến đổi theo từng khẩu phần.</p> <p>Tổng hợp giá vốn biến đổi theo khẩu phần để kiểm soát giá vốn đồ ăn và đồ uống (chi phí tổng cho các món ăn và đồ uống).</p> <p>Để bù đắp cho các chi phí cố định của bộ phận.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN
PHẦN VIỆC 5.4: Quản lý tiền mặt (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>1. Quản lý tiền mặt</p>	<p>Quản lý tiền mặt đòi hỏi phải quản lý tốt mọi danh mục vốn lưu động của doanh nghiệp.</p> <p>Quản lý tiền mặt đòi hỏi phải quản lý tốt đối với tiền mặt, các khoản phải thu, hàng tồn kho và các khoản phải trả.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm soát các quy trình thu, chi tiền mặt và kiểm soát các bộ phận như Trả lương, Nhà hàng và Buồng. 	<p>Có vai trò quan trọng đối với việc lập kế hoạch, kiểm soát, và đặc biệt là việc ra quyết định.</p> <p>Có ý nghĩa vô cùng quan trọng, hỗ trợ cho việc kiểm soát nguồn tiền sẵn có trong kinh doanh để tạo ra doanh thu tối đa.</p>	<p>Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.</p>
	<p>Quản lý tiền mặt đòi hỏi phải quản lý tốt ở 4 bước:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiền mặt. • Các khoản phải thu. • Hàng tồn kho. • Các khoản phải trả. 	<p>Khi quản lý những danh mục vốn lưu động này, nhà quản lý phải chắc chắn rằng vốn lưu động phải đủ thanh toán cho các khoản phải trả.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
2. Thanh toán nợ đúng hạn (các khoản phải trả)	<p>Các nhà cung cấp hàng hoá và dịch vụ cho khách sạn,</p> <p>ví dụ: công ty dịch vụ giặt là, công ty cung cấp đồ uống, nhà cung cấp (điện thoại) thịt cá v.v..</p>	<ul style="list-style-type: none"> Trong vòng 30-60 ngày kể từ ngày xuất hoá đơn. 	<p>Nếu không thanh toán đúng hạn, có khả năng doanh nghiệp sẽ để mất cơ hội tín dụng, mất đi các nhà cung cấp, và quan trọng nhất là tạo tiếng xấu về khả năng tín dụng trong kinh doanh.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
3. Các khoản phải thu	<p>Tập hợp các hoá đơn tồn đọng của những khách hàng đang nợ tiền khách sạn. Đó có thể là khách quen (sử dụng buồng và nhà hàng) hay các công ty, các tổ chức, các hãng lữ hành và các công ty du lịch.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hoá đơn xuất trong vòng 24 giờ hoặc sau khi làm thủ tục trả buồng. Hóa đơn được fax hoặc gửi trong vòng một tuần. Bắt đầu thu tiền trong vòng 30 ngày. In hoá đơn mà công ty hay khách thanh toán trong vòng 30 ngày. Bắt đầu thu tiền sau 30 ngày. Việc thu hồi các khoản nợ từ khách hàng phải được tiến hành đúng hạn. 	<p>Để tránh thiếu tiền mặt hoặc lợi nhuận ròng thấp, vì một tỷ lệ nào đó trong số các khoản phải thu này có thể thành nợ khó đòi và bạn phải xóa bỏ các khoản nợ này.</p> <p>Các hoá đơn không thể thu được tiền.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
4. Quản lý hàng tồn kho	<p>Số tiền đầu tư quá nhiều vào hàng tồn kho là số tiền không hiệu quả vì nó không sinh lời.</p> <p>Hàng tồn kho ít có thể không đáp ứng được các đơn hàng do hết hàng và có thể đánh mất cơ hội giảm giá đối với những đơn hàng lớn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Danh mục thực phẩm. • Danh mục khô. • Đồ uống. • Thiết bị buồng phòng. • Thiết bị văn phòng. • Phòng lưu trữ đồ khô. 	<p>Quá nhiều hàng tồn kho cũng có thể làm tăng chi phí lưu kho, khiến hàng hoá bay hơi, giảm giá trị, quá hạn dùng và khách sạn thì phải trả những khoản lãi vượt trội không cần thiết.</p>	<p>Tham khảo Phần việc 6.6. Báo cáo cuối tháng.</p>
5. Tiền mặt tại quỹ	<p>Các chuyên gia khuyên rằng chỉ nên giữ một số tiền nhỏ tại quỹ của doanh nghiệp dùng cho những khoản chi trả nhỏ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiền mặt tại quỹ phải đủ chi trả cho các giao dịch thông thường hàng ngày cho đến cuối ca hoặc cuối ngày. • Tiền cần được ghi chép cẩn thận và gửi vào ngân hàng ngay trong ngày hoặc muộn nhất là ngày hôm sau. 	<p>Để hưởng lãi suất hoặc tái đầu tư để tăng doanh thu.</p> <p>Lượng tiền giữ tại doanh nghiệp rất quan trọng nhưng cũng khá nguy hiểm về mặt an ninh.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>6. Tiền gửi ngân hàng</p>	<p>Đây là số tiền được gửi vào một tài khoản vãng lai được mở tại ngân hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Số tiền trong tài khoản này phải đủ để trả lương và thanh toán các hoá đơn đến hạn thanh toán khác. Bất kỳ số tiền (vượt trội nào) gửi ngân hàng vượt trội nào cũng có thể được đầu tư vào lĩnh vực khác để tạo thêm doanh thu. 	<p>Trong mọi lĩnh vực kinh doanh, tình trạng dư thừa hay thiếu hụt tiền mặt đều có thể xảy ra vào bất kỳ thời điểm nào. Điều này rất đúng và thường xảy ra hơn trong ngành công nghiệp khách sạn bởi tính thời vụ của ngành này.</p>	

- Lưu ý:** việc đưa công nghệ máy tính vào môi trường nơi công nghệ hiện chưa được sử dụng có thể gây nản lòng. Tuy nhiên, khi đã làm chủ công nghệ này, sẽ chẳng ai hối tiếc với quyết định đó. Hiện có một số phần mềm quản lý chính xác, nhanh và tiết kiệm chi phí nhân công kể cả các phần mềm viết riêng cho các khách sạn nhỏ. Rất nhiều phần việc vừa nêu được làm bằng máy tính có thể hiệu quả hơn bằng các hệ thống thủ công khác.

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN
PHẦN VIỆC 5.5: Báo cáo kết quả kinh doanh (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
1. Doanh thu	Trong bất cứ loại hình tổ chức nào, doanh thu đều có được từ một hay nhiều nguồn để chi trả cho các hoạt động của tổ chức, từ đó làm phát sinh chi phí.	<ul style="list-style-type: none"> • Báo cáo kết quả kinh doanh hay nói cách khác là mọi khoản thu có được từ nhiều nguồn thu nhập khác nhau của khách sạn. • Doanh thu buồng, bộ phận Nhà hàng. 	Nếu chúng ta có thể xác định và hiểu được những yếu tố cơ bản của các báo cáo tài chính (ví dụ, báo cáo kết quả kinh doanh hay bảng cân đối kế toán), chúng ta sẽ hiểu được lý do chủ yếu để xây dựng các báo cáo đó.	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
2. Chi phí	Chi phí là các khoản chi tiêu mà khách sạn phải trả để duy trì hoạt động của mình.	<ul style="list-style-type: none"> • Mua những hàng hoá thành phẩm như đồ uống cho quầy bar, thực phẩm cho nhà hàng, mua sắm trang thiết bị như tủ lạnh cho nhà bếp, thanh toán các khoản tiền như trả lương cho nhân viên, trả tiền nhiên liệu v.v.. 	Trước hết bạn phải phát sinh chi phí để có hàng bán và tạo ra doanh thu.	Hospitality Management Accounting Michael M. Coltman, 2003 John Wiley & Sons.
3. Báo cáo kết quả kinh doanh	Báo cáo kết quả kinh doanh được lập để chỉ ra doanh nghiệp kinh doanh có lãi hay lỗ.	<ul style="list-style-type: none"> • Xem và so sánh doanh thu với chi phí (trực tiếp và gián tiếp) hoạt động của doanh nghiệp trong một thời kỳ xác định. 		Tham khảo phần trên.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
4. Bảng cân đối kế toán	Bảng cân đối kế toán, lại cho thấy tình hình tài chính của doanh nghiệp tại một thời điểm cụ thể.	<ul style="list-style-type: none"> • Thường được lập mỗi năm một lần. • Do kế toán trưởng hoặc kế toán bên ngoài lập. 	Cho nhà quản lý, chủ đầu tư và các tổ chức khác như ngân hàng.	Tham khảo phần trên.
5. Hình thức báo cáo kết quả kinh doanh	Cho biết loại hình và khối lượng doanh thu (thu nhập), chi phí và lãi hay lỗ ròng sau khi trừ chi phí từ doanh thu.	<ul style="list-style-type: none"> • Lãi ròng. • Hay lỗ ròng. 		Tham khảo phần trên.
6. Lãi ròng	Lãi ròng xảy ra khi doanh thu từ việc bán hàng hóa và dịch vụ lớn hơn chi phí phải bỏ ra để có được khoản doanh thu đó.	<ul style="list-style-type: none"> • Lãi ròng xảy ra khi doanh thu lớn hơn chi phí. 		Tham khảo phần trên.
7. Lỗ ròng	Lỗ ròng xảy ra khi chi phí cho doanh thu sử dụng lớn hơn doanh thu nhận được, đó là khi chi tiêu vượt quá thu nhập.	<ul style="list-style-type: none"> • Lỗ ròng xảy ra khi chi phí lớn hơn doanh thu. 		Tham khảo phần trên.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
8. Kiểm soát doanh thu và chi phí	Báo cáo kết quả kinh doanh có thể sử dụng để kiểm soát doanh thu và chi phí của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • So sánh doanh thu theo tháng hoặc theo năm. • So sánh kết quả của năm hiện tại với năm trước và với dự toán ngân sách. • So sánh kết quả của từng bộ phận để xác định xem bộ phận nào kinh doanh hiệu quả nhất. • Tính toán khả năng sinh lời. 		Tham khảo phần trên.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
9. Mẫu báo cáo kết quả kinh doanh	<p>Báo cáo gồm 3 phần:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tổng thu nhập. Thu nhập ròng hay tổng lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh. (Cho biết giám đốc bộ phận đang kiểm soát và quản lý các nguồn của bộ phận hiệu quả đến mức nào, điều này sẽ được trình bày rõ trong phần 2 này của báo cáo kết quả kinh doanh). Lợi nhuận ròng. 	<ul style="list-style-type: none"> Đây là tổng doanh thu của tất cả các bộ phận. Bao gồm chi phí trực tiếp và gián tiếp có thể kiểm soát được bởi giám đốc bộ phận, và được phân bổ hoàn toàn cho bộ phận đó. Những chi phí không trực tiếp phát sinh từ bộ phận sẽ được khấu trừ khỏi lợi nhuận gộp từ hoạt động kinh doanh. 	<p>Nếu bộ phận nào không còn hoạt động thì sẽ không phát sinh chi phí.</p> <p>(Chẳng hạn như chi phí hành chính, dịch vụ, lãi các khoản vay, bảo hiểm v.v..).</p> <p>Những chi phí này vẫn sẽ được thanh toán ngay cả khi một bộ phận nào đó không còn hoạt động.</p>	<p>Tham khảo phần trên</p>
10. Phân tích khối lượng lợi nhuận và chi phí (CPV)	<p>Là một công cụ hữu ích cho chủ khách sạn nhỏ, khi hoạch định kế hoạch tài chính.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng mẫu biểu dưới dạng biểu đồ hay sử dụng công thức CPV dạng cơ bản cho phép tính toán được điểm hoà vốn. 	<p>Cho biết thu nhập ròng đạt được tại mức hàng bán nhất định, doanh thu hàng bán thêm cần thiết để bù đắp chi phí và đạt được mức lợi nhuận đặt ra.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
11. Công thức CPV	Chi phí, lợi nhuận, khối lượng để tính toán điểm hoà vốn.	<ul style="list-style-type: none"> Giá bán đơn vị trừ (-) biến phí (chi phí biến đổi) đơn vị bằng (=) số dư đảm phí đơn vị. $\frac{\text{Chi phí cố định}}{\text{số dư đảm phí đơn vị}} = \text{Điểm hoà vốn (đơn vị)}$		
	<p>ví dụ:</p> <p>Một quầy bar của khách sạn có CPCĐ là 2.200 USD/ tháng</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Và chi phí biến đổi chiếm 55% khoản dự trữ bán hàng. ➢ Trung bình mỗi khách hàng bỏ ra 2,80 USD <p>Tính xem cần có bao nhiêu khách hàng mỗi tháng để đạt tới điểm hoà vốn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Số dư đảm phí: 2,80 USD nhân 55% = 1,54 USD 2,80 trừ (-) 1,54 = 1,26 USD Điểm hoà vốn: $\frac{2.200 : (\text{CPCĐ})}{1,26} = 1.746$ khách hàng 	<p>Điểm hoà vốn là khi bạn không có lãi và cũng chẳng bị lỗ.</p> <p>Doanh thu tối thiểu để bù đắp mọi chi phí.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
	CPCĐ tăng lên 2.500 USD	Tính toán sự ảnh hưởng đến kết quả : $\frac{2.500}{1,26} = 1.984 \text{ khách hàng}$		
	Quầy bar muốn đạt lợi nhuận 600 USD/tháng.	Tính toán số lượng khách hàng cần thiết: CPCĐ + lợi nhuận cần thiết. Số khách hàng cần thiết để đạt được một số dư đảm phí lợi nhuận nào đó: $\frac{2.200+600}{1,26}$ $\frac{2.800}{1,26} = 2.222 \text{ khách hàng}$		

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN
PHẦN VIỆC 5.6: Lập dự toán ngân sách (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>1. Dự thảo ngân sách</p>	<p>Dự thảo ngân sách là dự trù chi tiết bằng số về quy mô kinh doanh trong một kỳ hoạt động nào đó trong tương lai.</p> <p>Các dự thảo ngân sách mang tính chi tiết.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Các dự thảo ngân sách luôn luôn là một dự trù cho hoạt động tương lai. Các dự thảo ngân sách giúp vạch ra chính sách quản lý và các biện pháp kiểm soát bằng việc so sánh kết quả đạt được với dự tính và tập trung vào những lĩnh vực cần hiệu chỉnh. Một dự thảo ngân sách thường có thời kỳ 12 tháng (cho một giai đoạn tài chính). Dự thảo ngân sách được chia thành 12 tháng hay giai đoạn. 	<p>Một dự thảo ngân sách đối lập với các báo cáo chi phí sản xuất, báo cáo kết quả kinh doanh, và các báo cáo tương tự khác được xây dựng dựa trên những gì đã xảy ra trong quá khứ.</p> <p>Cùng với những thông tin dự đoán, bạn có thể sử dụng thông tin kế toán trong quá khứ khi lập các dự thảo ngân sách.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
<p>2. Dự toán ngân sách chính thức</p>	<p>Dự toán ngân sách này do cấp quản lý lập, sau đó được kiểm tra, chỉnh sửa và phê duyệt bởi giám đốc/người chủ của tổ chức.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dự toán ngân sách chính thức đặt ra những mục tiêu cụ thể trong giai đoạn tài chính và bằng các phương thức hợp lý, xác định cách thức sử dụng ngân quỹ để đạt được những mục tiêu đó. 	<p>Quy trình lập dự toán ngân sách này là một phần quan trọng trong hệ thống kế toán và quản lý của doanh nghiệp.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>3. Sử dụng dự toán ngân sách</p>	<p>Các dự toán ngân sách được lập theo thuật ngữ số hoá, mặc dù không nhất thiết bằng đồng đô la và xu (1/1000 đô la).</p> <p>Dự toán ngân sách là công cụ thông tin hữu ích và là một tiêu chuẩn để so sánh với kết quả kinh doanh thực tế.</p> <p>Tổ chức phải hiểu thế nào là kế hoạch. Hiểu biết thấu đáo không chỉ liên quan đến kiến thức về các chương trình, mục tiêu mà cả kiến thức về các chính sách và hạn chế mà tổ chức phải tuân thủ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tất cả các giao dịch được dự toán trước trong hoạt động kinh doanh phải được lập riêng. Về nguyên tắc, cần dự toán riêng biệt khối lượng mỗi loại giao dịch cho mỗi tháng hoặc cho nhiều chuỗi giai đoạn ngắn trong phạm vi một giai đoạn dự báo dài. • Dự toán ngân sách đã được duyệt chính là công cụ hữu ích nhất để truyền đạt thông tin định lượng liên quan đến những mục tiêu và hạn chế này. 	<p>Dự toán ngân sách chính là chìa khoá của quá trình lập và phối hợp kế hoạch.</p> <p>Ví dụ về loại thông tin này gồm: số tiền tối đa chi trả cho những hoạt động như quảng cáo, bảo dưỡng, chi phí hành chính và mức lương có thể trả và giờ làm việc, chất lượng mong muốn, v.v..</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
<p>4. Lập dự toán ngân sách</p>	<p>Lập dự toán ngân sách là hoạch định kế hoạch về mặt tài chính cho tương lai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lập các dự toán ngân sách cho : <ul style="list-style-type: none"> ◦ Chi phí vốn. ◦ Chi phí hoạt động. ◦ Chi phí mỗi bộ phận. ◦ Doanh thu mỗi bộ phận. 	<p>Tạo cơ sở vững chắc để điều hành doanh nghiệp. Dự toán ngân sách có thể giúp vạch rõ chính sách quản lý các biện pháp kiểm soát bằng việc so sánh kết quả đạt được với dự tính và tập trung vào những lĩnh vực cần hiệu chỉnh.</p>	<p>Accounting for the Hospitality Industry Monarz & Pontocarrera, 2003, US Imports.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
5. Các chức năng của việc lập dự toán ngân sách	Lập kế hoạch	<ul style="list-style-type: none"> Kế hoạch lập trước buộc các nhà quản lý phải cân nhắc những hoạt động thay thế, đánh giá một cách đúng đắn và quyết định chọn các giải pháp thay thế phù hợp nhất. 	Các nhà quản lý lường trước được những vấn đề trước khi chúng nảy sinh, giúp họ có thời gian cân nhắc các biện pháp thay thế để vượt qua khó khăn. Hành động như vậy có xu hướng tạo ra kết quả tốt hơn những quyết định vội vã.	Tham khảo phần trên
	Phối hợp:	<ul style="list-style-type: none"> Việc lập dự toán ngân sách giúp tránh được các mâu thuẫn bằng cách khuyến khích các trưởng bộ phận cân nhắc xem kế hoạch của họ ảnh hưởng như thế nào tới các bộ phận khác cũng như các bộ phận khác ảnh hưởng tới chính họ ra sao. 	Nếu không lập kế hoạch, các trưởng bộ phận có thể đưa ra những quyết định tương lai không tương đồng hoặc thậm chí đi ngược với các bộ phận khác.	
	Kiểm soát và Đánh giá việc thực hiện:	<ul style="list-style-type: none"> Hệ thống tính toán những khác biệt so với ngân sách, ví dụ: sự khác biệt trong nhận thức về chi phí khen thưởng giữa nhân viên và người quản lý, nêu bật các khoản mục bội chi nhưng quan trọng hơn là các khoản mục chưa đạt. 	Việc chuẩn bị dự toán ngân sách đã hỗ trợ quá trình lập kế hoạch; cách thức sử dụng các dự toán ngân sách giúp ích cho việc kiểm soát và đánh giá hiệu quả thực hiện.	Tham khảo phần trên.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
	Thành phần tham gia:	<ul style="list-style-type: none"> Nhờ sự tham gia tích cực của quản lý bộ phận vào tất cả các bước của khâu điều hành, quy trình lập dự toán ngân sách đưa các thành viên giữ các chức vụ khác nhau xích lại gần nhau hơn. 	Mọi thành viên đều cảm thấy mình có vai trò trong việc điều hành tổ chức, điều đó làm tăng mức độ hài lòng của họ đối với công việc và nhờ vậy năng suất làm việc cũng tăng theo. Qua quá trình này, đội ngũ nhân viên các cấp đều ý thức hơn về chi phí.	
6. Chu trình lập dự toán ngân sách	Xác định những mục tiêu thực tế: So sánh với năm trước	<ul style="list-style-type: none"> Khi chuẩn bị lập dự toán ngân sách, phải tính đến các nhân tố thực tại. Phải cân nhắc và phản ánh các lợi thế cơ hội cũng như nguy cơ rủi ro trong dự toán ngân sách. 		Tham khảo phần trên.
	Lập kế hoạch để đạt được những mục tiêu đó:	<ul style="list-style-type: none"> Kế hoạch cần khởi đầu tại cấp bộ phận, nơi trưởng bộ phận và nhân viên xác định được việc cần làm để đạt được những mục tiêu đó. Tùy vào cơ cấu tổ chức mà bộ phận marketing nên hay không nên phối hợp chặt chẽ với các bộ phận khác. 		

