

SÁCH MỚI XUẤT BẢN (CÙNG TÁC GIẢ)



- Khái quát về đàm phán
- Lập kế hoạch đàm phán
- Công cụ, chiến thuật và kỹ thuật đàm phán

- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược trong tổ chức du lịch
- Xây dựng, đánh giá và lựa chọn chiến lược
- Chiến lược du lịch trong môi trường toàn cầu.



Đón đọc các sách tác giả đã phát hành



BỘ GIAO THÔNG VẬN TẢI HỌC VIỆN HÀNG KHÔNG VIỆT NAM

Chủ biên: PGS TS Hà Nam Khánh Giao
ThS Đoàn Quang Đồng - ThS Huỳnh Diệp Trâm Anh

Giáo trình

QUẢN TRỊ CƠ SỞ LƯU TRỮ DU LỊCH



GIỚI THIỆU TÁC GIẢ

PGS TS CVCC Hà Nam Khánh Giao hiện là Trưởng Khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam. Ông từng là Viện Trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế Ứng dụng; Trưởng Khoa Đào tạo Sau Đại học; Trưởng Khoa Du lịch, trường Đại học Tài chính – Marketing.

Ông tốt nghiệp cử nhân Kinh tế tại trường Đại học Kinh tế TP HCM, MBA tại Asian Institute of Technology – AIT, PhD tại Nanyang Technological University – NTU, được công nhận chức danh Phó Giáo sư năm 2011.

Ông hiện là thành viên Hội đồng Khoa học và Đào tạo một số chương trình đào tạo MBA và PhD, thành viên Ban Biên tập và phản biện của 12 tạp chí trong và ngoài nước. Đến nay, Ông tham gia hướng dẫn 12 nghiên cứu sinh và hơn 250 thạc sĩ, đăng hơn 200 bài viết khoa học, chủ nhiệm 10 đề tài cấp Bộ và 10 đề tài cấp cơ sở, chủ biên 4 Sách chuyên khảo, 12 Giáo trình, 20 Tài liệu tham khảo.

Ngoài ra, Ông từng là thành viên điều hành trong các tập đoàn Pepsi VN; Bronwick & Association; Bates Worldwide Advertising Agency, New Generation Co.; Giao Co., Gioaviec Co., GIMO Co.; và là tư vấn quản lý nhiều tập đoàn, công ty, ngân hàng trong và ngoài nước.

Với kinh nghiệm học thuật và thực tiễn, PGS TS GVCC Hà Nam Khánh Giao mong muốn đóng góp vào việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, góp phần vào việc phát triển kinh tế Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới.



NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH



BỘ GIAO THÔNG VẬN TẢI
HỌC VIỆN HÀNG KHÔNG VIỆT NAM



Chủ biên: PGS TS Hà Nam Khánh Giao
ThS Đoàn Quang Đồng – ThS Huỳnh Diệp Trâm Anh

Giáo trình

QUẢN TRỊ CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	xv
Chương 1: TỔNG QUAN VỀ NGÀNH LƯU TRÚ DU LỊCH	1
1.1. Một số khái niệm cơ bản.....	1
1.1.1. Khái niệm du lịch.....	1
1.1.2. Khái niệm sản phẩm du lịch.....	3
1.1.3. Khái niệm cơ sở lưu trú du lịch.....	4
1.1.4. Khái niệm kinh doanh lưu trú du lịch.....	5
1.2. Đặc điểm của kinh doanh ngành lưu trú du lịch.....	5
1.2.1. Đặc điểm về sản phẩm.....	5
1.2.2. Đặc điểm trong mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng.....	6
1.2.3. Đặc điểm của quá trình tổ chức kinh doanh.....	6
1.2.4. Đặc điểm của việc sử dụng các yếu tố cơ bản trong kinh doanh.....	6
1.2.5. Đặc điểm của đối tượng phục vụ.....	7
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển kinh doanh của ngành lưu trú.....	7
1.3.1. Nhu cầu du lịch.....	7
1.3.2. Tài nguyên du lịch.....	7
1.3.3. Hệ thống kết cấu hạ tầng.....	7
1.3.4. Tình hình phát triển kinh tế.....	8
1.3.5. Tiến bộ khoa học kỹ thuật.....	8
1.3.6. Chính sách của Nhà nước.....	8
1.4. Phân loại các cơ sở lưu trú du lịch.....	8
1.4.1. Khách sạn (Hotel).....	8
1.4.2. Khách sạn ven xa lộ (Motel) (Motor hotel hay Motorists' hotel).....	9

1.4.3. Khu phức hợp (Complex): Gồm làng du lịch và resort:	10
1.4.4. Bãi cắm trại (Camp Site).....	10
1.4.5. Căn hộ du lịch (Tourist Apartment)	11
1.4.6. Nhà khách phục vụ sáng (Bed & Breakfast – B&B)	12
1.4.7. Nhà nghỉ kinh doanh du lịch (Tourist Guest House).....	12
1.4.8. Biệt thự kinh doanh du lịch (Tourist Villa).....	12
1.5. Xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch.....	12
1.5.1. Điều kiện kinh doanh Cơ sở lưu trú du lịch tại Việt nam.....	12
1.5.2. Sự cần thiết.....	13
1.5.3. Các căn cứ (tiêu chuẩn) xếp hạng cơ sở lưu trú.....	13
1.5.4. Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn	13

Chương 2: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC TRONG KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

2.1. Chiến lược kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.....	23
2.1.1. Khái niệm	23
2.1.2. Vai trò của chiến lược.....	25
2.1.3. Phân loại chiến lược kinh doanh	26
2.1.4. Chiến lược ở đơn vị kinh doanh (SBU).....	26
2.2. Hoạch định chiến lược trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.....	27
2.2.1. Khái niệm	27
2.2.2. Quy trình hoạch định chiến lược trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	28
2.2.3. Phương pháp hoạch định chiến lược kinh doanh cho ngành	36
2.3. Xây dựng chiến lược kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.....	45
2.3.1. Nghiên cứu nhu cầu của khách hàng	45

