

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN



DƯƠNG THỊ HỒNG LOAN

**THỰC TRẠNG VỀ KHẢ NĂNG THU HÚT
KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN VINPEARL HOTEL
CẦN THƠ**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

Nghành: Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch Và Lữ Hành

Mã số ngành: 7810103

CẦN THƠ, Ngày....Tháng....Năm 2022

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN

DƯƠNG THỊ HỒNG LOAN

**THỰC TRẠNG VỀ KHẢ NĂNG THU HÚT
KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN VINPAERL HOTEL
CẦN THƠ**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

NGÀNH: QUẢN TRỊ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

Mã số ngành: 7810103

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

ThS. PHẠM QUANG TRIỀU

CẦN THƠ, Ngày... Tháng 06 Năm 2022

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Khóa luận tốt nghiệp Đại học. Tên đề tài “ Thực trạng về khả năng thu hút khách lưu trú tại khách sạn Vinpearl Hotel Cần Thơ” . Do sinh viên Dương Thị Hồng Loan thực hiện dưới sự hướng dẫn của THS. Phạm Quang Triều. Báo cáo thực tập đã được trình bày và được Hội Đồng chấm tiểu luận thông qua ngày.....

Ủy viên

(Ký tên)

Thư ký

(Ký tên)

Phản biện 1

(Ký tên)

Phản biện 2

(Ký tên)

Cán bộ hướng dẫn

(Ký tên)

Chủ tịch Hội đồng

(Ký tên)

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
2.1. Mục tiêu chung	2
2.2. Mục tiêu cụ thể	2
3. Phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu	2
3.1. Đối tượng nghiên cứu	2
3.2. Phạm vi nghiên cứu	2
3.2.1. Không gian	2
3.2.2. Thời gian	2
3.2.3. Nội dung	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
4.1. Phương pháp thu thập số liệu	2
4.2. Phương pháp phân tích, xử lý số liệu	2
5. Kết cấu đề tài	3
CHƯƠNG 1	4
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THU HÚT KHÁCH HÀNG TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN	4
1. Một số khái niệm cơ bản	4
1.1. Khách sạn và kinh doanh khách sạn	4
1.1.1. Khách sạn	4
1.1.2. Kinh doanh khách sạn	4
1.1.2.1. Sản phẩm khách sạn	5
1.1.2.2. Khách của khách sạn	5
1.1.2.2.1. Nhu cầu của khách du lịch	5
1.1.2.2.1. Khách của khách sạn	6
1.2. Sự cần thiết thu hút khách đối với doanh nghiệp khách sạn	7

1.3. Một số nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động thu hút khách của một doanh nghiệp khách sạn.	7
<i>1.3.1. Nhân tố khách quan</i>	7
<i>1.3.1.1. Điều kiện thị trường</i>	7
<i>1.3.1.2. Các điều kiện kinh tế, chính trị quốc tế và trong nước</i>	8
<i>1.3.1.3. Điều kiện cơ sở hạ tầng kỹ thuật</i>	8
<i>1.3.1.5. Các công cụ pháp luật chính trị</i>	9
<i>1.3.1.6. Môi trường tự nhiên xã hội</i>	9
<i>1.3.1.7. Mức độ phát triển của nền kinh tế</i>	10
<i>1.3.2. Nhân tố chủ quan</i>	10
<i>1.3.2.1. Vị trí kiến trúc của khách sạn</i>	10
<i>1.3.2.2. Uy tín của khách sạn</i>	10
<i>1.3.2.3. Thứ hạng của khách sạn</i>	10
<i>1.3.2.4. Chính sách maketing- mix</i>	10
1.4. Các biện pháp thu hút khách đến khách sạn	12
<i>1.4.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ</i>	12
<i>1.4.1.1. Hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật</i>	12
<i>1.4.1.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động</i>	12
<i>1.4.1.3. Sử dụng chính sách Maketing- Mix</i>	13
CHƯƠNG 2	16
THỰC TRẠNG VỀ CÁC BIỆN PHÁP THU HÚT KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN	16
2.1. Giới thiệu khách sạn	16
<i>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển</i>	16
<i>2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ hức năng cơ bản của</i>	16
<i>2.1.3. Sản phẩm của doanh nghiệp</i>	16
<i>2.1.4. Tổ chức lao động của khách sạn qua 5 năm 2017-2021</i>	17
<i>2.1.5. Đặc điểm thị trường khách lưu trú tại khách sạn</i>	18
<i>2.1.6. Kết quả kinh doanh của khách sạn qua 3 năm 2017-2021</i>	18

<i>2.1.7. Điều kiện kinh doanh</i>	18
<i>2.1.8. Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp</i>	21
<i>2.1.9. Tổ chức hoạt động kinh doanh</i>	22
2.2. Một số nhân tố ảnh hưởng đến công tác thu hút khách đến lưu trú khách sạn	23
<i>2.2.1. Nhân tố chủ quan</i>	23
<i>2.2.1.1. Vị trí địa lý</i>	23
<i>2.2.1.2. Uy tín của khách sạn</i>	24
<i>2.2.1.3. Giá cả của sản phẩm khách sạn</i>	25
<i>2.2.1.4. Mối quan hệ với nguồn gửi khách</i>	26
<i>2.2.1.5. Nhận thức của nhà quản lý về công tác thu hút khách</i>	26
<i>2.2.2. Nhân tố khách quan</i>	26
<i>2.2.2.1. Điều kiện kinh tế</i>	26
<i>2.2.2.2. Điều kiện chính trị luật pháp</i>	26
<i>2.2.2.3. Điều kiện tự nhiên và hệ thống tài nguyên du lịch</i>	27
<i>2.2.2.4. Các nhân tố khác</i>	27
2.3. Thực trạng về các biện pháp thu hút khách tiêu dùng dịch vụ lưu trú tại khách sạn	28
<i>2.3.1. Đa dạng hóa sản phẩm</i>	28
<i>2.3.1.1. Đa dạng hóa sản phẩm lưu trú</i>	28
<i>2.3.1.2. Dịch vụ ăn uống</i>	28
<i>2.3.1.3. Dịch vụ bổ sung</i>	29
<i>2.3.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ</i>	30
<i>2.3.2.1. Hoàn thiện cơ sở vật chất</i>	30
<i>2.3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động</i>	30
<i>2.3.2.3. Tăng cường công tác quản trị chất lượng</i>	30
<i>2.3.2.4. Hoàn thiện quy trình làm việc</i>	32
<i>2.3.2.5. Chính sách giá</i>	35

2.3.2.6. <i>Quảng cáo, khuếch trương</i>	36
2.3.2.7. <i>Phân phối, mở rộng quan hệ hợp tác</i>	36
CHƯƠNG 3	38
MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG THU HÚT KHÁCH ĐẾN LƯU TRÚ TẠI KHÁCH SẠN	38
3.1. Phương hướng nhiệm vụ của khách sạn trong thời gian tới	38
3.2. Đề xuất một số biện pháp nhằm tăng cường khách đến lưu trú tại khách sạn	38
3.2.1. <i>Giải pháp 1</i>	38
3.2.2. <i>Giải pháp 2</i>	39
3.2.3. <i>Giải pháp 3</i>	39
KẾT LUẬN	41