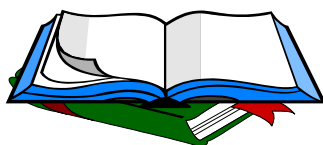


TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA VĂN HÓA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TÌM HIỂU HOẠT ĐỘNG MARKETING
CỦA HỆ THỐNG KHÁCH SẠN CHUỖI
ELEGANCE

Giảng viên hướng dẫn : Th.S Nguyễn Minh Thúy
Sinh viên thực hiện : Ngô Thị Thu Huyền
Lớp : VHDL 13C
Niên khóa : 2005- 2009

Hà Nội, 06 - 2009

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
LỜI MỞ ĐẦU.....	6
1. Lý do chọn đề tài.....	6
2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài:.....	7
3. Đối tượng nghiên cứu:	7
4. Phạm vi nghiên cứu:	7
5. Phương pháp nghiên cứu:.....	7
6. Kết cấu của đề tài.....	8
Chương 1:.....	9
KINH DOANH KHÁCH SẠN VÀ HOẠT ĐỘNG MARKETING	
KHÁCH SẠN.....	9
1.1. Tổng quan về khách sạn và hoạt động kinh doanh khách sạn	9
1.1.1. Khái niệm khách sạn và kinh doanh khách sạn.....	9
1.1.2. Đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn	12
1.2. Sản phẩm khách sạn	14
1.2.1. Khái niệm sản phẩm khách sạn	14
1.2.2. Đặc điểm sản phẩm khách sạn.....	15
1.3. Nội dung của hoạt động Marketing trong khách sạn.....	17
1.3.1. Khái niệm Marketing khách sạn.....	17
1.3.2. Mục tiêu của hoạt động Marketing khách sạn.....	18
1.3.3. Vai trò của Marketing trong hoạt động kinh doanh khách sạn	20
1.3.4. Nội dung hoạt động Marketing trong kinh doanh khách sạn.....	21
1.3.4.1. Phân đoạn thị trường và xác định thị trường mục tiêu	21
1.3.4.2. Xây dựng chiến lược Marketing hỗn hợp	22
Chương 2:	29
TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CHUỖI KHÁCH	
SẠN HANOI ELEGANCE.....	29
2.1. Khái quát chung về chuỗi khách sạn Hanoi Elegance.....	29

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn	29
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của các bộ phận trong khách sạn.....	31
2.1.3. Nhân sự trong khách sạn	35
2.1.4. Cơ sở vật chất kỹ thuật của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance.....	37
2.1.5. Các loại hình dịch vụ trong chuỗi khách sạn Hanoi Elegance.....	40
2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh khách sạn.....	41
2.2.1. Nhóm nhân tố khách quan.....	41
2.2.2. Nhóm nhân tố chủ quan.....	44
2.3. Hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance	47
2.3.1. Đặc điểm thị trường khách	47
2.3.2. Chính sách Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance trong giai đoạn từ tháng 5 năm 2006 đến cuối năm 2007	51
2.3.2.1. Nghiên cứu thị trường	52
2.3.2.2. Lập kế hoạch để xâm nhập thị trường:.....	58
2.3.3. Chính sách Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance trong giai đoạn đầu năm 2008 đến cuối năm 2008.....	67
2.3.4. Chính sách Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance trong giai đoạn từ đầu năm 2009 đến tháng 7 năm 2009	70
Chương 3:	73
GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CHUỖI KHÁCH SẠN HANOI ELEGANCE	73
3.1. Phương hướng kinh doanh của chuỗi Hanoi Elegance đến năm 2010.....	73
3.1.1. Định hướng kinh doanh của chuỗi khách sạn.....	71
3.1.2. Chiến lược Marketing của chuỗi khách sạn.....	73
3.2. Giải pháp đề xuất nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance	75
3.2.1. Liên doanh, liên kết với các đơn vị hoạt động du lịch.....	75
3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động	75
3.2.3. Phát triển hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn.....	77

KẾT LUẬN.....	87
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	88
PHỤ LỤC.....	89

