

**The Saigon International
University**



Khóa luận tốt nghiệp

Website: www.siu.edu.vn

Thành phố Hồ Chí Minh - 2024

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

QUẢN TRỊ KINH DOANH

Chuyên ngành

QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN

Đề tài

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO QUY TRÌNH PHỤC VỤ ĂN UỐNG TẠI
LOBBY LOUNGE CỦA KHÁCH SẠN SHERATON SAIGON GRAND OPERA**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. Trương Thị Hải Thuận

Sinh viên:

Lương Bảo Nghi

MSSV: 44012002084



**The Saigon
International
University**

Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên Lương Bảo Nghi xin cam đoan các số liệu, thông tin sử dụng trong bài Báo cáo tốt nghiệp này được thu thập từ nguồn thực tế tại Công ty, trên các sách báo khoa học chuyên ngành (*có trích dẫn đầy đủ và theo đúng quy định*) ; Nội dung trong báo cáo này do kinh nghiệm của bản thân được rút ra từ quá trình nghiên cứu và thực tế tại Sheraton Saigon Grand Opera Hotel **KHÔNG SAO CHÉP** từ các nguồn tài liệu, báo cáo khác.

Nếu sai sót Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm theo quy định của Nhà Trường và Pháp luật.

Sinh viên

Lương Bảo Nghi

LỜI CẢM ƠN

Em có thể thực hiện bài báo cáo này cho đến giai đoạn cuối cùng là nhờ sự hướng dẫn, hỗ trợ, quan tâm và chỉ bảo rất nhiệt tình từ thầy cô, bạn bè, đồng nghiệp trực tiếp cũng như gián tiếp.

Em rất biết ơn và gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến quý Thầy Cô của trường Đại học Quốc tế Sài Gòn đã dạy em những kiến thức, kinh nghiệm rất hữu ích và vô cùng quý báu từ khi em đặt chân đến ngôi trường này.

Đặc biệt hơn cả, em xin chân thành cảm ơn cô Trương Thị Hải Thuận đã tận tâm chỉ bảo hướng dẫn em qua từng buổi thảo luận, cô hướng dẫn em từ cách chọn đề tài nghiên cứu, cách trình bày bài, cách tìm tài liệu,...Chính nhờ những sự hướng dẫn đó mà em mới có thể hoàn thành một cách tốt nhất.

Em xin gửi một lời cảm ơn đến Ban giám đốc Sheraton Saigon Grand Opera Hotel cũng như các anh chị quản lý, đồng nghiệp đã cho em cơ hội được thực tập tại đây và em rất biết ơn với sự nhiệt tình chỉ bảo của các anh chị.

Và cuối cùng, với vốn kiến thức có hạn cũng như trong quá trình hoàn thành em sẽ không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong sẽ nhận được những ý kiến, đóng góp của quý Thầy Cô để em có thể rút kinh nghiệm.

Em xin chân thành cảm ơn!

TP. Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 07 năm 2024

Lương Bảo Nghi

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Kết cấu của đề tài	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KHÁCH SẠN	5
1.1. Tổng quan về khách sạn	5
1.1.1. Khái niệm khách sạn	5
1.1.2. Phân loại khách sạn	6
1.1.3. Cơ cấu tổ chức	8
1.1.4. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong khách sạn.....	9
1.2. Tổng quan về kinh doanh khách sạn	14
1.2.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn.....	14
1.2.2. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh khách sạn	15
1.2.3. Chức năng và nhiệm vụ của hoạt động kinh doanh khách sạn.....	16
1.2.4. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh khách sạn	17
1.3. Tổng quan về Lounge	18
1.3.1. Khái niệm Lounge	18
1.3.2. Cơ cấu tổ chức của Lounge	19
1.3.3. Phân loại Lounge	20
1.3.4. Chức năng và nhiệm vụ của Lounge	21
1.3.5. Đặc điểm của Lounge	21
1.3.6. Ý nghĩa của Lounge.....	22
1.4. Quy trình phục vụ tại Lobby Lounge	23
1.4.1. Khái niệm quy trình phục vụ	23