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
	So sánh kết quả	<ul style="list-style-type: none"> Khi so sánh các kết quả, bạn sẽ đặt câu hỏi và kiểm tra các điểm khác biệt. Nếu kết quả vượt quá hay dưới mức mong đợi, bạn cần phải xác định được tình huống liên quan. Sự khác biệt không đem lại giải pháp mà chỉ xác định lĩnh vực khác biệt. 		
	Nếu cần thiết, phải hiệu chỉnh:	<ul style="list-style-type: none"> Sự khác biệt giữa dự toán ngân sách và thực tế có thể do hoàn cảnh mà không ai có thể đoán trước được, ví dụ, bão, cháy, suy thoái kinh tế. Sự khác biệt cũng có thể do doanh số bán hàng tăng - điều này cũng cần được phân tích để hỗ trợ cho việc xây dựng kế hoạch tương lai. 	Ngoài ra, một nhân tố quan trọng có thể là do việc xem nhẹ yếu tố cạnh tranh. Tuy nhiên, tính linh hoạt của các dự toán ngân sách cho phép đưa ra một số điều chỉnh nhằm hoàn tất việc đánh giá cuối cùng.	
	5. Cải tiến quy trình lập dự toán ngân sách:	<ul style="list-style-type: none"> Bạn cần cải tiến quy trình này. Nhờ vậy, hiệu quả kinh doanh sẽ được nâng cao nhờ những quyết định quản lý đúng đắn hơn. 		

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>7. Một bản hợp đồng hay cam kết giữa hai bên quản lý và giám sát hoạt động.</p>	<p>Khi dự toán ngân sách được lập phù hợp với các quy trình nêu trên thì tài liệu cuối cùng giống như một bản hợp đồng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dự toán ngân sách cho năm trong đó doanh thu và chi phí được chi tiết theo từng tháng và tổng kết theo năm. • Kèm theo bản kế hoạch hành động để đạt được ngân sách đó. 	<p>Bằng việc phê chuẩn vào bản dự toán ngân sách, ban giám đốc nói với giám sát các bộ phận rằng: "nếu anh chị điều hành hoạt động của bộ phận mình theo đúng kế hoạch này, chúng tôi sẽ coi như anh chị đang hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình."</p>	

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN

PHẦN VIỆC 5.7: Chi phí (Kiến thức)

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>1. Tính phí dịch vụ</p> <p><i>Khi tính phí dịch vụ, việc phân chia chi phí thành chi phí cố định và chi phí biến đổi thường rất quan trọng.</i></p>	<p>Tại bất kỳ khách sạn nào, các dịch vụ đưa ra đều phải đi kèm chi phí.</p> <p>Nhiều chi phí dịch vụ sẽ căn cứ vào chi phí nhân công như tiền làm thêm giờ, tiền bù làm ngày lễ, tiền thưởng, v.v..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Để tính phí một dịch vụ, khách sạn phải tập hợp tất cả các chi phí giống như cách làm của một tổ chức sản xuất. • Chia chi phí thành: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Chi phí cố định. ➢ Chi phí biến đổi. 	<p>Để xác định giá bán phù hợp trong đó đã có lãi hay đã đạt tới điểm hoà vốn. Chi phí dịch vụ đa phần là cố định chứ không như ở các tổ chức sản xuất chủ yếu là chi phí biến đổi như chi phí nguyên vật liệu và nhân công.</p>	<p>Accounting for the Hospitality Industry Monarz & Pontocarrera, 2003, US Imports.</p>
<p>2. Chi phí cố định</p>	<p>Là những chi phí không thay đổi trong thời gian ngắn, ví dụ phí bảo hiểm ô tô của khách sạn là chi phí cố định mỗi năm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các chi phí cố định cần được chia nhỏ và tính vào chi phí chung của dịch vụ cung cấp. 	<p>Nhiều chi phí dịch vụ là chi phí cố định.</p> <p>Để tính toán điểm hoà vốn của các dịch vụ. Chi phí cố định, chi phí biến đổi và lợi nhuận sẽ quyết định giá bán các dịch vụ.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO								
<p>3. Chi phí biến đổi</p>	<p>Là những chi phí phụ thuộc hoặc biến đổi theo việc sử dụng các dịch vụ.</p> <p>Ví dụ, chi phí giặt là phụ thuộc vào tỷ lệ đặt buồng hay chi phí xăng dầu phụ thuộc vào việc sử dụng xe của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chi phí biến đổi cần được tính toán theo mỗi đơn vị dịch vụ và theo từng dịch vụ (buồng, suất ăn, đơn vị đồ uống, mỗi chặng đường, v.v..) Chi phí biến đổi trên một đơn vị sẽ chỉ ra việc quản lý chi phí tăng thêm liên quan khi cung cấp thêm một đơn vị dịch vụ. 	<p>Để tính được điểm hoà vốn của dịch vụ, chi phí cố định, chi phí biến đổi và lợi nhuận sẽ quyết định định giá bán của dịch vụ.</p>	<p>Tham khảo phần trên</p>								
<p>4. Các đơn vị dịch vụ</p>	<p>Việc lựa chọn một đơn vị tính toán cho sản phẩm dịch vụ: Các đơn vị dịch vụ là các bộ phận hoặc các dịch vụ tạo ra doanh thu.</p> <p>ví dụ: phòng cho thuê, dịch vụ ăn, uống, giặt là và phương tiện đi lại.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="875 612 1043 659">Dịch vụ</th> <th data-bbox="1061 612 1267 659">Đơn vị</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="875 662 1043 751"><i>Nhà hàng</i></td> <td data-bbox="1061 662 1267 751"><i>Khẩu phần ăn</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="875 754 1043 859"><i>Dịch vụ KS</i></td> <td data-bbox="1061 754 1267 859"><i>Ngày khách lưu trú</i></td> </tr> <tr> <td data-bbox="875 862 1043 920"><i>Vận chuyển</i></td> <td data-bbox="1061 862 1267 920"><i>Khách-km</i></td> </tr> </tbody> </table>	Dịch vụ	Đơn vị	<i>Nhà hàng</i>	<i>Khẩu phần ăn</i>	<i>Dịch vụ KS</i>	<i>Ngày khách lưu trú</i>	<i>Vận chuyển</i>	<i>Khách-km</i>	<p>Để quyết định xem dịch vụ nào đang được cung cấp và phương pháp kiểm soát chi phí nào là hợp lý nhất.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
Dịch vụ	Đơn vị											
<i>Nhà hàng</i>	<i>Khẩu phần ăn</i>											
<i>Dịch vụ KS</i>	<i>Ngày khách lưu trú</i>											
<i>Vận chuyển</i>	<i>Khách-km</i>											

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>5. Xác định giá buồng và giá dịch vụ ăn uống</p>	<p>Xác định giá theo cách tiếp cận từ dưới lên "Bottom up".</p> <p>Xem xét giá của đối thủ cạnh tranh.</p> <p>Xem xét sản phẩm bán được. Hầu hết các sản phẩm bán chạy nhất đều có thể đưa ra lợi nhuận cận biên nhỏ hơn nếu cần thiết và ngược lại.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Liệt kê tất cả các chi phí liên quan. 2. Liệt kê các chi phí cố định của mỗi dịch vụ. 3. Liệt kê các chi phí biến đổi của mỗi đơn vị dịch vụ. 4. Tăng thêm lợi nhuận cần thiết cho mỗi đơn vị dịch vụ. 	<p>Cần đạt được các mục tiêu của cả năm.</p> <p>Bạn có đưa ra được sản phẩm độc đáo hay bạn có đối thủ cạnh tranh không? Bạn không cần phải đạt được cùng tỷ lệ lợi nhuận cho mọi sản phẩm.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
<p>6. Tỷ lệ chi phí thực phẩm</p>	<p>Là một tỷ lệ dịch vụ thực phẩm so sánh giữa chi phí thực phẩm với doanh thu thực phẩm bán ra.</p>	<p>Tỷ lệ chi phí thực phẩm =</p> $\frac{\text{Chi phí thực phẩm mua vào}}{\text{Doanh thu thực phẩm bán ra}} = \%$ <p>Hoặc:</p> $\frac{1.200,00 \text{ USD}}{3.000,00 \text{ USD}} = 40 \%$	<p>Hầu hết các nhà quản lý sử dụng tỷ lệ này để xác định xem giá thành thực phẩm có hợp lý hay không.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>7. Tỷ lệ chi phí đồ uống</p>	<p>Tỷ lệ này có được bằng cách chia chi phí đồ uống mua vào cho doanh thu đồ uống bán ra.</p> <p>Tỷ lệ này có ý nghĩa rất lớn đối với chủ đầu tư, chủ nợ và đánh giá được việc quản lý tình hình tài chính và hoạt động của khách sạn.</p>	<p>Tỷ lệ chi phí đồ uống</p> $\frac{\text{Chi phí đồ uống mua vào}}{\text{Doanh thu đồ uống bán ra}} = \%$ <p>Hoặc:</p> $\frac{280,00 \text{ USD}}{1.450,00 \text{ USD}} = 19.31 \%$	<p>Tuy nhiên, những tỷ lệ này chỉ là các chỉ số. Chúng chỉ có ý nghĩa thực sự khi đặt trong quan hệ so sánh giữa hai chỉ số liên quan, chẳng hạn như so với tình hình của năm trước, so với mức bình quân của ngành, hay so với tỷ lệ theo dự toán ngân sách.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
<p>8. Tỷ lệ phần trăm chi phí nhân công</p>	<p>Chi phí nhân công bao gồm tiền công, tiền lương, tiền thưởng, thuế thu nhập và các phúc lợi.</p> <p>Chi phí nhân công tổng quát là một điểm chuẩn.</p> <p>Vì mục đích kiểm soát, chi phí nhân công phải được phân tích theo bộ phận.</p>	<p>Tỷ lệ phần trăm chi phí nhân công tổng quát =</p> $\frac{\text{Tổng chi phí nhân công}}{\text{Tổng doanh thu}} = \%$ <p>Ví dụ:</p> $\frac{3.000,00 \text{ USD}}{9.000,00 \text{ USD}} = 30 \%$	<p>Chi phí lớn nhất trong các khách sạn và nhà hàng nhỏ chính là chi phí nhân công.</p> <p>Sử dụng cách tính tương tự:</p> <p>Tỷ lệ chi phí nhân công của bộ phận nhà hàng được xác định bằng cách chia chi phí nhân công của bộ phận này cho doanh số bán hàng ăn uống. Bộ phận buồng phòng cũng được tính tương tự.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

PHẦN 5: QUẢN LÝ NGHIỆP VỤ KẾ TOÁN
PHẦN VIỆC 5.8: Báo cáo cuối tháng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
1. Báo cáo cuối tháng	<p>Để khoá sổ kế toán, tính toán các tỷ lệ và bắt đầu một tháng hoặc một kỳ kế toán mới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tính toán chi phí. • Thanh toán tiền lương. • Quản lý tiền mặt. • Kiểm soát hàng tồn kho. • So sánh các con số tỷ lệ. • Kiểm soát doanh thu. • Báo cáo hàng tháng và dự báo. 	<p>Để so sánh với năm trước, tháng trước và với dự toán ngân sách đặt ra.</p>	<p>Accounting for the Hospitality Industry Monarz & Pontocarrera, 2003, US Imports.</p>
2. Kiểm kê hàng tồn kho hàng tháng	<p>Việc kiểm tra hàng hóa yêu cầu mua và hàng tồn kho hàng tháng nên được thực hiện thường xuyên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuối tháng tiến hành kiểm kê toàn bộ hàng hóa trong kho và tại các bộ phận. 	<p>Để tính toán tỷ lệ và thời gian quay vòng của hàng tồn kho.</p>	<p>Accounting for the Hospitality Industry Monarz & Pontocarrera, 2003, US Imports.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
3. Đối chiếu số liệu ngân hàng	Đối chiếu số liệu ngân hàng cần tiến hành hàng tháng ngay khi nhận được bản kết toán cuối tháng của ngân hàng.	<ul style="list-style-type: none"> Ví dụ sau đây sẽ chỉ ra cách làm cụ thể: <p>Ví dụ:</p> <p>Số dư đầu kỳ tại ngân hàng 3.702 USD</p> <p>Số dư của khách sạn 4.081USD</p> <p>Séc chưa được thanh toán Số 3510 2.295 USD</p> <p>Lãi ngân hàng 61USD</p> <p>Bản kết toán của ngân hàng 2.900 USD</p> <p>Phí ngân hàng 22 USD</p> <p>Nghiệp vụ phát sinh số 3507 187 USD</p>	Để kiểm soát và kiểm tra dòng tiền và số tiền mặt sẵn có để thanh toán mọi chi phí và trả lương cho tháng sau.	Tham khảo phần trên.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN		LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
	Việc đối chiếu và cân đối số dư trên bản kết toán ngân hàng và số dư trên sổ kế toán của khách sạn được làm như sau:	SỐ DƯ NH	SỐ DƯ CỦA KS		Tham khảo phần trên.
		3.702	4.081		
		2.900	61		
		(187)	(22)		
		(2.295)			
		4.120	4.120		
4. Sổ nhật ký tiền gửi	Tất cả các nghiệp vụ phát sinh trên tài khoản có, tài khoản tiền mặt và tài khoản phải trả cần được tổng hợp và kiểm tra.	<ul style="list-style-type: none"> Số liệu hàng ngày cần được đối chiếu kiểm tra với bản kết toán của ngân hàng. Tiền mặt và séc phải gửi vào ngân hàng hàng ngày. Cuối tháng, số dư trên bản kết toán của ngân hàng phải giống số dư trên sổ nhật ký tiền gửi. 		Tiền mặt hay séc cần thường xuyên được gửi vào tài khoản ngân hàng của khách sạn. Việc thanh toán phải được thực hiện bằng chuyển khoản, và không được vượt quá số dư.	Tham khảo phần trên.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>5. Chi phí tiền lương</p>	<p>Là những chi phí liên quan đến lương phải trả cho nhân viên mỗi kỳ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nhân viên được trả lương bằng séc hoặc qua tài khoản cá nhân tại ngân hàng, chú không nhận tiền mặt. • Giám sát bộ phận kiểm tra và phê duyệt thẻ chấm công. • Lập bảng lương cho mỗi nhân viên và cho toàn bộ nhân viên từng bộ phận theo từng thời kỳ. (Đối chiếu kiểm tra). • Số tiền thực trả và số tiền trên bảng lương nên được kiểm tra một cách độc lập. • Giám đốc luôn phải ký trên séc thanh toán lương hoặc phiếu chi lương qua ngân hàng. 	<p>Có thể được thanh toán hai tuần một lần theo chu kỳ 04 tuần hay mỗi tháng.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
6. Tài khoản phải thu	Hàng tháng, số liệu trên sổ cái chi tiết của tài khoản phải thu phải được đối chiếu kiểm tra với số liệu trên sổ cái tổng hợp của tài khoản này.	<ul style="list-style-type: none"> Tổng kết các hoá đơn về các khoản nợ phải thu còn tồn đọng. Nhóm các khoản phải thu theo thời gian: Nợ dưới 30 ngày. Nợ từ 30-60 ngày. Nợ dưới 90 ngày và nợ trên 90 ngày). Tập trung thu tiền của các khoản nợ đến hạn. 	<p>Có vai trò quan trọng trong việc tính toán doanh thu.</p> <p>Để tránh sụt giảm doanh thu (đối với những hoá đơn có thể thu được tiền).</p> <p>Các hoá đơn còn nợ ảnh hưởng đến dòng tiền của khách sạn.</p>	Tham khảo phần trên.
7. Tài khoản phải trả	Hàng tháng, số liệu trên sổ cái chi tiết của tài khoản phải trả phải được đối chiếu kiểm tra với số liệu trên sổ cái tổng hợp của tài khoản này.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra các hoá đơn đến hạn phải thanh toán (cùng với việc giảm giá khi trả sớm, nếu có). Đối chiếu với các lệnh mua hàng đã được duyệt. Số dư hàng tháng của tài khoản phải trả cần được báo cáo cho người quản lý. 	Số dư hàng tháng = tất cả số dư trên tài khoản nợ phải bằng tất cả số dư trên tài khoản có.	Tham khảo phần trên.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
8. Chi phí đồ ăn/uống	Tính toán tỷ lệ phần trăm chi phí đồ ăn/uống hàng tháng.	<ul style="list-style-type: none"> • Tổng chi phí đồ ăn %. • Tổng chi phí đồ uống %. • Theo bộ phận. • So sánh với dự toán ngân sách và với chi phí cùng tháng năm trước. • Phân tích những khác biệt. 	Để kiểm soát chặt chẽ những khác biệt. Nếu tỷ lệ phần trăm của chi phí quá cao, bạn cần phải kiểm tra và thắt chặt việc kiểm soát.	
9. Số liệu thống kê của khách sạn	Xem xét lại các điểm kiểm soát doanh thu và so sánh với dự toán ngân sách của năm ngoái để tìm ra sự khác biệt. Phải luôn tìm hiểu, nghiên cứu những sai lệch của các con số thống kê khi so sánh với dự toán ngân sách và số liệu thống kê năm ngoái của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Tỷ lệ sử dụng buồng. • Tỷ lệ phần trăm khách thuê buồng. • Tỷ lệ sử dụng giường. • Tỷ lệ sử dụng buồng đôi. • Tận dụng doanh thu. • Thời gian lưu trú bình quân của khách. 	Để tìm ra xu hướng chung và giải thích lý do.	Tham khảo phần việc 5.3 Phần 1 Quản lý tiền mặt và các hệ thống kiểm soát.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>10. Tỷ lệ vốn lưu động</p>	<p>Tỷ lệ khả năng thanh toán bằng tiền mặt là tỷ lệ giữa tổng tài sản lưu động trên tổng tài sản nợ ngắn hạn, và tỷ lệ này cho thấy khả năng chi trả của khách sạn cho khối lượng lớn tài sản.</p>	<p>Tỷ lệ vốn lưu động =</p> <p>Tài sản lưu động</p> <p>_____</p> <p>Tài sản nợ ngắn hạn</p> <p>Ví dụ:</p> <p>338.700 USD</p> <p>_____ = 1,58 lần hay</p> <p>214.000 USD 1,58 trên 1</p>	<p>Với mỗi đô la nợ ngắn hạn, khách sạn có tương ứng 1,58 đô la tài sản lưu động. Chủ khách sạn thường thích tỷ lệ vốn lưu động thấp hơn là tỷ lệ cao. Họ coi đầu tư vào đa số tài sản lưu động là kém hiệu quả.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

Giới thiệu

Phần này giới thiệu những vấn đề căn bản về nguồn nhân lực phù hợp với khách sạn nhỏ. Nhân viên khách sạn là nguồn vốn nhân lực của bạn và cho dù quy mô khách sạn như thế nào, chúng ta luôn cần giải quyết các vấn đề nguồn nhân lực. Tùy thuộc vào quy mô của khách sạn, công tác này có thể do giám đốc khách sạn đảm nhiệm hoặc được giao cho một cán bộ lâu năm được đào tạo chuyên ngành.