2.3.2. Phân đoạn, lựa chọn và định vị trên thị trường mục tiêu	46
2.3.3. Phân tích nguồn lực và năng lực cốt lõi của doanh nghiệp	47
2.3.4. Thiết kế chiến lược kinh doanh	48
2.3.5. Lựa chọn chiến lược kinh doanh	48
2.3.6. Các chính sách thực thi chiến lược kinh doanh.....	49
Chương 3: CƠ CẤU TỔ CHỨC VÀ QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC TRONG KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH.....	52
3.1. Cơ cấu tổ chức.....	52
3.1.1. Các bộ phận trong cơ sở lưu trú.....	52
3.1.2. Một số cơ cấu tổ chức cơ sở lưu trú thường gặp	57
3.2. Quản trị nguồn nhân lực trong kinh doanh cơ sở lưu trú.....	60
3.2.1. Một số khái niệm	60
3.2.2. Môi trường.....	60
3.2.3. Nhân lực và công việc.....	63
3.2.4. Lương bổng.....	72
3.2.5. Quan hệ giữa các nhân viên trong cơ sở lưu trú du lịch.....	74
3.2.6. Công đoàn.....	74
3.2.7. Huấn luyện và đào tạo	75
3.2.8. Các chế độ nghỉ việc và bồi thường	77
3.2.9. Các yếu tố khác	78
3.3. Tổng quản lý cơ sở lưu trú du lịch.....	78
Chương 4: QUẢN TRỊ VÀ VẬN HÀNH BỘ PHẬN LỄ TÂN CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH.....	83
4.1. Giới thiệu bộ phận lễ tân cơ sở lưu trú du lịch.....	84
4.2. Cơ cấu tổ chức.....	84

4.3. Quản trị và vận hành các khu vực thuộc bộ phận lễ tân cơ sở lưu trú du lịch	86
4.3.1. Quản trị và vận hành khu vực tổng đài.....	86
4.3.2. Quản trị và vận hành khu vực đặt phòng.....	89
4.3.3. Quản trị và vận hành khu vực quầy tiếp tân.....	95
4.3.4. Quản trị và vận hành khu vực quan hệ khách hàng	107
4.3.5. Quản trị và vận hành khu vực hỗ trợ đón tiếp (Concierge)	110
4.3.6. Quản trị và vận hành khu vực trung tâm dịch vụ hành chính văn phòng.....	115
4.3.7. Quản trị và vận hành khu vực quản lý hành lý và gác cửa.....	117
4.3.8. Giải quyết xung đột và phàn nàn	121
4.4. Phương pháp xác định giá cho thuê phòng	123
4.4.1. Phương pháp định giá dựa vào thị trường	123
4.4.2. Định giá dựa vào chi phí.....	125

Chương 5: QUẢN TRỊ BUÔNG TRONG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH 137

5.1. Giới thiệu bộ phận quản lý phòng cơ sở lưu trú du lịch	138
5.2. Sắp xếp lịch làm việc cho nhân viên.....	150
5.3. Quản trị công việc hàng ngày của bộ phận quản lý phòng cơ sở lưu trú du lịch.....	162
5.3.1. Quản trị và vận hành KV quản lý đồng phục và đồ vải	162
5.3.2. Quản trị và vận hành khu vực giặt ủi	171
5.3.3. Quản trị và vận hành khu vực vệ sinh phòng khách	179
5.3.4. Quản trị và vận hành vệ sinh khu vực công cộng.....	194
5.3.5. Quản trị và vận hành khu vực hoa.....	197
5.4. Báo cáo và kiểm kê	200
5.5. Tỷ số luân chuyển nhân viên (Turnover Rate – TR).....	203

Chương 6: QUẢN TRỊ KINH DOANH DỊCH VỤ ĂN UỐNG

TRONG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH	207
6.1. Giới thiệu bộ phận ẩm thực trong cơ sở lưu trú du lịch	208
6.1.1. Định nghĩa nhà hàng	208
6.1.2. Các khu vực thuộc bộ phận ẩm thực trong cơ sở lưu trú du lịch....	209
6.1.3. Mô hình tổ chức trong bộ phận ẩm thực	213
6.1.4. Trưởng bộ phận ẩm thực trong cơ sở lưu trú du lịch.....	216
6.2. Bữa ăn và thực đơn theo bữa ăn.....	216
6.2.1. Giới thiệu bữa ăn	217
6.2.2. Thực đơn theo bữa ăn	222
6.3. Quản trị hoạt động kinh doanh ăn uống trong cơ sở lưu trú du lịch....	230
6.3.1. Nhân lực tạo ra sản phẩm và dịch vụ	230
6.3.2. Quản lý hoạt động chế biến món ăn.....	238
6.3.3. Quản lý hoạt động kinh doanh của bộ phận ẩm thực	258

Chương 7: MARKETING VÀ BÁN SẢN PHẨM TRONG

KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH	273
7.1. Giới thiệu bộ phận S&M trong cơ sở lưu trú du lịch.....	273
7.2. Một số phương pháp marketing và bán sản phẩm	275
7.2.1. Phân tích cạnh tranh và tạo dựng hình ảnh đặc trưng cho sản phẩm và dịch vụ	276
7.2.2. Định giá	276
7.2.3. Khảo sát ý kiến khách hàng bằng điện thoại	276
7.2.4. Bán hàng.....	278
7.2.5. Đặt và giữ chỗ trước	279
7.2.6. Quảng cáo	281
7.2.7. Khuyến mãi.....	285

7.2.8. Tờ rơi và các ấn phẩm	286
7.2.9. Quan hệ công chúng.....	286
7.3. Quy trình marketing và bán sản phẩm trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.....	287
7.4. Quản lý và định giá.....	290

Chương 8: HỢP ĐỒNG QUẢN LÝ VÀ NHƯỢNG QUYỀN TRONG KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH..... 295

8.1. Hợp đồng quản lý cơ sở lưu trú du lịch.....	295
8.1.1. Khái niệm.....	295
8.1.2. Ưu và nhược điểm	296
8.1.3. Các loại hình hợp đồng quản lý cơ sở lưu trú du lịch.....	298
8.1.4. Lựa chọn công ty hợp đồng quản lý cơ sở lưu trú du lịch.....	299
8.1.5. Chi phí cho hợp đồng quản lý cơ sở lưu trú du lịch.....	299
8.2. Hợp đồng nhượng quyền.....	300
8.2.1. Khái niệm.....	300
8.2.2. Ưu và nhược điểm	302
8.2.3. Thủ tục của một hợp đồng nhượng quyền cơ sở lưu trú du lịch	302
8.2.4. Chi phí cho một hợp đồng nhượng quyền cơ sở lưu trú du lịch	303
8.2.5. Vấn đề tài chính trong hợp đồng nhượng quyền cơ sở lưu trú du lịch	304
8.2.6. Lựa chọn công ty nhượng quyền cơ sở lưu trú du lịch.....	305
8.2.7. Các yếu tố khác trong hợp đồng nhượng quyền cơ sở lưu trú du lịch	307
8.2.8. Marketing trong hoạt động nhượng quyền cơ sở lưu trú du lịch.....	309