1.4.2. Các bước cơ bản của quy trình phục vụ tại Lobby Lounge	24
1.4.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến quy trình phục vụ tại Lobby Lounge	28
1.4.3.1. Các yếu tố bên ngoài	28
1.4.3.2. Yếu tố bên trong	29
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	30
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH PHỤC VỤ ĂN UỐNG TẠI LOBBY LOUNGE CỦA SHERATON SAIGON GRAND OPERA HOTEL	31
2.1. Tổng quan về tập đoàn Marriott International.....	31
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của tập đoàn.....	31
2.1.2. Các chương trình khách hàng thân thiết.....	32
2.1.3. Các thành tựu của tập đoàn.....	35
2.2. Tổng quan về khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera	36
2.2.1. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera	36
2.2.2. Bộ máy tổ chức, nhiệm vụ và chức năng của các phòng ban trong khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera	38
2.2.3. Tình hình nhân sự hiện tại của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera	44
2.2.4. Tình hình doanh thu của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera.....	47
2.2.5. Địa bàn kinh doanh của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera Hotel	49
2.2.6. Phương thức kinh doanh của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera	50
2.2.7. Khả năng cạnh tranh của khách sạn.....	51
2.2.8. Kết luận chung về tình hình kinh doanh của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera	52
2.3. Giới thiệu tổng quan về Lobby Lounge.....	53
2.3.1. Sơ lược về Lobby Lounge	53
2.3.2. Bộ máy tổ chức, nhiệm vụ và chức năng của từng vị trí trong Lobby Lounge..	55
2.3.3. Tình hình nhân sự của Lobby Lounge	58
2.3.4. Tình hình doanh thu của Lobby Lounge	58
2.3.5. Thực trạng quy trình phục vụ tại Lobby Lounge của Sheraton Grand Opera Hotel	61

2.3.6. Đánh giá thực trạng quy trình phục vụ tại Lobby Lounge của Sheraton Grand Opera Hotel.....	71
TÓM TẮT CHƯƠNG 2	74
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO QUY TRÌNH PHỤC VỤ ĂN UỐNG TẠI LOBBY LOUNGE CỦA SHERATON GRAND OPERA HOTEL.....	75
3.1. Định hướng phát triển của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera và của Lobby Lounge.....	75
3.1.1. Định hướng phát triển của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera trong tiến trình hội nhập quốc tế	75
3.1.2. Định hướng phát triển của Lobby Lounge.....	78
3.2. Giải pháp nâng cao quy trình phục vụ ăn uống của Lobby Lounge.....	79
3.2.1. Giải pháp 1: Hoàn thiện và nâng cao hệ thống cơ sở vật chất.....	79
3.2.2. Giải pháp 2: Đào tạo và huấn luyện nhân viên về việc chăm sóc khách hàng trong quá trình phục vụ khách.....	80
3.2.3. Giải pháp 3: Xây dựng mối quan hệ với các bộ phận có liên quan khác trong khách sạn	84
3.3. Kiến nghị	85
3.3.1. Kiến nghị với Ban Quản lý nhà hàng	85
3.3.2. Kiến nghị với Ban Giám đốc khách sạn	87
TÓM TẮT CHƯƠNG 3	89
KẾT LUẬN	90
TÀI LIỆU THAM KHẢO	91
PHỤ LỤC	Error! Bookmark not defined.

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

TỪ VIẾT TẮT	Ý NGHĨA
GM	General Manager
FOM	Front Office Manager
VIP	Very Important Person
VVIP	Very Very Important Person
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
F&B	Food and Beverage
Corp	Corporation
TA	Travel Agent
PR	Public Relation
CIP	Commercially Important Person
JW	John Williard
HKM	Housekeeping Manager
HK	Housekeeping

DANH MỤC CÁC BẢNG SỬ DỤNG

Bảng 2.1: Tình hình nhân sự của bộ phận F&B Sheraton Saigon Grand Opera Hotel

Bảng 2.2: Tình hình doanh thu của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera năm 2017 - 2019