Điều quan trọng cần hiểu là ngành khách sạn đòi hỏi nhiều lao động, chuyên ngành, tình trạng lưu chuyển nhân lực khá phổ biến và gây tổn kém; hơn thế, kinh doanh khách sạn có tính mùa vụ. Do đó, một điểm quan trọng là cần tuyển dụng và duy trì đội ngũ nhân viên giỏi để khách sạn của bạn ít nhất là có thể đáp ứng kỳ vọng của khách. Người quản lý phải tạo được không khí làm việc để nhân viên có thể phát huy tối đa năng lực, dẫn đến hình thành những cá nhân và nhóm có năng suất lao động cao.

Công tác đào tạo và giám sát hiệu quả rất cần thiết để duy trì động lực làm việc và trách nhiệm cung cấp các dịch vụ của khách sạn. Tiêu chuẩn VTOS là công cụ quan trọng giúp khách sạn cung cấp các dịch vụ một cách nhất quán. Thực hiện cùng các vấn đề về nguồn nhân lực trong phần này, người quản lý sẽ luôn có những khách hàng hài lòng và đội ngũ nhân viên vui vẻ làm việc trong khách sạn.

- PHẦN VIỆC 6.1: Giới thiệu về chức năng quản trị nhân sự (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 6.2: Tuyển dụng, thuê và cho thôi việc nhân viên (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 6.3: Hợp đồng lao động và lương (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 6.4: Đào tạo định hướng và sổ tay nhân viên
- PHẦN VIỆC 6.5: Bản mô tả công việc (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 6.6: Đánh giá hiệu quả làm việc



PHẦN VI: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ
PHẦN VIỆC 6.1: GIỚI THIỆU VỀ CHỨC NĂNG QUẢN TRỊ NHÂN SỰ



1

NGÀNH KHÁCH SẠN CẦN NHIỀU NHÂN CÔNG



2

TUYỂN DỤNG



3

ĐÀO TẠO



4

ĐÀO TẠO



5

XÂY DỰNG BẢNG MÔ TẢ CÔNG VIỆC



PHẦN VIỆC 6.1: GIỚI THIỆU VỀ CHỨC NĂNG QUẢN TRỊ NHÂN SỰ



MỐI QUAN HỆ ĐỒNG NGHIỆP

6



ĐÁNH GIÁ

7



BẢNG LƯƠNG VÀ HỢP ĐỒNG

8



LẬP KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

9



ĐÀO TẠO ĐỊNH HƯỚNG NGHỀ NGHIỆP

10



PHẦN VIỆC 6.1: GIỚI THIỆU VỀ CHỨC NĂNG QUẢN TRỊ NHÂN SỰ



SỔ TAY NHÂN VIÊN

11



ĐỒNG PHỤC

12



KẾT THÚC HỢP ĐỒNG/THÔI VIỆC

13



CÁC QUY ĐỊNH/KỶ LUẬT

14



PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

PHẦN VIỆC 6.1: Giới thiệu về chức năng quản trị nhân sự (Kiến thức)

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Chức năng của bộ phận nhân sự	Bộ phận nhân sự tạo lập một môi trường năng động, ở đó nhân viên có thể làm việc và mang lại dịch vụ tốt nhất.	<ul style="list-style-type: none"> Kinh doanh khách sạn là ngành con người phục vụ con người - mọi thứ khác là cơ cấu và bổ trợ. 	<p>Nhân viên của bạn là nguồn lực quý giá nhất.</p> <p>Nhân viên là những khách hàng nội bộ.</p>	International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman, S. Johnson, C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association.
2. Nét đặc thù	Phần lớn mọi nhân viên đều tận dụng với công việc như một môn nghệ thuật trình diễn.	<ul style="list-style-type: none"> Từ 25 đến 45% doanh thu của khách sạn được dành cho chi phí nhân công. 	Có ý nghĩa quan trọng để kiểm soát doanh thu và chất lượng dịch vụ.	Tham khảo phần trên.
3. Ngành khách sạn cần nhiều nhân công	Con người có trách nhiệm sản xuất và cung cấp dịch vụ.	<ul style="list-style-type: none"> Thái độ. Năng lực. Sự tương tác giữa mọi người. Thành công hay thất bại trong việc cung cấp dịch vụ. 	Đòi hỏi nhiều thời gian với cả lúc đông cũng như khi vắng khách. Khách sạn phục vụ khách 24 giờ/ngày, 365 ngày/năm.	Tham khảo phần trên.

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Nhiệm vụ của bộ phận nhân sự</p>	<p>Nói một cách ngắn gọn: tuyển dụng và sa thải.</p> <p>Lưu giữ hồ sơ của nhân viên. Đào tạo trưởng bộ phận về mọi lĩnh vực.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tuyển dụng. • Đào tạo. • Xây dựng bảng mô tả công việc. • Quan hệ giữa các nhân viên. • Đánh giá. • Quy hoạch nhân sự. • Bảng lương và hợp đồng. • Định hướng. • Sổ tay nhân viên. • Đồng phục. • Thôi việc. • Kỷ luật. 	<p>Nhân sự của khách sạn đặc biệt là nhân viên mới, có sự thay đổi thường xuyên.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>
<p>5. Đánh giá sự thành công</p>	<p>Một nhân viên được đào tạo tốt là người có khả năng xử lý công việc hiệu quả hơn một nhân viên mới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tỷ lệ ưu chuyển nhân lực hàng năm = $\frac{\text{Số nhân viên thôi việc} \times 100\%}{\text{Số nhân viên bình quân}}$ <p>ví dụ: $75/50 = 1,50 \times 100\% = 150\%$</p>		<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
6. Giữ nhân viên	<p>Một công ty dịch vụ cần tập trung vào khách hàng của mình để mang lại thành công về chất lượng dịch vụ và tạo ra lợi nhuận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coi nhân viên là những khách hàng nội bộ. • Coi trọng tinh thần và động cơ làm việc. • Sự hài lòng tại nơi làm việc • Trao quyền cho nhân viên. • Phong phú về kỹ năng. 	<p>Việc giữ nhân viên cũng quan trọng như giữ khách hàng: "một nhân viên hài lòng cũng tương tự một khách hàng hạnh phúc".</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>7. Họp nhân viên</p> <p>Hoặc giao tiếp hiệu quả là điều quan trọng.</p>	<p>Cần thời gian để tiến hành cuộc họp nhân viên.</p> <p>Giữ không khí thân thiện và riêng tư. Để mọi người nhận thấy rằng đó chỉ là buổi gặp gỡ thân mật có "tính chất gia đình".</p> <p>Đó là nơi tinh thần tập thể được phát huy. Là nơi cùng thảo luận về một vài sở thích cá nhân. Có thể nhân viên nào đó mới có thêm thành viên trong gia đình hay chuẩn bị kết hôn hoặc ai đó thắng trò chơi bingo tuần trước. Hãy để cuộc họp được diễn ra thân mật. Hãy lắng nghe mọi than phiền, nhưng đừng để ý đó là của ai. Chỉ nêu tên khi khen ngợi ai đó chứ không phải lúc phê bình họ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Họp nhanh và thường xuyên (hàng tuần). • Thời gian đã định trước. • Lên lịch trước và có mục tiêu rõ ràng. • Bắt đầu và kết thúc bằng những lời khen. • Tập trung vào chủ đề. • Có sự tham gia của nhân viên. • Chủ đề cuộc họp phong phú và thú vị. • Trò chuyện riêng với những người không đồng ý. 	<p>Tổ chức họp vào giờ làm việc: các cuộc họp là công việc của khách sạn. Nằm trong tầm kiểm soát.</p> <p>Để nhân viên được nghe; điều này sẽ tạo ra hứng thú và nâng cao tinh thần nhưng không nên lan man lạc đề. Hãy nhớ rằng mọi cuộc họp đều vì nhân viên. Tránh để các giám đốc bộ phận hay những nhân viên nói nhiều độc chiếm cuộc họp. Lôi kéo những nhân viên ít nói và nhút nhát tham gia vào cuộc họp. Để nhân viên hiểu rằng họ có thể nói lên suy nghĩ của mình mà không sợ bị khiển trách.</p> <p>Họ có thể không hiểu, hoặc họ có thể đúng!</p> <p>Sắp xếp thời gian để giải thích riêng cho họ.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

KHÁI NỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>8. Đồng phục</p>	<p>Việc mặc đồng phục giúp xây dựng tinh thần tập thể.</p> <p>Đồng phục góp phần làm cho khách sạn đẹp hơn.</p> <p>Cần có quy định về sử dụng đồng phục.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lợi ích của nhân viên. • Mua vải chất liệu tốt và mặc thoải mái. • Đồng phục được chọn phải phù hợp với môi trường làm việc của bạn. • Cấp tử có khoá và phòng thay đồ thích hợp. • Yêu cầu vệ sinh cá nhân sạch sẽ và trang phục gọn gàng. • Không khuyến khích nhân viên mặc đồng phục trên đường đến và từ nơi làm việc về. 	<p>Tăng niềm tự hào về khách sạn. Để nhân viên tham gia vào quyết định lựa chọn đồng phục vì điều này sẽ mang lại cảm giác tự hào và sự tận tâm với công việc.</p> <p>Để khách hàng dễ nhận ra.</p>	<p>Tham khảo phần trên.</p>

PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

PHÂN VIỆC 6.2: Tuyển dụng, thuê và cho thôi việc nhân viên (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Tuyển dụng</p>	<p>Quá trình tuyển dụng và lựa chọn là một trong những việc quan trọng nhất trong quản lý nhân sự.</p> <p>Bạn phải biết các yêu cầu của công việc sẽ được thực hiện.</p> <p>Nên nhớ rằng bạn luôn có các ứng viên ở trong và ngoài khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lên danh sách sơ tuyển các ứng viên trong và ngoài khách sạn. • Dùng bảng mô tả công việc làm cơ sở cho quảng cáo đăng tuyển dụng. • Thông báo tuyển dụng nội bộ trước khi quảng cáo ra ngoài công chúng. • Nếu một nhân viên không đủ tiêu chuẩn tuyển dụng, hãy giải thích lý do tại sao và giúp họ có kế hoạch đào tạo để họ có thể được tuyển sau này. • Trước khi nhận hồ sơ tuyển dụng ít nhất 7 ngày, nhà tuyển dụng phải thông báo trên các phương tiện truyền thông và tại trụ sở chính về nhu cầu tuyển dụng lao động. 	<p>Việc tuyển dụng đúng người có ý nghĩa sống còn đối với hoạt động kinh doanh khách sạn. Người được tuyển dụng phải có cách nhìn tích cực về khách hàng.</p> <p>Được tuyển vào một vị trí mới có thể tạo cơ hội phát triển tốt cho nhân viên của bạn.</p> <p>Để duy trì động lực cho nhân viên.</p>	<p>International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman, S. Johnson, C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p> <p>Nghị định số. 39/2003/NĐ-CP ngày 18 tháng 4 năm 2003 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật Lao động liên quan đến việc làm</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
		<p>Nội dung của thông báo gồm: nghề nghiệp, công việc, trình độ chuyên môn, số lao động cần tuyển dụng, các điều khoản trong hợp đồng lao động, mức lương, điều kiện làm việc và một số yêu cầu khác mà khách sạn cho là cần thiết.</p>		
<p>2. Quy trình phỏng vấn</p>	<p>Phỏng vấn là quá trình mà bạn và giám sát viên muốn lựa chọn khách quan người thích hợp cho công việc. Do đòi hỏi nhiều thời gian và công sức nên quá trình phỏng vấn cần được thực hiện cẩn thận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn phỏng vấn qua điện thoại trước tiên. • Sau đó tiến hành phỏng vấn trực tiếp. • Xem xét các hồ sơ tuyển dụng một cách cẩn thận và lập danh sách sơ tuyển. • Lên lịch rõ ràng cho buổi phỏng vấn. Hướng dẫn cụ thể cho ứng viên. • Tạo một không khí phỏng vấn không e dè để người phỏng vấn được cảm thấy thoải mái. 	<p>Để ứng viên nắm được những điểm cơ bản về vị trí mà họ xin tuyển dụng.</p> <p>Nếu có sự tham gia của một giám sát viên hãy để họ cùng tham gia phỏng vấn và hỏi ý kiến đánh giá của họ.</p> <p>Bạn sẽ đánh giá được ứng viên đã tuân theo hướng dẫn đến mức nào.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Các bước cơ bản cho cuộc phỏng vấn</p>	<p>Tuân theo các bước để có một trình tự logic và khách quan cho mọi ứng viên.</p> <p>Nên nhớ: nhân viên chính là nguồn lực đáng giá nhất của bạn.</p> <p>Đảm bảo rằng ứng viên hiểu tường tận phần mô tả công việc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Giúp ứng viên cảm thấy thoải mái. • Xác nhận thông tin trên hồ sơ dự tuyển. • Yêu cầu họ cho biết kinh nghiệm đã qua. • Đặt những câu hỏi mở và đa dạng. • Cho ứng viên thời gian để trả lời. • Tìm cách xác nhận ấn tượng của bạn. • Hỏi xem họ có thắc mắc gì không. • Xin phép ứng viên kiểm tra lý lịch của họ. • Cho ứng viên biết thời gian họ nhận thông báo về quyết định được (hoặc không được) tuyển dụng. 	<p>Cho phép họ trò chuyện; từ đó, có ấn tượng và đánh giá chính xác hơn.</p> <p>Giúp bạn xác định được cách giải quyết tình huống của họ. Đặt các câu hỏi bắt đầu bằng các từ để hỏi như Ai? Ở đâu? Như thế nào?</p> <p>Đừng e ngại sự im lặng. Đừng đưa ra câu trả lời. Để họ biết mình được phép có thời gian suy nghĩ để trả lời.</p> <p>Mang lại ấn tượng và ý tưởng tốt hơn về ứng viên. Để kiểm tra sự trung thực của ứng viên. Nếu ứng viên không đồng ý hãy hỏi lý do tại sao.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Các bước cơ bản thuê nhân sự</p>	<p>Kiểm tra lý lịch hay phần ý kiến xác nhận.</p> <p>Đưa ra lời đề nghị tuyển dụng hay từ chối ứng viên.</p> <p>Dù tuyển dụng hay không cũng nên viết một bức thư nêu rõ lý do hoặc thông báo miệng cho ứng viên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gọi điện và nói chuyện với những người cho ý kiến xác nhận và chủ sử dụng lao động trước đây của ứng viên. • Xem lại ghi chép và thảo luận về các ứng viên với giám sát viên tham gia cuộc phỏng vấn. • Đưa ra đề nghị tuyển dụng bằng miệng hay bằng văn bản. • Soạn thảo hợp đồng lao động. 	<p>Hỏi lý do nghỉ việc đang làm, thái độ và khả năng làm việc, các vị trí ứng viên từng đảm nhiệm.</p> <p>Để bảo đảm rằng cả người tuyển dụng và giám sát viên có cùng kết luận về ứng viên.</p> <p>Sử dụng mẫu thư chuẩn của khách sạn.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>5. Danh sách các hồ sơ nhân viên mới tuyển dụng cần kiểm tra</p>	<p>Danh sách theo thứ tự để đảm bảo rằng bộ phận nhân sự đã hoàn thành tất cả các bước.</p> <p>Danh sách các hồ sơ nhân viên mới cần kiểm tra phải có chữ ký của giám đốc khách sạn và ghi rõ ngày tháng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tên ứng viên • Vị trí mong muốn • Mô tả công việc • Mẫu đơn xin việc • Đăng ký bảo hiểm • Xác nhận trong sổ tay nhân viên. • Thư mời làm việc • Kiểm tra ý kiến xác nhận. • Hoàn thành phần định hướng nghề nghiệp. • Xem xét trong 30, 60, 90 ngày. • Bản phúc lợi được hưởng. • Thông tin được nhập vào máy tính để tính lương. 	<p>Để tránh việc bạn bỏ sót bất kỳ bước nào.</p> <p>Hồ sơ nhân sự của nhân viên mới cần được hoàn thành và cập nhật thường xuyên.</p>	
	<p>Ngày và thời gian bắt đầu làm việc của nhân viên mới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chào đón nhân viên mới. • Phân công giám sát hay người kèm cặp trong những ngày đầu. • Định hướng công việc. 	<p>Quan trọng là giúp nhân viên mới nhanh chóng nắm được vai trò và công việc của mình, đáp ứng được các tiêu chuẩn cần thiết về hiệu quả thực hiện.</p>	<p>Tham khảo Phần việc 5.4.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
6. Sa thải nhân viên	<p>Kỷ luật:</p> <p>Đôi khi, kỷ luật nhân viên do hiệu quả làm việc yếu kém là điều cần thiết.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trước tiên là cảnh cáo miệng. • Sau đó cảnh cáo bằng văn bản. • Tiếp theo cảnh cáo bằng văn bản lần thứ hai và/hoặc lần thứ ba. • Ra quyết định đình chỉ công tác hoặc buộc thôi việc. 	<p>Nhắc nhở, uốn nắn và khuyến bảo có thể giúp nhân viên trở lại làm việc tốt.</p> <p>Nhân viên phải tuân theo quy định của khách sạn. Có thể một nhân viên nào đó không muốn đáp ứng tiêu chuẩn cần thiết của khách sạn.</p>	
7. Báo cáo vắng mặt/đi làm muộn	<p>Một trong những phần quan trọng nhất của việc thực hiện công việc là đi làm đúng giờ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bất kỳ nhân viên nào vắng mặt hoặc đi làm muộn 15 phút trở lên đều phải ghi vào báo cáo vắng mặt/đi làm muộn. • Khi nhân viên nào có tên trong báo cáo từ 4-5 lần một tháng sẽ bị cảnh cáo miệng và bằng văn bản. 	<p>Là gương xấu cho những nhân viên khác.</p> <p>Công việc phải được bắt đầu đúng giờ.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>Thông báo hoặc ghi trong hồ sơ.</p> <p>Khi làm việc không đáp ứng được yêu cầu.</p> <p>Một báo cáo bằng văn bản cho nhân viên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hướng dẫn nhân viên những tiêu chuẩn mà họ chưa đạt được. Làm việc đó cùng với nhân viên và giám sát viên. Nếu việc đó xảy ra nhiều lần, bạn sẽ phải dẫn chứng tình huống bằng văn bản. 	<p>Khuyến khích thảo luận với tất cả các bên liên quan.</p> <p>Trong trường hợp xin nghỉ không tự nguyện, bạn nên lưu các thông báo vào hồ sơ.</p>	<p>Trường hợp cảnh cáo lần thứ hai, cần có sự tham gia của chủ/giám đốc khách sạn.</p>
<p>8. Làm việc xuất sắc</p>	<p>Việc đưa ra một thông báo chung bằng văn bản là điều rất hợp lý khi một nhân viên đã làm việc gì đó thực sự xuất sắc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Thông báo luôn bằng văn bản, có chữ ký của giám đốc, giám sát bộ phận và có thể của cả nhân viên đó. Ghi lại ngày tháng và mô tả tình huống (hoặc cảnh báo) một cách cụ thể. Gửi một bản sao cho nhân viên đó và một bản lưu tại hồ sơ nhân viên ở Bộ phận nhân sự. 	<p>Để đánh giá công việc thực hiện.</p> <p>Để khen thưởng nhân viên.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>9. Cho nhân viên thôi việc.</p>	<p>Tự thôi việc</p> <p>Buộc thôi việc</p> <p>Nhân viên khi thôi việc vì bất kỳ lý do nào cần được chấm dứt công việc ngay.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nhân viên thường thông báo tối thiểu trước hai tuần. • Một nhân viên muốn thôi việc cần gửi đơn xin nghỉ việc tới trưởng bộ phận hoặc giám đốc trong đơn có ghi rõ ngày làm việc cuối cùng. • Đội ngũ quản lý cần thông báo nghỉ việc trước 4 tuần. • Tiến hành phỏng vấn thôi việc. • Ngày nghỉ phép cộng dồn thường được thanh toán. • Luôn tuân theo thủ tục thôi việc bằng văn bản ghi rõ ngày tháng (hay thư của ban giám đốc) cùng với tài liệu liên quan (thông báo đối với trường hợp buộc thôi việc). • Nhân viên phải trả lại đồng phục, bằng tên, thẻ chấm công và chìa khoá tủ. 	<p>Mặc cho mọi nỗ lực của bạn, nhân viên sẽ nghỉ việc hoặc bạn sẽ phải để họ thôi việc.</p> <p>Cho nhân viên một khoảng thời gian để họ tìm công việc khác.</p> <p>Tìm hiểu lý do khiến họ nghỉ việc.</p> <p>Để đảm bảo rằng việc thôi việc được hiểu theo hai cách. Để phục vụ trả lương, thu xếp khoản thanh toán cuối cùng và xoá tên nhân viên đó khỏi danh sách trả lương.</p>	<p>Tham khảo thêm luật lao động Việt Nam.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>Danh sách liệt kê đầu mục cần kiểm tra khi thôi việc:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tên nhân viên. • Bộ phận. • Phỏng vấn nghỉ việc. • Đơn viết tay (đơn xin nghỉ việc). • Xác nhận thôi việc bằng văn bản. • Các tài liệu liên quan. • Trợ cấp, phúc lợi khi thôi việc. • Chữ ký của giám đốc và ngày nghỉ việc. • Khoản thanh toán lần cuối cùng. 	<p>Hồ sơ nhân sự phải luôn được cập nhật.</p> <p>Hồ sơ nhân viên nghỉ việc cần được lưu lại ít nhất một năm.</p> <p>Sau khi nghỉ việc, nhân viên nghỉ việc không nằm trong hồ sơ và dữ liệu nhân sự thực tế.</p>	

PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

PHẦN VIỆC 6.3: Hợp đồng lao động và lương (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hợp đồng lao động	<p>Là một thoả thuận bằng văn bản giữa người sử dụng lao động và nhân viên về các điều khoản, điều kiện làm việc và các khoản thanh toán trong một thời gian nhất định.</p> <p>Quyết định và thoả thuận hợp đồng lao động với nhân viên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Lương. Thời hạn hợp đồng (sáu tháng hoặc một năm). Thời gian thử việc (thường là hai tháng). Luôn kèm theo bảng mô tả công việc. Điều kiện làm việc. 	<p>Khi bạn tuyển một nhân viên mới, điều quan trọng là bạn phải ngay lập tức đưa họ vào vị trí dành cho họ.</p>	<p>Tham khảo thêm Luật lao động Việt Nam.</p> <p>International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman, S. Johnson, C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p> <p>Các quy định của người sở hữu khách sạn hoặc công ty quản lý.</p>
	<p>Nên nhớ một điều rất quan trọng là cần xem xét những vấn đề liên quan đến nhân viên mới như quy trình trả lương, tiền tip và bất kỳ khoản thưởng hay khuyến khích nào mà bạn muốn trả thêm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tổng lương (lương). Quyết định chu kỳ trả lương (theo tháng hay theo tuần). Tuần làm việc. Lịch làm việc, ngày nghỉ và cuối tuần. 	<p>Hợp đồng và các yêu cầu/nguyện vọng phải được nêu rõ ràng. Nhân viên cần phải biết ban giám đốc mong đợi điều gì ở họ và mức lương thoả thuận. Không được tước bỏ động cơ thúc đẩy của nhân viên.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	Các phúc lợi được hưởng: <ul style="list-style-type: none"> - Bảo hiểm y tế - Lương hưu - Bảo hiểm xã hội - Trợ cấp thất nghiệp - Các chương trình giáo dục - Chăm sóc con cái và người sống phụ thuộc khác 	<ul style="list-style-type: none"> • Lương làm thêm giờ. • Số ngày nghỉ phép mỗi năm hoặc mỗi kỳ. • Quy trình trả lương. • Tiền tip và các khoản thưởng khác. • Đào tạo hay học thêm. • Các vấn đề liên quan đến chế độ thai sản. • Phúc lợi và bảo hiểm. • Các khoản thuế phải trả. 	Quyết định mức lương cho mỗi vị trí trước khi tuyển nhân viên mới.	
2. Gia hạn hoặc chấm dứt hợp đồng	Giám đốc hay giám sát bộ phận cần theo dõi thời hạn kết thúc hợp đồng của mọi nhân viên.	<ul style="list-style-type: none"> • Tối thiểu một tháng trước khi hợp đồng hết hạn. • Thương thảo các điều khoản gia hạn hợp đồng. • Giám đốc phê duyệt. 	Tại hầu hết các nước, nếu chủ sử dụng lao động không chấm dứt hoặc gia hạn hợp đồng hiện thời thì có nghĩa là hợp đồng sẽ tự động được gia hạn theo một cơ sở cố định.	Quy định của khách sạn và luật lao động trong nước.
3. Bảng lương	Để đảm bảo cho người phụ trách kế toán lương được biết là có nhân viên mới trong bản lương.	<ul style="list-style-type: none"> • Ngày bắt đầu làm việc. • Kỳ lĩnh lương. • Quy định về bảng lương. • Hình thức trả lương (qua tài khoản ngân hàng hay séc). • Phê duyệt bằng văn bản của giám đốc. 	Nhân viên được nhận lương sau kỳ làm việc đầu tiên. Lương là thu nhập của họ.	Quy định của khách sạn và các quy định hành chính.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Thôi việc	Theo quy định của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Ngày làm việc cuối cùng. • Các khoản phúc lợi được thanh toán. • Các phúc lợi không được hưởng. 	Tên nhân viên không còn trong bảng lương sau khi thôi việc.	
5. Danh mục cần kiểm tra đối với nhân viên mới tuyển	Danh mục này nhằm đảm bảo mọi vấn đề liên quan tới nhân viên mới đều được đề cập.	<ul style="list-style-type: none"> • Tên ứng viên. • Vị trí tuyển dụng. • Chế độ bảo hiểm. • Đã nhận sổ tay nhân viên. • Tờ tham chiếu kiểm tra. • Hoàn thành chương trình định hướng nghề. • Tổng kết 60 ngày làm việc. • Tổng kết 90 ngày làm việc. • Bảng chế độ phúc lợi. • Thông tin trên máy tính. 	Để đảm bảo rằng bạn không bỏ sót một bước quan trọng nào trong quá trình thuê nhân viên.	International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman,S. Johnson,C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association.

PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

PHÂN VIỆC 6.4: Đào tạo định hướng và sở tay nhân viên

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Đào tạo định hướng	Đào tạo định hướng (hay giới thiệu công việc mới) là một quy trình quan trọng nhằm giúp nhân viên hiểu hơn về hoạt động cũng như mối quan hệ gắn bó với khách sạn. Đối với những khách sạn nhỏ, ngày làm việc đầu tiên của nhân viên mới là hết sức quan trọng để sẵn sàng cho việc phục vụ khách.	<ul style="list-style-type: none"> Gặp và chào nhân viên mới cùng với giám sát bộ phận trong văn phòng của bạn. Lên lịch cho việc gặp nhân viên mới. Giúp họ cảm thấy thoải mái. Giải thích cho họ hiểu về quá trình phát triển của khách sạn. Giải thích cho họ về định hướng và nhiệm vụ của khách sạn. Chia sẻ định hướng, mục tiêu và nhiệm vụ của bạn với họ. Gặp lại nhân viên mới vào cuối buổi làm việc đầu tiên. Phân công người hướng dẫn nhân viên mới trong tuần làm việc đầu tiên. 	Ngay cả trong khách sạn nhỏ nhất cũng có một vài bộ phận khác nhau. Do vậy, việc giúp nhân viên mới hiểu được một bức tranh toàn cảnh về hoạt động của khách sạn là rất quan trọng trước khi họ bắt đầu công việc cụ thể của mình.	Biết được các chính sách, thủ tục và tiêu chuẩn của khách sạn.

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Màn giới thiệu	<p>Giới thiệu nhân viên mới và xem đây là một cơ hội biểu hiện tinh thần làm việc tập thể.</p> <p>Bạn cần có một danh sách các đầu việc để nhân viên mới nắm được hết mọi hoạt động quan trọng của buổi làm quen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Người giám sát trực tiếp. • Các nhân viên thuộc bộ phận mà họ sẽ làm cùng. • Các nhân viên khác của khách sạn. • Tập hợp mọi nhân viên lại (nên sắp xếp trước việc này sao cho thuận tiện nhất). 	Để mọi người cùng có trách nhiệm đối với thành công của nhân viên mới.	<p>Hiểu về khách sạn.</p> <p>Biết tên của các nhân viên.</p>
3. Đi một vòng khách sạn	Đưa nhân viên mới đi khắp khách sạn và chỉ cho họ các khu vực khác nhau trong khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Khu vực sảnh và khu vực dành cho khách. • Dẫn họ đi xem các loại phòng khác nhau. • Dẫn họ đi xem khu vực sau của khách sạn (khu vực bếp, kho, văn phòng, bộ phận kế toán trả lương). • Chỉ cho họ lối vào dành cho nhân viên và cách quẹt thẻ ra vào. Chỉ cho họ nơi bộ phận buồng giao, nhận đồng phục. • Khu vực bên ngoài khách sạn. 	Để nhân viên mới biết rõ khách sạn và trả lời các câu hỏi của khách ngay từ ngày làm việc đầu tiên. Để họ cảm thấy thoải mái tại nơi làm việc mới.	Nắm được các loại buồng và sơ đồ các buồng.

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Sổ tay nhân viên	Cuốn sổ tay nhân viên là tài liệu về chính sách của khách sạn và các quy định dành cho nhân viên. Nó là một công cụ tham khảo quan trọng cho nhân viên.	<ul style="list-style-type: none"> • Đọc kỹ sổ tay nhân viên, các chính sách của khách sạn và mọi vấn đề quan trọng như ngày trả lương, quy định về đồng phục, bữa ăn cho nhân viên, chế độ nghỉ ốm, v.v.. 	Nhân viên cần có hướng dẫn để nắm rõ yêu cầu về thực hiện công việc của họ như thế nào. Với sự hỗ trợ của máy tính, sổ tay nhân viên có thể được in ra mà không tốn kém nhiều nhưng nó cần hấp dẫn và được giữ gìn cẩn thận.	Nắm được quy định và nội quy của khách sạn.
	Bạn dùng cuốn sổ tay để vạch ra kế hoạch, nhiệm vụ của khách sạn, điều bạn mang lại cho nhân viên cũng như điều bạn mong muốn từ nhân viên.	<ul style="list-style-type: none"> • Nhân viên mới cần biết và tuân theo các thủ tục của khách sạn. 	Sổ tay nhân viên làm tăng thêm sự tin nhiệm của bạn với định hướng của khách sạn. Ngoài ra nó còn là công cụ kiểm tra kiến thức của nhân viên về chính sách của khách sạn.	
	Quy định của khách sạn: Những việc phải làm và không làm đối với nhân viên.	<ul style="list-style-type: none"> • Để nhân viên ký vào sổ tay vì điều đó sẽ tạo thêm lòng tin. 		

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Kết thúc ngày làm việc đầu tiên	<p>Bàn giao nhân viên cho người giám sát trực tiếp.</p> <p>Đảm bảo rằng người giám sát có bản mô tả công việc và sẽ xem lại nó cùng với nhân viên. Bàn giao đồng phục và biển tên.</p> <p>Người giám sát bắt đầu đào tạo nhân viên mới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gặp lại nhân viên mới vào cuối ca làm việc Tìm hiểu xem ngày làm việc của họ diễn ra thế nào và theo dõi ngày làm việc đầu tiên. Trong suốt tuần làm việc tiếp theo cần theo dõi một hoặc hai lần. Sau một tháng, gặp lại họ. 	<p>Đừng tự cho rằng nhân viên cảm thấy thoải mái. Đưa ra điều chỉnh nếu cần thiết.</p> <p>Tìm hiểu xem họ làm quen với công việc thế nào.</p>	
6. Đào tạo/tập huấn	<p>Một chuỗi các bước theo trình tự logic để truyền tải kỹ năng và kiến thức cho nhân viên.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo kế hoạch đào tạo VTOS. Kiểm tra thường xuyên xem nhân viên có thực hiện các tiêu chuẩn theo yêu cầu của công việc hay không. 		<p>Nắm được các tiêu chuẩn VTOS và các bước đào tạo.</p> <p>Chương trình Phát triển đào tạo viên.</p>

PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

PHẦN VIỆC 6.5: Bản mô tả công việc (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>1. Bản mô tả công việc</p>	<p>Liệt kê trách nhiệm và tiêu chuẩn cụ thể mà công việc đòi hỏi.</p> <p>Bản mô tả công việc cần được xây dựng và hoàn thiện cho mỗi bộ phận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chức danh công việc. • Tóm tắt hoặc mục đích công việc. • Danh sách liệt kê các nhiệm vụ chính. • Danh sách các nhiệm vụ không thường xuyên. • Yêu cầu về thái độ, kỹ năng thuyết trình và sự sẵn lòng phục vụ khách. • Ai là người phụ trách trực tiếp. • Khả năng ngôn ngữ. 	<p>Mỗi nhân viên cần biết mình được yêu cầu đóng góp gì cho khách sạn.</p> <p>Để lên kế hoạch và thực hiện kế hoạch đào tạo để đánh giá nhân viên.</p>	<p>International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman, S. Johnson, C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>2. Tinh thần trách nhiệm</p>	<p>Một phần không thể thiếu của công tác đào tạo, hướng dẫn và bảo đảm nhân viên có tinh thần trách nhiệm là họ phải hiểu rõ về công việc của mình.</p> <p>Bản mô tả công việc đóng một vai trò quan trọng trong việc này.</p> <p>Bảo đảm mọi người có tinh thần trách nhiệm là yếu tố sống còn cho thành công của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bản mô tả công việc. • Các tiêu chuẩn. • Buộc họ có trách nhiệm với công việc họ đã làm. • Đánh giá hiệu quả công việc ít nhất một lần trong một năm. 	<p>Để đảm bảo rằng mỗi nhân viên biết được khách sạn muốn họ làm gì.</p> <p>Chúng ta không thể cho là họ sẽ tự động nhớ hay làm như được yêu cầu.</p> <p>Bạn không thể yêu cầu ai đó chịu trách nhiệm về những điều mà họ chưa từng được đào tạo hay được yêu cầu làm.</p>	<p>Nắm được các bước đánh giá hiệu quả làm việc. Tham khảo phần việc 6.6 Đánh giá hiệu quả làm việc.</p>
<p>3. Lập bản mô tả công việc</p>	<p>Phương pháp tốt nhất là:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gặp tất cả mọi nhân viên thuộc cùng nhóm việc nhất định và yêu cầu họ vạch ra những đầu mục mà công việc cần: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Ghi lại trên bảng giấy. ◦ Bổ sung thêm những đầu mục bạn thấy cần thiết với sự nhất trí của họ. ◦ Kết hợp ý kiến của cả hai phía. ◦ Xác định ưu tiên theo một chuỗi logic. 	<p>Đây là một việc làm hay cần thực hiện ít nhất mỗi năm một lần.</p> <p>Có thể bạn phải điều chỉnh hoặc thay đổi nội dung của bản mô tả công việc.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
4. Sử dụng bản mô tả công việc	<p>Khi hướng dẫn, luôn tham khảo dòng tương ứng trong bản mô tả công việc.</p> <p>Chắc chắn đó là một phần của công việc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lưu một bản phôtô vào hồ sơ của mọi người nhưng đảm bảo rằng nhân viên và giám sát bộ phận đều có một bản photo. • Bạn có thể đề nghị nhân viên ký nhận bản phôtô của mình. 	<p>Để đảm bảo rằng mỗi nhân viên hiểu được khách sạn mong đợi gì ở họ.</p>	
5. Bản mô tả công việc	<p>Các công việc phổ biến nhất trong một khách sạn nhỏ là:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nhân viên phục vụ buồng. • Nhân viên lễ tân. • Phục vụ buồng. • An ninh/bảo vệ. • Quản lý khách sạn. 		

