

# LỜI CẢM ƠN

Trước hết em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc tới tập thể giảng viên trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã dày công giảng dạy tạo cho em một môi trường văn hoá - giáo dục lành mạnh.

Em xin trân trọng cảm ơn Thạc sỹ Nguyễn Ngọc Dung đã hướng dẫn, giúp đỡ em tận tình trong việc hoàn thành khoá luận tốt nghiệp này.

Đồng thời, em xin bày tỏ lòng biết ơn đối với Ban lãnh đạo cùng tập thể nhân viên khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã nhiệt tình quan tâm, giúp đỡ, tạo điều kiện cho em trong suốt thời gian thực tập tại khách sạn.

Do lượng kiến thức có hạn, kinh nghiệm thực tế cũng như thời gian thực tập tại khách sạn không nhiều nên khoá luận không tránh khỏi nhiều thiếu sót. Kính mong quý thầy cô và bạn bè góp ý, chỉ bảo để khoá luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, ngày 17 tháng 06 năm 2009

Sinh viên

Đỗ Thị Nguyệt

# MỤC LỤC

	Trang
<b>Ch- ơng mở đầu</b>	1
1. Lý do chọn đề tài.	1
2. Mục đích nghiên cứu.	2
3. Phạm vi và đối t- ợng nghiên cứu.	2
4. Ph- ơng pháp nghiên cứu.	3
5. Nguồn t- liệu.	3
6. Bố cục của khoá luận.	3
<b>Ch- ơng I. Giới thiệu tổng quan về khách sạn về khách sạn Harbour View, Hải Phòng.</b>	4
1.1. Vị trí địa lý của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.	
1.2. Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn Harbour View.	5
1.3. Cơ cấu tổ chức của khách sạn Harbour View	8
1.4. Cơ cấu lao động.	11
1.5. Các lĩnh vực kinh doanh chủ yếu.	17
1.6. Cơ sở vật chất kỹ thuật.	20
1.7. Kết quả hoạt động kinh doanh trong thời gian gần đây.	23
<b>Ch- ơng II. Thị tr- ờng khách và chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng.</b>	27
2.1. Phân tích SOT đối với khách sạn Harbour View , Hải Phòng trong bối cảnh hiện nay.	27
2.1.1. Điểm mạnh.	28
2.1.2. Điểm yếu.	28

2.1.3. Cơ hội.	29
2.1.4. Thách thức.	30
2.2. Thị trường khách của khách sạn	31
2.2.1. Cơ cấu khách của khách sạn.	31
2.2.2. Đặc điểm thị trường khách của khách sạn.	34
2.3. Chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng.	39
2.3.1. Nghiên cứu và lựa chọn thị trường.	39
2.3.2. Chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour view, Hải Phòng.	40
<b>Chương III. Một số đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng.</b>	<b>61</b>
3.1. Những nhận định cơ bản.	61
3.1.1. Thành công- kinh nghiệm.	61
3.1.2. Tồn tại cần khắc phục.	62
3.2. Căn cứ xây dựng đề xuất.	63
3.2.1. Xu hướng phát triển ngành du lịch, khách sạn Hải Phòng.	63
3.2.2. Định hướng phát triển của khách sạn Harbour view, Hải Phòng.	66
3.3. Các đề xuất cụ thể.	67
3.3.1. Đối với hệ thống sản phẩm.	67
3.3.2. Đối với chính sách phân phối.	68
3.3.3. Đối với chính sách xúc tiến.	70
3.3.4. Đối với nguồn nhân lực.	71
<b>Kết luận chung.</b>	<b>73</b>
Tài liệu tham khảo	74
Phụ lục	75

# CHƯƠNG MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài.

Việt Nam tự hào có bề dày bốn nghìn năm văn hiến, thêm vào đó lại được thiên nhiên - ưu đãi với nhiều cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp đã trở thành điểm đến của nhiều du khách. Và Hải Phòng là một trong những lựa chọn của khách du lịch quốc tế khi đến Việt Nam cũng như của khách du lịch nội địa.

Hải Phòng có một nguồn tài nguyên du lịch đa dạng và phong phú với các đền, chùa, các làng nghề truyền thống, cùng với hai điểm du lịch được du khách biết đến nhiều nhất là đảo Cát Bà và bãi biển Đồ Sơn non nước hữu tình hằng năm thu hút một lượng lớn khách du lịch.

Thêm vào đó, Hải Phòng lại là một trong những thành phố có tốc độ phát triển kinh tế cao nhất nước, có vị trí địa lý, môi trường đầu tư - kinh doanh đối thuận lợi. Đó là nguyên nhân khiến Hải Phòng là lựa chọn của các nhà đầu tư, đặc biệt là các nhà đầu tư nước ngoài.

Tận dụng được những thế mạnh đó, Hải Phòng đã trở thành một thành phố có ngành du lịch phát triển ngày càng khởi sắc.

Để đáp ứng được nhu cầu ngày càng lớn của khách du lịch, chủ yếu là nhu cầu về lưu trú và nghỉ ngơi, hàng loạt các khách sạn, nhà hàng đã được đầu tư, xây dựng. Điều đó làm cho môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn ngày càng trở nên gay gắt. Mặc dù là khách sạn quốc tế 4 sao duy nhất tại Hải Phòng nhưng khách sạn Harbour View cũng không nằm ngoài cuộc cạnh tranh đó. Đặc biệt trong hoàn cảnh nền kinh tế thế giới đang trong giai đoạn khủng hoảng nghiêm trọng như hiện nay thì sự cạnh tranh đó càng trở nên khốc liệt hơn bao giờ hết. Chính vì vậy việc nghiên cứu thị trường để từ đó đưa ra các chính sách thích hợp nhằm thu hút khách, nâng cao khả

năng cạnh tranh trên thị trường là hoạt động quan trọng không thể thiếu đối với các khách sạn nếu muốn tiếp tục tồn tại và phát triển.

Trên thực tế việc nghiên cứu thị trường và đưa ra các chính sách nhằm thu hút khách trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn đã được đề cập khá đầy đủ và rõ ràng trong nhiều tài liệu, cũng như trở thành nội dung nghiên cứu của nhiều đề tài. Tuy nhiên việc tiến hành nghiên cứu một đối tượng (khách sạn) cụ thể là rất ít. Vì vậy, em đã quyết định chọn việc tìm hiểu thị trường khách và các chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng làm đề tài khoá luận của mình. Hơn nữa, em từng có cơ hội được tiếp xúc, học tập và làm việc tại khách sạn Harbour View với thời gian 6 tuần trong đợt thực tập cuối khoá. Đó cũng là lý do khiến em chọn đề tài: “*Thị trường khách và các chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng*” làm đề tài khoá luận tốt nghiệp của mình.

## **2. Mục đích nghiên cứu.**

Đề tài tập trung nghiên cứu đặc điểm thị trường khách và các chính sách thu hút khách đã được thực hiện tại khách sạn Harbour View. Từ đó đóng góp một số đề xuất đối với hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View-Hải Phòng. Trên cơ sở đó đưa ra các kiến nghị, đề xuất nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng thu hút khách của khách sạn Harbour View-Hải Phòng

## **3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là đặc điểm thị trường khách và các chính sách thu hút khách đã được thực hiện nhằm thu hút khách tại khách sạn Harbour View-Hải Phòng.

Phạm vi nghiên cứu :

- + Về không gian: Khách sạn Harbour View-Hải Phòng.
- + Về thời gian: Từ ngày 16/2 đến 30/3/2009

## **4. Phương pháp nghiên cứu.**

Khoá luận sử dụng phương pháp thu thập và xử lý thông tin: sau khi thu thập thông tin, số liệu từ khách sạn Harbourview cũng như qua mạng internet,

ng- ời viết đã tiến hành chọn lọc, xử lý các thông tin cho phù hợp với nội dung của khoá luận.

Khoá luận còn sử dụng ph- ơng pháp khảo sát thực địa: các thông tin, số liệu về khách sạn Harbourview, Hải Phòng có đ- ược trong 6 tuần thực tập tại khách sạn. Chính thời gian thực tập này đã giúp ng- ời viết có cái nhìn thực tế và khái quát để từ đó đ- a ra các đánh giá của mình về khách sạn.

## **5. Nguồn t- liệu.**

- T- liệu thành văn: sách, giáo trình, tạp chí của ngành du lịch, khách sạn.
- T- liệu khảo sát thực tế tại khách sạn Harbourview, Hải Phòng.
- Các website của: khách sạn Harbourview, Hải Phòng; Sở du lịch Hải Phòng.

## **6. Bộ cục của khoá luận.**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, tài liệu tham khảo, phụ lục, khoá luận đ- ược kết cấu thành 3 ch- ơng nh- sau:

Ch- ơng I: Giới thiệu chung về khách sạn Harbour View – Hải Phòng.

Ch- ơng II: Thị tr- ờng khách và hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View – Hải Phòng.

Ch- ơng III: Một số đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View – Hải Phòng

## CHƯƠNG I

### TỔNG QUAN VỀ KHÁCH SẠN HARBOUR VIEW – HẢI PHÒNG.

*Một số thông tin về khách sạn Harbour View - Hải Phòng.*

- Địa chỉ: Số 4 Trần Phú- Hải Phòng.
- Số điện thoại: 0313.827.827
- Fax: 0313.827.828
- Email: [info@harbourviewvietnam.com](mailto:info@harbourviewvietnam.com)
- Website: [www.harbourviewvietnam.com](http://www.harbourviewvietnam.com)

#### **1.1. Vị trí.**

Vị trí có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong kinh doanh khách sạn. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thu hút khách của khách sạn, đồng thời cũng là một tiêu chuẩn trong việc xếp hạng sao. Việc khách hàng có lựa chọn một khách sạn là nơi lưu trú, nghỉ ngơi của họ hay không phụ thuộc rất lớn vào vị trí của khách sạn đó. Với vị trí thuận lợi tất yếu khách sạn sẽ là lựa chọn của nhiều khách hàng.

Một trong những nhân tố khiến nhiều du khách khi đến Hải Phòng quyết định chọn khách sạn Harbour View chính là do khách sạn Harbour View có vị trí khá thuận lợi.

Khách sạn Harbour View tọa lạc tại số 4 Trần Phú – Hải Phòng. Vị trí này nằm ở trung tâm thành phố Hải Phòng, cách cảng chính (cảng Hoàng Diệu) 200m, cách sân bay quốc tế Nội Bài 2 giờ xe, cách sân bay nội địa Cát Bi 25 phút xe. Đây là khu vực có khả năng tiếp cận tốt nhất Hải Phòng. Vì vậy, khách sạn Harbour View là nơi các doanh nghiệp lựa chọn để tổ chức các buổi họp, hội nghị, tiệc chiêu đãi.

