

**BỘ VĂN HÓA THỂ THAO VÀ DU LỊCH**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI**

**Khoa Văn hóa Du lịch**

---



**TÌM HIỂU HOẠT ĐỘNG MARKETING TẠI  
KHÁCH SẠN SUNNY**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : TS. Dương Văn Sáu

*Sinh viên thực hiện* : Lưu Thị Thảo

*Lớp* : VHDL 15B

*Hà Nội, tháng 5 năm 2011*

**MỤC LỤC**

**MỞ ĐẦU..... 6**

1. Tính cấp thiết của đề tài..... 6

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài ..... 7

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu ..... 7

4. Phương pháp nghiên cứu..... 7

5. Nội dung và kết cấu của đề tài..... 8

**Chương 1 MAKETING VÀ MAKETING TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN ..... 9**

**1.1. Những vấn đề chung về Marketing ..... 9**

1.1.1. Khái niệm Marketing..... 9

1.1.2. Nội dung hoạt động của Marketing ..... 12

1.1.3. Chức năng của hoạt động Marketing..... 12

**1.2. Đặc điểm kinh doanh khách sạn và sản phẩm của khách sạn ..... 14**

1.2.1. Khái niệm và phân loại khách sạn..... 14

1.2.2. Các loại hình dịch vụ trong khách sạn..... 16

1.2.3. Đặc điểm kinh doanh khách sạn..... 17

1.2.4. Sản phẩm khách sạn..... 18

**1.3. Marketing trong kinh doanh khách sạn..... 18**

1.3.1. Khái niệm..... 18

1.3.2. Đặc điểm của marketing khách sạn..... 19

1.3.3. Nội dung hoạt động marketing của khách sạn..... 20

1.3.4. Vai trò của marketing trong kinh doanh khách sạn ..... 21

**1.4. Tiểu kết chương 1 ..... 22**

**Chương 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING TẠI KHÁCH SẠN SUNNY ..... 24**

**2.1. Tổng quan về khách sạn Sunny ..... 24**

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ..... 24

2.1.2. Cơ cấu tổ chức hành chính.....	25
2.1.3. Điều kiện cơ sở vật chất .....	30
<b>2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh tại khách sạn Sunny .....</b>	<b>32</b>
2.2.1. Những dịch vụ ở khách sạn Sunny.....	32
2.2.2. Nguồn khách .....	33
2.2.3. Doanh thu.....	34
<b>2.3. Thực trạng hoạt động Marketing tại khách sạn Sunny .....</b>	<b>36</b>
2.3.1. Công tác nghiên cứu thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu..	36
2.3.2. Hoạt động nghiên cứu đối thủ cạnh tranh .....	38
2.3.3. Chiến lược Marketing Mix của khách sạn .....	39
2.3.4. Ngân sách Marketing .....	48
<b>2.4. Đánh giá hoạt động Marketing của khách sạn Sunny.....</b>	<b>49</b>
2.4.1. Những mặt đã làm được .....	49
2.4.2. Những mặt chưa làm được .....	50
<b>2.6. Tiểu kết chương 2 .....</b>	<b>51</b>
<b>Chương 3 ĐỊNH HƯỚNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ</b>	
<b>MARKETING KHÁCH SẠN SUNNY NĂM 2011 .....</b>	<b>53</b>
<b>3.1. Cơ sở của việc đề xuất các giải pháp .....</b>	<b>53</b>
3.1.1. Xu hướng phát triển trong kinh doanh khách sạn ở Hà Nội hiện nay ..	53
3.1.2. Mục tiêu của khách sạn Sunny trong thời gian tới.....	55
<b>3.2. Định hướng giải pháp phát triển Marketing của khách sạn .....</b>	<b>57</b>
3.2.1. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động.....	57
3.2.2. Tổ chức nghiên cứu thị trường .....	60
3.2.3. Nâng cao chất lượng sản phẩm .....	61
3.2.4. Xây dựng chính sách giá phù hợp.....	65
3.2.5. Liên kết với các doanh nghiệp .....	66
3.2.6. Xúc tiến công tác quảng bá sâu rộng.....	67
3.2.7. Một số đề xuất khác với khách sạn Sunny.....	72
<b>3.3. Tiểu kết chương 3 .....</b>	<b>73</b>

<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>74</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>75</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>76</b>

## MỞ ĐẦU

### **1. Tính cấp thiết của đề tài**

Trong những năm gần đây, nhờ đường lối đổi mới và chính sách mở cửa của Đảng, Nhà nước cùng với sự phối hợp tích cực của các cấp các ngành và sự phấn đấu trưởng thành của đội ngũ cán bộ công nhân viên ngành du lịch. Du lịch Việt Nam tiếp tục phát triển về nhiều mặt và đã đạt được những thành tựu đáng khích lệ. Kết quả tăng trưởng của du lịch Việt Nam có sự đóng góp quan trọng của lĩnh vực kinh doanh khách sạn. Cơ sở lưu trú tăng nhanh cả về số lượng và chất lượng, các dịch vụ ngày càng được nâng cao đáp ứng nhu cầu của khách. Kinh doanh khách sạn đã từng bước mang lại hiệu quả kinh tế – chính trị – xã hội, an ninh, an toàn, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hoá dân tộc.