Bảng 2.3: Tình hình nhân sự của Lobby Lounge

Bảng 2.4: Tình hình doanh thu của Lobby Lounge năm 2020-2024

Bảng 2.5: Các promotion đang được chạy tại Lobby Lounge

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH

Sơ đồ 1.1 Cơ cấu tổ chức của một khách sạn 4 đến 5 sao

Sơ đồ 1.2: Cơ cấu tổ chức của Lounge trong khách sạn 4 đến 5 sao

Hình 2.1: Logo của Tập đoàn Marriott International

Hình 2.3: Tài khoản thẻ thành viên Club Marriott

Hình 2.2: Tài khoản thẻ thành viên Marriott Bonvoy

Hình 2.4: Quy mô phủ sóng của Tập đoàn Marriott International

Hình 2.5: Logo khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera

Hình 2.6: Khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera

Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera Hotel

Hình 2.7: Sheraton Saigon Grand Opera Hotel đăng thông tin tuyển dụng vào tháng 05 năm 2023

Biểu đồ 2.1: Tình hình doanh thu của khách sạn Sheraton Saigon Grand Opera Hotel năm 2017 - 2019

Biểu đồ 2.2: Thống kê lượt khách Quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2014-2018

Biểu đồ 2.3: Tình hình doanh thu năm của khách sạn Sheraton Saigon

Hình 2.8 & 2.9: Lobby Lounge tại khách sạn Sheraton Grand Opera

Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức của Lobby Lounge

Hình 2.10 & 2.11: Các khu vực phục vụ khách tại Lobby Lounge

Hình 2.12: Sơ đồ các khu vực của Lobby Lounge

Bảng 2.6: Những thứ cần chuẩn bị khi phục vụ rượu bán chai

Sơ đồ 3.1: 06 cấp độ của dịch vụ

Sơ đồ 3.2: Quy trình cải tiến dịch vụ

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Việt Nam là đất nước đang trên đà phát triển, trong đó ngành kinh doanh nhà hàng khách sạn lại đã và đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nước ta. Việt Nam đang trên đường dần hội nhập với quốc tế, mở cửa đón tiếp các doanh nghiệp nước ngoài như những nước xung quanh chúng ta đã từng làm, có thể kể đến như Singapore, Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản,...Hiện tại chúng ta đã là thành viên của khối ASEAN, Liên Hợp Quốc và phấn đấu để trong tương lai gần, Việt Nam có thể gia nhập trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Và một điều không thể phủ nhận, Việt Nam thu hút được khá đông số lượng khách du lịch từ khắp nơi trên thế giới.

Theo Vietnam Report, 66.7% số doanh nghiệp cho rằng triển vọng ngành du lịch năm 2024 sẽ khả quan hơn rất nhiều. Theo đánh giá của chuyên gia thì năm 2024, ngành du lịch nước ta hoàn toàn có thể đạt được con số 14-15 triệu lượt khách nếu không có bất kỳ vấn đề gì phát sinh.

Trong những năm gần đây, không thể không kể đến đại dịch COVID-19 đã tác động không hề nhỏ đến nền kinh tế thế giới nói chung và của Việt Nam nói riêng, nhất là đối với ngành kinh doanh nhà hàng khách sạn là chịu ảnh hưởng vô cùng nặng nề. Chính vì chính sách giãn cách xã hội, không cho khách nước ngoài nhập cảnh vào Việt Nam khi chưa có giấy chứng nhận xét COVID đã khiến cho số lượng khách du lịch, công tác đến Việt Nam giảm số lượng đáng kể. Có nhiều doanh nghiệp thậm chí phải đóng cửa, nhân viên buộc nghỉ việc, có nhiều người chuyển sang ngành nghề khác để duy trì cuộc sống của bản thân.

Mãi cho đến năm 2021, khi đại dịch lui dần, Nhà nước mới bắt đầu cho phép hoạt động kinh doanh khách sạn trở lại, tuy nhiên vẫn chưa thực sự khởi sắc và vẫn chưa thể hoàn toàn hồi phục như trước đây được nữa. Việc này đòi hỏi các nhà quản trị phải nỗ lực rất nhiều để tìm ra các giải pháp thu hút khách du lịch, giúp tăng doanh thu và lợi nhuận cho khách sạn. Ngoài ra họ còn phải đối diện với yếu tố đối thủ cạnh tranh, đưa ra những ý tưởng sáng tạo để đẩy mạnh thực hiện kế hoạch phát triển là một trong những bài toán khó dành cho những nhà quản trị này.