Khách sạn nằm gần các điểm tham quan trong nội thành như: đài văn hóa trung tâm thành phố, Nhà hát lớn, hồ Tam Bạc, đền Nghè... Khách nghỉ tại khách sạn có thể tham quan các khu phố cổ ở khu trung tâm và tham gia các sự kiện văn hoá diễn ra ngay tại trung tâm thành phố.

Mặt khác, khách sạn nằm ngay cạnh ngân hàng, bưu điện thuận lợi cho nhu cầu giao dịch của khách.

Từ đây, du khách có thể dễ dàng đi tới các khu nghỉ mát nổi tiếng của Hải Phòng là Cát Bà và Đồ Sơn hoặc tới khu du lịch Tuần Châu – Hạ Long. Từ khách sạn, du khách chỉ mất 10 phút để đi đến bến Bính và lên tàu đi tham quan quần đảo Cát Bà - khu dự trữ sinh quyển thế giới, hay chỉ với 1 giờ 30 phút ô tô, du khách đã đến được vịnh Hạ Long-di sản thiên nhiên thế giới nổi tiếng của Việt Nam.

Có một điều đặc biệt mà không khách sạn nào ở Hải Phòng có được đó là: mặc dù nằm ngay trên trục đường chính lớn của thành phố nhưng khách sạn Harbour View lại sở hữu một không gian yên tĩnh và thanh bình hiếm có. Chính điều này đã hấp dẫn du khách đến với khách sạn để tận hưởng không khí yên bình ấy.

## **1.2. Quá trình hình thành và phát triển.**

Khách sạn Harbour View được thành lập dưới hình thức của một công ty liên doanh, gồm 4 nước đầu tư là: Pháp, Bỉ, Thái Lan và Việt Nam. Trong đó tập đoàn đầu tư chính lớn nhất là tập đoàn Minor của Thái Lan.

Minor là một trong những tập đoàn lớn ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương với hơn 500 nhà hàng và 11 khách sạn. Năm 1976 chỉ với một khu nghỉ mát ở Pattaya, đến nay tập đoàn đã mở rộng với hơn 11 khu nghỉ mát



trong cả bốn mùa, trong đó có chi nhánh Marriott và Anantara ở Thái Lan và Việt Nam.

Với sự thắng lợi trong kinh doanh khách sạn và các khu resort, Minor đ- ợc biết đến là cái tên nổi tiếng nhất trong khu vực châu á và trên thế giới với 14 Mandara và Anantara spa.

Công ty liên doanh Harbour View( viết tắt là HVC ) đ- ợc thành lập theo giấy phép số 92/ GP ngày 29/07/1994 của UBND thành phố Hải Phòng về hợp tác và đầu t-, bao gồm 5 thành viên. Trong đó có 4 thành viên là các công ty n- ớc ngoài và 1 thành viên là công ty trong n- ớc. Cụ thể là:

1. Hai Phong Trading, Import – Export and Services Company.(TRADIMEXCO HAI PHONG )
2. IPEM – BELGIUM (Bỉ)
3. MINOR INTERNATIONAL – Thái Lan
4. QUALITY- Thái Lan
5. CAMPENON – Pháp

Khách sạn Harbour View bắt đầu xây dựng năm 1996 và đến 10/10/1998 khách sạn chính thức khai tr- ợng và đi vào hoạt động với:

+ Tổng số vốn đầu t- là: 16.978.743 USD, t- ợng đ- ợng 76% tổng số vốn.

+ Tổng số vốn góp của Việt Nam chiếm 24% t- ợng đ- ợng diện tích đất là 5.803m<sup>2</sup>

Công ty liên doanh Harbour View bao gồm toà văn phòng cho thuê Harbour View Office Tower và khách sạn Harbour View.

Toà văn phòng Harbour View Office Tower có vị trí và không gian khá thuận lợi và hoàn hảo, với tổng diện tích là 3.022m<sup>2</sup> . Toà văn phòng cho thuê đ- ợc thiết kế một cách linh hoạt và hiệu quả, đ- ợc bảo vệ suốt 24 giờ, hàng ngày đ- ợc lau dọn, có hệ thống điều hoà trung tâm và hệ thống cứu hoả theo tiêu chuẩn châu Âu.

Khách sạn Harbour View- Hải Phòng đ- ợc xây dựng theo lối kiến trúc Pháp và hiện tại còn giữ đ- ợc nét kiến trúc Pháp cổ. Chính điều này đã tạo nên sức hấp dẫn với các du khách,đặc biệt là du khách châu Âu.

Khách sạn có tổng số 127 phòng nh- ng chỉ có 122 phòng có khả năng cho thuê. Khách sạn có 5 loại phòng, đó là:

- + Superior room.
- + Business Deluxe room.
- + Exective Business Deluxe room.
- + Suite.
- + Royal Suite.

Trong đó mỗi loại phòng đều có phòng đơn và phòng đôi. Tại các phòng nghỉ đều đ- ợc trang bị các trang thiết bị hiện đại và đ- ợc thiết kế một cách hợp lý, hài hoà nhằm đem lại sự thoải mái,tiện nghi nhất cho du khách khi l- u trú tại khách sạn. Nét kiến trúc Pháp cổ kết hợp với trang thiết bị hiện đại đã tạo nên một không gian mà khách hàng chỉ có thể tìm thấy tại khách sạn Harbour View.

Sau hơn 10 năm hoạt động và phát triển, khách sạn Harbour View đã khẳng định đ- ợc chỗ đứng cũng nh- th- ơng hiệu của mình trong ngành kinh doanh khách sạn. Và nó đã trở thành lựa chọn hàng đầu đối với du khách khi đến Hải Phòng, đặc biệt là khách du lịch quốc tế chất l- ợng cao và khách công vụ. Nhắc đến khách sạn Harbour View là nhắc tới một khách sạn quốc tế 4 sao có chất l- ợng phục vụ tốt nhất trị tr- ờng kinh doanh khách sạn Hải Phòng.

Ngày 26/3/2004 khách sạn Harbour View được nhận giải thưởng “ Best Service” do tổ chức AWARD GUIDE bình chọn tại thành phố Hồ Chí Minh.

Năm 2006 khách sạn nhận giải thưởng “ Good Food” do hãng lữ hành quốc tế SAGA trao tặng. Kết quả này dựa trên những đánh giá qua các đoàn khách du lịch của SAGA đến l- u trú tại khách sạn.

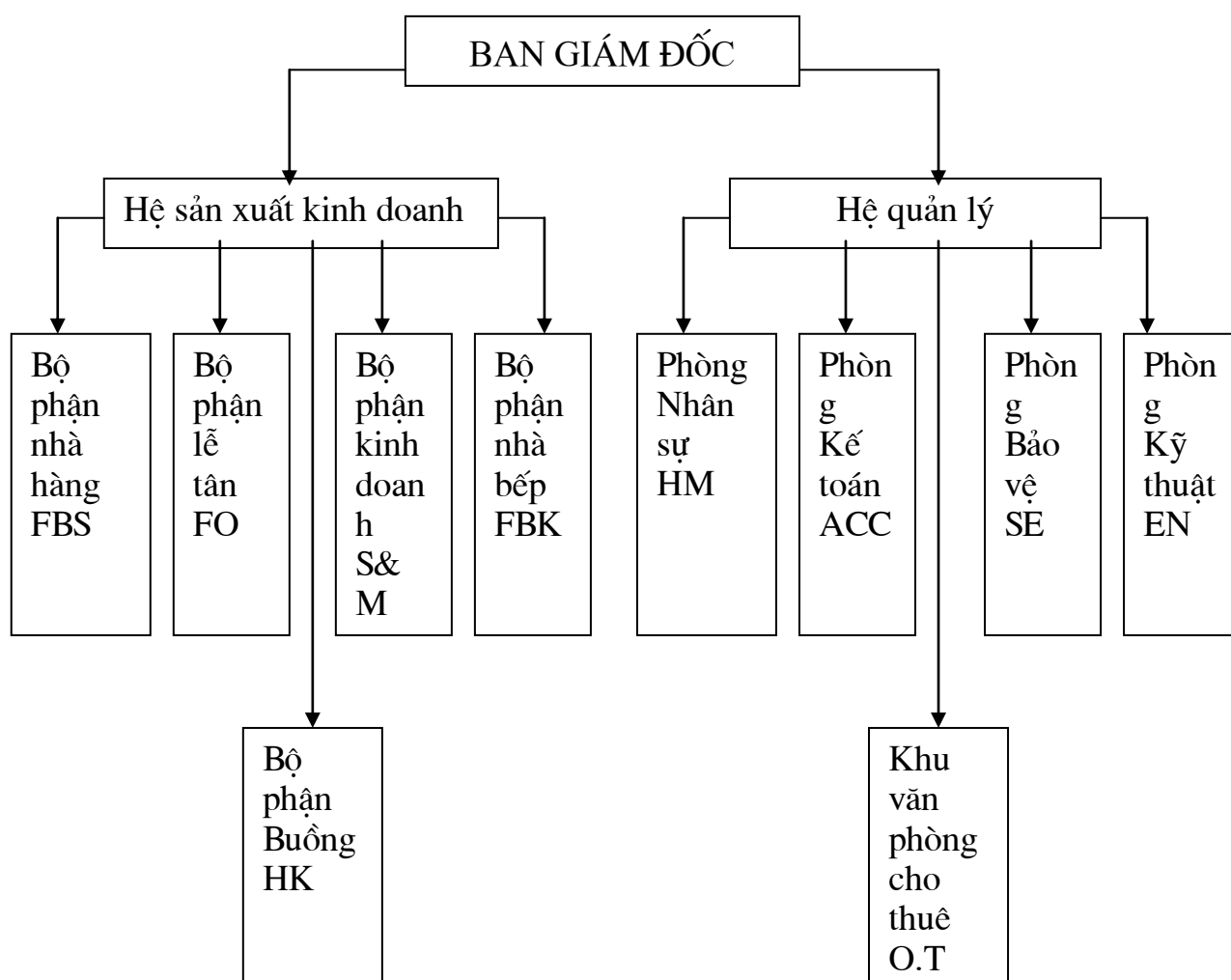
Cũng năm 2006 khách sạn đ-ợc Ủy ban Hợp tác quốc tế về đầu t- nước ngoài và Công đoàn Thương mại Việt Nam trao giải thưởng: “ Top Trade Best Service”.

