

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ  
KHOA DU LỊCH & QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN**



**LÊ THỊ BÍCH NGÂN**

**GIẢI PHÁP MARKETING NHẪM THU HÚT KHÁCH  
TẠI KHÁCH SẠN MƯỜNG THANH CẦN THƠ**

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch & Lữ hành**

**Mã số ngành: 7810103**

**Tháng 6, năm 2022**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ  
KHOA DU LỊCH & QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN  
----📖----**

**LÊ THỊ BÍCH NGÂN  
MSSV: 1810330  
LỚP: DH18QTD01**

**GIẢI PHÁP MARKETING NHẪM THU HÚT KHÁCH  
TẠI KHÁCH SẠN MƯỜNG THANH CẦN THƠ**

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch & Lữ hành**

**Mã số ngành: 7810103**

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN  
ThS. NGUYỄN THANH TỬ**

**Tháng 6, năm 2022**





## LỜI CẢM TẠ

Tác giả xin gửi lời cảm ơn đến các thầy cô của trường Đại học Nam Cần Thơ bởi suốt quãng thời gian bắt đầu học tập tại trường, tác giả đã nhận được nhiều sự giúp đỡ, đặc biệt là các thầy cô trong Khoa Du lịch & Quản trị nhà hàng khách sạn đã tận tình truyền đạt kiến thức cho tác giả trong những năm học vừa qua. Với vốn kiến thức được tiếp thu trong quá trình học tập, tác giả tin rằng đó chính là hành trang quý báu cho con đường sự nghiệp sắp tới. Không chỉ vậy, để hoàn thành bài tiểu luận này, tác giả xin tri ân sâu sắc đến thầy ThS. Nguyễn Thanh Tú đã tận tình giúp đỡ tác giả trong quá trình làm bài tiểu luận.

Trong quá trình làm bài tiểu luận, do kiến thức cũng như hiểu biết thực tế còn nhiều hạn chế nên bài tiểu luận không thể tránh khỏi những thiếu sót, tác giả rất mong nhận được đóng góp của thầy, cô chấm bài để tác giả có thêm kinh nghiệm.

Chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày      tháng 06 năm 2022

Người thực hiện

Lê Thị Bích Ngân

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan bài tiểu luận này được hoàn thành dựa trên kết quả tìm hiểu nghiên cứu của tôi trong khuôn khổ của đề tài giải pháp marketing nhằm thu hút khách tại khách sạn Mường Thanh Cần Thơ.

Cần Thơ, ngày      tháng 06 năm 2022  
Người thực hiện

Lê Thị Bích Ngân

## MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	1
1.3 ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	2
1.3.1 Đối tượng nghiên cứu.....	2
1.3.2 Phạm vi nghiên cứu.....	2
1.4 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	2
1.5 BỐ CỤC BÀI TIỂU LUẬN.....	2
CHƯƠNG 1_CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	4
1.1 TỔNG QUAN VỀ KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	4
1.1.1 Khái niệm kinh doanh khách sạn.....	4
1.1.2 Đặc điểm kinh doanh khách sạn.....	5
1.1.3 Sản phẩm trong kinh doanh khách sạn.....	7
1.2 ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CỦA KHÁCH SẠN.....	10
1.2.1 Khái niệm khách hàng.....	10
1.2.2 Phân loại khách hàng.....	10
1.3 KHÁI NIỆM VỀ KHÁCH DU LỊCH.....	11
1.4 MỘT SỐ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG THU HÚT KHÁCH CỦA MỘT KHÁCH SẠN.....	12
1.5 KHÁI NIỆM MARKETING KHÁCH SẠN.....	14
1.6 VAI TRÒ CỦA QUẢN TRỊ HOẠT ĐỘNG MARKETING TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	15
1.7 MARKETING – MIX.....	16
CHƯƠNG 2_THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG MARKETING TẠI KHÁCH SẠN MÙI THẠCH CẦN THƠ.....	23
2.1 KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	23
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn.....	23
2.1.2 Cơ cấu tổ chức hoạt động của các phòng ban.....	24
2.1.3 Hệ thống sản phẩm của khách sạn.....	25
2.2 TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN.....	35
2.2.1 Đặc điểm của thị trường khách.....	35
2.2.2 Thị trường mục tiêu.....	36
2.3 THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG MARKETING TẠI KHÁCH SẠN MÙI THẠCH CẦN THƠ.....	37
2.3.1 Các chiến lược Marketing mà khách sạn đã thực hiện.....	37

2.3.2 Tóm tắt đánh giá về giải pháp Marketing của khách sạn .....	43
<b>CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP MARKETING NHẪM THU HÚT KHÁCH CHO KHÁCH SẠN MÙNG THANH CẦN THƠ .....</b>	<b>46</b>
3.1 TÂM NHÌN, SỨ MỆNH KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN MÙNG THANH CẦN THƠ .....	46
3.1.1 Tâm nhìn .....	46
3.1.2 Sứ mệnh .....	46
3.2 ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG CỦA KHÁCH SẠN TRONG THỜI GIAN TỚI .....	46
3.3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP MARKETING NHẪM THU HÚT KHÁCH CHO KHÁCH SẠN MÙNG THANH CẦN THƠ .....	47
3.3.1 Nhóm giải pháp về sản phẩm.....	47
3.3.2 Nhóm giải pháp về giá .....	48
3.3.3 Nhóm giải pháp về phân phối .....	49
3.3.4 Nhóm giải pháp về xúc tiến, quảng bá .....	49
3.3.5 Nhóm giải pháp về chính sách con người.....	50
3.3.6 Nhóm giải pháp về chính sách lập chương trình và tạo sản phẩm trọn gói	51
3.3.7 Nhóm giải pháp về cơ sở vật chất.....	52
3.4 KIẾN NGHỊ.....	52
3.4.1 Đối với nhà nước .....	52
3.4.2 Đối với khách sạn Mùng Thanh .....	53
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>54</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>55</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>56</b>



## DANH SÁCH BẢNG

Bảng 2. 1 Kiểu setup và sức chứa của phòng hội nghị - hội thảo .....	30
--	----

## DANH SÁCH HÌNH

Hình 1. 1 Sơ đồ các bước thiết kế kênh phân phối .....	19
Hình 2. 1 Logo khách sạn Mường Thanh Cần Thơ .....	23
Hình 2. 2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của khách sạn Mường Thanh Cần Thơ .....	24
Hình 2. 3 Phòng Superior King/ Twin .....	25
Hình 2. 4 Phòng Deluxe King/ Twin .....	26
Hình 2. 5 Phòng Deluxe Triple .....	26
Hình 2. 6 Phòng Royal Suite .....	27
Hình 2. 7 Phòng Executive Suite .....	27
Hình 2. 8 Phòng Presidential Suite .....	28
Hình 2. 9 Nhà hàng Tây Đô .....	29
Hình 2. 10 Nhà hàng Cẩm Thi .....	29
Hình 2. 11 Phòng ăn VIP .....	30
Hình 2. 12 Phòng Vĩnh Định – Vĩnh An .....	31
Hình 2. 13 Phòng Vĩnh Thanh .....	31
Hình 2. 14 Phòng Trần Giang .....	31
Hình 2. 15 Không gian tiệc cưới .....	32
Hình 2. 16 Phong Điền Bar .....	33
Hình 2. 17 Rooftop Bar .....	33
Hình 2. 18 Phòng Karaoke .....	33
Hình 2. 19 Phòng Massage & Spa .....	34
Hình 2. 20 Bể bơi .....	34