Chương 9: QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH.....	315
9.1. Một số khái niệm cơ bản.....	315
9.1.1. Khái niệm tiêu chuẩn.....	315
9.1.2. Khái niệm chất lượng.....	316
9.1.3. Khái niệm dịch vụ.....	316
9.1.4. Chất lượng dịch vụ trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	317
9.2. Đặc điểm của dịch vụ trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.....	320
9.3. Đánh giá chất lượng dịch vụ của cơ sở lưu trú du lịch.....	320
9.3.1. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.....	321
9.3.2. Quản trị chất lượng toàn diện	323
9.3.3. Đánh giá chất lượng dịch vụ của cơ sở lưu trú du lịch theo mô hình Servqual	325
Chương 10: KIỂM SOÁT TÀI CHÍNH TRONG KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH	339
10.1. Giới thiệu bộ phận tài chính trong cơ sở lưu trú du lịch.....	339
10.2. Dự báo và hoạch định ngân sách trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	342
10.2.1. Dự báo (Forecasting)	342
10.2.2. Hoạch định ngân sách (Budgeting)	351
10.3. Khai phá dữ liệu trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	357
10.3.1. Công cụ khai phá dữ liệu ứng dụng trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	359
10.3.2. Một số ứng dụng về khai phá dữ liệu trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.....	360

10.3.3. Một số hướng dẫn giúp việc khai phá dữ liệu mang lại hiệu quả	362
10.3.4. Một số điểm hạn chế	365
Chương 11: ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG KINH DOANH CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH.....	371
11.1. Một số khái niệm	371
11.1.1. Công nghệ thông tin là gì?.....	371
11.1.2. Hệ thống thông tin là gì?	374
11.1.3. Khái niệm thương mại điện tử.....	376
11.2. Tầm quan trọng của công nghệ thông tin trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	378
11.3. Các xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý cơ sở lưu trú du lịch	379
11.3.1. Sử dụng phần mềm quản lý cơ sở lưu trú du lịch.....	379
11.3.2. Ứng dụng công nghệ e-marketing trong kinh doanh lưu trú.....	382
11.4. Airbnb và mô hình kinh doanh Airbnb tại Việt Nam.....	385
11.4.1. Khái niệm Airbnb.....	385
11.4.2. Mô hình kinh doanh Airbnb tại Việt Nam.....	385
TÀI LIỆU THAM KHẢO	390
PHỤ LỤC	405

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1.	Ma trận SWOT	41
Bảng 2.2.	Tính điểm hấp dẫn cho từng chiến lược	45
Bảng 3.1.	Thông tin hai chiều giữa nhà tuyển dụng và ứng viên.....	69
Bảng 4.1.	Bảng giá và công suất phòng	129
Bảng 4.2.	Gán trọng số cho từng loại phòng	129
Bảng 4.3.	Định giá cho các loại phòng khác nhau	130
Bảng 4.4.	Định giá cho các loại phòng khác nhau theo mùa vụ.....	131
Bảng 5.1.	Nhân sự phụ trách sắp duty roster cho nhân viên BP phòng	150
Bảng 5.2.	Mẫu sắp duty roster khu vực tầng (từ ngày 25 dành để tính lương cho nhân viên để họ kịp lãnh vào cuối tháng)	153
Bảng 5.3.	Các loại phòng phổ biến trong cơ sở lưu trú du lịch	182
Bảng 5.4.	Quy trình vệ sinh một phòng khách đã trả	186
Bảng 5.5.	Quy trình vệ sinh một phòng khách đang lưu trú	188
Bảng 6.1.	Ascorbic Acid (Vitamin C)	241
Bảng 6.2.	Thành phần dinh dưỡng của một số loại sữa thông dụng	244
Bảng 6.3.	Thành phần dinh dưỡng của một quả trứng	245
Bảng 6.4.	Thành phần dinh dưỡng (số % đã được làm tròn số) của một số loại thịt được tính trong 100 g	256
Bảng 7.1.	Phiếu khảo sát ý kiến khách hàng bằng điện thoại	277
Bảng 7.2.	Mô hình ma trận SWOT	288
Bảng 10.1.	Lịch sử tổng lượng phòng bán được trong 20 năm	344
Bảng 10.2.	Dự báo tổng lượng phòng năm 2023 bằng phương pháp đường trung bình di động	346
Bảng 10.3.	Dự báo tổng lượng phòng năm 2023 bằng phương pháp trung bình gia quyền	347
Bảng 10.4.	Dự báo tổng lượng phòng năm 2023 bằng phương pháp phân tích chuỗi thời gian	348
Bảng 10.5.	Tổng hợp kết quả các phương pháp dự báo	350

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Mô hình 5 yếu tố cạnh tranh của môi trường vi mô của Michael Porter	32
Hình 2.2. Các giai đoạn quản trị chiến lược	38
Hình 3.1. Cách bố trí phân khu chức năng tại Resort	59
Hình 3.2. Nội dung quản trị nguồn nhân lực trong cơ sở lưu trú	61
Hình 3.3. Các mối quan hệ đến bảng mô tả công việc	64
Hình 3.4. Mối quan hệ giữa đào tạo và yêu cầu của cơ sở lưu trú du lịch	75
Nhóm hình 4.1. Một số hình ảnh về concierge.....	111
Hình 9.1. Suy luận về sự hài lòng hoàn toàn của khách hàng	322

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức một cơ sở lưu trú du lịch lớn ở Việt Nam	58
Sơ đồ 3.2. Sơ đồ tổ chức một cơ sở lưu trú du lịch vừa ở Việt Nam	58
Sơ đồ 3.3. Sơ đồ tổ chức một cơ sở lưu trú du lịch lớn ở Việt Nam	59
Sơ đồ 4.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của bộ phận lễ tân cơ sở lưu trú du lịch	85
Sơ đồ 5.1. Mô hình mẫu về thiết kế bộ phận phòng	140
Sơ đồ 5.2. Sơ đồ tổ chức bộ phận phòng trong một cơ sở lưu trú du lịch nhỏ	142
Sơ đồ 5.3. Sơ đồ tổ chức bộ phận phòng trong một cơ sở lưu trú du lịch vừa	143
Sơ đồ 5.4. Sơ đồ tổ chức bộ phận phòng trong một cơ sở lưu trú du lịch lớn	144
Sơ đồ 5.5. Mối liên hệ giữa bộ phận phòng và các bộ phận hay khu vực khác trong cơ sở lưu trú du lịch	146
Sơ đồ 5.6. Cơ cấu nhân sự trong khu vực quản lý đồng phục và đồ vải	163
Sơ đồ 5.7. Cơ cấu nhân sự trong khu vực giặt ủi	172
Sơ đồ 5.8. Quy trình xử lý giặt ủi đồng phục nhân viên tại cơ sở lưu trú du lịch	173
Sơ đồ 5.9. Quy trình giao nhận đồ giặt ủi của khách	175
Sơ đồ 5.10. Quy trình xử lý giặt ủi đồ chất đống	178
Sơ đồ 5.11. Cơ cấu nhân sự trong khu vực tầng	180
Sơ đồ 5.12. Cơ cấu nhân sự trong vệ sinh khu vực công cộng	195
Sơ đồ 5.13. Cơ cấu nhân sự trong khu vực hoa	197
Sơ đồ 6.1. Tổ chức bộ phận ẩm thực trong cơ sở lưu trú du lịch có quy mô nhỏ	213
Sơ đồ 6.2. Tổ chức bộ phận ẩm thực trong cơ sở lưu trú du lịch có quy mô vừa	214