Năm 2007 khách sạn đ-ợc bình chọn là khách sạn “ thân thiện” và cũng đạt danh hiệu là một trong những khách sạn có th-ơng hiệu cao nhất trong ngành dịch vụ khách sạn do báo Th-ơng mại thuộc Bộ Th-ơng mại bình chọn.

Với những thành công đã đạt đ-ợc, ban lãnh đạo và tập thể nhân viên khách sạn Harbour View sẽ vững vàng đ-a khách sạn v-ợt qua những ảnh h-ởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay.

### 1.3. Cơ cấu tổ chức.

- Sơ đồ bộ máy tổ chức.



( Nguồn: Phòng Nhân sự, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

- Cơ cấu tổ chức của khách sạn Harbour View đ- ợc áp dụng theo dạng quản lý trực tuyến kết hợp với dạng chức năng.

- Công ty liên doanh Harbour View chia thành hai mảng kinh doanh: bộ phận kinh doanh văn phòng cho thuê ( Office Tower) và bộ phận kinh doanh khách sạn ( Harbour View Hotel). Trong đó, khách sạn Harbour View chia thành 9 bộ phận: bộ phận Nhân sự, Kế toán, Nhà hàng, Buồng ( bao gồm 3 bộ phận: giặt là, vệ sinh khu vực phòng và vệ sinh công cộng), bộ phận Bếp, Kỹ thuật, Lễ tân ( tiền sảnh), Bảo vệ.

- Mỗi bộ phận có chức năng riêng biệt. Hệ quản lý có: phòng nhân sự, kế toán, khu văn phòng cho thuê, phòng kỹ thuật và phòng bảo vệ. Đây là những bộ phận gián tiếp tác động đến kết quả kinh doanh của khách sạn. Hệ sản xuất kinh doanh chính có các bộ phận trực tiếp tiếp xúc, tác động và mang lại chất l- ượng phục vụ cũng nh- đảm bảo uy tín cho khách sạn. Đó là các bộ phận: lễ tân, nhà hàng, buồng, nhà bếp, kinh doanh.

- Khách sạn Harbour View, Hải Phòng áp dụng chế độ hợp đồng lao động đối với tất cả nhân viên đảm bảo lợi ích cũng nh- các quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm cho mỗi nhân viên. Để phát huy tối đa năng lực làm việc của mỗi cá nhân và quyền bình đẳng giữa tất cả nhân viên, khách sạn còn quy định phân công công việc và quy định trách nhiệm rõ ràng, cấp trên kiểm tra cấp d- ới, cấp d- ới chịu sự điều hành của cấp trên, nhiệm vụ đ- ợc quán triệt theo từng cấp. Tổng giám đốc điều hành trực tiếp thông qua giám đốc các bộ phận và tr- ởng các bộ phận. D- ới giám đốc các bộ phận là các trợ lý, tr- ởng phòng, các giám sát viên, d- ới các giám sát viên có các tr- ởng ca cùng nhau phối hợp trong công việc. Nguyên tắc hoạt động nh- vậy là khá hợp lý và chặt chẽ đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của một khách sạn quốc tế 4 sao nh- khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

- Chức năng của từng bộ phận.

❖ Ban giám đốc ( Tổng giám đốc và Phó tổng giám đốc):

Dưới sự lãnh đạo của Hội đồng quản trị, Ban giám đốc vạch ra kế hoạch công tác và điều lệ tương xứng với mục tiêu kinh doanh, quản lý khách sạn, đơn đốc kiểm tra và chỉ đạo các bộ phận thực hiện và hoàn thành công việc được giao, phối hợp quan hệ và cộng tác giữa các bộ phận trong khách sạn giữ mối liên hệ rộng rãi với các cơ quan liên quan, đồng thời theo định kỳ thông báo tình hình chất lượng của nhân viên.

Tổng giám đốc của khách sạn Harbour View, Hải Phòng hiện nay là ông Jack Reilly- quốc tịch Úc. Tổng giám đốc chịu trách nhiệm điều hành công việc tại khách sạn, còn tất cả các vấn đề liên quan như: pháp luật, thuế, tài chính, vay vốn ngân hàng do phó tổng giám đốc đảm nhiệm. Phó tổng giám đốc hiện tại của khách sạn là người Việt Nam- ông Nguyễn Sơn Hải.

❖ Bộ phận Buồng:

Bộ phận buồng thực hiện chức năng kinh doanh dịch vụ buồng ngủ. Khách đăng ký buồng phải được đón tiếp chu đáo, lịch sự. Khi khách đến phải được đón tiếp nồng hậu, ân cần, được bố trí vào đúng loại đã đăng ký từ trước và buồng đó đã được chuẩn bị sẵn mọi tiện nghi để phục vụ khách. Buồng phải làm vệ sinh hàng ngày, thay và bổ sung những đồ dùng cần thiết theo tiêu chuẩn của khách sạn và loại buồng mà khách đã thuê.

❖ Bộ phận Kỹ thuật:

Thực hiện chức năng quản lý cơ sở vật chất của khách sạn, cung cấp các điều kiện kỹ thuật cần thiết để khách sạn hoạt động bình thường và bảo đảm chất lượng dịch vụ của khách sạn. Bộ phận này thực hiện các công việc chính như: lập kế hoạch quản lý vận hành, bảo dưỡng, sửa chữa đổi mới các trang thiết bị điện dân dụng, điện tử, cấp thoát nước cơ khí, các phòng tiện và đồ dùng, dụng cụ gia dụng của toàn bộ khách sạn.

❖ Bộ phận Kinh doanh:

Bộ phận được coi như là chiếc cầu nối giữa người tiêu dùng với các nguồn lực bên trong của khách sạn. Bộ phận này bao gồm các chức năng như: làm cho sản phẩm luôn thích ứng với thị trường; xác định mức giá và điều chỉnh mức giá cho phù hợp với diễn biến thị trường, với kế hoạch kinh doanh

của khách sạn, với thời vụ; tổ chức và thực hiện việc đăng ký (bán) tr- ốc về buồng ngủ, tổ chức các cuộc gặp gỡ ( hội nghị, hội thảo, các loại tiệc), tổ chức và thực hiện các hoạt động xúc tiến ( tuyên truyền, quảng cáo kích thích ng- ời tiêu dùng và kích thích ng- ời tiêu thụ).

❖ Phòng Kế toán:

Thực hiện đồng thời hai chức năng: vừa thực hiện chức năng tham m- u, vừa thực hiện chức năng điều hành.

❖ Phòng Nhân sự:

Thực hiện ba chức năng cơ bản. Đó là:

- Thu hút nguồn nhân lực, bao gồm các công việc nh- : dự báo và hoạch định nhân lực, phân tích công việc, tuyển chọn nhân lực, thu thập, l- u giữ và xử lý thông tin về nhân lực của khách sạn.

- Chức năng đào tạo, phát triển: chú trọng việc nâng cao năng lực của nhân viên đảm bảo cho nhân viên trong khách sạn có kỹ năng, trình độ lành nghề cần thiết để hoàn thành công việc đ- ợc giao và tạo điều kiện cần thiết cho nhiệm vụ phát triển tối đa các năng lực cá nhân.

- Chức năng duy trì nguồn nhân lực: đảm bảo duy trì và sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực khách sạn. Nhóm chức năng này gồm hai chức năng nhỏ hơn là kích thích, động viên nhân viên và duy trì, phát triển mối quan hệ lao động tốt đẹp trong khách sạn.

❖ Bộ phận Lễ tân:

Trong khu vực đón tiếp, bộ phận lễ tân đóng vai trò đặc biệt quan trọng nh- chiếc cầu nối giữa khách với các bộ phận còn lại trong khách sạn để đáp ứng và thoả mãn mọi nhu cầu của khách. Nó đ- ợc coi là bộ mặt của khách sạn, là nơi đầu tiên tiếp xúc với khách, là trung tâm thần kinh của khách sạn đóng vai trò chủ đạo trong các hoạt động phục vụ khách.

Bộ phận lễ tân thực hiện các chức năng nh- : giới thiệu bán buồng và các dịch vụ khác của khách sạn cho khách ; nhận đặt buồng và bố trí buồng cho khách ; đón tiếp và làm thủ tục đăng ký khách sạn ; trực tiếp hoặc phối hợp với các bộ phận khác trong khách sạn để phục vụ khách trong thời gian

khách l- u trú tại khách sạn ; tiếp nhận những ý kiến t- vấn và xử lý những khiếu nại của khách, cung cấp thông tin cho nhà quản lý và các bộ phận chức năng ; theo dõi, cập nhật, tổng hợp các chi phí của khách, làm thủ tục thanh toán và tiễn khách ; l- u trữ hồ sơ cho khách.

❖ Bộ phận Nhà hàng :

Bộ phận nhà hàng là cầu nối giữa những ng- ời chế biến món ăn và du khách, đồng thời là công đoạn hoàn thiện dịch vụ ăn uống ; là khâu quan trọng trong dây chuyền sản xuất các món ăn và dịch vụ phục vụ ăn uống ; là một trong những yếu tố tạo nên chất l- ượng, danh tiếng, uy tín của khách sạn.

Bộ phận nhà hàng thực hiện đồng thời hai chức năng :

▪ Chức năng phục vụ : Đón tiếp và phục vụ khách ăn uống hàng ngày và các bữa tiệc lớn nhỏ nhằm cung cấp cho khách các dịch vụ có chất l- ượng cao.

▪ Chức năng kinh doanh : Kinh doanh các dịch vụ phục vụ ăn uống nhằm làm tăng doanh thu cho khách sạn.

❖ Bộ phận Bếp :

Chịu trách nhiệm chế biến món ăn theo yêu cầu của nhà hàng ; nắm vững kế hoạch thực đơn ; dự trữ nguyên liệu hàng hóa để kịp thời phục vụ khách ; đảm bảo chế biến đúng kế hoạch, đơn đặt nhà hàng của khách, đúng thời gian, đúng kế hoạch.... Bộ phận này luôn có kế hoạch phòng chống ngộ độc thức ăn cho khách, nghiêm túc chế biến các món ăn theo quy cách và tiêu chuẩn đã quy định.

❖ Bộ phận Bảo vệ :

Đảm bảo an ninh an toàn tuyệt đối cho khách và khu văn phòng cho thuê; phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi vi phạm nội quy, quy định của khách sạn ; tăng c- ường công tác bảo vệ nội bộ và đảm bảo an toàn tính mạng và tài sản cho khách. Bộ phận bảo vệ có nhiệm vụ tạo môi tr- ờng kinh doanh tốt để hỗ trợ cho công việc kinh doanh của khách sạn, phối hợp với chính quyền địa ph- ơng ngăn chặn, xử lý các hiện t- ượng gây rối, mất trật tự.