Trong mọi yếu tố, yếu tố con người luôn là yếu tố đứng hàng đầu và cần ưu tiên nhiều nhất, khách sạn không chỉ cần đặt sự hài lòng của khách hàng lên đầu mà còn là

động lực cống hiến của nhân viên. Tập đoàn Marriott International có câu rất hay: “Take care of your associates, they will take care of the customer, and the customer will come back again and again”.

Sau hai đợt thực tập tại khách sạn thuộc Tập đoàn Marriott International nói chung và đợt thực tập năm cuối tại Sheraton Saigon Grand Opera Hotel nói riêng, em nhận thấy tuy đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng rất nhiều đến nền kinh tế Việt Nam, nhưng khách sạn vẫn thuộc top những khách sạn có chỉ số khách lưu trú cao nhất thời điểm lúc bấy giờ, tỉ lệ lấp đầy phòng luôn đạt ở mức cao. Ngoài ra, trên các nền tảng đánh giá chất lượng dịch vụ, khách sạn luôn nằm trong top đầu của Tripadvisor,... đã cho thấy phần nào sự thành công về mảng phục vụ khách du lịch nói chung và mảng dịch vụ ăn uống nói riêng. Chính vì những điều này khách sạn đã thu hút được rất nhiều những bạn sinh viên từ các trường đến đây để thực tập.

Từ những nguyên nhân trên em thấy được việc cải thiện và đưa ra giải pháp nhằm nâng cao quy trình phục vụ ăn uống là vô cùng cần thiết, không chỉ ngày càng có được nhiều sự tín nhiệm của khách hàng, mà còn nâng cao được giá trị thương hiệu cho khách sạn. Và đó cũng là tên đề tài mà em lựa chọn “Giải pháp nâng cao quy trình phục vụ ăn uống tại Lobby Lounge của Sheraton Saigon Grand Opera Hotel”.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Trong suốt thời gian 90 ngày thực tập với vị trí Thực tập sinh tại Lobby Lounge của khách sạn, công việc chính của em đó là nhân viên phục vụ, em đã làm quen và được hướng dẫn rất nhiều từ thầy cô, các anh chị đi trước, các bạn đồng trang lứa, lấy đó làm động lực em luôn cố gắng làm việc, cống hiến hết mình cho khách sạn. Qua quá trình thực tập em đã có cho mình những bài học quý giá, những kinh nghiệm, trải nghiệm làm hành trang trong con đường sự nghiệp sắp tới của bản thân. Những điều em được chỉ dạy, được tiếp thu trong quá trình thực tập tại Sheraton Saigon Grand Opera Hotel sẽ được trình bày trong nội dung khóa luận với mục đích như sau:

- Kiểm tra những kiến thức em đã được học trên ghế nhà trường bằng quá trình thực nghiệm để đúc kết lại những kiến thức, kinh nghiệm cho chính mình.
- Cơ hội để em áp dụng những kiến thức đã học, trau dồi thêm về mặt kỹ năng, nghiệp vụ của bản thân.

- Phân tích và đánh giá, từ đó đưa ra được ưu và nhược của quy trình phục vụ tại Sheraton Saigon Grand Opera Hotel nói chung và dịch vụ ăn uống tại Lobby Lounge nói riêng.
- Đóng góp một vài ý kiến cá nhân nhằm giúp Lobby Lounge sẽ ngày càng hoàn thiện quy trình phục vụ hơn để có thể thu hút được lượng khách nhiều hơn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Giải pháp nâng cao quy trình phục vụ

Phạm vi nghiên cứu gồm có phạm vi không gian và phạm vi thời gian như sau:

Đối với phạm vi không gian: Khu vực Lobby Lounge nằm ở tiền sảnh của khách sạn, tọa lạc tại số 88 Đồng Khởi, phường Bến Nghé, quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

Đối với phạm vi thời gian: Thực trạng hoạt động của Lobby Lounge trong khoảng thời gian 03 tháng thực tập từ 04/03/2024-08/06/2024.

4. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận tốt nghiệp được viết dựa trên những khái niệm, lý thuyết về mảng nhà hàng khách sạn, quy trình phục vụ ăn uống,...và bên cạnh đó, em còn sử dụng những phương pháp nghiên cứu sau:

Phương pháp thực nghiệm: Đó là em tự trải nghiệm khi làm việc 03 tháng tại khách sạn với vị trí nhân viên phục vụ Lobby Lounge.

Phương pháp phân tích và tổng hợp: Từ lý thuyết về khách sạn, lý thuyết về quy trình phục vụ ăn uống của bộ phận F&B kết hợp với những trải nghiệm thực tế, em đã đưa ra cho mình những đánh giá về những điểm ưu và khuyết của quy trình phục vụ ăn uống, từ đó để đưa ra những giải pháp tốt nhất cho Sheraton Saigon Grand Opera Hotel trong việc đưa ra giải pháp nâng cao quy trình phục vụ ăn uống tại khách sạn nói chung và tại Lobby Lounge nói riêng.

5. Kết cấu của đề tài

Ngoài Lời mở đầu và Kết luận. Khóa luận gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về giải pháp nâng cao quy trình phục vụ ăn uống trong khách sạn

Chương 2: Thực trạng quy trình phục vụ ăn uống tại Lobby Lounge của Sheraton Saigon Grand Opera Hotel

Chương 3: Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao quy trình phục vụ ăn uống tại bộ phận Lobby Lounge của Sheraton Saigon Grand Opera Hotel

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KHÁCH SẠN

1.1. Tổng quan về khách sạn

1.1.1. Khái niệm khách sạn

Thuật ngữ “hotel” xuất hiện vào cuối thế kỷ XVII, bắt nguồn từ tiếng Pháp, khách sạn được hiểu đơn giản là cơ sở cho thuê ở trọ (hay còn gọi là lưu trú) với các phòng ngủ có đầy đủ tiện nghi, nhưng những cơ sở này thường dành cho những người giàu có lúc bấy giờ vì giá phòng đắt đỏ của nó. Tuy nhiên mãi đến thế kỷ XIX, hai từ “khách sạn” mới dần được sử dụng rộng rãi và phổ biến ở các nước khác. Định nghĩa về “khách sạn” vẫn còn tùy thuộc vào quốc gia mà họ sẽ có những định nghĩa khác nhau.

Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 06 năm 2007 định nghĩa:

“Khách sạn (hotel) là cơ sở lưu trú du lịch, có quy mô từ mười buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị và dịch vụ cần thiết phục vụ khách lưu trú và sử dụng dịch vụ”.

Theo thông tư số 01/2002/TT-TCDL ngày 27 tháng 04 năm 2001 của Tổng cục Du lịch về hướng dẫn thực hiện Nghị định số 39/2000/NĐ-CP của Chính phủ về cơ sở lưu trú du lịch đã ghi rõ:

“Khách sạn (Hotel) là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập, có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch”.

Trích trong cuốn hệ thống các văn bản hiện hành của quản lý du lịch - Tổng cục du lịch Việt Nam 1997 thì khách sạn được định nghĩa như sau:

“Khách sạn du lịch là cơ sở kinh doanh phục vụ khách du lịch quốc tế và trong nước đáp ứng nhu cầu về các mặt ăn, nghỉ, vui chơi giải trí và các dịch vụ cần thiết khác trong phạm vi khách sạn”.

Như vậy, ta có thể hiểu khách sạn là một công trình kiến trúc với nhiều phòng ngủ, được trang bị đầy đủ các tiện nghi phục vụ cho nhu cầu lưu trú và ẩm thực của

khách du lịch. Tùy vào hạng của khách sạn cũng như hạng phòng mà các tiện nghi đi kèm có thể ở mức tối thiểu hay cao hơn.