Sơ đồ 6.3. Tổ chức bộ phận ẩm thực trong cơ sở lưu trú du lịch có quy mô lớn	215
Sơ đồ 7.1. Cơ cấu tổ chức của bộ phận S&M trong cơ sở lưu trú du lịch	274
Sơ đồ 9.1. Năm sự khác biệt của mô hình SERVQUAL	329
Sơ đồ 10.1. Một mô hình dự báo điển hình trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch	343
Sơ đồ 11.1. Tóm tắt việc sử dụng phân mềm quản lý cơ sở lưu trú du lịch Tầm quan trọng của PMS	381

LỜI MỞ ĐẦU

Hòa cùng sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch nói chung, mảng kinh doanh lưu trú và các dịch vụ bổ sung phải nâng cao chất lượng dịch vụ của mình để phục vụ khách du lịch một cách tốt nhất, và đúng chuẩn trong môi trường kinh doanh quốc tế, và một trong những nhân tố đặc biệt quan trọng đóng góp cho sự phát triển này chính là đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao các chuyên ngành quản trị du lịch, chuyên ngành khách sạn – nhà hàng, và giáo trình là một trong những yếu tố cốt lõi đóng góp phần quan trọng cho sự thành công trong công tác đào tạo này.

Kinh doanh lưu trú có nhiều loại hình khác nhau, chẳng hạn như khách sạn, resort, khách sạn sòng bạc, khu du lịch, làng du lịch, tàu du lịch, biệt thự du lịch, lều du lịch... trong đó loại hình khách sạn chiếm tỷ trọng lớn và mang nhiều đặc trưng nhất trong ngành kinh doanh lưu trú. Khách sạn có tiêu chuẩn chất lượng càng cao thì các hoạt động phục vụ càng chuyên nghiệp, do vậy, quyển giáo trình này nghiên cứu hoạt động kinh doanh của một khách sạn với dịch vụ đầy đủ và đạt tiêu chuẩn 5 sao, từ tiêu chuẩn này, nếu bạn đọc muốn điều chỉnh cho phù hợp với các cấp độ tiêu chuẩn chất lượng thấp hơn của khách sạn thì cũng khá dễ dàng.

Để quyển Giáo trình Quản trị cơ sở lưu trú du lịch gần hơn với thực tế và mang tính ứng dụng cao, nhóm tác giả đã sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu phối hợp và kế thừa nhiều tài liệu trong và ngoài nước, trong đó nhóm tác giả cũng đã tiếp thu một số ý kiến đóng góp của các nhà quản lý khách sạn – nhà hàng, quản lý resort và một số em sinh viên đã tốt nghiệp và có thâm niên làm việc trong ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống tối thiểu là hai năm.

Giáo trình có mục tiêu là khái quát hóa các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực cơ sở lưu trú du lịch. Giáo trình bao gồm 11 chương, cuối mỗi chương có câu hỏi ôn tập và thảo luận, và điển cứu để bạn đọc thực hành và áp dụng các kiến thức đã học, cụ thể như sau:

Chương 1: Tổng quan về ngành lưu trú du lịch.

Chương 2: Hoạch định chiến lược trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 3: Cơ cấu tổ chức và quản trị nguồn nhân lực trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 4: Quản trị và vận hành bộ phận lễ tân trong cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 5: Quản trị buồng trong cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 6: Quản trị kinh doanh dịch vụ ăn uống trong cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 7: Marketing và bán sản phẩm trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 8: Hợp đồng quản lý và nhượng quyền trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 9: Quản lý chất lượng dịch vụ trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 10: Kiểm soát tài chính trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chương 11: Ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn đến Hội đồng Khoa học & Đào tạo của Học viện Hàng không Việt Nam, Khoa Vận tải Hàng không đã tạo điều kiện và hỗ trợ chúng tôi hoàn thành quyển giáo trình này. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng xin trân trọng cảm ơn các tác giả đi trước – đặc biệt là các tác giả có tên trong danh mục tài liệu tham khảo ở cuối quyển giáo trình này, và cũng xin cảm ơn gia đình, bạn bè, sinh viên và doanh nghiệp đã nhiệt tình ủng hộ chúng tôi hoàn thiện quyển giáo trình này.

Mặc dù nhóm tác giả đã rất cố gắng hoàn thiện nội dung lẫn hình thức, nhưng chắc rằng quyển giáo trình không thể tránh khỏi những khiếm khuyết nhất định, chúng tôi luôn quan tâm lắng nghe, và biết ơn những đóng góp từ toàn thể người đọc gần xa.