#### **1.4. Cơ cấu lao động.**

Đội ngũ lao động là lực lượng đông đảo và chiếm vị trí vô cùng quan trọng trong các hoạt động kinh doanh của khách sạn. Đây là lực lượng tham gia trực tiếp vào hoạt động của tất cả các bộ phận trong khách sạn. Nó được coi như một yếu tố làm nên sự sống và duy trì sự sống cho ngành kinh doanh khách sạn.

Hiện tại, tổng số lao động của khách sạn Harbour View, Hải Phòng là 136 lao động với nhiều độ tuổi khác nhau.

**Bảng 1: Cơ cấu lao động của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

Bộ phận	Số lượng	Giới tính		Độ tuổi			
		Nam	Nữ	Dưới 25	25-30	30-35	Trên 35
Ban giám đốc	2	2	0	0	0	0	2
Phòng nhân sự	2	1	1	0	1	0	1
Phòng kinh doanh	6	2	4	4	1	1	0
Phòng kế toán	10	5	5	2	5	1	2
Lễ tân	13	10	3	1	9	3	0
Nhà hàng	22	4	18	17	3	1	1
Buồng	28	9	19	12	6	3	7
Kỹ thuật	11	11	0	1	1	5	4
Bảo vệ	16	15	1	2	3	5	6
Khu vực văn phòng	1	1	0	0	0	0	1
Bếp	25	20	5	11	7	2	5
Tổng	136	80	56	50	36	21	29

(Nguồn : Phòng nhân sự khách sạn Harbour View, Hải Phòng )



**- Về giới tính:**

Cơ cấu lao động của khách sạn Harbour View, Hải Phòng có sự chênh lệch giữa nam và nữ, nhân viên nam chiếm 58,8%, nhân viên nữ chiếm 41,2%. Tuy nhiên, sự chênh lệch là không lớn và đồng thời nó thể hiện tính hợp lý trong công tác phân công lao động trong khách sạn Harbour View. Nhân viên nam trong khách sạn hầu hết tập trung ở bộ phận đòi hỏi có sức khỏe, kỹ thuật... Đó là các bộ phận: bảo vệ, kỹ thuật, bếp. Nhân viên nữ tập trung ở các bộ phận cần sự khéo léo nh- các bộ phận: buồng, nhà hàng.

**- Về độ tuổi:**

***Bảng 2: Cơ cấu lao động theo độ tuổi của khách sạn Harbour View, Hải Phòng***

Độ tuổi	Tỷ lệ (%)
D- ới 25	36,8
25-30	26,5
30-35	15,4
Trên 35	21,3
Tổng	100

( Nguồn: Phòng Nhân sự, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Có thể thấy, đội ngũ lao động của khách sạn Harbour View có độ tuổi t- ơng đối trẻ. Số lao động d- ới 25 tuổi là 50 ng- ời, chiếm 36,8%; số lao động trên 35 tuổi chỉ chiếm 21,3% trong tổng số lao động của khách sạn. Đây là một thuận lợi giúp khách sạn không ngừng phát triển, v- ơn xa và khẳng định vị trí của mình trong khu vực cũng nh- trên thế giới. Bởi lực l- ợng lao động trẻ có nhiều sự sáng tạo, nhiệt tình trong công việc, khả năng cập nhật thông tin nhanh chóng, đào tạo và ứng dụng khoa học là thuận lợi. Tuy nhiên, mặt hạn chế là do thời gian làm việc ch- a lâu nên trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và tay nghề của họ ch- a cao, ch- a nhiều kinh nghiệm.

Đội ngũ nhân viên trẻ th- ờng tập trung ở hai bộ phận trực tiếp tham gia phục vụ khách : bộ phận lễ tân và nhà hàng. Độ tuổi trên 35 th- ờng là tr- ờng các bộ phận hoặc nhân viên cấp quản lý.

- Về trình độ đào tạo :

**Bảng 3 : Trình độ đào tạo của nhân viên khách sạn Harbourview, Hải Phòng**

	Chỉ tiêu	Số l- ợng (ng- ời)	Tỷ lệ (%)
1. Trình độ chuyên môn	Tổng	136	100
	Trên đại học	2	1,5
	Đại học	65	47,8
	Cao đẳng- trung cấp	58	42,6
	Lao động phổ thông	11	8,1
2. Trình độ ngoại ngữ	Tổng	136	100
	C	81	59,6
	B	34	25
	A	21	15,4
	Ch- a qua đào tạo	0	0

( Nguồn : Phòng Nhân sự, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Qua bảng số liệu ta thấy, đội ngũ lao động của khách sạn hầu hết đã qua đào tạo ( chiếm 91,9%) với các trình độ khác nhau: trên đại học, đại học, cao đẳng, trung cấp. Số lao động phổ thông trong khách sạn chiếm tỷ trọng nhỏ (8,1%).

Phần lớn nhân viên khách sạn Harbour View, Hải Phòng đ- ợc đào tạo từ các tr- ờng đại học, cao đẳng, trung cấp nghề chuyên ngành du lịch hoặc tốt nghiệp các tr- ờng Đại học Văn hoá, Đại học Ngoại ngữ. Vì vậy, đội ngũ nhân viên khách sạn Harbour View, Hải Phòng có trình độ chuyên môn nghiệp vụ t- ơng đối vững vàng, đáp ứng đ- ợc yêu cầu công việc.

Là khách sạn 4 sao đạt tiêu chuẩn quốc tế, đối tượng phục vụ chủ yếu là khách nước ngoài nên nhân viên của khách sạn đều có khả năng sử dụng tiếng Anh với mức độ yêu cầu khác nhau ở các bộ phận. Trong đó, nhân viên các bộ phận trực tiếp tham gia phục vụ khách như: bộ phận nhà hàng, lễ tân có khả năng sử dụng thành thạo tiếng Anh trình độ B trở lên. Đặc biệt, 100% nhân viên bộ phận lễ tân giao tiếp tiếng Anh trình độ C.

Nếu nhân cơ sở vật chất kỹ thuật tạo nên “phần xác” thì đội ngũ lao động tạo nên “phần hồn” của khách sạn. Nguồn lao động có trình độ và được quản lý tốt là một lợi thế cạnh tranh của khách sạn trên thị trường, đồng thời tạo điều kiện cho người lao động được cống hiến và thỏa mãn nhu cầu trong quá trình làm việc.

### **1.5. Các lĩnh vực kinh doanh chủ yếu.**

Đối với các khách sạn vừa và nhỏ, lĩnh vực kinh doanh chủ yếu là kinh doanh dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống. Còn với các khách sạn lớn như Harbour View-Hải Phòng lĩnh vực kinh doanh chủ yếu bao gồm:

- + Kinh doanh dịch vụ lưu trú.
- + Kinh doanh dịch vụ ăn uống.
- + Kinh doanh dịch vụ bổ sung.

#### **1.5.1. Kinh doanh dịch vụ lưu trú**

Hoạt động kinh doanh lưu trú được xem như một trục chính để toàn bộ các hoạt động kinh doanh khác của khách sạn xoay quanh nó. Vai trò then chốt của hoạt động kinh doanh lưu trú trong khách sạn xuất phát từ ba lý do chính: lý do kinh tế, vai trò quan trọng trong việc tham gia phục vụ trực tiếp khách và cung cấp dự báo quan trọng cho khách sạn. Chính vì vậy, hoạt động kinh doanh lưu trú được xem là mảng hoạt động chính yếu nhất của bất kỳ khách sạn nào và khách sạn Harbour View không nằm ngoài danh sách đó.

Để phục vụ cho mảng kinh doanh dịch vụ lưu trú, hiện khách sạn Harbour View có 122 phòng có khả năng sẵn sàng đón khách.

Tất cả các phòng đều được thiết kế khép kín, có đầy đủ các trang thiết bị hiện đại: internet tốc độ cao ADSL hoặc internet qua đường điện thoại, có

hệ thống gọi điện thoại đ- ồng dài quốc tế trực tiếp, hệ thống ti vi qua vệ tinh quốc tế. Ngoài ra trong phòng còn có bar cá nhân, máy pha trà, máy pha cà phê, máy sấy tóc, điều hoà cá nhân, gi- ờng đạt tiêu chuẩn, két an toàn, tranh nghệ thuật, bàn làm việc, bàn uống n- ớc, ghế sofa, tủ đựng quần áo, dép đi trong nhà, xi đánh giày, bút, giấy viết th- , phong bì, giấy gửi fax.

Trong phòng còn đ- ợc đặt hoa quả t- ươi, một số tờ quảng cáo về khách sạn, về các dịch vụ bổ sung có trong khách sạn hoặc quảng cáo những chuyến du lịch tại Hải Phòng và các khu vực lân cận.

Nhà vệ sinh đ- ợc bố trí gọn gàng, sạch sẽ, thẩm mỹ với áo choàng tắm, màn che phòng tắm, khăn mặt, giấy lau tay, xà bông tắm, bồn tắm, hệ thống n- ớc nóng lạnh, khăn tắm, dầu gội đầu, kem d- ưỡng da toàn thân và điện thoại, ánh sáng đ- ợc thiết kế dịu nhẹ, có chiếc g- ờng lớn, bồn rửa mặt loại cao cấp nhập khẩu với chất l- ượng đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Để hoạt động kinh doanh l- u trú đạt hiệu quả cao cần có sự phối kết hợp chặt chẽ giữa bộ phận lễ tân và bộ phận buồng trong khách sạn. Trên thực tế, tại khách sạn Harbour View hai bộ phận này có mối quan hệ khá mật thiết và chặt chẽ. Chính điều này đã đem lại hiệu quả cao trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ l- u trú của khách sạn Harbour View-Hải Phòng.

### **1.5.2. Kinh doanh dịch vụ ăn uống**

Kinh doanh ăn uống luôn là một mảng hoạt động không thể thiếu của các cơ sở kinh doanh khách sạn hiện đại. Trong thời đại ngày nay, nhu cầu ăn uống ở bên ngoài (ngoài ngôi nhà của mình) của con ng- ời đã ngày càng đóng vai trò quan trọng trong đời sống. Nhà hàng, khách sạn chính là nơi nhiều ng- ời tìm đến để thoả mãn nhu cầu đó của họ.

