

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH



THỊ TRƯỜNG KHÁCH VÀ CHÍNH SÁCH THU HÚT KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN MỪNG THANH LUXURY CẦN THƠ

TIỂU LUẬN KẾT THÚC HỌC PHẦN

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
PHẠM QUANG TRIỀU

CẦN THƠ, tháng 03 năm 2022



TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH

PHẠM THỊ KIM NGÂN
MSSV: 1810023
LỚP: DH18QTD01

THỊ TRƯỜNG KHÁCH VÀ CHÍNH SÁCH THU HÚT KHÁCH TẠI KHÁCH
SẠN MÙNG THANH

TIÊU LUẬN KẾT THÚC HỌC PHẦN

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
PHẠM QUANG TRIỀU

CẦN THƠ, tháng 03 năm 2022

LỜI CẢM ƠN

“Để hoàn thành tiểu luận này, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến:

Ban giám hiệu trường Đại Học Nam Cần Thơ vì đã tạo điều kiện về cơ sở vật chất với hệ thống thư viện hiện đại, đa dạng các loại sách, tài liệu thuận lợi cho việc tìm kiếm, nghiên cứu thông tin.

Xin cảm ơn giảng viên hướng dẫn - thầy Phạm Quang Triều đã giảng dạy tận tình, chi tiết để em có đủ kiến thức và vận dụng chúng vào bài tiểu luận này.

Do chưa có nhiều kinh nghiệm làm đề tài cũng như những hạn chế về kiến thức, trong bài tiểu luận chắc chắn sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Rất mong nhận được sự nhận xét, ý kiến đóng góp, phê bình từ phía Thầy để bài tiểu luận được hoàn thiện hơn.

Lời cuối cùng, em xin kính chúc Thầy nhiều sức khỏe, thành công và hạnh phúc.”

Cần Thơ , ngày 21/8/2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan kết quả đạt được trong bài tiểu luận là sản phẩm của riêng cá nhân tôi và không có sự sao chép lại của người khác. Trong toàn bộ nội dung của bài tiểu luận, những điều được trình bày hoặc là của cá nhân hoặc là được tổng hợp từ nhiều nguồn tài liệu. Tất cả các tài liệu tham khảo đều có xuất xứ rõ ràng và được trích dẫn hợp pháp.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm và chịu mọi hình thức kỷ luật theo quy định cho lời cam đoan của

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	1
2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	2
3. PHẠM VI NGHIÊN CỨU	2
3.1 Phạm vi không gian	2
3.2 Thời gian.....	2
3.3 Đối tượng nghiên cứu.....	2
4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	2
4.1 Phương pháp nghiên cứu lý thuyết.....	2
4.2 Phương pháp nghiên cứu thực tiễn.....	2
5. KẾT CẤU CỦA ĐỀ TÀI	3
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	4
1.1 MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN	4
1.1.1 Khái niệm khách sạn	4
1.1.1.1 Marketing trong kinh doanh khách sạn	4
1.1.1.2 Đặc điểm dịch vụ trong khách sạn	4
1.1.1.3 Nguồn khách.....	5
1.1.1.4 Ý nghĩa nguồn khách với khách sạn.....	8
1.1.2 Phân loại khách sạn	9
1.1.2.1 Phân loại thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu.....	11
1.1.2.2 Phân loại khách sạn theo thị trường mục tiêu	13
1.2 GIẢI PHÁP MARKETING NHẪM THU HÚT KHÁCH ĐẾN KHÁCH SẠN	13
1.2.1 Chính sách giá	13
1.2.2 Vai trò của chính sách giá	14
1.2.3 Chính sách sản phẩm	15
1.2.4 Chính sách phân phối	17
1.2.5 Chính sách xúc tiến và quảng cáo	20

2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ	22
2.1.1 Vị trí địa lý, quá trình hình thành và phát triển	22
2.1.2 Cơ cấu tổ chức và vị trí chức năng	23
2.1.3 Sứ mệnh, tầm nhìn và giá trị cốt lõi	23
2.2 SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ CỦA KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ.....	24
2.2.1 Dịch vụ lưu trú - Về lưu trú thì khách sạn có các loại phong như sau : ...	24
2.2.2 Dịch vụ ăn uống.....	26
2.2.3 Dịch vụ bổ sung.....	26
2.3 THỊ TRƯỜNG KHÁCH CỦA KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ.....	29
2.4 THỰC TRẠNG THU HÚT KHÁCH CỦA KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ	30
2.4.1 Phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu.....	30
2.5 THỰC TRẠNG CÁC CHÍNH SÁCH MARKETING ĐANG ĐƯỢC SỬ DỤNG TẠI KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ	30
2.5.1 Chính sách sản phẩm (Product).....	30
2.5.2 Chính sách giá (Price)	30
2.5.3 Chính sách phân phối (Place)	31
2.5.4 Chính sách xúc tiến và truyền thông (Promotion).....	31
2.5.5 Chính sách con người (People)	31
2.6 CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT CỦA KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ.....	31
2.7 CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CÔNG TÁC THU HÚT KHÁCH ĐẾN LƯU TRÚ TẠI KHÁCH SẠN MÙNG THANH LUXURY CẦN THƠ.....	32
2.7.1 Các nhân tố môi trường bên ngoài	32
2.7.2 Các nhân tố môi trường kinh doanh	33
2.7.3 Các nhân tố môi trường bên trong.....	34
3.1 PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN MÙNG THANH CẦN THƠ TRONG THỜI GIAN TỚI.....	36

3.2 MỘT SỐ ĐỀ XUẤT NHẪM THU HÚT KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN MƯỜNG THANH	37
3.2.1 Giải pháp phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu	37
3.2.2 Giải pháp về chính sách sản phẩm	37
3.2.3 Giải pháp về chính sách giá.....	37
3.2.4 Giải pháp về chính sách phân phối.....	37
3.2.5 Giải pháp về chính sách xúc tiến - quảng cáo	37
CHƯƠNG 4 KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	38
1 KẾT LUẬN	38
2 KIẾN NGHỊ.....	39

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	Viết tắt	Viết đầy đủ
1	HK	Housekeeping
2	PA	Public attendant
3	GL	Giặt là
4	CCDC	Công cụ dụng cụ

DANH MỤC HÌNH

Mục hình	Tên Hình	Trang
2.1	Khách sạn Mùng Thanh Luxury Cần Thơ	39
2.2	Sản phẩm dịch vụ lưu trú của khách sạn Mùng Thanh Luxury Cần Thơ	39
2.3	Dịch vụ ăn uống của khách sạn Mùng Thanh Luxury Cần Thơ	40
2.4	Dịch vụ ăn uống của khách sạn Mùng Thanh Luxury Cần Thơ	40
2.5	Một số dịch vụ khác của Mùng Thanh Luxury Cần Thơ	40