Nhóm tác giả

PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao

ThS. Đoàn Quan Đồng

ThS. Huỳnh Diệp Trâm Anh

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Abbott, P., & Lewry, S. (1991). *Front Office: Procedures, social skills and management*. Butterworth Heinemann.
- Alan, T. Stutis, James, F. Wortman (2006). *Hotel and Lodging Management – an introduction – Second Edition*. John Wiley & Sons INC.
- Alistair, Williams (2002). *Understanding the Hospitality Consumer*. Butterworth, Heinemann.
- Anh, T. H., Hà, N. T. T., & Anh, N. N. (2009). *Quản lý và vận hành khách sạn*. Nhà xuất bản Lao động. (Bản dịch từ quyển *Hotel Management and Operations* (Fourth Edition) của các tác giả Denney G. Rutherford, Michael J. O’Fallon (2006).
- Bartels, F. L., Giao, H. N. K., & Ohlenburg, T. J. (2006). ASEAN Multinational Enterprises: A Structural Analysis of Strategic Coherence. *ASEAN Economic Bulletin*, 23(2), 171-191. doi:10.1355/AE23-2C
- Bruce, Prideaux (2009). *Resort Destinations: Evolution, Management and Development*. Elsevier.
- Costas, Katsigis, & Chris, Thomas (2007). *The Bar and Beverage Book 4th Edition*. John Wiley & Son.
- Denney, G. Rutherford, & Michael, J. O’Fallon (2006). *Hotel Management and Operations Fourth Edition*. John Wiley & Sons INC.
- Dennis, J. Cahill (1997). *How Customers Pick a Hotel: Strategic Segmentation & Target Marketing*. The Haworth Press.
- Bartels, F. L., Giao, H. N. K., & Ohlenburg, T. J. (2006). ASEAN Multinational Enterprises: A Structural Analysis of Strategic Coherence. *ASEAN Economic Bulletin*, 23(2), 171-191. doi:10.1355/AE23-2C
- Giao, H. N. K. (1996a). *Hướng dẫn tóm tắt Chiến lược Công ty*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (1996b). *Quản trị Tiếp thị Toàn cầu*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K. (2004a). *Diễn thuyết trước Công chúng – Làm sao để thu hút Khách giả?* Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004b). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S) (Vol. 2)*: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004c). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S) (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004d). *Kỹ năng Thương lượng – 7 bước RESPECT*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004e). *Marketing Công nghiệp – Phục vụ Khách hàng là các Tổ chức*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004f). *Marketing Dịch vụ – Mô hình 5 Khoảng cách Chất lượng Dịch vụ*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004g). *Marketing Dịch vụ – Phục vụ Khách hàng tốt hơn*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004h). *Quan hệ Công chúng – Để người khác gọi ta là PR*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004i). *Quản trị Bán hàng – Đội ngũ Bán hàng tốt chưa?* Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004j). *Quản trị Chiến lược Công ty – Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004k). *Quản trị Chiến lược Công ty – Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004l). *Quản trị Công ty Đa quốc gia – Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004m). *Quản trị Công ty Đa quốc gia – Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004n). *Quản trị học – Để Quản lý không còn là quá khó (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004o). *Quản trị học – Để Quản lý không còn là quá khó (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004p). *Quản trị Marketing – Marketing để Chiến thắng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K. (2011). *Giáo trình Marketing Du lịch*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K. (2012a). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K. (2012b, 16/06/2012). *Học chiến lược từ doanh nghiệp siêu nhỏ – Tại sao không? Paper presented at the* Hồ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa vượt qua khủng hoảng, Trường Đại học Tôn Đức Thắng.
- Giao, H. N. K. (2017). Customer Satisfaction of Vietnam Airline Domestic Services. *International Journal of Quality Innovation*, 3(1), 1-11. doi:10.1186/s40887-017-0019-4
- Giao, H. N. K. (2017). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Kinh tế.
- Giao, H. N. K. (2018a). Decision to choose fast food restaurants of the young people in HCMC, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 471-485. doi:10.31219/osf.io/xgv2k
- Giao, H. N. K. (2018b). Decision to purchase online airline tickets in Ho Chi Minh City, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 459-470. doi:10.31219/osf.io/fzh5v
- Giao, H. N. K. (2018a, October 2-5, 2018). *Green purchasing behavior at Ho Chi Minh City, Vietnam*. Paper presented at the Global Conference on Business, Hospitality and Tourism Research (GLOSEARCH 2018), Hoa Sen University, Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Giao, H. N. K. (2018b). *Sách chuyên khảo Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam – nhìn từ phía khách hàng*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2019a). *Đàm phán ứng dụng – Công cụ, Chiến thuật & Kỹ thuật*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2019b). *Giáo trình Cao học Hệ thống Thông tin Quản trị – Từ Góc nhìn Kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2019c). *Sách chuyên khảo Tránh và Khắc phục sai sót trong việc thực hiện luận văn Thạc sĩ Kinh doanh và Quản lý tại Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K., Anh, H. D. T., Ngân, N. T. K., Đồng, Đ. Q., Phúc, N. P. H., &

- Vương, B. N. (2020). Ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Trà Vinh*, 37, 12-23. doi:10.31219/osf.io/3vgsb
- Giao, H. N. K., & Bảo, H. M. (2014). Sự thỏa mãn của khách hàng đối với trang web mua sắm theo nhóm qua mạng Hotdeal.vn. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp*, 8, 3-15. doi:10.31219/osf.io/dg36u
- Giao, H. N. K., & Bình, N. V. (2011). *Giáo trình Nghiệp vụ Nhà hàng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K., & Bình, N. V. (2014). *Giáo trình Nghiệp vụ Nhà hàng*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., Bình, N. V., & Tùng, N. S. (2014). *Giáo trình Quản trị Kinh doanh Khách sạn*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., & Dung, Đ. T. T. (2017). Các yếu tố tác động đến thái độ của người tiêu dùng TPHCM đối với quảng cáo qua smartphone. *Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Trà Vinh*, 25, 20-27. doi:10.31219/osf.io/svuz2
- Giao, H. N. K., & Dũng, L. Q. (2013). Sự hài lòng của khách hàng TPHCM đối với dịch vụ truyền hình trả tiền. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 274, 36-50. doi:10.31219/osf.io/2adgb
- Giao, H. N. K., Duong, P. N., & Tu, T. N. (2018). Research on Consumer Behavior of Wine in Ho Chi Minh City. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 111-122. doi:10.31219/osf.io/4cvn7
- Giao, H. N. K., Hằng, N. T. H., Phương, N. N. D., Vương, B. N., Tuấn, H. Q., Vinh, P. Q., & Tú, T. N. (2020). *Giáo trình Cao học Quản trị Chiến lược – Cập nhật BSC*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K., & Hào, N. H. (2011). Đo lường chất lượng dịch vụ tại resort Whitesand. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 3, 56-65. doi:10.31219/osf.io/57kdr
- Giao, H. N. K., Hoài, A. T., & Vinh, P. Q. (2019). *Quản trị Kinh doanh Dịch vụ – Từ Góc nhìn Marketing*. Hà Nội: Nhà xuất bản Truyền thông Thông tin.
- Giao, H. N. K., Hoan, N. C., Dũng, T. Q., Vinh, N. L., & Anh, L. T. L. (2014). *Giáo trình Quản trị Kinh doanh Lữ hành*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K., & Hương, Đ. T. (2010). Các nhân tố tác động đến định hướng khách hàng của nhân viên phục vụ khách sạn TPHCM. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 1, 24-34. doi:10.31219/osf.io/n6mxu
- Giao, H. N. K., & Huyền, P. T. T. (2016). Nghiên cứu các thành phần giá trị thương hiệu chuỗi nhà hàng KFC tại TPHCM. *Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Tiền Giang*, 4, 59-73. doi:10.31219/osf.io/5a2e9
- Giao, H. N. K., Kiem, D., Son, L. T., & Dung, T. Q. (2018). Satisfaction of tourists to Hoi An ancient town, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 123-136. doi:10.31219/osf.io/sbjev
- Giao, H. N. K., Ly, P. T. T., & Giang, N. T. Q. (2010). *Giáo trình Giao Tiếp Kinh Doanh*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Lao động – Xã hội.
- Giao, H. N. K., & Mo, N. T. H. (2018). Factors influencing consumers' impulse television buying decision at Best Buy Vietnam (BBVN). *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 353-369. doi:10.31219/osf.io/cg22x
- Giao, H. N. K., & Mơ, N. T. H. (2016). *Yêu cầu kỹ năng mềm của lao động trong thời kỳ hội nhập*. Paper presented at the Nhận diện cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế – Phân tích từ thị trường lao động, Bình Thuận.
- Giao, H. N. K., & Mơ, N. T. H. (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng ngẫu hứng qua truyền hình của khách hàng tại công ty Best Buy VN. *Tạp chí Khoa học – Đại học Mở TPHCM*, 57(6), 88-103. doi:10.31219/osf.io/kfzxd
- Giao, H. N. K., & Nga, Đ. T. (2018). Ý định mua vé máy bay qua đại lý của người tiêu dùng TPHCM. *Tạp chí Công Thương*, 14, 317-324. doi:10.31219/osf.io/swe3r
- Giao, H. N. K., & Ngân, N. T. K. (2017). Tác động của hình ảnh điểm đến tới ý định quay lại của khách du lịch nội địa tại Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 18, 1-13. doi:10.31219/osf.io/fe9y3
- Giao, H. N. K., Ngan, N. T. K., Phuc, N. P. H., Tuan, H. Q., Hong, H. K., Anh, H. D. T., & Nhu, D. T. H. (2020). How destination image factors affect domestic tourists revisit intention to Ba Ria – Vung Tau province. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 209-220. doi:10.13106/