Đối với khách sạn Harbour View-Hải Phòng, khách tìm đến khách sạn để thoả mãn nhu cầu ăn uống phần lớn là khách đang l- u trú trong khách sạn, hoặc những đoàn khách dừng chân tại Hải Phòng trong tour du lịch( đến Hạ Long) đã đặt tr- ớc việc dùng bữa tại khách sạn, cũng có một số ít khách là ng- ời địa ph- ơng.

Phục vụ hoạt động kinh doanh ăn uống, khách sạn Harbour View có hai nhà hàng mang hai phong cách khác nhau là nhà hàng Harbour Cafe và nhà hàng Nam Ph-ong, Lobby Bar và 5 phòng lớn.

Nhà hàng Harbour Cafe đ-ợc thiết kế mang dáng dấp cổ điển châu Âu, chuyên phục vụ các món ăn Âu. Tại đây khách có thể ăn buffet, a la carte hoặc set menu cùng các đồ uống: n-ớc ngọt, r-ợu, bia, cocktail. Đặc biệt, nhà hàng còn có dịch vụ *Room Service* (mang đồ ăn lên tận phòng cho khách) 24/24h. Thời gian mở cửa của nhà hàng Harbour Cafe là:

+ 6h đến 10h (thứ 7, chủ nhật mở đến 10h30).

+ 11h30 đến 14h.

+ 18h đến 22h.

Nhà hàng Nam Ph-ong chuyên phục vụ các món ăn á. Tuy nhiên nhà hàng này hiện nay đã đóng cửa và chỉ sử dụng trong các tiệc c-ới.

Lobby bar chuyên phục vụ đồ uống với các loại: bia, r-ợu, cocktail.... Thời gian mở cửa từ 10h đến 24h.

Đóng góp một phần không nhỏ trong hoạt động kinh doanh ăn uống là kinh doanh tiệc c-ới. Hiện khách sạn Harbour View có 5 phòng lớn chuyên phục vụ tổ chức tiệc c-ới. Đó là các phòng: Hà Nội, Sài Gòn, Hải Phòng, Đà Nẵng, Đà Lạt.

Hội tr-ởng tiệc c-ới có điều hoà, trang trí hoa t-ới theo tiêu chuẩn của khách sạn, bàn lễ tân với khăn lụa hồng, bàn l-ưu bút hoa t-ới, bàn trà tr-ớc và sau tiệc, hộp đựng quà mừng, hệ thống âm thanh, máy chiếu, cổng hoa đón khách, thảm đỏ trải lối vào, tháp ly bốn tầng cùng một chai sampanh. Ngoài ra, khách sạn còn dành tặng cô dâu chú rể một phòng miễn phí (một đêm) có ăn sáng.

Hoạt động kinh doanh ăn uống của khách sạn Harbour View - Hải Phòng khá thành công với sự kết hợp chặt chẽ giữa các bộ phận trong khách sạn, đặc biệt giữa bộ phận nhà hàng, bộ phận bếp, bộ phận lễ tân và phòng Sales – marketing.

### **1.5.3. Kinh doanh dịch vụ bổ sung.**

Ngoài việc phục vụ các nhu cầu chính của khách là l- u trú và ăn uống, khách sạn Harbour View còn phục vụ nhu cầu giải trí của khách trong thời gian l- u trú tại khách sạn với hệ thống phòng matxa, phòng tập thể dục thể hình, quầy l- u niệm ( Gift Shop) và bể bơi.

Ngoài ra khách sạn còn có các dịch vụ khác phục vụ khách nh- : dịch vụ giặt là, gọi xe cho khách, tổ chức các tour du lịch trong ngày theo yêu cầu với điểm đến là các danh thắng, di tích trong nội thành hoặc ngoại thành Hải Phòng: nhà hát lớn, chùa D- Hàng, biệt thự Bảo Đại, Đồ Sơn casino, đảo Hòn Dấu; các điểm đến khác xa hơn nh- : vịnh Hạ Long, cố đô Hoa L- , Tam Cốc (Ninh Bình), sân golff Chí Linh (Hải D- ơng).

Có thể thấy khách sạn Harbour View đã có những hoạt động nhằm thoả mãn các nhu cầu giải trí của khách nh- ng các dịch vụ bổ sung đó còn nghèo nàn, thiếu đa dạng ch- a đáp ứng đ- ợc một cách đầy đủ các nhu cầu của khách.

## **1.6. Cơ sở vật chất kỹ thuật.**

Cơ sở vật chất kỹ thuật đóng vai trò lớn trong việc thoả mãn các nhu cầu của khách, đặc biệt với hai nhu cầu chính là l- u trú và ăn uống. Không có hệ thống các cơ sở vật chất kỹ thuật khách sạn không thể hoạt động.

Là một khách sạn 4 sao theo tiêu chuẩn quốc tế, khách sạn Harbour View phải có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phù hợp với thứ hạng của nó.

### **1.6.1. Khu vực phục vụ trực tiếp ( Front of the house).**

- Khu vực đại sảnh đ- ợc thiết kế sang trọng, trang nhã, kết hợp giữa cổ điển và hiện đại. Quang cảnh đại sảnh có sự tham gia của yếu tố tự nhiên là các chậu cây xanh. Nơi khách chờ làm thủ tục đ- ợc trang bị bàn ghế đẹp, lịch sự, có đặt hoa t- ơi.

- Quầy lễ tân là nơi đón tiếp và làm việc của nhân viên lễ tân, đ- ợc thiết kế mỹ thuật bằng gỗ đánh bóng. Khu vực lễ tân đ- ợc trang bị hệ thống máy tính nối mạng nội bộ, liên kết với các bộ phận khác tạo điều kiện cho nhân viên tổng hợp thông tin các hoá đơn thanh toán của khách một cách

nhanh chóng, đồng thời sử dụng hệ thống mạng internet tạo hiệu quả cao trong công việc. Quầy lễ tân còn được trang bị ALCATEL 4400 số có khả năng liên lạc điện thoại trong nước và quốc tế, máy fax, máy thanh toán thẻ tín dụng. Trên mặt quầy có hộp sắp xếp các tập gấp, tờ rơi, card giới thiệu về khách sạn, bản đồ thành phố, hai bên đặt hai lẵng hoa tươi. Phía trong quầy lễ tân có tủ đựng chìa khoá được chia thành nhiều ô, mỗi ô tương ứng với một phòng, có giá đựng phiếu đặt phòng, khay đựng các hoá đơn, chứng từ gia dịch tài chính của khách.

- Gian hàng lưu niệm của khách sạn Harbour View được thiết kế nhỏ, có tên là Gift Shop. Đây là nơi khách sạn bán ảnh chụp các cảnh đẹp và cuộc sống của con người Việt Nam cùng những đồ thủ công, túi, vải.

- Lobby Lounge Bar có sức chứa 30 người, bàn ghế lịch sự, luôn có hoa tươi đặt trên bàn, có một đàn piano đáp ứng nhu cầu thưởng thức âm nhạc của khách. Nơi chứa rượu được thiết kế cạnh Lobby bar để thuận tiện cho việc phục vụ khách. Tại đây, rượu được sắp xếp theo nơi sản xuất.

- Sân Terrasse có sức chứa 30 người, được thiết kế hoàn hảo cho các bữa ăn nhanh với đồ uống mát. Tại đây, khách sẽ có cơ hội quan sát cuộc sống thường nhật của người dân Việt Nam.

- Nhà hàng Harbour Cafe chuyên phục vụ các món ăn Âu, được thiết kế theo phong cách châu Âu, với sức chứa 86 người.

- Nhà hàng Nam Phong được thiết kế theo phong cách phương Đông, chuyên phục vụ tiệc cưới.

- Năm phòng lớn dùng cho các tiệc cưới và phục vụ các hội nghị, hội thảo bao gồm:

- + Phòng Hà Nội, sức chứa 108 người, diện tích 104m<sup>2</sup>.
- + Phòng Sài Gòn, sức chứa 300 người, diện tích 208m<sup>2</sup>.
- + Phòng Hải Phòng, sức chứa 70 người, diện tích 70m<sup>2</sup>.
- + Phòng Đà Nẵng, sức chứa 50 người, diện tích 50m<sup>2</sup>.
- + Phòng Đà Lạt, sức chứa 10 người, diện tích 21m<sup>2</sup>.

- Hệ thống phòng khách của khách sạn Harbour View gồm 122 phòng. Tất cả các phòng đ- ợc thiết kế hợp lý, đẹp mắt, trang bị các thiết bị hiện đại mang lại sự tiện dụng và thoải mái cho khách.

- Ngoài ra, khách sạn còn có phòng tập thể dục thể hình với đầy đủ dụng cụ tiện nghi, hiện đại. Phòng matxa đ- ợc thiết kế chuyên nghiệp mang lại cảm giác th- thái. Khu bể bơi trang trí nhã nhặn và phủ một màu xanh t- ươi mát của thác n- ớc và cây xanh.

Có thể nói, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật thuộc bộ phận tham gia phục vụ trực tiếp của khách sạn Harbour View khá hoàn chỉnh và phù hợp với thứ hạng khách sạn 4 sao theo tiêu chuẩn quốc tế.

### **1.6.2. Khu vực nội bộ ( Back of the house).**

Để có đ- ợc chất l- ượng phục vụ tốt nhất, ngoài hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật thuộc bộ phận tham gia phục vụ trực tiếp thì chất l- ượng của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật cũng vô cùng quan trọng.

Chính vì vậy, khách sạn Harbour View – Hải Phòng đã đầu t- cho bộ phận tham gia phục vụ gián tiếp hệ thống cơ sở vật chất t- rong đối đầy đủ và hiện đại.

- Về hệ thống điện và điều hoà nhiệt độ: mạng l- ới cung cấp điện gồm 2 máy biến thế 1000KW – 6KW 10,4 và 2 máy phát điện dự phòng hiệu Mitsubishi, tập trung 3 máy làm lạnh 400000 calo.

- Hệ thống thông tin liên lạc sử dụng hệ thống kỹ thuật số.

- Hệ thống truyền thanh truyền hình với 18 kênh truyền hình và 4 kênh âm nhạc.

- Hệ thống n- ớc: hệ thống cung cấp và xử lý n- ớc đạt tiêu chuẩn, đảm bảo cung cấp đủ n- ớc sạch và đặc biệt luôn đáp ứng nhu cầu trong khách sạn.

- Hệ thống máy thông gió và thoát hơi cung cấp gió và làm sạch sơ bộ.

- Hệ thống giặt là với 4 máy giặt công suất 40kw, 3 máy giặt công suất 8kw, 1 máy là ga, 2 máy sấy khô, 2 máy là hơi, 1 máy tẩy.