1.1.2. Phân loại khách sạn

Việc phân loại khách sạn rất đa dạng, tùy theo tiêu chí phân loại mà có các loại khách sạn khác nhau. Một số cách phân loại khách sạn phổ biến:

1.1.2.1. Phân loại khách sạn theo vị trí địa lý

❖ Khách sạn thành phố (City center hotels/ downtown hotels)

Khách sạn thành phố là khách sạn được xây dựng ở những trung tâm thành phố lớn, các khu dân cư, khu đô thị đông đúc nhằm phục vụ các đối tượng khách đi công tác, hội nghị, hội thảo,... Ở Việt Nam, các khách sạn có thứ hạng cao cấp đa phần tọa lạc tại thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội...

❖ Khách sạn ven đô (Suburb hotels)

Khách sạn ven đô là khách sạn thường được xây dựng ở ngoại vi thành phố hoặc gần một điểm du lịch như đền thờ, chùa, miếu,... nằm khu vực ngoài đô thị. Các khách sạn này chủ yếu nhắm đến khách có nhu cầu nghỉ dưỡng cao như đi nghỉ cuối tuần, các đoàn khách đi du lịch dã ngoại, tham quan,...

❖ Khách sạn ven đường (Highway hotels)

Khách sạn ven đường là khách sạn được xây dựng theo các tuyến đường quốc lộ nhằm phục vụ đối tượng khách đi lại trên tuyến đường quốc lộ, cao tốc sử dụng các phương tiện giao thông như ô tô, mô tô với mức giá nằm ở mức trung bình.

❖ Khách sạn sân bay (Airport hotels)

Khách sạn sân bay là khách sạn được xây dựng gần các sân bay quốc tế lớn, khách sạn này nhắm đến đối tượng khách chủ yếu là các nhân viên trong đội bay của các hãng hàng không, hành khách dừng chân quá cảnh tại sân bay do lịch trình bắt buộc phải chờ trong quá trình trung chuyển hoặc vì bất kỳ một lý do đột xuất nào khác.

1.1.2.2. Phân loại khách sạn theo mức giá

❖ Khách sạn sang trọng (Luxury hotels)

Khách sạn sang trọng là khách sạn thể hiện được tiêu chuẩn sang trọng nhất, cao nhất, hoàn hảo nhất từ các khía cạnh như vị trí tọa lạc, thiết kế nội thất, chất lượng phục vụ, cơ sở vật chất,... và giá cả hiển nhiên thuộc loại đắt đỏ.

❖ *Khách sạn với dịch vụ đầy đủ (Full-service hotels)*

Khách sạn với dịch vụ đầy đủ là khách sạn cung cấp đầy đủ các loại hình dịch vụ và tiện nghi cho khách như đặt phòng, nhà hàng, phòng họp, bar, lounge và các dịch vụ bổ sung khác như hồ bơi, gym, spa, giặt ủi, dịch vụ vận chuyển,...

❖ *Khách sạn bình dân (Economy hotels)*

Khách sạn bình dân là khách sạn có giá cả ở mức vừa phải, phù hợp với số đông những người có mức thu nhập trung bình, chủ yếu chỉ phục vụ về nhu cầu lưu trú, có thể có hoặc không có dịch vụ ăn uống, nằm xa trung tâm thành phố, gần các tuyến đường quốc lộ hoặc đầu mối giao thông như ga tàu lửa, sân bay,...Đối tượng khách mà loại hình khách sạn này nhắm đến thường là gia đình hoặc khách du lịch theo đoàn.

1.1.2.3. Phân loại theo chức năng

❖ *Khách sạn thương mại (Commercial hotels)*

Khách sạn thương mại hiện nay có quy mô trung bình khoảng từ 100 đến 150 phòng, đối tượng chủ yếu là các doanh nhân, khách công vụ tham gia hội nghị, hội thảo, cuộc họp,...Loại khách sạn này ngoài dịch vụ phòng lưu trú và phòng họp sang trọng, còn có quầy bar, nhà hàng,...

❖ *Khách sạn định cư (Resident hotels)*

Khách sạn định cư nhắm đến đối tượng khách lưu trú thời gian dài, cung cấp phòng ngủ và phòng tắm riêng biệt, dịch vụ lễ tân, an ninh,...Đặc biệt khách sạn các phòng đều có bếp và được trang bị rất đầy đủ.