jafeb.2020.vol7.no6.209

- Giao, H. N. K., & Nhung, Đ. T. K. (2018). Một số yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh tại TPHCM. *Tạp chí Khoa học – Đại học Đồng Tháp*, 30, 46-55. doi:10.31219/osf.io/sh7mf
- Giao, H. N. K., & Phúc, N. P. H. (2015). Sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo của Khoa Du lịch trường Đại học Tài chính – Marketing giai đoạn 2010-2013. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 28, 67-74. doi:10.31219/osf.io/chtg
- Giao, H. N. K., Phúc, N. P. H., & Ngan, N. t. K. (2018, October 2-5, 2018). *The affect of destination image factors on revisit intention of domestic tourists at Bà Rịa – Vũng Tàu*. Paper presented at the Global Conference on Business, Hospitality and Tourism Research (GLOSEARCH 2018), Hoa Sen University, Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Giao, H. N. K., & Phương, N. H. (2013). Consumer behavior in Groupon business in Vietnam. *Journal of Economic Development*, 216, 84-95. doi:10.31219/osf.io/ea5jn
- Giao, H. N. K., & Quang, Y. (2018, 01/02/2017). *Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các trường cao đẳng và trung cấp đáp ứng yêu cầu thực hiện thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (MRA-TP)*. Paper presented at the Hội thảo khoa học toàn quốc về đào tạo nhân lực du lịch theo định hướng Nghị quyết số 08/NQ-TW, Hà Nội.
- Giao, H. N. K., & Sang, H. T. (2018). Các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Công Thương*, 15, 131-137. doi:10.31219/osf.io/gmxb3
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2018). MICE tourism development – Examination from the supply side in Dalat City, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 371-390. doi:10.31219/osf.io/r36yf
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2012a). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách tham dự Festival Hoa Dalat 2012. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 263, 40-48. doi:10.31219/osf.io/dn9tj
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2012b). Factors Affecting the Satisfaction of Visitors to Dalat Flower Festival 2012. *Journal of Economic Development*, 214, 144-

156. doi:10.31219/osf.io/p93ye

Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2014). *Giáo trình Quản trị Chiến lược cho tổ chức Du lịch*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.

Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2015). Khám phá các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của du khách du lịch làng mộc Kim Bồng – Hội An. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 9, 1-10. doi:10.31219/osf.io/dgke2

Giao, H. N. K., & Thư, T. N. A. (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua voucher dịch vụ trực tuyến của nhân viên văn phòng TPHCM. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 22, 9-18. doi:10.31219/osf.io/g3dj4

Giao, H. N. K., Thy, N. T. A., Vuong, B. N., Kiet, T. V., & Lien, L. T. P. (2020). Outpatient satisfaction at private general hospitals in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 323-334. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.323

Giao, H. N. K., & Trà, B. T. (2018). Quyết định mua vé máy bay trực tuyến của người tiêu dùng TPHCM. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 23, 47-64. doi:10.31219/osf.io/3qgm8

Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012a). Chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng tuyến nội địa của Vietnam Airlines. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 261, 3-10. doi:10.31219/osf.io/s56vp

Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012b). Customer satisfaction and Quality of Vietnam Airlines domestic services. *Journal of Economic Development*, 213, 115-126. doi:10.31219/osf.io/gk27t

Giao, H. N. K., & Tuấn, H. Q. (2019). *Phát triển bền vững kinh tế biển đảo Phú Quý – tỉnh Bình Thuận: tiềm năng, thách thức và đề xuất giải pháp*. **Paper presented at the** Phát triển bền vững kinh tế biển các tỉnh thành phía Nam và duyên hải miền Trung dựa trên lợi thế so sánh, Bình Thuận.

Giao, H. N. K., & Vuong, B. N. (2020). Vietnamese Consumer Attitudes towards Smartphone Advertising. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(5), 195-204. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no5.195

Giao, H. N. K., & Vương, B. N. (2019). *Giáo trình Cao học Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh – Cập nhật SmartPLS*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.

- Giao, H. N. K., Vuong, B. N., & Quan, T. N. (2019). The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust, esatisfaction, and perceived enjoyment: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 351-370. doi:10.5267/j.uscm.2019.11.004
- Giao, H. N. K. (1996a). *Hướng dẫn tóm tắt Chiến lược Công ty*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (1996b). *Quản trị Tiếp thị Toàn cầu*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004a). *Diễn thuyết trước Công chúng – Làm sao để thu hút Khách giả?* Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004b). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S) (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004c). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S) (Vol. 2)*: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004d). *Kỹ năng Thương lượng – 7 bước RESPECT*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004e). *Marketing Công nghiệp – Phục vụ Khách hàng là các Tổ chức*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004f). *Marketing Dịch vụ – Mô hình 5 Khoảng cách Chất lượng Dịch vụ*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004g). *Marketing Dịch vụ – Phục vụ Khách hàng tốt hơn*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004h). *Quan hệ Công chúng – Để người khác gọi ta là PR*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004i). *Quản trị Bán hàng – Đội ngũ Bán hàng tốt chưa?*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004j). *Quản trị Chiến lược Công ty – Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004k). *Quản trị Chiến lược Công ty – Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K. (2004l). *Quản trị Công ty Đa quốc gia – Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004m). *Quản trị Công ty Đa quốc gia – Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004n). *Quản trị học – Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004o). *Quản trị học – Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004p). *Quản trị Marketing – Marketing để Chiến thắng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2011). *Giáo trình Marketing Du lịch*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp
- Giao, H. N. K. (2012a). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K. (2012b, 16/06/2012). *Học chiến lược từ doanh nghiệp siêu nhỏ – Tại sao không? Paper presented at the* Hồ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa vượt qua khủng hoảng, Trường Đại học Tôn Đức Thắng.
- Giao, H. N. K. (2017). Customer Satisfaction of Vietnam Airline Domestic Services. *International Journal of Quality Innovation*, 3(1), 1-11. doi:10.1186/s40887-017-0019-4
- Giao, H. N. K. (2017). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Kinh tế.
- Giao, H. N. K. (2018a). Decision to choose fast food restaurants of the young people in HCMC, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 471-485. doi:10.31219/osf.io/xgv2k
- Giao, H. N. K. (2018b). Decision to purchase online airline tickets in Ho Chi Minh City, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 459-470. doi:10.31219/osf.io/fzh5v
- Giao, H. N. K. (2018). *Sách chuyên khảo Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam – nhìn từ phía khách hàng*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2019a). *Đàm phán ứng dụng – Công cụ, Chiến thuật & Kỹ thuật*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.