- Hệ thống bếp đ-ợc bố trí ở gần cổng của khách sạn, nối liền với nhà hàng thuận lợi cho việc cung cấp thực phẩm và chế biến món ăn, đ-ợc trang bị các trang thiết bị hiện đại nh- kho lạnh, bếp ga cỡ lớn, lò cao tần, máy rửa bát.

- Hệ thống internet đảm bảo truy cập thông tin cần thiết, kịp thời.

- Khách sạn còn trang bị hệ thống thang máy riêng dành cho nhân viên trong quá trình làm việc.

- Tại các văn phòng làm việc của các bộ phận trong khách sạn cũng đ-ợc trang bị những trang thiết bị hiện đại nhất nhằm đem lại hiệu quả làm việc cao nhất.

Có thể khẳng định rằng một phần nhờ vào hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại nh- trên mà khách sạn Harbour View - Hải Phòng đ-ợc đánh giá là khách sạn đạt tiêu chuẩn bậc nhất về sự nghỉ ngơi và các hoạt động giải trí.

### **1.7. Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn Harbour View trong thời gian gần đây.**

Khách sạn Harbour View là một trong những khách sạn có kết quả hoạt động kinh doanh tốt nhất trong ngành khách sạn tại Hải Phòng.

***Bảng 4 :Kết quả kinh doanh của khách sạn Harbour View- Hải Phòng giai đoạn 2005-2008***

Chỉ tiêu	2005		2006		2007		2008	
	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%
Tổng doanh thu	2040623	100	2445382	100	2882762	100	3082634	100
Doanh thu l- u trú	996759	48.8	1269988	51.9	1502324	52.1	1608259	52.2
Doanh thu nhà hàng	926678	45.4	1029884	42.1	1209813	42	1288463	41.8
Doanh thu	117185	5.8	145508	6	170625	5.9	185912	6

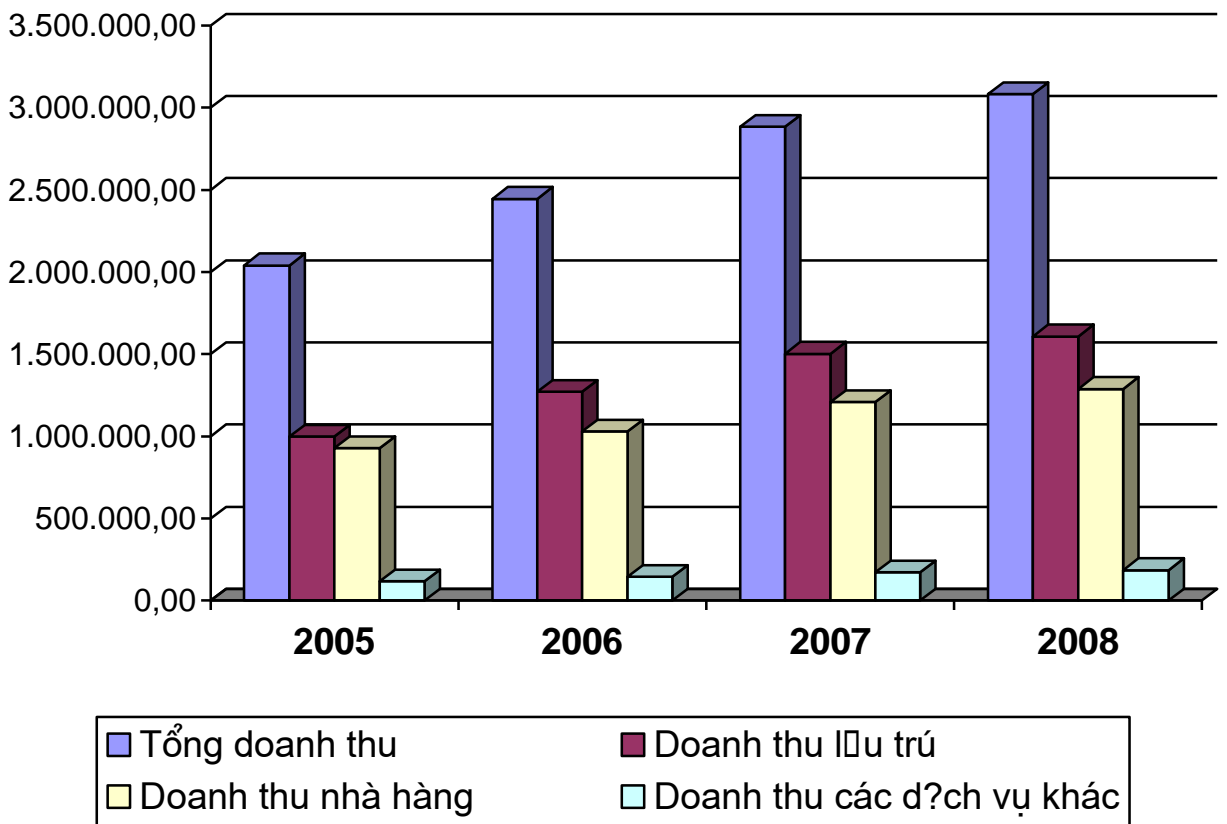
các dịch vụ khác								
------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

( Nguồn: Phòng Kế toán, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

### Biểu đồ

### Kết quả kinh doanh của khách sạn Harbour View, Hải Phòng giai

Đơn vị: USD



Đễ dàng nhận thấy tổng doanh thu, doanh thu l- u trú, doanh thu nhà hàng và doanh thu các dịch vụ khác của khách sạn đều tăng trong vài năm trở lại đây.

Mức tăng tr- ờng doanh thu của khách sạn Harbour View giai đoạn 2005- 2008 đ- ợc thể hiện qua bảng số liệu sau:

**Bảng 5: Mức tăng trưởng doanh thu của khách sạn Harbour View, Hải Phòng giai đoạn 2005-2008**

Chỉ tiêu	2006/2005		2007/2006		2008/2007	
	USD	%	USD	%	USD	%
Tổng doanh thu	404759	19.8	437380	17.9	199872	7
Doanh thu l- u trú	273229	27.4	232336	18.3	105935	7.1
Doanh thu nhà hàng	103206	11.1	17992925	17.5	78650	6.5
Doanh thu các dịch vụ bổ sung	28323	24.2	25117	17.3	15287	9

( Nguồn: Phòng Kế toán, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

- **Về cơ cấu doanh thu của khách sạn Harbour View:**

- + Doanh thu l- u trú luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất.
- + Doanh thu nhà hàng đứng thứ 2.
- + Doanh thu các dịch vụ bổ sung luôn chiếm tỷ trọng nhỏ nhất.

Có thể thấy trong hoạt động kinh doanh của khách sạn Harbour View, Hải Phòng kinh doanh dịch vụ l- u trú luôn là hoạt động chính quan trọng nhất.

**Bảng 6: Công suất phòng của khách sạn Harbour View, Hải Phòng  
giai đoạn 2004-2008**

Năm	2004	2005	2006	2007	2008
Công suất phòng(%)	52,38	56,38	59,39	62,88	60

(Nguồn: khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Công suất sử dụng phòng của khách sạn Harbour View, Hải Phòng luôn có xu hướng tăng qua các năm, riêng năm 2008 công suất phòng giảm nguyên nhân do lượng khách du lịch quốc tế giảm do sự tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới.

Khủng hoảng kinh tế thế giới đã ảnh hưởng trực tiếp đến ngành kinh doanh khách sạn, trong đó có hoạt động kinh doanh của khách sạn Harbour View. Nó làm cho tổng doanh thu và công suất phòng của khách sạn giảm rõ rệt cuối năm 2008. Do khủng hoảng kinh tế tiếp tục diễn ra trong năm 2009 nên doanh thu và công suất phòng của khách sạn vẫn có xu hướng giảm. Vì vậy, khách sạn Harbour View cần có chiến lược hợp lý và hiệu quả để nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng thu hút khách.

## TIỂU KẾT CHƯƠNG I

Chương I đã giới thiệu tổng quan về khách sạn Harbour View, Hải Phòng gồm các nội dung chính sau:

- Vị trí địa lý của khách sạn.
- Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn.
- Cơ cấu tổ chức, đội ngũ lao động của khách sạn.
- Các lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của khách sạn.
- Cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn.
- Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn trong giai đoạn 2005-2008.

Những nội dung được đề cập trong chương I của khoá luận đã giúp cho người đọc có cái nhìn khái quát nhất về khách sạn Harbour View, khách sạn quốc tế 4 sao đầu tiên và cũng là khách sạn được đánh giá là tốt nhất tại thành phố Hải Phòng.

## CHƯƠNG II

### THỊ TRƯỜNG KHÁCH VÀ CHÍNH SÁCH THU HÚT KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN HARBOUR VIEW, HẢI PHÒNG

#### 2.1. Phân tích SWOT đối với khách sạn Harbour View, Hải Phòng trong bối cảnh hiện nay.

Tất cả các doanh nghiệp muốn kinh doanh thành công nhất thiết phải có một chiến lược kinh doanh tốt. Tuy nhiên, doanh nghiệp chỉ có thể xác định được chiến lược khi phân tích được quá khứ, thực trạng và triển vọng bằng cách sử dụng công cụ SOWT. Trong đó:

- + S (Strength): là điểm mạnh của doanh nghiệp.
- + W (Weakness): là điểm yếu trong nội bộ của doanh nghiệp.
- + O (Opportunity): cơ hội môi trường kinh doanh.
- + T (Threat): thách thức của môi trường kinh doanh.

- Biểu đồ SWOT:

	S	W
O	1	2
T	3	4

- Phân tích biểu đồ:

1: Doanh nghiệp đang ở vị trí cực kỳ mạnh. Doanh nghiệp cần đẩy mạnh hoạt động kinh doanh trong một thời gian ngắn để tận dụng cơ hội đồng thời phát huy những - u thế sẵn có.

2: Nội bộ doanh nghiệp có nhiều điểm yếu, môi tr- ờng kinh doanh có nhiều thuận lợi. Doanh nghiệp cần khắc phục điểm yếu để tận dụng cơ hội.

3: Doanh nghiệp có nhiều điểm mạnh nh- ng gặp thách thức trong môi tr- ờng kinh doanh. Cách tốt nhất là doanh nghiệp đa dạng hoá loại hình kinh doanh để giảm rủi ro.