❖ *Khách sạn hội nghị (Convention hotels)*

Khách sạn hội nghị là khách sạn có quy mô lớn, tọa lạc ngay trung tâm thành phố, trung tâm hội nghị và gần các khách sạn hội nghị khác. Khách sạn này thường sẽ có các phòng hội nghị đa dạng, các khu vực biểu diễn, triển lãm,...để đáp ứng các tính chất của nhiều hội nghị. Hiện nay, khách sạn hội nghị còn có xu hướng mở rộng ra với nhiều nhà hàng, cơ sở trung tâm tiệc cưới,...

❖ *Khách sạn nghỉ dưỡng (Resort hotels)*

Khách sạn nghỉ dưỡng ở Việt Nam thường được gọi là khu du lịch (hay còn được biết đến với tên resort). Các khách sạn này thường nằm ở xa trung tâm thành phố, gần thiên nhiên như vùng biển, vùng núi, vùng có những cảnh quan thiên nhiên đẹp,...và

nhắm đến đối tượng khách yêu thích du lịch nghỉ mát, nghỉ dưỡng, khách sạn thường sẽ phục vụ theo mùa hoặc quanh năm.

1.1.2.4. Phân loại theo liên kết

❖ *Khách sạn độc lập (Independent hotels)*

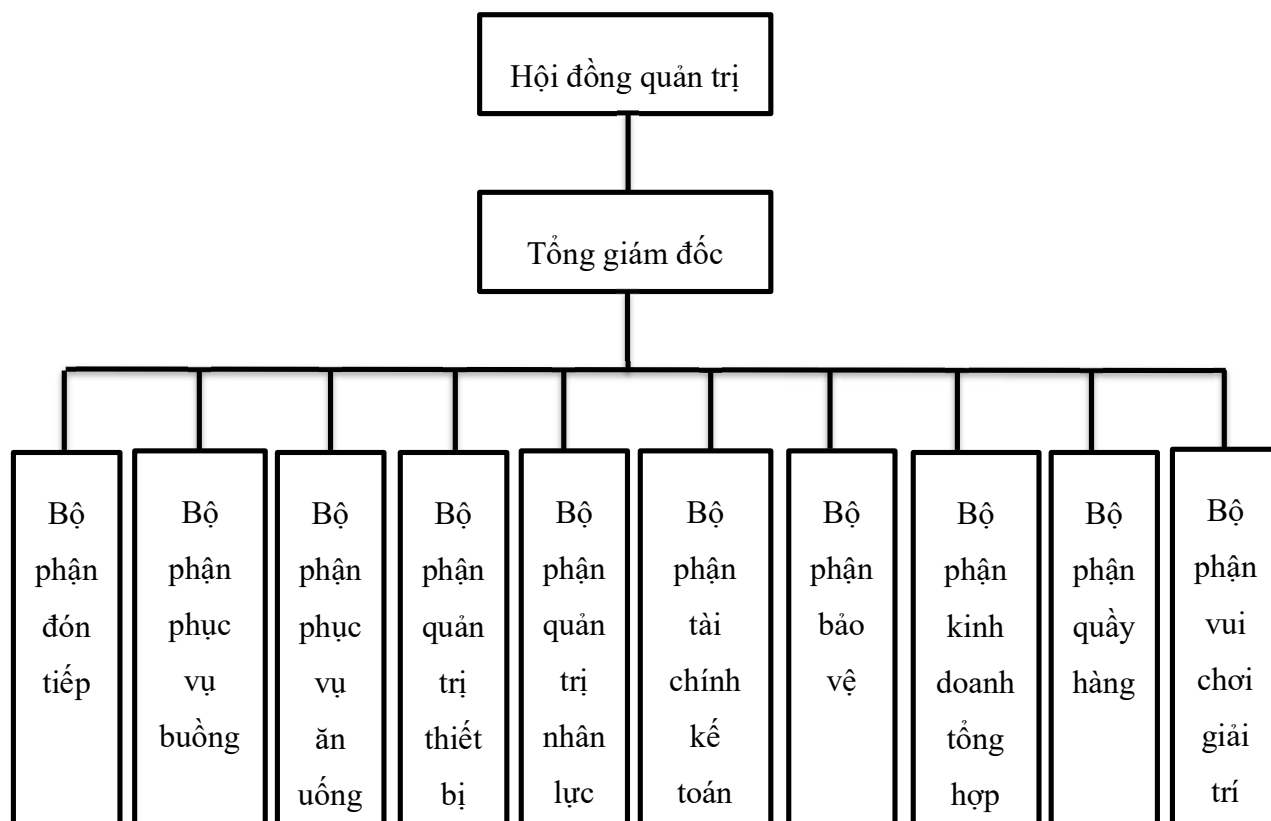
Khách sạn độc lập là khách sạn thường do một chủ đầu tư đứng ra quản lý và không liên quan đến thương hiệu của bất kỳ một tập đoàn nào. Thường được điều hành bởi chủ đầu tư hoặc thuê người điều hành nhưng chủ đầu tư sẽ chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh cuối cùng của khách sạn.