PHẦN 6: QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

PHẦN VIỆC 6.6: Đánh giá hiệu quả làm việc

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
1. Đánh giá kết quả thực hiện công việc	<p>Thường xuyên nhận xét nhân viên của bạn về mức độ hiệu quả công việc của họ theo bản mô tả công việc.</p> <p>Cần thực hiện theo một mẫu chuẩn.</p> <p>Bạn so sánh hiệu quả làm việc thực tế với yêu cầu đề ra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng mẫu đánh giá tiêu chuẩn So sánh hiệu quả thực tế với yêu cầu đề ra. Sử dụng bản mô tả công việc. Cần tạo một môi trường không đối đầu. Thông báo ít nhất trước (7 ngày) cho nhân viên về thời điểm thực hiện đánh giá. Thực hiện đánh giá ít nhất mỗi năm một lần. 	<p>Nếu nhân viên của bạn thực sự đáp ứng được mong đợi của bạn và yêu cầu của khách, họ cần những ý kiến phản hồi về kết quả làm việc của mình. Sẽ công bằng và tích cực nếu nhân viên được chuẩn bị cho công tác đánh giá. Mẫu chuẩn để giúp việc đánh giá được thuận lợi.</p>	<p>International Human Resource Management in the Hospitality Industry Hofman,S. Johnson,C. Lefever, M., 2000 Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p>
2. Chuẩn bị và các chỉ dẫn để đánh giá	<p>Trước khi thực hiện đánh giá cùng với nhân viên, bạn cần chuẩn bị bốn bước sau:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Xem lại bản mô tả công việc và các tiêu chuẩn làm việc. Xem lại phần đánh giá năm trước. Kết quả làm việc thực tế của nhân viên. Đánh giá nhân viên bằng cách hoàn thành các nội dung theo mẫu chuẩn. 	<p>Để có thể thảo luận các vấn đề cụ thể với nhân viên. Sử dụng những ví dụ minh họa cụ thể và đánh giá cụ thể.</p>	

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>3. Nội dung và cách cho điểm theo mẫu đánh giá hiệu quả làm việc</p>	<p>Một mẫu đánh giá chuẩn đơn giản cần bao gồm các nội dung và cách cho điểm như nhau nhằm tạo nên sự rõ ràng và dễ dàng cho cả người sử dụng lao động và nhân viên.</p> <p>Các nội dung:</p> <p>1. Kỹ năng cá nhân (luôn, đúng giờ, làm việc dưới sức ép đáp ứng được tiêu chuẩn, tiếp thu kỹ năng mới nhanh chóng).</p> <p>2. Kỹ năng làm việc (lập kế hoạch và tổ chức công việc hiệu quả, đáp ứng được lịch làm việc, tuân theo quy định và nội quy, bảo vệ khu vực làm việc, duy trì chất lượng và số lượng công việc, kỹ năng nói và viết).</p> <p>3. Thực hiện công việc (đáp ứng được các tiêu chuẩn hoạt động và tuân theo mô tả công việc).</p> <p>4. Phục vụ khách hàng (cung cấp dịch vụ cho khách và đưa ra quyết định để đáp ứng và giúp đỡ khách).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mức hiệu quả: (4 mức): <ul style="list-style-type: none"> - Đặc biệt (4): số lượng và chất lượng công việc nổi bật. - Đáng tuyên dương (3): Thực hiện công việc theo cách đáng tin cậy và chuyên nghiệp. - Đủ năng lực (2): không phải lúc nào cũng đáp ứng được yêu cầu công việc. Có khả năng hoàn tất một số nhiệm vụ, cần phát huy thêm. - Dưới chuẩn (1): Kết quả làm việc dưới tiêu chuẩn, cần phải tra dồi hoàn thiện để duy trì vị trí công việc hiện tại. 	<p>Bạn nên so sánh các điểm tương đồng với mỗi bản đánh giá để đánh giá và nâng cao hiệu quả làm việc.</p> <p>Việc cho điểm được mô tả theo bốn mức.</p> <p>Đối với mỗi nội dung, bạn có thể liệt kê những kỹ năng và yếu tố quan trọng nhất của công việc.</p> <p>Điều này giúp nhân viên tập trung vào các mặt khác nhau của một công việc. Để làm sáng tỏ những điểm cần đánh giá và khía cạnh nào của hiệu quả công việc là quan trọng.</p>	<p>Tham khảo phụ lục để biết mẫu đánh giá hiệu quả làm việc.</p>

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
	<p>5. Mục tiêu đặt ra so với tiến độ hoặc kết quả đã đạt được. (nâng cao hiệu quả công việc).</p> <p>6. Kế hoạch phát triển: cái gì và làm thế nào, khi nào làm xong. (đo tiến độ và phát triển nghề nghiệp).</p>			
4. Các bước đánh giá	<p>Việc đánh giá nên cân xứng. Bảo đảm rằng bạn tập trung vào các mặt tích cực và xem xét các mặt tiêu cực.</p> <p>Cho điểm mỗi nội dung (1-4) và thảo luận về điểm số với nhân viên. Giải thích lý do.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định thời gian. • Điền vào mẫu trước. • Đề nghị nhân viên điền vào mẫu tương tự trước. • Xem xét trước tiên các điểm nổi bật và trên mức trung bình. • Sau đó quay lại và tập trung vào mỗi phần cần quan tâm. • Đặt ra mục tiêu phấn đấu. Xác định lĩnh vực phấn đấu cụ thể. • Luôn kết thúc bằng việc khuyến khích hỗ trợ hoàn thiện. 	<p>Thẳng thắn đề cập các quan ngại cũng như mong muốn và hệ quả.</p> <p>Trao đổi để hiểu rõ tại sao kết quả công việc không đạt chuẩn.</p> <p>Nhấn mạnh việc nâng cao hiệu quả công việc gắn với tiêu chuẩn, chứ không phải nhu cầu cá nhân.</p>	<p>Tham khảo phụ lục để biết mẫu đánh giá hiệu quả làm việc.</p>

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
<p>5. Danh mục đánh giá kết quả thực hiện công việc</p>	<p>Danh mục kế hoạch phát triển: hoàn thiện, kết quả thực hiện công việc, triển vọng.</p> <p>Cảnh báo - trường hợp chưa đạt và đủ năng lực để hoàn thiện thêm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Khung thời gian. • Tên, chức danh người đánh giá. • Ngày đánh giá. • Tên nhân viên, chức danh và ngày tuyển dụng. • 30-60-90 ngày 6 hoặc 12 tháng. • Cho điểm theo từng nội dung và cho điểm chung. • Mô tả nội dung kế hoạch phát triển. • Ấn định thời hạn mới để đánh giá tiến bộ. 	<p>Để đảm bảo bạn đánh giá mọi khía cạnh và lưu tiến bộ của nhân viên.</p>	
<p>6. Làm cho nhân viên có trách nhiệm</p>	<p>Chu trình phải được tiếp tục, và mọi nhân viên phải nhận được đầy đủ ý kiến phản hồi để họ có thể nhận thức đầy đủ về mức độ hiệu quả công việc họ đã làm - một mục tiêu đã thoả thuận. Nếu họ làm tốt, hãy khen ngợi họ. Nếu họ làm chưa tốt, hãy thông báo cho họ những điều họ cần trau dồi thêm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chúng ta có nhiều quy định và thủ tục, nhưng chúng ta thường không yêu cầu nhân viên chịu trách nhiệm một cách đúng đắn. <ul style="list-style-type: none"> □ Chúng ta đặt ra tiêu chuẩn □ Chúng ta đào tạo theo tiêu chuẩn. □ Chúng ta chỉ dẫn theo tiêu chuẩn. □ Chúng ta ký luật theo tiêu chuẩn. □ Và trong một số trường hợp chúng ta thay đổi tiêu chuẩn. 	<p>Chúng ta có thể ví nhân viên của khách sạn như một đội bóng. Trong số các lý do đội bóng đó chiến thắng là bởi vì họ hiểu rõ, làm tốt và có một huấn luyện viên dẫn dắt. Họ đã đặt ra tiêu chuẩn cần đạt được và nỗ lực để đạt được. Trong môi trường khách sạn cũng như vậy.</p>	

BƯỚC	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	TÀI LIỆU THAM KHẢO
7. Tiêu chuẩn VTOS	<p>Hệ thống tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam.</p> <p>Đào tạo và tiêu chuẩn cho ngành du lịch Việt Nam.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiêu chuẩn kỹ năng nghề. • Chương trình phát triển đào tạo viên. • Tư liệu đào tạo và đĩa CD. • Chứng chỉ. 	<p>Nhân viên được cấp chứng chỉ thường có động cơ phấn đấu, làm việc năng suất và chuyên nghiệp hơn bởi họ tự hào trong việc phát triển nghề nghiệp của mình.</p>	<p>Tham khảo tiêu chuẩn VTOS và sổ tay hướng dẫn.</p>

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

Giới thiệu

Phần này giúp người quản lý khách sạn nắm được kiến thức cơ bản về việc làm thế nào để marketing khách sạn của mình trong bối cảnh thế giới đang thay đổi nhanh chóng. Cốt lõi của hoạt động marketing là tập trung vào nhu cầu của khách, do đó người quản lý phải hướng vào khách hàng thay vì vào sản phẩm, nhằm mục đích đáp ứng liên tục và hơn mức kỳ vọng của khách.

Thách thức đối với người quản lý là làm sao để tiếp cận với những vị khách tiềm năng trong tương lai trong khi vẫn duy trì những vị khách hiện thời như là những khách hàng trung thành của khách sạn, bởi họ là một phần quan trọng trong hoạt động kinh doanh tổng hợp.

Hiểu rõ nhu cầu của khách và những động lực thúc đẩy khách, cùng với kiến thức về môi trường cạnh tranh của khách sạn, những điểm mạnh hay yếu của khách sạn là những vấn đề quan trọng hàng đầu của một chiến lược marketing hiệu quả.

Marketing dịch vụ phải hiểu được những điểm sau:

- ✓ Dịch vụ là loại hàng hóa vô hình.
- ✓ Dịch vụ là loại hàng hóa không thể lưu kho.
- ✓ Dịch vụ là loại hàng hóa được sản xuất và tiêu thụ cùng lúc.
- ✓ Dịch vụ không đồng nhất như sản phẩm.

Phần này giới thiệu bốn yếu tố truyền thống cơ bản của marketing, **bốn "chữ P"**, bao gồm **Product - Sản phẩm**, **Price - giá cả**, **Place - địa điểm**, và **Promotion - xúc tiến**. Có thể kết hợp bốn yếu tố với nhau để phát triển, lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá kế hoạch marketing của khách sạn.

Thông qua Internet, cơ hội tiếp xúc với khách hàng tiềm năng tại bất kỳ nơi nào trên thế giới ngày càng nhiều. Đồng thời tính cạnh tranh giữa các khách sạn trong phạm vi cả nước ngày càng tăng.

Chú ý: Nội dung quảng cáo tránh đưa ra những hứa hẹn vượt quá phạm vi của bạn; nên sử dụng nhiều phương cách giao tiếp khác nhau để chuyển tải thông điệp marketing.

- PHẦN VIỆC 7.1: Marketing là gì? (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.2: Công cụ marketing 4P (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.3: Công cụ marketing P - Sản phẩm/dịch vụ. Định vị thị trường và đánh giá sản phẩm (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.4: Công cụ marketing P - Giá (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.5: Công cụ marketing P - Địa điểm: Kênh phân phối hay đại diện (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.6: Công cụ marketing P - Xúc tiến/Thông tin: Quảng cáo (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.7: Công cụ marketing P - Xúc tiến: Tìm hiểu thực tế/ Quan hệ công chúng/ Bán hàng cá nhân (Kiến thức)
- PHẦN VIỆC 7.8: Nghiên cứu và thống kê (Kiến thức)

PHẦN VII: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING



HIỂU RÕ NHU CẦU CỦA KHÁCH 1



LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG GIỎI 2



CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ 3



NGÂN SÁCH 4



KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG 5



PHẦN VII: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING



CHỨC NĂNG QUẢN LÝ

6



PHƯƠNG PHÁP TIẾP THỊ 4 P - KẾT HỢP SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ

7



CÁC LOẠI PHÒNG

8



NHÀ HÀNG

9



PHỤC VỤ KHÁCH

10



PHẦN VII: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING



GIÁ CẢ

11



GIÁ CỦA TỪNG LOẠI PHÒNG KHÁC NHAU

12



GIÁ CẢ CHO ĐỒ ĂN VÀ ĐỒ UỐNG

13



QUẢN LÝ LỢI NHUẬN

14



CÔNG CỤ MARKETING – PLACE (ĐỊA ĐIỂM)

15



PHẦN VII: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING



PHƯƠNG PHÁP TIẾP THỊ TRỰC TIẾP 16



ĐẠI DIỆN CỦA KHÁCH SẠN 17



XÚC TIẾN QUẢNG BÁ 18



QUẢNG CÁO 19



QUAN HỆ CÔNG CHÚNG 20



PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

PHẦN VIỆC 7.1: Marketing là gì? (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Marketing là gì?</p> <p>Tổng quát về marketing</p>	<p>Tìm kiếm, tiếp cận và phát triển thị trường cho khách sạn là một công việc nhiều thách thức. Marketing giúp bạn đạt mục tiêu thu hút khách lưu trú và chi tiêu tại khách sạn.</p> <p>Marketing là một chức năng quản lý thông qua việc tổ chức và định hướng toàn bộ hoạt động kinh doanh liên quan đến việc đánh giá nhu cầu của khách và biến khả năng mua sắm của khách thành nhu cầu mua một loại hàng hóa hay dịch vụ cụ thể, và đưa sản phẩm hay dịch vụ đến cho người tiêu dùng cuối cùng để đạt được mục tiêu lợi nhuận và những mục tiêu khác của doanh nghiệp để ra.</p> <p>Nói cách khác, marketing là tất cả những gì được thực hiện để đưa hàng hóa và dịch vụ đến thị trường (người mua) nhằm thuyết phục khách hàng mua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Marketing căn cứ trên kinh nghiệm và kiến thức. Sản phẩm và dịch vụ. Hiểu bản chất sự khác nhau giữa sản phẩm và dịch vụ. Bán sản phẩm hoặc/và dịch vụ của bạn với giá cao nhất có thể để có nguồn thu trả cho các chi phí hoạt động, lương bổng, những người sở hữu khách sạn và các khoản đầu tư khác. Dịch vụ loại hàng hóa vô hình. Dịch vụ là loại hàng hóa không thể lưu kho. Dịch vụ là loại hàng hóa được sản xuất và tiêu thụ cùng lúc. Dịch vụ không đồng nhất như sản phẩm. 	<p>Ngày càng có nhiều cạnh tranh trên thế giới. Thị trường là những khách đến hay những khách dự định đến Việt Nam.</p> <p>Cơ sở của nền kinh tế xã hội là khách hàng phải trả tiền để có được những dịch vụ và sản phẩm như: thực phẩm, giao thông, cấp nước, hàng hóa tiêu dùng (quần áo), lưu trú khách sạn, du lịch và dịch vụ nhà hàng.</p> <p>Các khách sạn phải đối mặt với tình huống ngược lại, nghĩa là mang thị trường (du khách) đến với sản phẩm.</p>	<p>Marketing for Hospitality and Tourism, Kotler, P. Bowen, J. Makens, J., 2006 Pearson Higher Education; Upper Saddle River N.J</p> <p>Định nghĩa của Chartered Institute of Marketing USA</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Marketing trong lĩnh vực khách sạn	<p>Đối với khách sạn, những điểm quan trọng đầu tiên trong hoạt động marketing là hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và các động lực thúc đẩy họ, cộng thêm sự hiểu biết về thế mạnh và yếu của khách sạn, môi trường cạnh tranh của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Để đạt tối công suất bán phòng của khách sạn và các dịch vụ khác như nhà hàng, bar và các bộ phận cung cấp dịch vụ có thu khác trong cả năm. 	<p>Bán buống và các dịch vụ của khách sạn cho khách nội địa và khách nước ngoài, sử dụng các công cụ marketing khác nhau.</p>	<p>Hospitality World, An Introduction. H.E.Lane & D. Dupre 1997.</p>
Bộ phận marketing và bán hàng	<p>Triển khai các hoạt động để làm khách hài lòng nhất và đạt được doanh thu cao nhất. Hai mục tiêu này là hình thức kết hợp các công cụ marketing (hay bốn chữ P).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lực lượng bán hàng. • Chiến lược marketing. • Ngân sách marketing. • Kế hoạch hành động. 	<p>Để thuyết phục khách đến với khách sạn của bạn.</p>	<p>Xem phần việc 7.2 Công cụ marketing 4P.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Các công cụ marketing:</p> <p>Kế hoạch hành động</p>	<p>Sự kết hợp giữa những phương thức và biện pháp cụ thể để bán sản phẩm và dịch vụ của khách sạn cho khách. Xác định chiến lược marketing. Ngân sách marketing.</p> <p>Luôn có kế hoạch hành động đi kèm với mỗi công cụ marketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chính sách hay chiến lược marketing của khách sạn nên là sự kết hợp các công cụ marketing phù hợp với ngân sách của khách sạn. • Ngân sách marketing phải được cấp quản lý và chủ khách sạn xem xét và phê duyệt hàng năm. • Kế hoạch chi tiết (hàng tháng, hàng quý và hàng năm) để thực thi các công cụ khác nhau: khi nào, ai thực hiện và cách thực hiện. 	<p>Để đạt hiệu quả tối đa (về doanh thu và công suất bán phòng) từ nguồn ngân sách dành cho hoạt động marketing và những khoản chi phí đã bỏ ra.</p> <p>so sánh doanh thu và ngân sách.</p> <p>Tầm nhìn và mục tiêu rõ ràng cho bạn và nhân viên trong khách sạn. Đặc biệt là cho nhân viên kinh doanh và marketing.</p>	<p>Xem phần việc 5.5 Lập ngân sách.</p> <p>Xem phần việc 5.3, mục 1 Hệ thống kiểm soát và quản lý tiền mặt. Xem phần việc 5.7 Báo cáo cuối tháng (số liệu thống kê của khách sạn).</p>
<p>4. Marketing là một chức năng quản lý</p>	<p>Một trong những công việc chính của người quản lý khách sạn là tìm kiếm, nghiên cứu và phát triển thị trường.</p> <p>Để thu hút khách đến khách sạn, đòi hỏi sự quan tâm hàng ngày để có hành động phù hợp và đúng lúc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định kế hoạch và chiến lược marketing hàng năm. • Xác định ngân sách và kế hoạch hành động. • Hàng tháng, xem xét kế hoạch hành động và các kết quả đạt được. • Đối chiếu với ngân sách. • Thu thập số liệu thống kê và quá trình diễn biến để so sánh. 	<p>Người quản lý khách sạn phải là người quan trọng nhất trong việc thực hiện kế hoạch hành động và có thể điều chỉnh kế hoạch theo yêu cầu của thị trường.</p>	<p>Xem nội dung tài liệu tham khảo nêu trên.</p>

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

PHẦN VIỆC 7.2: Công cụ marketing 4P (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Marketing hỗn hợp các sản phẩm</p>	<p>Là một tập hợp nhiều yếu tố tạo ra đơn chào hàng tổng quát của một khách sạn với khách hàng của mình</p> <p>Có thể áp dụng với các hình thức dịch vụ của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 4 P gồm: <ol style="list-style-type: none"> 1. Product - sản phẩm. 2. Price - giá cả. 3. Place - địa điểm. 4. Promotion - xúc tiến. 1. Kết hợp sản phẩm/dịch vụ. 2. Giá cả. 3. Địa điểm/phân phối. 4. Xúc tiến /truyền thông. 	<p>Xây dựng khung hoạt động cho bộ phận marketing và bán hàng để thiết kế và triển khai thành công chiến lược marketing.</p> <p>Phương pháp marketing hỗn hợp cổ điển được áp dụng trong ngành khách sạn, bao gồm các hàng hoá và dịch vụ.</p>	<p>Marketing for Hospitality and Tourism, Kotler, P. Bowen, J. Makens, J., 2006 Pearson Higher Education; Upper Saddle River N.J</p> <p>Hospitality Sales and Marketing, Abbey, J., 2003 Education Institute American Hotel and Hotel Association</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Product/service mix Hỗn hợp sản phẩm/dịch vụ (Chữ P đầu tiên)</p>	<p>Bao gồm tất cả yếu tố liên quan đến chào hàng, cho cả sản phẩm và dịch vụ.</p> <p>Định vị thị trường khách sạn của bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buồng. • Nhà hàng/quầy bar. • Dịch vụ (internet, giặt là, vận chuyển, điện thoại). • Chấp nhận thẻ tín dụng. 	<p>Xác định các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn.</p>	<p>Hospitality Sales and Marketing, Abbey, J., 2003. Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p> <p>Xem phần việc 7.3 Công cụ marketing P - Hàng hoá/dịch vụ.</p>
<p>3. Price - giá cả (Chữ P thứ hai)</p>	<p>Giá cả là thứ mà người mua dự kiến phải trả cho sản phẩm/dịch vụ mà họ muốn có.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Giá cả cho các loại buồng khác nhau. • Giá cả cho đồ ăn và đồ uống. • Giá cả các dịch vụ khác. • Quản lý lợi nhuận. 	<p>Để thông báo cho khách về giá cả và để lập ngân sách doanh thu.</p>	<p>Hospitality Sales and Marketing, Abbey, J., 2003. Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p> <p>Xem phần việc 7.4 Công cụ marketing P - Giá cả.</p>
<p>4. Place/ distribution - Địa điểm/phân phối (Chữ P thứ ba)</p>	<p>Cách thức phân phối hàng hoá/dịch vụ đến khách hàng. Các kênh sẵn sàng để khách mua và sử dụng dịch vụ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing trực tiếp. • Văn phòng du lịch. • Đại diện khách sạn. • Đại lý bán lẻ tour du lịch. 	<p>Bạn cần phải có các kênh hoặc mối liên hệ khác nhau để giúp bán sản phẩm và dịch vụ của khách sạn.</p>	<p>Hospitality Sales and Marketing, Abbey, J., 2003. Education Institute American Hotel and Hotel Association.</p> <p>Xem phần việc 7.5 Công cụ marketing P - địa điểm.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>5. Promotion/ Communication - Xúc tiến/truyền thông</p> <p>(Chữ P thứ tư)</p>	<p>Tất cả các cách thức tuyên truyền để thông tin cho khách biết về các hàng hoá và dịch vụ của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quảng cáo. • Quan hệ công chúng/báo chí. • Công việc bán hàng. • Tìm hiểu thông tin tại chỗ. 	<p>Một phần quan trọng của bộ phận marketing và bán hàng là giao tiếp và truyền đạt thông tin cho khách hàng.</p>	<p>Xem tài liệu tham khảo như nêu ở trên.</p> <p>Xem phần việc 7.6 Công cụ marketing P - Xúc tiến.</p>