4: Nội bộ doanh nghiệp có nhiều điểm yếu, môi tr- ờng kinh doanh không thuận lợi. Doanh nghiệp cần giảm thiểu chi phí, thu hẹp hoạt động kinh doanh, khắc phục những điểm yếu nội tại, bên cạnh đó tìm những chiến l- ược đột phá mang tính sống còn để tránh nguy cơ bị phá sản hoặc chuyển h- ướng kinh doanh sang lĩnh vực khác.

Phân tích SWOT đối với khách sạn Harbour View, Hải Phòng trong bối cảnh hiện nay.

### **2.1.1. Điểm mạnh.**

Khách sạn Harbour View chiếm thị phần khách khá lớn tại Hải Phòng, đặc biệt là khách du lịch quốc tế và khách th- ơng mại. Kết quả đó có đ- ợc là do khách sạn đã phát huy thành công các thế mạnh sau:

- Khách sạn Harbour View có vị trí t- ơng đối thuận lợi: nằm ở trung tâm thành phố, giao thông thuận tiện, gần các ngân hàng, b- u điện. Khách sạn sở hữu một không gian yên bình hiếm có mà không khách sạn nào tại Hải Phòng có thể có.

- Là khách sạn duy nhất ở Hải Phòng có kiến trúc Pháp cổ. Điều này góp phần tạo ấn t- ợng tốt đối với khách, đặc biệt là khách thuộc khu vực Tây Âu.

- Khách sạn có đội ngũ quản lý và nhân viên đ- ợc đào tạo chuyên nghiệp.

- Là khách sạn quốc tế đầu tiên tại Hải Phòng có chất l- ợng phục vụ tiêu chuẩn nhất.

- Sau hơn 10 năm phát triển, khách sạn đã gặt hái được những thành công đáng kể và dành được nhiều giải thưởng uy tín:

+ Ngày 26/3/2004, khách sạn được nhận giải thưởng “Best Service” do tổ chức AWARD GUIDE bình chọn tại thành phố Hồ Chí Minh.

+ Năm 2006, khách sạn nhận giải thưởng “Good Food” do hãng lễ hành quốc tế SAGA trao tặng.

+ Năm 2006, khách sạn được Ủy ban Hợp tác quốc tế về đầu tư nước ngoài và Công đoàn Thương mại Việt Nam trao giải thưởng “ Top Trade Best Service”.

+ Năm 2007, khách sạn được bình chọn là khách sạn “ thân thiện” và cũng đạt danh hiệu là một trong những khách sạn có thương hiệu cao nhất trong ngành dịch vụ khách sạn do báo Thương mại thuộc Bộ Thương mại bình chọn.

### **2.1.2. Điểm yếu.**

Bên cạnh những điểm mạnh, nội bộ khách sạn Harbour View, Hải Phòng còn một số điểm yếu.

- Do khách sạn đã được xây dựng từ khá lâu (từ năm 1998) nên cơ sở hạ tầng đã cũ.

- Chất lượng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật bị giảm sút.

- Trình độ ngoại ngữ của nhân viên không đồng đều. Phần lớn số nhân viên sử dụng thành thạo tiếng Anh đều tập trung ở các bộ phận tham gia trực tiếp phục vụ khách như: nhà hàng, lễ tân. Số nhân viên ở các bộ phận còn lại trình độ giao tiếp bằng tiếng Anh còn hạn chế.

- Số nhân viên sử dụng thành thạo hai ngoại ngữ còn ít, phần lớn chỉ có thể sử dụng thành thạo một ngoại ngữ là tiếng Anh.

- Việc ứng dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật còn hạn chế.

- Hệ thống đặt phòng từ xa, thanh toán qua mạng internet hoạt động chưa hiệu quả.

### **2.1.3. Cơ hội.**



- Tình hình kinh tế- chính trị của đất nước và thành phố phát triển, tăng trưởng ổn định là một nhân tố quan trọng góp phần vào sự phát triển của ngành kinh doanh khách sạn.

- Việt Nam là một quốc gia có nhiều cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, lại có bề dày văn hoá- lịch sử trở thành điểm đến hấp dẫn với nhiều du khách quốc tế, tạo điều kiện cho ngành du lịch- khách sạn phát triển. Và Hải Phòng là một trong những điểm du lịch đối với khách du lịch khi đến Việt Nam. Đây là nhân tố quan trọng giúp cho ngành khách sạn Hải Phòng phát triển, trong đó có khách sạn Harbour View.

- Nhà nước và thành phố có những chính sách tạo điều kiện tốt nhất cho ngành du lịch- khách sạn phát triển.

- Việc Việt Nam tham gia các tổ chức trong khu vực và trên thế giới, mới đây nhất là tổ chức Thương mại thế giới WTO đã mở rộng các mối quan hệ với nhiều quốc gia thế giới trên nhiều lĩnh vực.

- Hải Phòng là một thành phố cảng năng động lại có vị trí quan trọng là đầu mối giao thông bằng đường biển của khu vực phía Bắc, cộng với các chính sách khuyến khích đầu tư, đặc biệt từ nước ngoài đã tạo đà và niềm tin cho các nhà đầu tư đến với Hải Phòng. Đây được coi là nguồn khách mục tiêu của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

#### **2.1.4. Thách thức.**

Trong môi trường kinh doanh luôn tồn tại cơ hội và cả những thách thức. Vì vậy, khách sạn Harbour View gặp phải những thách thức trong quá trình phát triển là điều không thể tránh khỏi.

- Cùng với sự phát triển của kinh tế là sự gia tăng của cầu du lịch dẫn đến việc các khách sạn, nhà hàng được xây dựng ngày càng nhiều trên thị trường Hải Phòng.

- Việc Việt Nam gia nhập WTO dẫn đến sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng trở nên gay gắt và khốc liệt. Và ngành kinh doanh khách sạn không nằm ngoài xu thế đó.

- Hiện tượng giá cả cạnh tranh không lành mạnh vẫn diễn ra.

- Hoạt động hội nghị, hội thảo cao cấp ch- a phát triển ở Hải Phòng do cơ sở hạ tầng của thành phố ch- a đồng bộ.

- Du lịch Hải Phòng mang tính thời vụ sâu sắc. Vào những tháng không phải mùa du lịch, l- ượng khách du lịch đến Hải Phòng giảm rõ rệt.

- ảnh h- ưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới làm cho l- ượng khách đến khách sạn giảm.

Từ việc phân tích, đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội cũng nh- thách thức trong môi tr- ờng kinh doanh sẽ giúp cho khách sạn hoạch định những chiến l- ược đúng đắn và hiệu quả.

## **2.2. Thị tr- ờng khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

Khách sạn Harbour View chiếm lĩnh thị phần khách khá lớn trong ngành kinh doanh khách sạn tại Hải Phòng. Với vị thế, uy tín, chất l- ượng phục vụ đã đ- ợc khẳng định sau hơn 10 năm hình thành và phát triển khách sạn Harbour View trở thành lựa chọn hàng đầu đối với khách du lịch cấp cao, đặc biệt là khách du lịch quốc tế và khách th- ơng mại khi đến Hải Phòng. Điều này đ- ợc chứng minh qua những bảng số liệu sau đây.

### **2.2.1. Cơ cấu khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

***Bảng 7: Cơ cấu khách quốc tế và nội địa của khách sạn Harbour View, Hải Phòng giai đoạn 2005-2008***

Năm	2007		2008	
	L- ợt ng- ời	%	L- ợt ng- ời	%
Khách quốc tế	2419	9.20	2880	10.02
Khách nội địa	23774	90.80	25840	89.08
Tổng	26913	100	28720	100

( Nguồn: Phòng Lễ tân, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Qua bảng số liệu trên, dễ dàng nhận thấy: thị trường khách chính của khách sạn Harbour View là khách quốc tế, chiếm tới 90% lượng khách còn khách nội địa chỉ dao động ở mức 10%. Sở dĩ khách nội địa chỉ chiếm 10% vì thu nhập của phần lớn người Việt Nam còn ở mức trung bình, họ khó có thể lựa chọn một khách sạn có mức giá cao như khách sạn Harbour View.

**Bảng 8: Cơ cấu khách theo mục đích chuyến đi của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

Mục đích chuyến đi	Tỷ lệ(%)
Du lịch	60
Thương mại	35
Các mục đích khác	5
Tổng	100

( Nguồn: khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Khách du quốc tế và khách thương mại là hai loại khách chính của khách sạn Harbour View, Hải Phòng. Đây được coi là thị trường khách mục tiêu của khách sạn. Trong đó khách du lịch chiếm tỷ trọng lớn nhất 60%, khách thương mại chiếm 35% tổng số khách.

**Bảng 9: Cơ cấu khách theo quốc tịch của khách sạn Harbour View, Hải Phòng năm 2008**

Quốc tịch	Lượng khách(người)	Tỷ lệ(%)
Nhật Bản	9200	32,03
Pháp	6119	21,35
Anh	4054	14,12

Đức	1319	5
Hà Lan	837	3
Tây Ban Nha	407	1,42
Thụy Điển	423	2
Na Uy	127	0,54
Bỉ	102	0,5
Trung Quốc	401	1,5
Hàn Quốc	521	2
Thái Lan	124	0,43
Việt Nam	2870	10
Các quốc tịch khác	1748	6,1
Tổng	28720	100

( Nguồn: Phòng Lễ tân, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Có thể thấy, tại khách sạn Harbour View khách Nhật Bản chiếm số lượng lớn nhất. Tiếp đó là khách Pháp, Anh, Đức, Việt Nam, Hàn Quốc...

Khách Nhật Bản, Hàn Quốc, Việt Nam, Trung Quốc và một số quốc gia thuộc khu vực châu á thường là khách công vụ, khách thương mại đi tìm kiếm cơ hội làm ăn tại Hải Phòng. Đối với khách công vụ, họ là những chuyên viên đang công tác tại các công ty liên doanh, các khu công nghiệp tại Hải Phòng như: khu công nghiệp Đình Vũ, khu công nghiệp Nomura hay công ty ASTY.

Khách Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Hà Lan, Na Uy, Thụy Điển... hầu hết là khách du lịch. Đây cũng chính là thị trường khách quốc tế truyền thống của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

- Cơ cấu khách theo giới tính.

Tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng, khách nam chiếm tỷ lệ khá lớn 75%, gấp 3 lần khách nữ (25%). Sở dĩ có sự chênh lệch này là vì khách công vụ, thương mại hầu hết là khách nam, trong khi lượng khách này tại khách sạn Harbour View tương đối lớn, chiếm tới 35% tổng lượng khách.

Còn đối với khách du lịch th- ờng có sự cân bằng 1 nam 1 nữ vì họ th- ờng là những cặp vợ chồng.