- Giao, H. N. K. (2019b). *Giáo trình Cao học Hệ thống Thông tin Quản trị – Từ Góc nhìn Kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2019c). *Sách chuyên khảo Tránh và Khắc phục sai sót trong việc thực hiện luận văn Thạc sĩ Kinh doanh và Quản lý tại Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K., Anh, H. D. T., Ngân, N. T. K., Đông, Đ. Q., Phúc, N. P. H., & Vương, B. N. (2020). Ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Trà Vinh*, 37, 12-23. doi:10.31219/osf.io/3vgsb.
- Giao, H. N. K., & Bảo, H. M. (2014). Sự thỏa mãn của khách hàng đối với trang web mua sắm theo nhóm qua mạng Hotdeal.vn. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp*, 8, 3-15. doi:10.31219/osf.io/dg36u.
- Giao, H. N. K., & Bình, N. V. (2011). *Giáo trình Nghiệp vụ Nhà hàng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K., & Bình, N. V. (2014). *Giáo trình Nghiệp vụ Nhà hàng*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., Duong, P. N., & Tu, T. N. (2018). Research on Consumer Behavior of Wine in HoChiMinh City. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 111-122. doi:10.31219/osf.io/4cvn7.
- Giao, H. N. K., & Hào, N. H. (2011). Đo lường chất lượng dịch vụ tại resort Whitesand. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 3, 56-65. doi:10.31219/osf.io/57kdr.
- Giao, H. N. K., Kiem, D., Son, L. T., & Dung, T. Q. (2018). Satisfaction of tourists to Hoi An ancient town, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 123-136. doi:10.31219/osf.io/sbjev.
- Giao, H. N. K., & Mo, N. T. H. (2018). Factors influencing consumers' impulse television buying decision at Best Buy Vietnam (BBVN). *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 353-369. doi:10.31219/osf.io/cgz2x.
- Giao, H. N. K., & Nga, Đ. T. (2018). Ý định mua vé máy bay qua đại lý của người tiêu dùng TPHCM. *Tạp chí Công Thương*, 14, 317-324. doi:10.31219/osf.io/swe3r.

- Giao, H. N. K., & Ngân, N. T. K. (2017). Tác động của hình ảnh điểm đến tới ý định quay lại của khách du lịch nội địa tại Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 18, 1-13. doi:10.31219/osf.io/fe9y3.
- Giao, H. N. K., Ngan, N. T. K., Phuc, N. P. H., Tuan, H. Q., Hong, H. K., Anh, H. D. T., & Nhu, D. T. H. (2020). How destination image factors affect domestic tourists revisit intention to Ba Ria – Vung Tau province. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 209-220. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.209.
- Giao, H. N. K., & Nhung, Đ. T. K. (2018). Một số yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh tại TPHCM. *Tạp chí Khoa học – Đại học Đồng Tháp*, 30, 46-55. doi:10.31219/osf.io/sh7mf.
- Giao, H. N. K., Phúc, N. P. H., & Ngan, N. t. K. (2018, October 2-5, 2018). *The affect of destination image factors on revisit intention of domestic tourists at Bà Rịa – Vũng Tàu*. Paper presented at the Global Conference on Business, Hospitality and Tourism Research (GLOSEARCH 2018), Hoa Sen University, Ho Chi Minh City, Vietnam..
- Giao, H. N. K., & Phước, N. Đ. (2020). Hoạt động chiêu thị ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu Vietjet Air. *Tạp chí Công Thương*, 4, 99-107. doi:10.31219/osf.io/3fg5d.
- Giao, H. N. K., & Phương, N. H. (2013). Consumer behavior in Groupon business in Vietnam. *Journal of Economic Development*, 216, 84-95. doi:10.31219/osf.io/ea5jn.
- Giao, H. N. K., & Quang, Y. (2018, 01/02/2017). *Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các trường cao đẳng và trung cấp đáp ứng yêu cầu thực hiện thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (MRA-TP)*. Paper presented at the Hội thảo khoa học toàn quốc về đào tạo nhân lực du lịch theo định hướng Nghị quyết số 08/NQ-TW, Hà Nội.
- Giao, H. N. K., & Sang, H. T. (2018). Các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Công Thương*, 15, 131-137. doi:10.31219/osf.io/gmxb3.
- Giao, H. N. K., & Son, L. T. (2018). MICE tourism development – Examination

- from the supply side in Dalat City, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 371-390. doi:10.31219/osf.io/r36yf.
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2012a). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách tham dự Festival Hoa Dalat 2012. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 263, 40-48. doi:10.31219/osf.io/dn9tj.
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2012b). Factors Affecting the Satisfaction of Visitors to Dalat Flower Festival 2012. *Journal of Economic Development*, 214, 144-156. doi:10.31219/osf.io/p93ye.
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2015). Khám phá các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của du khách du lịch làng mộc Kim Bông – Hội An. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 9, 1-10. doi:10.31219/osf.io/dgke2.
- Giao, H. N. K., & Thư, T. N. A. (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua voucher dịch vụ trực tuyến của nhân viên văn phòng TPHCM. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 22, 9-18. doi:10.31219/osf.io/g3dj4.
- Giao, H. N. K., Thy, N. T. A., Vuong, B. N., Kiet, T. V., & Lien, L. T. P. (2020). Outpatient satisfaction at private general hospitals in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 323-334. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.323.
- Giao, H. N. K., & Trà, B. T. (2018). Quyết định mua vé máy bay trực tuyến của người tiêu dùng TPHCM. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 23, 47-64. doi:10.31219/osf.io/3qgm8.
- Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012a). Chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng tuyến nội địa của Vietnam Airlines. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 261, 3-10. doi:10.31219/osf.io/s56vp.
- Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012b). Customer satisfaction and Quality of Vietnam Airlines domestic services. *Journal of Economic Development*, 213, 115-126. doi:10.31219/osf.io/gk27t.
- Giao, H. N. K., & Truyền, C. V. (2020). Sự hài lòng của cư dân về chất lượng dịch vụ chung cư tại The Era Town. *Tạp chí Công Thương*, 5, 249-256. doi:10.31219/osf.io/ytf2u.
- Giao, H. N. K., & Tuấn, H. Q. (2019). *Phát triển bền vững kinh tế biển đảo Phú Quý- tỉnh Bình Thuận: tiềm năng, thách thức và đề xuất giải pháp*. **Paper presented at the** Phát triển bền vững kinh tế biển các tỉnh thành phía Nam

và duyên hải miền Trung dựa trên lợi thế so sánh, Bình Thuận.