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

PHẦN VIỆC 7.3: Công cụ marketing P - Sản phẩm/dịch vụ. Định vị thị trường và đánh giá sản phẩm (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Định vị thị trường	Định vị thị trường là khả năng đưa sản phẩm và dịch vụ của khách sạn đến những thị trường cụ thể đã được xác định phù hợp với nhu cầu của thị trường đó.	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng hiệu quả chiến lược định vị thị trường. Đánh giá khách sạn trước khi lập và triển khai kế hoạch marketing. 	Nếu nhu cầu của những phân đoạn thị trường xác định được đáp ứng đầy đủ và liên tục thì khả năng do khách quay trở lại càng cao.	Hospitality Sales and Marketing, Abbey, J., 2003 Education Institute American Hotel and Hotel Association.
2. Phân đoạn thị trường	Phân đoạn thị trường là một phần của thị trường tổng thể cần được phát hiện và tìm kiếm khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> Mỗi phân đoạn thị trường mang những đặc tính và yêu cầu riêng. 	Khách đi du lịch với nhiều lý do khác nhau (kinh doanh, đi nghỉ...).	Marketing for Hospitality and Tourism, Kotler, P. Bowen, J. Makens, J., 2006 Pearson Higher Education; Upper Saddle River N.J.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Định vị thị trường hiệu quả</p>	<p>Xây dựng cách thức định vị thị trường hiệu quả nhằm đạt doanh thu cao nhất. Hiểu rõ điểm mạnh và yếu của khách sạn so với các đối thủ cạnh tranh. Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Những câu hỏi sau cần phải được cân nhắc: <ul style="list-style-type: none"> - Những thị trường cụ thể nào đang có sẵn? - Những thị trường tiềm năng đó mong đợi điều gì? - Cần những phương pháp marketing hỗn hợp nào để thâm nhập hiệu quả thị trường đó? - Những điểm mạnh và yếu của đối thủ cạnh tranh nhắm đến cùng những phân đoạn thị trường mục tiêu giống khách sạn của bạn? 	<p>Nếu không định vị thị trường hiệu quả sẽ có nguy cơ là bạn nhắm tới những phân đoạn thị trường không phù hợp trong khi không được chấp nhận tại những thị trường có tiềm năng lớn.</p> <p>Marketing hỗn hợp là sự kết hợp việc tìm kiếm và nghiên cứu khách hàng.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Marketing chuyên biệt	Marketing chuyên biệt là tìm kiếm những thị trường/khách hàng cụ thể. Đó là những khách đến khách sạn của bạn vì những lý do đặc biệt như: khách sạn trong thành phố, khu nghỉ dưỡng trong thành phố, khách sạn cạnh bờ biển, khu danh thắng lịch sử, thắng cảnh thiên nhiên (Sapa), nghỉ trăng mật, khách sạn sân bay, v.v..	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định phân đoạn thị trường cụ thể mà bạn muốn thâm nhập. • Đáp ứng nhu cầu của phân đoạn thị trường đó. • Tập trung các nỗ lực marketing đến thị trường đó. • Các ví dụ bao gồm trang trí khách sạn, những chương trình trong khách sạn và dịch vụ trọn gói... 	<p>Sẽ là lãng phí ngân sách marketing khi bạn chi tiêu nó vào việc marketing thị trường khắp thế giới.</p> <p>Thế mạnh của khách sạn là công việc kinh doanh có thể được xây dựng dựa trên một hoặc hai phân đoạn thị trường riêng lẻ.</p>	The Fundamentals of Hospitality Marketing Mawson S, Continuum, 2000
5. Đánh giá sản phẩm của khách sạn	Việc đầu tiên để marketing một khách sạn chính là đánh giá sản phẩm của khách sạn.	Sản phẩm của khách sạn đa phần là những loại hàng hoá vô hình được gọi là "trải nghiệm" .	Marketing tốt nhất, các chương trình bán hàng hiệu quả nhất và quảng cáo thông minh nhất cũng vẫn có khả năng thất bại nếu sản phẩm không được khách chấp nhận.	Xem tài liệu tham khảo như nêu ở trên.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
6. Xác định sản phẩm của khách sạn	<p>Một định nghĩa tốt về sản phẩm của khách sạn bao gồm tất cả những gì khách có thể gặp từ khi mới đặt chân đến khách sạn cho đến lúc đi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Khách là người quan trọng nhất trải qua những trải nghiệm đó. • Xác định và mô tả sản phẩm khách sạn: buồng, loại buồng, quang cảnh dịch vụ, phong cách, bầu không khí. 	<p>Khách và các kênh phân phối của khách sạn, trang web, tờ thông tin quảng cáo cần chứa đựng những thông tin này.</p>	
7. Câu hỏi đầu tiên mà người quản lý khách sạn phải tự hỏi mình, đó là:	<p>"Ta có loại sản phẩm gì?" Và khác với người công nhân làm việc trong một dây chuyền sản xuất ô tô, sản phẩm của khách sạn chính là kết quả tổng hợp của sự nỗ lực của bạn, của các nguồn lực trong khách sạn, và kỹ năng của người điều hành khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lập danh sách những trải nghiệm mà khách hàng đã trải qua, ví dụ: tất cả những thứ mà khách tìm kiếm, bởi đó là những sản phẩm của khách sạn. 	<p>Phân tích những sản phẩm mà bạn có. Không nên đề cao hoặc mô tả những thứ mà khách sạn không có so với đối thủ cạnh tranh hay những công ty nhỏ khác chất lượng kém hơn.</p>	
8. Liệt kê các tài sản của khách sạn	<p>Đánh giá tài sản và trang thiết bị của khách sạn và so sánh với đối thủ. Đánh giá những ưu thế bán hàng độc đáo của khách sạn so với đối thủ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vị trí. • Vẻ bề ngoài. • Đồ ăn. • Giải trí. • Cơ sở và trang thiết bị thể thao. • Kỹ năng nghề của nhân viên. 	<p>Xác định vị thế của khách sạn so với đối thủ cạnh tranh.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>9. Đáp ứng yêu cầu của đoạn thị trường</p>	<p>Tập trung các nỗ lực marketing và ngân sách để đáp ứng nhu cầu của phân đoạn thị trường đó.</p> <p>Khách sạn của bạn có một nguồn lực vô giá khác, không chỉ dùng để đánh giá sản phẩm của khách sạn mà còn cung cấp những đầu mối về thị trường mà nó thu hút được.</p> <p>Chuyên biệt hóa là xu hướng đã được thiết lập vững chắc trong hoạt động kinh doanh ngày nay và khách sạn là môi trường lý tưởng để phục vụ những thị trường có nhu cầu đặc biệt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xây dựng kế hoạch marketing và cách thức bạn mong muốn hướng tới phân đoạn marketing này. • Xác định kế hoạch hành động marketing cho mỗi phân đoạn và lập ngân sách chi phí cho hoạt động marketing. 	<p>Nhớ rõ giá mà bạn tính tiền cho hàng hoá, dịch vụ và so sánh chúng với kết quả marketing đạt được</p> <p>Ví dụ: khách sạn với bầu không khí thân thiện ấm áp, khách sạn dành cho khách nghỉ tuần trăng mật, khách sạn sân bay, khách sạn trong thành phố, khách sạn căn hộ và khách sạn dinh thự.</p>	

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

PHẦN VIỆC 7.4: Công cụ marketing P - Giá (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Định giá	Định giá được định nghĩa là phương pháp hay chiến lược tổng quát được dùng để ấn định các mức giá riêng cho sản phẩm và dịch vụ của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> Tất cả các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn (buồng, dịch vụ, giặt là, vận chuyển), đồ ăn và đồ uống v.v.. 	Để tạo nguồn thu trang trải cho mọi chi phí. Để đạt lợi nhuận trong dài hạn nhằm duy trì hoạt động kinh doanh.	Marketing, Abbey, J., 2003 Education Institute American Hotel and Hotel Association.
2. Chiến lược định giá cho các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn	Quyết định chiến lược giá cả tốt nhất cho khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> Phối hợp với các bộ phận khác. Sử dụng dữ liệu về chi phí từ nguồn tài liệu lưu trữ, chứng từ, chi phí, chu kỳ tiền mặt. Quay vòng đầu tư và dự toán lợi nhuận. Định giá sao cho có tính cạnh tranh cao. 	Để đảm bảo bạn đưa ra giá đúng (không quá rẻ và không quá đắt).	Marketing for Hospitality and Tourism, Kotler, P. Bowen, J. Makens, J., 2006 Pearson Higher Education; Upper Saddle River N.J.

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Xây dựng các chiến lược định giá tổng thể của khách sạn</p> <p>Những vấn đề quan trọng hàng đầu cần được giải quyết là:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giá trị sản phẩm theo nhận thức của khách hàng so với sản phẩm của đối thủ như thế nào. 2. Những đặc điểm/lợi ích nào nên được bao gồm mà không tính thêm chi phí? 3. Hình thức thanh toán nào được chấp nhận? 4. Những hình thức khuyến mãi, giảm giá, hạ giá hay các khuyến khích đặc biệt nào được áp dụng? 	<ul style="list-style-type: none"> • Giá cả. • Sản phẩm cạnh tranh và giá cả. • Sản phẩm thay thế và giá cả. • Lựa chọn khác nếu khách không mua sản phẩm hay dịch vụ nào? • Tiện nghi? • Các dịch vụ? • Thẻ tín dụng, đối ngoại tệ, thẻ du lịch, thẻ ATM. • Giới hạn về thời gian. • Mức giá đặc biệt. • Phân đoạn thị trường đặc biệt. (nghỉ trăng mật, nghỉ theo nhóm gia đình). 	<p>Để có thông tin chi tiết về việc định giá các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn.</p> <p>Để so sánh và căn cứ thể, rõ ràng.</p> <p>Giá cuối tuần, giá cho khách đi theo nhóm, giá giữa tuần, giá cho các công ty đại lý lữ hành, công ty đối tác, hay các tập đoàn lớn.</p>	<p>Xem tài liệu tham khảo như nêu ở trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Việc đảm bảo giá cả trên bảng giá và thông tin trên các tờ rơi chính xác và cập nhật là rất quan trọng</p>	<p>5. Các hình thức chiết khấu theo số lượng nào, nếu có, sẽ được áp dụng cho khách?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Giá cho đoàn/nhóm khách. • Giá đối tác. • Giá dành cho công ty điều hành tour. • Giá cuối tuần. • Giá áp dụng theo từng mùa hoặc thời điểm trong năm. <ul style="list-style-type: none"> - Mùa cao điểm. - Mùa thấp điểm. - Mùa gấu vụng. • Thường xuyên kiểm tra giá của các đối thủ cạnh tranh. 	<p>Nhóm trên 10 buồng. Chính sách giá buồng ưu đãi. Những công ty thường xuyên đặt buồng. Đặt buồng thời gian dài.</p> <p>Nêu mức cụ thể theo từng giai đoạn ít nhất là một năm.</p> <p>Để đạt mức giá cao nhất có thể trong suốt năm.</p>	
	<p>6. Có nên có thời gian biểu cụ thể áp dụng cho việc điều chỉnh giá?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Những loại chi phí nào thay đổi nhanh chóng? • Khách sạn có phụ thuộc vào hàng nhập khẩu không? 	<p>Giá phòng có thể thay đổi theo từng ngày.</p> <p>Những hạng mục hàng hóa nhập khẩu của khách sạn? Các hàng hóa khác như bánh mì, thịt hay đồ văn phòng phẩm.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Dữ liệu công bố nên bao gồm những lời chú giải để thông tin rõ ràng.</p>	<p>7. Đối thủ cạnh tranh có thay đổi giá không?</p> <p>8. Có tình trạng thiếu hụt (hoặc dư thừa) sản xuất nào hay nguyên liệu thô vào có thể làm thay đổi giá cả? Xem xét những dữ liệu này theo định kỳ và điều chỉnh giá phù hợp.</p> <p>Để tránh những vấn đề rắc rối về luật pháp, để bạn hoàn toàn có quyền duy trì hay điều chỉnh giá cả của bất kỳ hàng hoá hay dịch vụ nào.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ít nhất 6 tháng một lần. • Tất cả những lần điều chỉnh phải được ghi lại theo mã điều chỉnh cùng với những ghi chép liên quan khác. • Các mức giá và nội dung của thông tin tở rơi có thể được điều chỉnh mà không cần có thông báo trước. 	<p>Để so sánh với đối thủ cạnh tranh và để đảm bảo giá của khách sạn không quá rẻ.</p> <p>Để tránh gây lúng túng hay hiểu lầm cho khách. Để bạn hoàn toàn có quyền duy trì hay điều chỉnh giá cả của bất kỳ hàng hoá hay dịch vụ nào.</p>	
<p>4. Hai chiến lược định giá:</p>	<p>Chiến lược truyền thống</p> <p>Chiến lược linh hoạt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Giá cả ít nhiều cố định • Cùng loại dịch vụ nhưng có nhiều mức giá khác nhau dành cho từng đối tượng khách hàng. 	<p>Đơn giản và minh bạch.</p> <p>Ví dụ: vé máy bay có thể mang lại doanh thu nhiều hơn hoặc tỷ lệ đặt chỗ cao hơn.</p>	<p>Marketing, Abbey, J., 2003</p> <p>Education Institute</p> <p>American Hotel and Hotel Association.</p> <p>Marketing for Hospitality and Tourism, Kotler, P.</p> <p>Bowen, J. Makens, J., 2006</p> <p>Pearson Higher Education; Upper Saddle River N.J.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>5. Chiến lược định giá truyền thống</p>	<p>Những lĩnh vực sau đây cần phải được cân nhắc khi quyết định giá cả:</p> <p>1. Phương pháp cố định (một giá)</p> <p>2. Các mức giá khác nhau.</p> <p>3. Chiến lược cụ thể</p> <p>Định giá được căn cứ trên kết quả phân tích và đánh giá những khách sạn khác có cùng chủng loại sản phẩm và dịch vụ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hàng hoá được chào với cùng một loại giá. Hàng hoá và dịch vụ được phân loại thành các hạng mục có mức thấp, trung bình, cao (hạng sang). Trong khi quyết định chiến lược định giá sản phẩm và dịch vụ của khách sạn, bạn có thể cân nhắc các chiến lược dựa trên nhu cầu, chi phí và những yếu tố cạnh tranh. 	<p>Sự thuận lợi của phương thức này là không thiên vị khách hàng do đối xử bình đẳng với mọi loại khách, thúc đẩy quá trình xử lý nhanh các giao dịch.</p> <p>Cân nhắc các yếu tố như loại sản phẩm và điều kiện cạnh tranh khi đưa ra quyết định về các mức giá.</p>	<p>Xem tài liệu tham khảo như nêu ở trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>Tiêu chí của những chiến lược này bao gồm:</p> <p>a) Nhu cầu</p> <p>b) Chi phí</p> <p>c) Cạnh tranh</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chiến lược định giá được căn cứ trên tác động đối với khối lượng được tạo ra từ giá cả. Chi phí sản xuất cộng thêm lợi nhuận ở mức hợp lý. Chiến lược này sẽ dẫn tới việc định giá hoặc là thấp, ngang bằng, hoặc cao hơn giá chào của đối thủ. Những yếu tố như: "Tự phục vụ" (thường cho phép đưa ra mức giá rẻ hơn). Danh tiếng có thể đẩy mức giá cao hơn so với giá của cùng loại dịch vụ hay sản phẩm. 	<p>Thông thường, giá càng thấp nhu cầu càng lớn và ngược lại.</p> <p>Cho dù đây là phương pháp dễ nhất có thể áp dụng thì cũng nên thận trọng nếu yếu tố tác động của nhu cầu không được cân nhắc đến. Phương pháp này đòi hỏi phải thận trọng cân nhắc các yếu tố liên quan.</p> <p>Bạn có thể định giá cho sản phẩm và dịch vụ quá thấp hoặc quá cao.</p>	
<p>6. Định giá linh hoạt</p>	<p>Với phương thức này, cùng một sản phẩm hay dịch vụ sẽ có nhiều mức giá khác nhau dành cho từng đối tượng khách hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Phương thức này được áp dụng cụ thể với trường hợp khách sạn cung cấp sản phẩm hay dịch vụ theo kiểu "thương lượng" chứ không phải là giá ấn định hay giá cơ bản. 	<p>Các hãng hàng không hay khách sạn tại những thành phố lớn có nhiều phân đoạn thị trường khác nhau và nhiều mùa kinh doanh trong năm.</p>	<p>Xem tài liệu tham khảo nêu ở phần trên.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>7. Quản lý lợi nhuận</p>	<p>Định giá khác nhau.</p> <p>Kết hợp hiệu quả những yếu tố như các loại phòng còn trống với nhu cầu của khách (người muốn những phòng đó) với giá cả thích hợp để tối đa hoá lợi nhuận.</p> <p>Nhiều khách sạn sử dụng hệ thống đặt giữ chỗ qua máy vi tính để giám sát quản lý lợi nhuận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các hình thức đặt chỗ với những phân đoạn thị trường khác nhau. • Những buồng nào đã bán? • Trước thời gian bao lâu? • Hiệu lực của việc thay đổi giá. • Hệ thống đặt chỗ. • Phát triển nhu cầu trong mùa thấp điểm. • Sử dụng bên thứ ba. • Giá buồng có thể thay đổi theo từng ngày tùy từng loại buồng. • Thu thập số liệu thống kê. 	<p>Thúc đẩy hoặc thay đổi nhu cầu hoặc kiểm soát thời kỳ cao điểm và thấp điểm.</p> <p>Hệ thống giữ chỗ cho phép tối đa hoá mức độ sử dụng buồng từ trước thời gian bán.</p>	<p>Xem tài liệu tham khảo như nêu ở trên.</p>