Bước sang năm 2011 vấn đề đặt ra đối với các nhà kinh doanh khách sạn ở Việt Nam là tình trạng dư thừa một cách tương đối về cơ sở lưu trú, các ban ngành đoàn thể, công ty trách nhiệm hữu hạn, tư nhân và các đối tác nước ngoài đổ xô vào liên doanh, cải tạo, sửa chữa, nâng cấp và xây dựng khách sạn mới với hy vọng thu hồi vốn nhanh và lợi nhuận cao ở dịch vụ này. Xu hướng đó làm cho lượng khách sạn tăng nhanh làm thay đổi cân đối cung cầu, công suất buồng phòng giảm, khách sạn đua nhau hạ giá, chất lượng phục vụ giảm và hiệu quả kinh doanh giảm sút. Vì vậy, chưa bao giờ cơ sở vật chất đón tiếp khách lại nhiều như hiện nay và cũng chưa thời kỳ kinh doanh nào đặt các nhà quản lý khách sạn vào lo lắng, trăn trở như hiện nay.

Trong bối cảnh kinh doanh đầy biến động này thì đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn phải xây dựng cho mình một kế hoạch chiến lược chung và đặc biệt là kế hoạch marketing bởi vì vai trò của kế hoạch 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. Vai trò to lớn của kế hoạch marketing được ví như “Một cơ sở thiếu kế hoạch sẽ thấy mình loay hoay mãi ở hành lang mờ mịt, tiêu nẫn ngân sách marketing trước khi đạt được mục tiêu” và “Nếu không lập được kế hoạch là vạch đường đi đến thất bại”.

Trong quá trình thực tập và làm việc tại khách sạn Sunny, tôi nhận thức rõ tầm quan trọng của marketing trong hoạt động kinh doanh khách sạn. Với sự giúp đỡ của giảng viên viên T.S Dương Văn Sáu cùng cô, chú, anh, chị trong khách sạn Sunny tôi mạnh dạn chọn đề tài "**Tìm hiểu hoạt động marketing tại khách sạn Sunny**".

## **2. Mục đích nghiên cứu của đề tài**

Mục đích nghiên cứu của đề tài là tìm hiểu hoạt động Marketing của khách sạn Sunny. Qua đó, nắm bắt được tình hình khai thác nguồn khách, khả năng thu hút khách của khách sạn, chiến lược Marketing..., rút ra những thành tựu đã đạt được và những mặt còn hạn chế. Theo đó, đưa ra các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả Marketing của khách sạn, góp phần nâng cao uy thế và vị trí của khách sạn trong thời gian tới.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng: là những vấn đề lý luận và thực tiễn về kế hoạch hoạt động marketing trong kinh doanh khách sạn, một lĩnh vực đặc thù của kinh doanh du lịch.

- Phạm vi: tập trung vào một số vấn đề lý luận và thực tiễn của hoạt động marketing của khách sạn Sunny trong những năm qua. Từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động marketing cho khách sạn.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

Để hoàn thành luận văn này em đã tìm hiểu nghiên cứu các tài liệu liên quan qua sách vở báo chí, các website, kết hợp với các kiến thức tác giả đã học hỏi được từ thầy cô, bạn bè, quan sát những gì đang diễn ra tại khách

sạn. Em đã ghi chép lại đề từ đó phân tích, đánh giá sau đó đưa ra giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả Marketing tại khách sạn Sunny. Cách thức nghiên cứu trên có thể khái quát thành các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp thu thập thông tin:

Tổng hợp các thông tin thu thập được qua sách vở, báo chí, Internet, những kiến thức đã học ... để khái quát lên thành những cơ sở lí luận liên quan đến nội dung nghiên cứu của đề tài.

- Phương pháp tiếp cận và phân tích:

Tác giả đã nghiên cứu thực tế hoạt động Sales Marketing tại khách sạn Sunny để từ đó phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, đánh giá năng lực cạnh tranh của khách sạn và đề ra những giải pháp để phát triển marketing của khách sạn.

- Phương pháp xử lí tư liệu:

Thu thập số liệu tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn, phân tích mức doanh thu của khách sạn đạt được. Đây chính là cơ sở để đề ra các chiến lược Marketing trong tương lai. Do đó, phương pháp này có ý nghĩa không kém phần quan trọng trong việc xử lí những vấn đề hiện tại để có những cách giải quyết hữu hiệu cho hướng phát triển.

## **5. Nội dung và kết cấu của đề tài**

Ngoài phần mở đầu và phần kết luận đề tài được chia làm 3 chương.

**Chương 1: Marketing và Marketing trong kinh doanh khách sạn**

**Chương 2: Thực trạng hoạt động marketing tại khách sạn Sunny**

**Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động marketing tại khách sạn Sunny**

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Morrison, Alastain M, Marketing trong doanh nghiệp lữ hành và khách sạn.Tập 1 (sách dịch) Tổng cục du lịch Hà Nội, 1998.
2. Philip Kotler, Marketing căn bản, NXB Thống kê, 2002 (Bản dịch).
3. Marketing căn bản, giáo trình trường đại học kinh tế Quốc dân.
4. Tạp chí du lịch Việt Nam, số ra hàng tháng.
5. Nguyễn Trùng khánh,Chương trình Marketing Du Lịch,NXB.
6. Trịnh Xuân Dũng, Giới thiệu về ngành Kinh doanh khách sạn, HN1999.
7. TS Nguyễn Văn Mạnh, TS Hoàng Thị Lan Hương, Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn, NXB Lao động xã hội, 2004.
8. Các tài liệu thu thập được ở khách sạn Sunny Hà Nội.