Giao, H. N. K., & Uyên, D. L. P. (2018). Tác động của bầu không khí trong siêu thị đến hành vi của khách hàng: trường hợp siêu thị Coopmart. *Tạp chí Quản lý Kinh tế – Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM)*, 88, 17-26. doi:10.31219/osf.io/sfx76.

Giao, H. N. K., & Vũ, N. T. (2011). Sự thỏa mãn khách hàng về chất lượng dịch vụ siêu thị Vinatex-mart. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 253, 9-16. doi:10.31219/osf.io/r7xfe

Giao, H. N. K., & Vuong, B. N. (2020). Vietnamese Consumer Attitudes towards Smartphone Advertising. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(5), 195-204. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no5.195.

Giao, H. N. K., Vuong, B. N., & Quan, T. N. (2019). The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust, esatisfaction, and perceived enjoyment: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 351-370. doi:10.5267/j.uscm.2019.11.004.

Hồng Vân (2006). Đường vào nghề du lịch. NXB Trẻ.

Hồng Vân, Công Mỹ, Hoàng Giang (2007). Đường vào nghề kinh doanh nhà hàng. NXB Trẻ.

Hồng Vân, Công Mỹ, Minh Ninh (2005). Đường vào nghề kinh doanh khách sạn. NXB Trẻ.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Hotel>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Meal>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Restaurant>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Timeshare>

<http://khachsan.chudu24.com/t/5-sao/ho-chi-minh.html>

<http://www.amthucvietnam.com/>

<http://www.bclca.com/resources/express/winter-98.htm>

<http://www.hotrec.eu/policy-issues/hotel-classification.aspx>

<http://www.hrlink.vn/>

<http://www.thegioihoatuoi.com.vn>

<https://www.rci.com/RCI/>

Jack, D. Ninemeier (1998). *Management of Food and Beverage Operations – Third Edition*. The Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.

James, A Bardi (2006). *Hotel Front Office Management – Fourth Edition*. Wiley Publishing House – John Wiley & Sons INC.

John, Swarbrooke, Susan Horner (2006). *Consumer Behavior in Tourism – Second Edition*. Butterworth, Heinemann.

Kasavana, M., & Brooks R (1995). *Managing Front Office Operations Fourth Edition*. Educational Institute.

Kiệm, Đ., & Giao, H. N. K. (2014, 7/7/2014). *Vài gợi ý về Du lịch sinh thái biển đảo Bình Thuận*. Paper presented at the Nguồn nhân lực và Phát triển du lịch Bình Thuận, Trường Đại học Phan Thiết.

Kotas, R (1006). *Chapter 26: Pricing Strategy in the hospitality Industry in The International Hotel Business HCIMA/Cassell*.

Mạnh, N. V., & Hương, H. T. L. (2008). *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.

Melody, Templeton (2010). *Public Speaking and Presentations Demystified*. The McGraw Hill.

Milton, T. Astroff , & James R. Abbey (2011). *Convention Sales and Services*. Waterburry Press.

Nguyễn Xuân Ra (2006). *Quản lý và nghiệp vụ nhà hàng – bar*. NXB Phụ nữ.

Nicholas, H. *Setting Rates the Right Way British Columbia Lodging and Campgrounds Association*

Pat, Golden Romero (2007). *Hotel Convention Sales, Services and Operations*. Elsevier.

Patti, J. Shock, & John, M. Stefanelli (2001). *On-Premise Catering: Hotels, Cenvention & Conference Center and Clubs*. John Wiley & Son.

Paul, R. Dittmer, & J. Desmond Keefe III (2008). *Principles of Food, Beverage and Labor Cost Controls – Ninth Edition*. John Wiley & Sons INC.

- Robert, Christie (2007). *Resort Management and Operations – Second Edition*. John Wiley & Son.
- Shay & Maraget McConnon (2008). *Conflict Management in the Workplace*. Shay and Margaret McConnon Sue Baker, Pam Bradley and Jeremy Huyton (1998). *Principles of Hotel Front Office – 2nd Edition*. Continuum.
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2014a). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách đến phố cổ Hội An. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*, 6. doi:10.31219/osf.io/6wbjk.
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2014b). Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại thành phố Đà Lạt. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 290, 91-110. doi:10.31219/osf.io/s4hw.
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2018a). Phát triển du lịch MICE tại Đà Lạt – Kiểm định từ hướng cung. *Tạp chí Công Thương*, 327-333. doi:10.31219/osf.io/zux8e.
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2018b). Mô hình phát triển du lịch MICE tại Việt Nam từ các nhân tố nguồn lực. *Tạp chí Công Thương*, 1, 234-239. doi:10.31219/osf.io/u4bxw.
- Tammie, J. Kaufmann, Conrad, Lashley, Lisa, Ann Schreier (2009). *Timeshare Management: The Key Issues of Hospitality Managers*. Elsevier.
- Thomas, J. A. John (2004). *Professional Management of Housekeeping Operations – Fifth Edition*. John Wiley & Sons INC.
- Tuấn, L. T. (2011). *Ngôn ngữ quảng cáo*. NXB Khoa học Xã hội.
- Vietnam Tourism Certification Board (2000). *Kỹ năng giao tiếp trong khách sạn*. Nhà xuất bản thế giới.
- Vietnam Tourism Certification Board. *Nghiệp vụ an ninh khách sạn – VTOS*.
- Vietnam Tourism Certification Board. *Nghiệp vụ buồng – VTOS*.
- Vietnam Tourism Certification Board. *Nghiệp vụ lễ tân – VTOS*.
- Vietnam Tourism Certification Board. *Nghiệp vụ nhà hàng – VTOS*.
- Vuong, B. N., & Ha Nam Khanh Giao. (2019). The impact of perceived brand globalness on consumers' purchase intention and the moderating role of consumer ethnocentrism an evidence from Vietnam. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(1), 47-68. doi:10.1080/08961530.2019.1619115.