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

PHẦN VIỆC 7.5: Công cụ marketing P - Địa điểm: Kênh phân phối hay đại diện (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Các kênh phân phối hoặc đại diện</p>	<p>Những đối tác marketing, hay các công ty hoặc cá nhân ngoài khách sạn, những người có thể đại diện và bán buồng/dịch vụ của khách sạn cho các khách hàng (mới). Họ có thể xúc tiến và bán sản phẩm/dịch vụ giúp bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cung cấp tờ rơi thông tin, bảng giá, bản tin và địa chỉ liên hệ cập nhật của khách sạn (thư điện tử hoặc trang web) cho các kênh phân phối/đại diện của bạn. Ít nhất đến thăm khách sạn của bạn mỗi năm một lần. Giữ mối liên hệ thường xuyên với họ. 	<p>Kiến thức về sản phẩm và dịch vụ của khách sạn là điều kiện cơ bản để thu hút khách đến với khách sạn.</p>	<p>CHA Small Hotel Manual, 2007.</p> <p>Xem Phần việc 7.1: "Marketing là gì?" để kết danh mục các cuốn sách về marketing.</p>
<p>2. Marketing trực tiếp:</p> <p>Những vị khách đã ở khách sạn trước đây</p> <p>Danh sách thư tín của cá nhân bạn</p>	<p>Nếu khách sạn của bạn đã thành lập từ lâu, bạn sẽ có thể đăng ký của những người khách trước kia đã ở khách sạn.</p> <p>Danh sách thư tín cá nhân của bạn có thể bao gồm cơ quan chính phủ, báo chí, đối tác làm ăn, và bạn bè.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nên gửi cho khách những tập thông tin mới và thư mời họ trở lại khách sạn. Mời khách cầm theo 3 hay 4 tập thông tin và bảng giá các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn khi ra về. Mỗi phòng nên có tập thông tin mới và bảng giá cập nhật. Gửi thư cho những vị khách trở lại khách sạn và những khách hàng mua có khối lượng lớn ít nhất hai lần trong một năm. 	<p>Những vị khách hài lòng có thể là người bán hàng giỏi nhất cho khách sạn của bạn.</p> <p>Không nên để khách ra về mà không mang theo những tờ thông tin và bảng giá của khách sạn.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Văn phòng du lịch	<p>Cả văn phòng trong nước lẫn nước ngoài phải nên có đủ số lượng tập thông tin và bảng giá của khách sạn bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Viết thư ít nhất hai lần một năm để yêu cầu họ kiểm kê tập thông tin và bảng giá. Yêu cầu họ cung cấp thông tin liên quan đến các chiến dịch cộng tác marketing, xúc tiến thương mại, triển lãm thương mại và FAM trip. 	<p>Những văn phòng này có thể có mối liên hệ chặt chẽ hơn với phân đoạn thị trường của khách sạn, và họ phải có kiến thức về sản phẩm và dịch vụ của khách sạn.</p> <p>Họ biết rõ sản phẩm của du lịch Việt Nam.</p>	
4. Đại diện của khách sạn	<p>Đại diện của khách sạn giúp tạo điều kiện thuận lợi cho việc đặt phòng và kiểm tra phòng còn trống, đồng thời cung cấp thông tin cho khách tiềm năng, các đại lý lữ hành và công ty cung cấp tour. Đó cũng là nơi thu tiền đặt cọc và tiền trả trước.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nhân viên đại diện phải luôn cập nhật thông tin về tình trạng phòng trống của khách sạn, giá cả, mức bán phòng dự kiến và thực tế. Nhân viên đại diện phải đến thăm khách sạn của bạn ít nhất hai lần một năm và phải có đủ số lượng tập thông tin và bảng giá của khách sạn. Phải liên hệ với nhân viên đại diện hàng tuần. 	<p>Hàng tuần, người quản lý khách sạn nên liên hệ với đại diện khách sạn để thông báo về tình trạng kín phòng và những chiến lược marketing đặc biệt.</p> <p>Nhân viên đại diện là người đầu tiên bạn phải liên hệ nếu chiến lược marketing có sự thay đổi.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>5. Đại lý lữ hành bán lẻ</p>	<p>Đại lý lữ hành có thể bán sản phẩm và dịch vụ của khách sạn cho khách.</p> <p>Đại lý hãng lữ hành bán lẻ thường dưới sự điều hành của những tổ chức thương mại lớn như Hiệp hội đại lý lữ hành Việt Nam và/hoặc Hiệp hội quốc tế các đại lý lữ hành bán lẻ. Họ có mối liên hệ với các hãng hàng không, công ty cho thuê xe ô tô, đại diện khách sạn và công ty điều hành tour bán buôn.</p> <p>Họ có thể tiếp cận các nhóm khách lớn.</p> <p>Ngày nay đặt buồng được thực hiện thông qua:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Một đại diện của khách sạn. ✓ Đại lý điều hành tour bán buôn, nếu mua tour trọn gói. ✓ Qua gửi fax trực tiếp đến khách sạn. ✓ Thông qua những hãng hàng không có dịch vụ đặt buồng khách sạn như là dịch vụ đi kèm. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mỗi năm hai lần gửi 5 -10 bưu kiện tập thông tin và bảng giá cho họ. • Xây dựng cơ chế tiền hoa hồng để thúc đẩy họ bán hàng và dịch vụ cho bạn (khoảng 10-20% giá thực). • Luôn thông báo trước cho họ về những chiến dịch đặc biệt và ngày khoá sổ. • Đặt buồng theo nhóm có thể chiếm toàn bộ phòng của khách sạn và không còn buồng dành cho khách thường xuyên. • Các gói dịch vụ có thể áp dụng cho những thời điểm cụ thể trong năm. • Thông báo ngày kết thúc (khi khách sạn đã bán hết sản phẩm và dịch vụ). 	<p>Khi bạn gọi điện cho đại lý lữ hành, nên nhớ rằng họ là một trong những đại diện bán hàng tốt nhất cho khách sạn của bạn.</p> <p>Vào ngày trước khi khách đi theo đoàn đến và sau khi họ đi, rất khó có thể bán hết buồng khách sạn. Đặt buồng theo nhóm có xu hướng làm giảm thu nhập tính theo đơn vị buồng, vì họ yêu cầu mức giá đặc biệt.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>6. Hãng điều hành tour bán buôn</p>	<p>Hãng điều hành tour bán buôn là những chuyên gia xúc tiến quảng bá sản phẩm bằng mọi phương tiện có sẵn tại những thị trường mục tiêu, có khả năng cung cấp thuộc tính, đặc tính của sản phẩm, đặc điểm của khu thắng cảnh, hình thức vận chuyển và những nhu cầu đặc biệt khác.</p> <p>Tiền hoa hồng trả cho họ là khoản bù đắp cho lại những chi phí mà họ đã chi như phí văn phòng và tài liệu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các dịch vụ trọn gói được công bố kết hợp với dịch vụ hàng không. • Những gói dịch vụ kiểu này được các hãng điều hành tour bán buôn đưa đến khách hàng thông qua các nhân viên đại lý lữ hành bán lẻ và các quầy điều hành tour tại sân bay. • Có thể dao động trong khoảng 20-40% giá buồng khách sạn. • Kiểm tra kỹ những mục nào có thể bao gồm và những mục nào nằm ngoài giá. • Bao nhiêu buồng trong số buồng của khách sạn (toàn bộ khách sạn, hay chỉ một phần và vào mùa nào?). 	<p>Cả nhân viên đại lý lữ hành bán lẻ lẫn nhân viên bán vé của hãng hàng không đều không thể biết tường tận mọi nơi trên thế giới, do đó họ phải tìm đến các chuyên gia.</p> <p>Sử dụng các chuyên gia để đặt trước phòng và các dịch vụ một cách hiệu quả hơn và nhanh hơn sẽ giúp họ phục vụ khách tốt hơn.</p> <p>Khách sạn không nên chỉ hoàn toàn phụ thuộc vào một hãng điều hành tour duy nhất.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>7. Trách nhiệm đối với việc đặt buồng quá tải</p>	<p>Số lượng buồng bán vượt quá số buồng của khách sạn có trong một ngày hoặc trong một thời gian khiến bạn phải hủy bớt số khách đã đặt trước.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Điều này rất nguy hiểm về mặt pháp lý cho khách sạn, đặc biệt trong kỷ nguyên tiêu dùng hiện nay, khi các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng thực hiện nghiêm ngặt luật bảo vệ khách hàng và thường đứng về phía khách hàng. • Thông báo cho khách hàng nếu khách sạn của bạn đã quá tải trong thời gian khách muốn thuê. 	<p>Không gì có thể làm giảm uy tín của nhân viên đại lý lữ hành bán lẻ, hãng đại lý lữ hành bán buôn và của khách sạn nhanh bằng việc khách sạn quá tải.</p>	

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING

PHẦN VIỆC 7.6: Công cụ marketing P - Xúc tiến/Thông tin: Quảng cáo (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Lập ngân sách quảng cáo</p>	<p>Quảng cáo bao gồm tất cả các hình thức truyền thông phải trả tiền mà bạn có thể kiểm soát trực tiếp.</p> <p>Để thông tin đến bất kỳ thị trường nào một cách hiệu quả, bạn phải lập kế hoạch ngân sách chặt chẽ và phải thực hiện nghiêm túc kế hoạch đó.</p> <p>Phải thường xuyên đánh giá kế hoạch ngân sách để đảm bảo nó mang lại hiệu quả.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dưới đây là hướng dẫn cụ thể cho việc lập ngân sách năm dành cho quảng cáo của một khách sạn: <ul style="list-style-type: none"> Năm thứ nhất: 10% của \$100.000 hay \$10.000 Năm thứ hai: 8% của \$130.000 hay \$10.400 Năm thứ ba: 7% của \$155.000 hay \$10.850 Năm thứ tư: 6% của \$200.000 hay \$12.000 Năm thứ năm: 5% của \$250.000 hay \$12.500 Khi hoạt động kinh doanh ổn định đã được hình thành vững vàng và hình thức quảng cáo truyền miệng trở nên quen thuộc và ổn định thì ngân sách quảng cáo có thể cắt giảm xuống còn khoảng 4 hay 5% doanh số. 	<p>Một chương trình quảng cáo được xây dựng công phu và sáng tạo, giúp chuyển tải thông điệp của khách sạn đến thị trường một cách hiệu quả nhất, có thể làm tăng đáng kể lợi nhuận từ nguồn vốn đầu tư.</p>	<p>Một hướng dẫn hữu ích là công trình nghiên cứu hàng năm của Horwath & Horwath, một hãng chuyên thu thập số liệu thống kê về hoạt động khách sạn trên khắp thế giới.</p> <p>Xem phần việc 7.1: "Marketing là gì?" để biết danh mục tài liệu cần tham khảo.</p>

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Ví dụ về quảng cáo</p>	<p>Các hãng thông tấn.</p> <p>Việc sử dụng phương thức nào hay thời gian nào để quảng cáo đều phải được quyết định trên cơ sở kế hoạch marketing của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Thông thường nhất: <ul style="list-style-type: none"> - Truyền miệng. - Gửi thư trực tiếp. - Internet/websites - Bản tin. - Hội chợ thương mại. - Báo/tạp chí. • Những ý tưởng khác: <ul style="list-style-type: none"> - Tivi/đài. - Bảng quảng cáo. 	<p>Tuỳ thuộc vào ngân sách và chương trình quảng cáo của khách sạn, bạn có thể quyết định sử dụng phương thức nào, hay kết hợp một số phương thức với nhau.</p> <p>Có thể rất tốn kém và không phải lúc nào cũng sẵn có.</p>	
<p>3. Hợp tác với cơ quan du lịch (trong nước hay trong khu vực)</p>	<p>Để quảng cáo và duy trì quan hệ công chúng. Sử dụng chính những hãng mà cơ quan du lịch hay hiệp hội khách sạn đã sử dụng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cung cấp ảnh và thông tin (tập thông tin và bảng giá). • Những bài báo đưa thông tin về khách sạn trên các tạp chí khác. 	<p>Cơ quan du lịch hay hiệp hội khách sạn sẽ là người phân phối những tập thông tin của khách sạn giúp bạn. Những nhà báo hay hãng thông tấn chuyên viết về du lịch đến Việt Nam sẽ được mời đến khách sạn của bạn.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Quảng cáo qua hình thức truyền miệng</p>	<p>Là hình thức quảng cáo rất hiệu quả. Là nhận xét tích cực về trải nghiệm tốt của khách trong thời gian lưu trú tại khách sạn.</p> <p>Đó là điểm then chốt cho thành công của bất kỳ khách sạn nào. Hãy dùng chính những vị khách của khách sạn để quảng cáo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Không tốn kém chi phí. • Hiệu quả cao. • Mời khách ghi lại nhận xét hay những trải nghiệm của họ trong thời gian lưu trú vào sổ lưu bút của khách sạn. • Khách sẽ kể với ít nhất 10 người về trải nghiệm của họ tại khách sạn của bạn. 	<p>Hình thức này thường không được chú ý và coi trọng đúng mức.</p> <p>Ít khi được khai thác tối đa hiệu quả.</p> <p>Mọi người thường coi việc họ được phục vụ tốt, có thức ăn ngon và chỗ ở tốt là điều đương nhiên. Nếu không, khách sạn của bạn sẽ bị khách truyền miệng những nhận xét xấu, gây ảnh hưởng hết sức bất lợi.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>5. Làm thế nào để một khách sạn có thể đạt hiệu quả tối đa từ hình thức quảng cáo truyền miệng?</p>	<p>Cơ hội được chia thành hai dạng:</p> <p>TRƯỚC KỲ NGHỈ (trước khi khách đến khách sạn):</p> <p>Khi khách đã đặt trước buồng, dùng hình thức quảng cáo truyền miệng để chào những dịch vụ đặc biệt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Khách sạn có những lợi thế đặc thù để xây dựng danh tiếng nhờ hình thức quảng cáo truyền miệng chủ yếu nhờ mối quan hệ mật thiết gần gũi giữa khách và ban quản lý khách sạn cùng những trải nghiệm tuyệt vời mà khách có được. • Gửi thư chào mừng trực tiếp đến khách. • Đề tên và chữ ký của bạn! 	<p>Tránh gửi thư tập thể cho khách, vì như vậy tốn kém và mọi người thường vứt thư đi trước khi đọc.</p> <p>Đây là cơ hội đầu tiên để xây dựng hình thức quảng cáo truyền miệng.</p> <p>Như vậy họ biết tìm bạn lúc nào và ở đâu khi cần được bạn giúp.</p> <p>Đảm bảo gửi thư riêng cho khách. Những chi phí về mặt thời gian và tiền bạc dành cho khách là cách chắc chắn nhất để phát triển kinh doanh và tạo niềm tin cho khách hàng.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>TRONG THỜI GIAN NGHỈ (Trong thời gian nghỉ tại khách sạn):</p> <p>Bằng cách này hay cách khác, bạn mang đến cho khách những dịch vụ lớn hơn sự mong đợi và khoản tiền khách phải trả. Yếu tố then chốt là phục vụ tới từng khách hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chào giá giảm cho những khách đi kèm, lưu trú thêm ngày, hoặc chào giá ưu đãi trong mùa thấp điểm cho những khách đã từng đến khách sạn. • Gặp gỡ riêng từng vị khách. • Thông qua chuyện trò, tìm hiểu xem khách có những quan tâm gì mà bạn có thể giúp để làm hài lòng khách. • Cân nhắc việc tặng món quà nhỏ cho khách lúc ra về kèm theo danh thiếp của bạn trong gói quà. • Chào tạm biệt từng người khách! • Ấn tượng cuối cùng tốt đẹp. 		