❖ *Khách sạn liên kết theo chuỗi (Chain affiliations)*

Khách sạn liên kết theo chuỗi là khách sạn nằm trong một nhóm các khách sạn đồng nhất về quy trình hoạt động theo tiêu chuẩn của thương hiệu, từ cách tiếp thị, quản lý, nghiệp vụ, chất lượng,...Hiện nay trên thế giới có thể kể đến một vài chuỗi khách sạn nổi tiếng như Marriott, Sheraton, Renaissance, Intercontinental, Hyatt,...

1.1.3. Cơ cấu tổ chức của một khách sạn 4 đến 5 sao

Sơ đồ 1.1 Cơ cấu tổ chức của một khách sạn 4 đến 5 sao



(Nguồn: PGS.TS Nguyễn Văn Mạnh và TS. Hoàng Thị Lan Hương (2013), Giáo trình Quản trị Kinh doanh Khách sạn, NXB Đại học kinh tế Quốc dân, Hà Nội, 187)

1.1.4. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong khách sạn

❖ Hội đồng Quản trị (Board of Director)

Chức năng: Cơ quan có quyền lực lớn nhất của khách sạn, bao gồm các đại biểu do điều lệ của khách sạn và tuân theo các điều khoản pháp lý đang hiện hành quy định, đặc điểm tính chất hoặc hình thức sở hữu mà khách sạn đó thuộc về.

Nhiệm vụ:

- Thực hiện hợp đồng và phụ lục hợp đồng đã ký kết với các đối tác bên ngoài.
- Thi hành và sửa đổi điều lệ của khách sạn theo khuôn khổ cho phép của pháp lý.
- Đưa ra những phương hướng phát triển đúng đắn theo phương châm của khách sạn hoặc theo định hướng phát triển đã đề ra.
- Phê chuẩn các hợp đồng và thỏa thuận quan trọng trong khách sạn.
- Bộ phận tối cao có thể bổ nhiệm cho Tổng Giám đốc, Phó Tổng giám đốc, Kế toán trưởng, Trưởng ban kiểm toán hay còn được biết đến là thẩm định.
- Chủ tịch Hội đồng Quản trị là người nắm quyền lực tối cao trong Hội đồng Quản trị

❖ Tổng giám đốc (General Manager-GM)

Chức năng: Người đứng đầu chịu trách nhiệm trong công việc quản lý, điều hành mọi hoạt động trong khách sạn. Người sẽ cùng với Ban Giám đốc và Hội đồng Quản trị họp để đưa ra các định hướng, kế hoạch phát triển trong tương lai gần, vạch ra những chiến lược và hướng đi cụ thể. Bên cạnh đó, bên cạnh Tổng Giám đốc sẽ có 01 thư ký riêng để hỗ trợ nhằm giảm sức nặng, tránh công việc bị quá tải.

Nhiệm vụ:

Triệu tập các buổi hội nghị, viết báo cáo tổng kết theo từng quý hoặc từng năm. Đón tiếp các khách hàng quan trọng đối với Hội đồng Quản trị cũng như là đối với khách sạn.

Xử lý các công việc đột xuất quan trọng và điều hành toàn bộ hoạt động của khách sạn.

❖ Bộ phận đón tiếp khách (Front Office)