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, cùng với sự hòa nhập của nền kinh tế thế giới, kinh tế Việt Nam nói chung và ngành du lịch Việt Nam nói riêng đã và đang có những bước chuyển mình đáng kể. Hình ảnh đất nước Việt Nam với vẻ đẹp tiềm ẩn, đang ngày càng được các du khách biết đến và lựa chọn làm điểm đến thú vị trong chuyến du lịch của mình. Trong năm 2008 vừa qua, ngành du lịch Việt Nam đã đón hơn 4,3 triệu lượt khách quốc tế. Song song với bước tiến đáng khích lệ đó, loại hình kinh doanh khách sạn cũng phát triển một cách nhanh chóng. Số lượng các khách sạn tăng nhanh với các qui mô khác nhau. Chỉ riêng thủ đô Hà Nội, theo số liệu thống kê năm 2008 đã có tới hơn 700 khách sạn. Bên cạnh những khách sạn hạng sang 4, 5 sao, các khách sạn tư nhân với qui mô vừa và nhỏ đang mọc lên với một số lượng lớn đặc biệt trong khu vực phố cổ, nơi tập trung đông các khách du lịch quốc tế. Trong số đó, cũng có những khách sạn tuy chỉ đạt tiêu chuẩn 2 đến 3 sao nhưng hoạt động kinh doanh rất phát triển và hình thành nên hệ thống các khách sạn chuỗi gồm 3 đến 4 khách sạn. Tuy thành lập chưa được lâu nhưng chuỗi khách sạn Hanoi Elegance với 4 cơ sở tọa lạc trong khu vực phố cổ Hà Nội đang được du khách quốc tế biết đến với chất lượng dịch vụ tốt, giá cả hợp lý. Đặc biệt trong thời điểm khi cả thế giới đang trong giai đoạn khủng hoảng nhưng hiệu suất bù đắp phòng của hệ thống khách sạn này vẫn chiếm một tỷ lệ khá cao. Một trong những lí do để có sự thành công như vậy không thể không nhắc đến vai trò của bộ phận Marketing. Trong bối cảnh kinh doanh đầy biến động và cạnh tranh như hiện nay, để có thể đứng vững và phát triển được thì đòi hỏi các doanh nghiệp phải xây dựng cho mình một chiến lược, một hướng đi đúng đắn đặc biệt vai trò của hoạt động Marketing là rất quan trọng, nó như là “kim chỉ nam” giúp cho doanh nghiệp hoạt động, nó chỉ rõ tình hình hiện tại của doanh nghiệp, mục tiêu mà doanh nghiệp muốn đạt được, các phương hướng, đường đi để doanh nghiệp có thể tới được nơi mình

muốn, và kiểm tra xem có đúng là các doanh nghiệp có đến được nơi mình cần hay không? Nó vạch cho ta hướng đi đúng đắn và có sự chuẩn bị kỹ càng không bị bỏ ngỡ khi có sự cố xảy ra. Cũng chính vì lí do muốn biết tại sao hệ thống khách sạn chuỗi Elegance này lại có hiệu quả kinh doanh cao như vậy. Họ đã sử dụng những biện pháp, những chiến lược Marketing như thế nào để có được những kết quả đáng khích lệ như vậy. Hơn nữa cùng với sự giúp đỡ tận tình của Th.S Nguyễn Minh Thúy cùng với các anh chị trong chuỗi khách sạn Hanoi Elegance nên em đã lựa chọn việc **“Tìm hiểu hoạt động Marketing của hệ thống khách sạn chuỗi Elegance”** làm đề tài nghiên cứu của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài:

Tìm hiểu những vấn đề cơ bản về lý luận và thực tiễn của hoạt động Marketing của hệ thống khách sạn chuỗi Elegance qua đó nêu ra vài ý kiến đóng góp nhằm góp phần nâng cao hơn nữa hiệu quả Marketing của chuỗi khách sạn này.

3. Đối tượng nghiên cứu:

Những vấn đề lý luận và thực tiễn của hoạt động Marketing trong khách sạn nói chung và trong hệ thống chuỗi khách sạn nói riêng

4. Phạm vi nghiên cứu:

Những vấn đề có liên quan đến hoạt động Marketing trong hệ thống khách sạn chuỗi Elegance trong những năm vừa qua và những chiến lược Marketing trong thời gian hiện tại và tương lai gần. Qua đó đánh giá và đóng góp thêm một số ý kiến nhằm nâng cao hơn nữa

5. Phương pháp nghiên cứu:

Trên cơ sở nghiên cứu những vấn đề lý luận về hoạt động Marketing trong khách sạn kết hợp với việc phân tích tình hình hoạt động của bộ phận Marketing của khách sạn để giải quyết mục tiêu của đề tài. Trong quá trình tiến hành có sử dụng các phương pháp phân tích hệ thống, so sánh và thống

kê. Ngoài ra, để phục vụ cho công tác nghiên cứu, đề tài còn sử dụng các bảng biểu, số liệu thực tế để phân tích.

6. Kết cấu của đề tài

Nội dung chính của đề tài được chia thành ba chương (không kể mở đầu và kết luận)

- Chương 1: Kinh doanh khách sạn và hoạt động kinh doanh khách sạn
- Chương 2: Tình hình hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance.
- Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TÀI LIỆU

1. John Nevison, Đề xây dựng chiến lược Marketing hiệu quả, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, năm 2008
2. Nguyễn Văn Mạnh- Hoàng Thị Lan Hương, Quản trị kinh doanh khách sạn, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, năm 2008
3. Philip Kotler, Bàn về tiếp thị (tài liệu dịch), Nhà xuất bản trẻ, năm 2007
4. Philip Kotler, Marketing căn bản (tài liệu dịch), Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội, 1994
5. Philip Kotler, Những nguyên lý tiếp thị (tài liệu dịch), Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội, 1994
6. Philip Kotler, Quản trị Marketing (tài liệu dịch), Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội, năm 1996
7. Phạm Thị Huyền- Vũ Huy Thông, Giáo trình Marketing căn bản, Nhà xuất bản giáo dục, năm 2009
8. Sơn Hồng Đức, Du lịch và khách sạn, Nhà xuất bản Hà Nội, năm 1994
9. Thái Hùng Tâm, Marketing trong thời đại net, Nhà xuất bản Lao động- Xã hội, năm 2007
10. Trần Nhoãn, Du lịch và kinh doanh du lịch, Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin, Hà Nội, năm 2000

WEBSITE

11. www.hanoielegance.com
12. www.hotelclub.com
13. www.tripadvisor.com
14. www.vietnamhotels.com
15. www.vietnamhotelsbiz.com