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Thư trực tiếp:	Là tài liệu thường được in bốn màu để cung cấp thông tin về sản phẩm và dịch vụ của khách sạn, kèm theo hình ảnh khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Trình bày sáng sủa và in 4 màu. • Cung cấp những thông tin có thật về sản phẩm. 	Tài liệu quảng cáo quan trọng nhất. Nó phản ánh các thông tin về khách sạn của bạn.	
Tập thông tin	Tập thông tin phải được in tại những công ty in chuyên nghiệp.	<ul style="list-style-type: none"> • Những ưu điểm của khách sạn. • Kích thước chuẩn (tương đương 4"x9") • Tên thành phố/vùng/quốc gia phải đặt phía trên hoặc góc trên bên phải của tập thông tin. • Tên của khách sạn đặt ở phía trên chính giữa với kiểu chữ in dễ để đọc. • Những thông tin như tên đảo/đất nước và tên khách sạn nên in cả mặt trước và sau tập thông tin. • Tên khách sạn, địa chỉ, số điện thoại, địa chỉ email và trang web phải luôn được in rõ ràng. 	<p>Có thể gấp vừa phong bì cỡ "số 10". Nó cũng sẽ vừa với giá để tập thông tin của tất cả các hãng lữ hành.</p> <p>Kích thước khác với tiêu chuẩn có thể không thuận lợi khi gửi thư, lưu trữ, và trưng bày.</p> <p>Nếu tập thông tin được đặt trên giá ở phía sau, tên khách sạn của bạn vẫn được nhận thấy và dễ dàng phân biệt với các tập thông tin của hãng khác.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Thư trực tiếp:</p> <p>Bảng giá</p>	<p>Tài liệu liệt kê giá buồng và các điều kiện khác. Để phục vụ cho mục đích báo giá chủ yếu là để thông tin cho khách về giá cả.</p> <p>Thiết kế của bảng giá cũng phải có hình ảnh tương tự, phù hợp với hình ảnh quảng cáo trên tập thông tin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bằng cách này hay cách khác, bạn mang đến cho khách những dịch vụ lớn hơn sự mong đợi và khoản tiền khách phải trả. Yếu tố then chốt là phục vụ với từng khách hàng. - Số điện thoại đặt phòng. - Những đồ mang theo/ những quần áo phù hợp với thời tiết. - Thời gian trả buồng. - Quy định đặc biệt của khách sạn/ chính sách tiền boa. - Quãng đường từ sân bay đến khách sạn. - Giá taxi, thời gian biểu của hãng tàu/hàng không. - Thuế ga đến/ga đi. - Chính sách hủy đặt trước. - Văn phòng đại diện khách sạn (nếu có). 	<p>In bảng giá không tốn kém, và không nên in số lượng nhiều quá mức thực dùng trong một mùa một năm.</p> <p>Có một số khách sạn công bố giá theo mùa, số khác theo năm, kể cả mùa hè và mùa đông.</p> <p>Bạn không nên gửi cho khách thư chào hay tập thông tin mà không có bảng giá.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Internet:</p>	<p>Đối với hầu hết khách sạn, trang web là phương tiện marketing hiệu quả nhất.</p> <p>Nó giúp định vị thị trường hiệu quả dựa trên các công cụ tìm kiếm giúp hiển thị khách sạn của bạn tối đa.</p> <p>Trang Web Bạn sử dụng Internet cho mục tiêu marketing thế nào? Mách nước cho trang Web của bạn:</p> <ol style="list-style-type: none"> Hạn chế sử dụng đồ họa. Các hình tĩnh phải có các lệnh và sơ đồ dễ hiểu. Trang web được thiết kế thông minh để người xem có thể vào dễ dàng. Đăng ký trang Web với nhiều công cụ tìm kiếm khác nhau và các từ khóa liên quan như "khách sạn", "nhà khách", "nhà nghỉ", v.v.. 	<ul style="list-style-type: none"> WWW- World Wide Web. Mọi khách hàng biết lướt Web đều có thể tìm thấy khách sạn của bạn. Bạn cần có trang web và địa chỉ email để liên lạc. <ul style="list-style-type: none"> Thiết kế và tạo trang Web cho riêng khách sạn của bạn. Tạo ra "trang chủ" thu hút. Tên trang Web nên ngắn gọn, đơn giản và có tên miền quốc gia, ví dụ: .com, .org, hay Vietnamese- vn- địa chỉ khách sạn). Lựa chọn "công ty cung cấp dịch vụ lưu trữ web". Đảm bảo đường dẫn kết nối với trang Web có hiệu lực. 	<p>Ngày nay, Internet có lẽ là công cụ marketing mạnh nhất (và hiệu quả nhất xét về chi phí) đối với các khách sạn.</p> <p>Lưu trữ trang Web của bạn trên một máy tính để đảm bảo rằng nó luôn mở sẵn hiện hữu trên máy tính của khách sạn.</p> <p>Nên chọn "công ty cung cấp dịch vụ lưu trữ web" có trụ sở gần thị trường của bạn.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>Quảng cáo trên những trang phổ biến được nhiều người truy cập để trang web của bạn được nhiều người biết đến. 5. Có yếu tố tương tác.</p> <p>Quảng cáo trực tuyến Quảng cáo trên Internet được gọi là "Quảng cáo trực tuyến".</p> <p>Thư điện tử Mạng Internet đưa ra hình thức thư điện tử cho phép mọi người khắp nơi trên thế giới có thể trao đổi thư từ với tốc độ gần như ngay lập tức.</p> <p>Thư điện tử cũng tạo ra một số trách nhiệm mới.</p> <p>Ngoài ra, qua thư điện tử, người khác có thể liên hệ dễ dàng với bạn!</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nội dung đưa lên trang Web phải phong phú và liên quan đến khách sạn. Nội dung trang Web phải luôn được cập nhật với những thông tin mới và bằng giá mới nhất. World Wide Web có thể cung cấp công cụ hiệu quả hơn mà không tốn kém nhiều chi phí, giúp bạn tìm đến những nhóm người xem mục tiêu nhanh hơn và đánh giá kết quả. Thuận tiện, nhanh chóng và không tốn kém chi phí. Hồi âm nhanh (trong vòng hai ngày) Thường xuyên kiểm tra thư (ít nhất một lần mỗi ngày). Thông điệp của bạn nên có chữ ký điện tử. Tên đầy đủ của bạn, tên khách sạn, số điện thoại, fax và địa chỉ email. 	<p>Có thể áp dụng nhiều cách thức marketing thu hút khách trở lại, ví dụ: các cuộc thi và giải thưởng, các bài báo, nhiều đường kết nối với điểm đến.</p> <p>Sự xuất hiện Internet đã làm thay đổi phương thức marketing và quảng cáo khác hoàn toàn với các phương tiện truyền thông khác.</p> <p>Với thư điện tử, khách hàng có thể gửi thông điệp cho bạn từ khắp nơi trên thế giới, vào bất cứ lúc nào.</p> <p>Mất hai ngày mới trả lời thư có thể làm tiêu tan cơ hội bán hàng cho khách sạn.</p> <p>Đừng bao giờ nghĩ rằng người gửi thư cho bạn sẽ nhận ra thư trả lời của bạn mà không cần thông tin này.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Bản tin</p>	<p>Gửi bản tin điện tử qua email.</p> <p>Nếu bạn thu thập địa chỉ thư điện tử từ trang web, bạn cần phải:</p> <p>Những thư đến tự nhiên không rõ người gửi được gọi là "junk mail" hoặc "spam".</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sử dụng một cách khôn ngoan. • Trên danh sách gửi thư có mục 'lựa chọn' CÓ hoặc KHÔNG • "Xác nhận hai lần". • Ở cuối trang thư nên có hướng dẫn gỡ bỏ. 	<p>Đây là cách thức không tốn kém, giúp bạn giữ liên hệ thường xuyên với khách cũ và khách tiềm năng.</p> <p>Vì nó có thể phản tác dụng đối với hình ảnh của bạn nếu không làm đúng.</p> <p>Để tránh sử dụng địa chỉ email sai mục đích.</p> <p>Quy trình này ngăn chặn người lạ đăng nhập vào địa chỉ thư của bạn.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>6. Quảng cáo thương mại lý hành</p>	<p>Danh bạ đặc biệt dành cho:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đại lý lý hành bán lẻ. - Đại lý lý hành bán buôn. - Hãng hàng không. <p>Danh bạ có thể làm theo quốc gia, vùng, thành phố và sắp xếp theo trật tự chữ cái.</p> <p>Một số đại lý có thể liệt kê tên khách sạn của bạn với lệ phí danh nghĩa (không đáng kể). Một số đại lý khác sẽ đưa tên khách sạn của bạn vào danh bạ miễn phí.</p> <p>Sổ tay hướng dẫn: Có một số sổ tay hướng dẫn du lịch châu Á và Việt Nam đạt tiêu chuẩn. Những tài liệu này được cập nhật hàng năm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đưa vào danh bạ. • Một quảng cáo ngắn. • Sổ điện thoại. • Sổ tay hướng dẫn. • Trang web. • Internet ngày càng được sử dụng rộng rãi. • Nhanh chóng hơn và chính xác hơn. • Duy trì trang web được cập nhật! • Bạn có thể gửi thông tin cụ thể về khách sạn cho biên tập viên, kèm theo thư riêng mời họ đến khách sạn của bạn nếu họ có kế hoạch đi thực tế để thu thập thông tin cập nhật tài liệu. 	<p>Nhiều đại lý lý hành bán lẻ và bán buôn, các hãng hàng không rất hay sử dụng các cuốn danh bạ này. Vì vậy, hãy đảm bảo tên khách sạn của bạn luôn có mặt trong những cuốn danh bạ đó.</p> <p>Bạn không thể chỉ cần trả tiền là được nêu tên trong sổ tay hướng dẫn.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
	<p>Các cơ quan quan hệ công chúng cũng của Ủy ban chuyên trách du lịch của nhà nước giúp đưa tên khách sạn của bạn vào những tài liệu như:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lonely Planet 2. Fielding's Guide to Asia -Vietnam 3. Fodors Guide to Asia - Vietnam. 		<p>Là những tài liệu hướng dẫn du lịch chủ yếu dành cho khách hàng, nhưng cũng đồng thời là cơ sở tham khảo cho các phóng viên báo và tạp chí.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Báo và tạp chí	Luôn hiện hữu tại những thị trường nhất định.	<ul style="list-style-type: none"> Một quảng cáo nhỏ trên báo địa phương có thể mang lại lợi ích, đặc biệt khi nội dung báo đề cập những khách sạn khác trong vùng, các hãng hàng không; hoặc cơ quan du lịch địa phương quảng cáo cho khách sạn của bạn. 	Khá tốn kém chi phí, và trong hầu hết các trường hợp không mang lại hiệu quả cho khách sạn.	
Báo địa phương	Biết khách đến từ nơi nào và lý do khách đi du lịch.	<ul style="list-style-type: none"> Đăng một quảng cáo, kèm theo ảnh trắng đen cỡ 20cmx25cm về khách sạn của bạn và một số hoạt động. Các hoạt động và gói dịch vụ tại địa phương. 	Quảng cáo cho nhà hàng và đồ ăn thức uống đặc biệt.	
Tạp chí và báo lữ hành	Họ có liên hệ rất tốt với các hãng lữ hành và hàng không, và thường rất hiệu quả trong việc tìm ra những hãng lữ hành mới đồng thời vẫn duy trì liên hệ với các hãng cũ.	<ul style="list-style-type: none"> Có thể sử dụng tạp chí và báo lữ hành để quảng cáo gói dịch vụ mới và các hoạt động khác của khách sạn. 	Chi phí quảng cáo trên những báo này thường thấp hơn các báo quảng cáo đồ tiêu dùng khác.	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Tạp chí</p>	<p>Bạn nên quảng cáo khách sạn của bạn trong các báo và tạp chí lữ hành để quảng bá hình ảnh của khách sạn và được lợi từ các mô tả của biên tập viên về khách sạn của bạn.</p> <p>Có thể rất hiệu quả nếu bạn quyết tâm thu hút các phân đoạn thị trường đặc biệt hoặc muốn mở một khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gửi thông cáo báo chí của khách sạn và ảnh đen trắng khổ 20cm x 25cm cho tòa soạn. • Nội dung thông cáo có thể là những nét mới, gói dịch vụ mới, những thay đổi trong quản lý. • Các quảng cáo mẫu và theo chuẩn (¼ trang, ½ trang hoặc cả trang). • Hấp dẫn các thị trường như: <ul style="list-style-type: none"> - Nghỉ trăng mật. - Nghỉ dưỡng. - Nghỉ cùng gia đình. 	<p>Quảng cáo trên tạp chí rất tốn kém.</p>	

PHẦN 7:**QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING****PHẦN VIỆC 7.7:**

Công cụ marketing P - Xúc tiến: Tìm hiểu thực tế/ Quan hệ công chúng/ Bán hàng cá nhân (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Xúc tiến	<p>Để giới lữ hành, báo chí và những người uy tín hoạt động trong ngành biết đến các dịch vụ và hoạt động của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bạn gọi điện trực tiếp đến các hãng lữ hành, là đơn vị sẽ xúc tiến hoặc bán sản phẩm cho khách sạn. Luôn có sẵn các tập thông tin cập nhật về khách sạn với những hình ảnh mới nhất để cung cấp cho các hãng lữ hành, báo chí và những quan chức đến khách sạn. 	<p>Để quảng bá và bán các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn, của điểm đến, vùng, thành phố của bạn.</p>	<p>Xem Phần việc 7.1: "Marketing là gì?" và danh mục tài liệu tham khảo.</p>
Những chuyến đi xúc tiến	<p>Để xúc tiến quảng bá khách sạn đến với thị trường, cần phải gọi điện thoại trực tiếp đến các hãng lữ hành. Một số khách sạn có thể hợp tác với nhau làm việc với cơ quan du lịch về những chuyến đi xúc tiến.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gặp gỡ với các hãng lữ hành và thảo luận về những lợi ích kinh doanh chung giữa hai bên. Những chuyến đi xúc tiến thường được thực hiện cùng với cơ quan quản lý du lịch. 	<p>Cơ quan quản lý du lịch xúc tiến quảng bá cho khu vực/quốc gia như một điểm đến cho du lịch, và bạn xúc tiến cho khách sạn của mình.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Tìm hiểu thực địa</p>	<p>Mời các hãng lữ hành đến khu vực và khách sạn của bạn để tìm hiểu và làm quen với các sản phẩm/dịch vụ/hoạt động.</p> <p>Những chuyến đi tìm hiểu thực tế này thường được tổ chức bởi cơ quan du lịch kết hợp với hãng hàng không hay đại lý điều hành tour bán sỉ. Nhiều đại diện khách sạn cũng tự tổ chức những chuyến đi thực địa cho riêng họ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Khi một đại lý lữ hành đến khách sạn, cho dù đi một mình hay với đoàn, bạn nên dành thời gian đón tiếp, chiêu đãi họ. - Cho họ xem buồng và các trang thiết bị, cơ sở vật chất của khách sạn. - Cung cấp tập thông tin, bảng giá, các tranh ảnh quảng cáo. - Trao đổi danh thiếp. - Mời nghỉ tại khách sạn miễn phí. - Thực hiện các hoạt động theo sau chuyến thăm thông qua việc trao đổi email, điện thoại và luôn cập nhật cho họ tình hình về khách sạn của bạn. 	<p>Các hãng lữ hành có thể gửi nhân viên đến khách sạn của bạn để trải nghiệm các sản phẩm/dịch vụ trong thời gian lưu trú.</p> <p>Để gây ấn tượng tốt đẹp về khách sạn cho đại lý lữ hành.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Quan hệ công chúng</p>	<p>Các hãng truyền thông đưa tin, bài viết về khách sạn của bạn. Khách sạn có thể quản lý hoạt động truyền thông nhưng không phải lúc nào cũng có thể kiểm soát được họ.</p> <p>Các phương tiện truyền thông:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vô tuyến. ✓ Đài. ✓ Báo. ✓ Tạp chí. ✓ Websites. 	<ul style="list-style-type: none"> • Làm thông cáo báo chí. • Kích cỡ tối đa là 1 khổ giấy A4. • Bao gồm số điện thoại liên hệ, địa chỉ email. • Nên có hình ảnh. • Lập danh sách để gửi thông cáo báo chí với địa chỉ email và người liên hệ. • Cập nhật danh sách báo chí hai lần một năm. • Danh sách báo chí phải bao gồm những vị khách thường xuyên/trở lại khách sạn và danh sách thư tín cá nhân của khách sạn. • Gồm những thông tin giá trị. • Dịch sang tiếng Anh để cung cấp cho các hãng thông tấn quốc tế. 	<p>Bất kỳ thông tin nào đáng đưa ra, như: mở rộng nhân viên xuất sắc của năm, thực đơn mới, tài trợ các hoạt động tại địa phương, lễ kỷ niệm, khách trở lại, khách đặc biệt, khách VIP tài trợ, gây quỹ, quản lý mới, nâng cấp, đào tạo, tham gia triển lãm thương mại.</p>	
<p>Hợp báo</p>	<p>Mời các hãng thông tấn địa phương/vùng/quốc gia đến khách sạn của bạn và cung cấp cho họ những thông tin đáng giá về khách sạn.</p>			

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Các hoạt động xúc tiến miễn phí</p>	<p>Bằng việc tặng dịch vụ miễn phí hay bảo trợ các hoạt động tại địa phương, bạn có thể tạo ra sự quảng bá không mất tiền cho khách sạn.</p> <p>Tài trợ đội thể thao, trường học của địa phương có thể thu hút giới báo chí có những bài báo về khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ví dụ: <ul style="list-style-type: none"> - Lưu trú miễn phí. - Bữa tối miễn phí. - Vé ăn tối có quay xổ số thưởng. - Kỳ nghỉ cuối tuần cho hai khách hoặc cho gia đình. - Bữa trưa hay tối dành cho nhóm khách. • Luôn đưa ra thông cáo báo chí kèm theo hình ảnh và gửi đến những địa chỉ theo danh sách báo chí. 	<p>Những hình thức này có thể thực hiện đặc biệt vào mùa vắng khách, khi khách sạn có buồng trống, hoặc nhà hàng có sẵn chỗ. Chi phí cho những hoạt động này không tốn kém, bù lại bạn có quảng cáo miễn phí.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>5. Bán hàng trực tiếp</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liên hệ trực tiếp với những khách hàng và công ty tiềm năng. ✓ Triển lãm thương mại. ✓ Là một phần thuộc bộ phận bán hàng và marketing của khách sạn. ✓ Nói một cách ngắn gọn, đó là đại diện bán hàng. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gọi điện thoại. • Đến thăm trực tiếp khách hàng. • Thăm những vị khách quan trọng. • Tham gia các hội chợ thương mại. • Nhân viên của khách sạn cũng chính là người bán hàng. • Khách hàng hài lòng. • Nhận xét truyền khẩu có thể gây ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực với khách sạn của bạn. 	<p>Tùy thuộc vào quy mô của khách sạn.</p> <p>Có thể kết hợp với bộ phận đặt buồng của khách sạn và hợp tác chặt chẽ với quản lý khách sạn.</p>	

PHẦN 7: QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG MARKETING
PHẦN VIỆC 7.8: Nghiên cứu và thống kê (Kiến thức)

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Nghiên cứu</p>	<p>Thu thập thông tin hữu ích phục vụ mục đích marketing và lưu giữ những thông tin đó theo cách thức đơn giản.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Người quản lý khách sạn có thể áp dụng các phương pháp đơn giản và ít tốn kém: <ul style="list-style-type: none"> - Phiếu đăng ký của khách. - Thông tin lưu trữ về khách hàng. - Thông tin cơ bản về khách. - Bảng thăm dò ý kiến khách hàng. 	<p>Để điều chỉnh dịch vụ cho phù hợp hoặc để tìm kiếm khách hàng mới, xây dựng cơ sở dữ liệu thống kê.</p>	
<p>2. Phiếu đăng ký</p>	<p>Khi nhận buồng, khách phải điền thông tin vào tờ phiếu thông tin của khách sạn hoặc xác nhận thông tin theo phiếu mẫu đã được in.</p> <p>Thông tin về phiếu đăng ký của khách được ghi trong "Sổ theo dõi ca làm việc".</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Phiếu đăng ký phải được trình bày đẹp mắt và đơn giản để khách dễ dàng điền thông tin. • Bao gồm cả địa chỉ email, ngày tháng năm sinh. • Lưu trữ phiếu đăng ký theo tháng và theo thứ tự chữ cái. 	<p>Phiếu đăng ký với đầy đủ các thông tin cần biết về khách hàng, cùng với một vài lưu ý ngắn gọn của người quản lý tinh ý, được coi là mỏ vàng của hoạt động marketing.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Thông tin cơ bản về khách hàng hay về khách sạn</p>	<p>Có thể nghiên cứu về sản phẩm của khách sạn căn cứ trên cơ sở so sánh thông tin khách hàng của bạn với các khách sạn khác trong khu vực.</p>	<ul style="list-style-type: none"> So sánh thông tin cơ bản của khách với các khách sạn khác trong vùng hoặc vùng xung quanh. Tìm kiếm trên Internet các khách sạn trong vùng để so sánh. Các cơ quan chính phủ, văn phòng du lịch hay các đại lý lữ hành bán lẻ cũng có thể cung cấp danh sách khách sạn trong vùng. 	<p>Bạn sẽ biết khách sạn của mình có đạt chuẩn hay không, hoặc bạn sẽ có thể phát hiện những vấn đề có thể ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của khách sạn so với đối thủ.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Bảng thăm dò ý kiến khách hàng</p>	<p>Cách đơn giản nhất, ít tốn kém nhất để giám sát chương trình marketing của bạn là hỏi khách lý do vì sao họ chọn khách sạn của bạn.</p> <p>Thảo luận về kết quả thăm dò với nhân viên của bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Có thể để bản thăm dò ý kiến với những câu hỏi đơn giản trong phòng khách, và đề nghị khách vui lòng điền thông tin trước khi ra về. • Hỏi xem khách có được: <ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn bởi công ty lữ hành không - Giới thiệu từ khách trước không. - Nhìn thấy quảng cáo của bạn không? Nếu có, thấy ở đâu? • Lập danh sách 10 câu trả lời thông thường trong tháng và so sánh với tháng trước và năm trước. 	<p>Là phương pháp tốt để tìm hiểu chi tiết hơn ý kiến phản hồi của khách về các sản phẩm và quảng cáo của khách sạn.</p> <p>Cùng với thời gian, bạn sẽ hiểu rõ hơn khách sạn đang hoạt động như thế nào.</p> <p>Và biết được liệu quảng cáo có đang mang lại lợi nhuận cho khách sạn của bạn hay không.</p> <p>Tương tự như thế với công ty lữ hành.</p> <p>Thông tin này giúp ích cho việc lập kế hoạch marketing của năm sau.</p>	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Nghiên cứu không chính thức	Bạn có thể tiến hành nghiên cứu không chính thức với những vị khách hiện có để tìm hiểu họ thích gì và không thích gì.	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định 3 hay 4 thông tin bạn muốn biết để hỏi khách. • Mời khách cơm trưa, mỗi tháng 4 vị khách. • Kiểm tra chéo các bộ phận để tìm hiểu phản hồi của khách và ghi lại kết quả vào phiếu đăng ký. • Tóm tắt những câu trả lời của khách, lưu lại và cập nhật hàng tháng. 	Họ làm gì để thư giãn, loại tạp chí/chương trình TV nào họ ưa thích, v.v.. Họ thích gì ở khách sạn?	
6. Biên soạn và tóm tắt thông tin nghiên cứu	Khi bạn tóm tắt thông tin thu thập theo tháng và theo mùa, bạn sẽ có định hướng để lập kế hoạch và ngân sách marketing cho năm sau.	<ul style="list-style-type: none"> • Tóm tắt từ 10-20 câu trả lời thường gặp ở khách hàng. <ul style="list-style-type: none"> - Dữ liệu quan trọng theo tháng và theo mục: - Nguồn gốc khách (đến từ nơi nào?) - Cách thức họ đặt buồng. - Lý do lưu trú tại khách sạn? - Lập danh sách địa chỉ thư tín. 	Xây dựng dữ liệu lưu trữ. Khi hoạt động kinh doanh có sự điều chỉnh, bạn luôn có thể so sánh với dữ liệu của năm trước, hoặc khi muốn lập kế hoạch cho hoạt động bán hàng và xúc tiến quảng bá.	

KHÁI NIỆM	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>7. Thống kê</p>	<p>Tổng quát số liệu từng tháng, từng năm về các hoạt động bán hàng và marketing.</p> <p>Lựa chọn và biên soạn số liệu thống kê theo phân đoạn thị trường.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tổng số đêm lưu trú theo khách hoặc theo công ty. • Tổng số đặt chỗ trước. • Tổng doanh số theo đầu khách hoặc theo công ty. • Số lượng gói dịch vụ đã bán. • Số đêm lưu trú cao nhất của 10-20 buồng. • Danh sách các hãng lữ hành và điều hành tour. • Đánh giá phản hồi từ hoạt động quảng cáo. • Giám sát những công ty mới. • Các công ty có quan hệ hợp tác. 	<p>Để giám sát và điều chỉnh kết quả marketing của khách sạn.</p> <p>Để xác định những khách hàng tiềm năng có số lượng lớn và giá trị nhất của khách sạn.</p>	