Đó chính là lý do làm cho khách nam chiếm tỷ lệ lớn hơn khách nữ.

- Cơ cấu khách theo độ tuổi.

Tại khách sạn Harbour View, hầu hết khách có độ tuổi từ 30 trở lên.

Khách du lịch nghỉ tại khách sạn có độ tuổi trung bình cao. Khách Anh và khách Nhật Bản th- ờng có độ tuổi từ 50 trở lên.

Khách công vụ bao gồm cả khách trẻ và khách trung niên, trong đó khách trung niên chiếm đa số.

Việc nghiên cứu thị tr- ờng khách có vai trò quan trọng trong việc xác định đặc điểm thị tr- ờng, trên cơ sở đ- a ra các chính sách thu hút khách có hiệu quả, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị tr- ờng.

### **2.1.2. Đặc điểm thị tr- ờng khách của khách sạn.**

Nghiên cứu đặc điểm thị tr- ờng khách là hoạt động không thể thiếu đối với mỗi khách sạn dù khách sạn đó có quy mô lớn hay nhỏ. Kết quả của việc nghiên cứu thị tr- ờng khách sẽ giúp cho doanh nghiệp khách sạn trả lời đ- ợc các câu hỏi:

- Ai là khách hàng mục tiêu của khách sạn.
- Đặc điểm trong hành vi tiêu dùng của họ là gì?
- Động cơ tiêu dùng sản phẩm của khách sạn của họ là gì?
- Sản phẩm của khách sạn đã đáp ứng nhu cầu của khách một cách tốt nhất ch- a?

- Đây là kênh thông tin, kênh phân phối tốt nhất với khách hàng?  
Kênh thông tin, kênh phân phối hiện tại đã hiệu quả ch- a?

Việc trả lời các câu hỏi trên là cơ sở để xây dựng, hoàn thiện các chính sách thu hút khách. Hiệu quả của hoạt động thu hút khách sẽ phản ánh, đánh giá hiệu quả của công tác nghiên cứu thị tr- ờng nói chung và thị tr- ờng khách của khách sạn nói riêng. Có thể khẳng định rằng, hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View đạt hiệu quả khá cao thể hiện ở l- ượng khách đến khách sạn luôn tăng một cách ổn định. Điều đó chứng tỏ công tác nghiên

cứu thị tr- ờng đ- ợc thực hiện rất tốt. Tại khách sạn Harbour View, hoạt động này thuộc chức năng của bộ phận Sales – Marketing trên cơ sở tổng hợp, phân tích, đánh giá các thông tin của bộ phận lễ tân.

Qua nghiên cứu, thị tr- ờng khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng có những đặc điểm nh- sau:

Về khả năng chi trả: thị tr- ờng khách chính của khách sạn Harbour View, Hải Phòng là khách quốc tế nên khả năng chi trả của những tập khách này rất cao. Đây chính là nhân tố quan trọng ảnh h- ỏng đến yêu cầu của khách về chất l- ợng dịch vụ của khách sạn. Họ là những ng- ời có trình độ học vấn, trình độ văn hoá cao lại có khả năng chi trả cao nên yêu cầu của họ về chất l- ợng các dịch vụ trong khách sạn là rất khắt khe. Vì vậy yêu cầu nhân viên khách sạn phải luôn có thái độ lịch sự, vui vẻ, thân thiện, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ, đối với các sản phẩm dịch vụ phải hoàn hảo, đạt tiêu chuẩn chất l- ợng cao. Nói tóm lại tất cả phải thoả mãn đ- ợc yêu cầu của họ, luôn tạo cho họ cảm giác thoải mái, vui vẻ, xứng đáng với những gì họ đã bỏ ra.

Về thời gian l- u trú: Đối với khách du lịch, thời gian l- u trú ngắn ngày, th- ờng chỉ từ 1-2 ngày. Khách công vụ th- ờng l- u trú dài ngày. Sau đây là kết quả thống kê thời gian l- u trú của khách công vụ tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng tháng 3/2009:

***Bảng 10: Thời gian l- u trú của khách công vụ tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng tháng 3/2009.***

Thời gian l- u trú (đêm)	Số l- ợng(ng- ời)	Tỷ lệ(%)
1-9	13	50
10-24	5	19,23
25-49	4	15,38
50-74	4	15,38

Tổng	26	100
------	----	-----

( Nguồn: Bộ phận Lễ tân, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Cũng chỉ tiêu này 3 tháng đầu năm 2009 nh- sau:

Bảng

Thời gian l- u trú của khách công vụ tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng 3 tháng đầu năm 2009.

Thời gian l- u trú(đêm)	Số l- ợng( ng- ời)	Tỷ lệ(%)
1-9	26	55,32
10-24	9	19,15
25-49	5	10,64
50-74	7	14,89
Tổng	47	100

( Nguồn: Bộ phận Lễ tân, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Qua bảng số liệu, ta thấy: trong 3 tháng đầu năm 2009, số l- ợng khách công vụ là 47 ng- ời, trong đó số ng- ời l- u trú 1-9 đêm chiếm tỷ lệ lớn nhất 26 ng- ời, t- ợng ứng 55,32%.

Thời gian l- u trú là một trong những nhân tố ảnh h- ớng đến nhu cầu sử dụng các dịch vụ khách sạn của khách.

Th- ờng những khách có thời gian l- u trú ngắn ngày tại khách sạn chỉ sử dụng hai dịch vụ chính của khách sạn là dịch vụ l- u trú và dịch vụ ăn uống. Họ hầu nh- không sử dụng các dịch vụ bổ sung trong khách sạn. Do chỉ nghỉ tại khách sạn 1-2 ngày nên ngoài quãng thời gian sử dụng cho nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống, họ th- ờng dành thời gian để đến một số địa điểm trong thành phố và tìm hiểu về cuộc sống, con ng- ời địa ph- ơng.

Đối với những khách l- u trú dài ngày tại khách sạn, phần lớn họ đều sử dụng tất cả các dịch vụ hiện có trong khách sạn, bao gồm cả các dịch vụ bổ sung.

Khách l-u trú dài ngày là những khách hiện đang công tác tại các công ty liên doanh, các khu công nghiệp. Phần lớn thời gian của họ là ở tại nơi làm việc, họ chỉ trở về khách sạn sau khi kết thúc một ngày làm việc. Vì vậy thời gian còn lại, tức thời gian tại khách sạn họ sẽ dùng để giải trí, th- giãn bằng cách sử dụng các dịch vụ bổ sung trong khách sạn: massage, tập thể dục thể hình.

Tuy nhiên, có một thực tế ở tất cả các khách sạn, trong đó có khách sạn Harbour View, Hải Phòng đó là không phải tất cả khách l-u trú trong khách sạn đều sử dụng dịch vụ ăn uống của khách sạn. Vì vậy, tại khách sạn Harbour View, l- ượng khách ăn tại nhà hàng chỉ chiếm 70% l- ượng khách hiện đang ở trong khách sạn. Mặt khác, khách sử dụng dịch vụ ăn uống của khách sạn không chỉ là khách đang l- u trú ở khách sạn mà bao gồm cả ng- ời dân địa ph- ơng. Họ th- ờng là tầng lớp th- ơng gia của thành phố, khách theo các tour du lịch đến. Các đối t- ượng khách này đều đã đ- ọc đặt tr- ớc bởi các công ty lữ hành. Nh- vậy, nguồn khách sử dụng dịch vụ ăn uống của khách sạn Harbour View t- ơng đối đa dạng.

Về mức độ hài lòng của khách về các dịch vụ của khách sạn: Khi đ- ọc hỏi về mức độ hài lòng của khách đối với các dịch vụ của khách sạn, Giám đốc bộ phận Lễ tân cho biết: mục tiêu về mức độ hài lòng của khách năm 2009 là 94% nh- ng hiện tại chỉ tiêu này khách sạn đã đạt 96%.

Sau đây là bảng số liệu thể hiện sự hài lòng của khách về từng dịch vụ của khách sạn trong tháng 3/ 2009 và trong 3 tháng đầu năm 2009.

***Bảng 11: Mức độ hài lòng của khách đối với các dịch vụ của khách sạn Harbour View, Hải Phòng tháng 3/2009 và trong 3 tháng đầu năm 2009***

Chỉ tiêu	Sự hài lòng của khách (%)	
	Tháng 3/ 2009	3 tháng đầu năm 2009



Chất lượng phục vụ của nhân viên	100	98,39
Chất lượng phòng nghỉ	98,18	95,12
Thủ tục check-in	98,15	97,48
Thủ tục check-out	98	98,21
An ninh	98,21	97,56
Chất lượng các bữa ăn tại nhà hàng	91,49	92,16
Dịch vụ mang đồ ăn đến phòng khách	89,74	94,74
Thái độ của nhân viên khi đón khách	100	100
Chăm sóc khách hàng	100	100
Vệ sinh phòng chuẩn bị đón khách	98,18	96,72
Dọn phòng khi khách yêu cầu	94,12	93,04
Chất lượng giờ- ờng	98,11	95,76
Sự hiểu biết của nhân viên về các khu resort	97,37	98,78
Sự hiểu biết của nhân viên về địa phương	96,67	98,44
Tạo cảm giác thoải mái trong thời gian khách lưu trú	97,87	97,17
Chất lượng spa	100	100
Chất lượng phòng hội nghị, hội thảo	100	100

( Nguồn: Bộ phận Lễ tân, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Qua đây ta thấy, khách khá hài lòng với chất lượng phục vụ cũng như chất lượng dịch vụ tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng. Tất cả các chỉ tiêu đều đạt trên 90% về sự hài lòng của khách, và cũng không có sự thay đổi nhiều giữa tháng 3/ 2009 và 3 tháng đầu năm 2009. Điều đó chứng tỏ chất lượng các dịch vụ và chất lượng phục vụ của khách sạn Harbour View luôn được giữ khá ổn định.

Sự hài lòng của khách đạt tới 96% đã chứng tỏ sự thành công của khách sạn trong việc đáp ứng các nhu cầu của khách. Có được sự thành công đó một phần nhờ vào hiệu quả hoạt động tìm hiểu, nghiên cứu, đánh giá các đặc điểm thị trường khách của khách sạn.

Tuy nhiên để giữ vững được nguồn khách truyền thống và thu hút được nhiều khách hàng mới thì khách sạn Harbour View phải có những chính sách hợp lý nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động thu hút khách cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

### **2.3. Chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

#### **2.3.1. Nghiên cứu và lựa chọn thị trường.**

Hoạt động nghiên cứu thị trường là một hoạt động quan trọng không thể thiếu đối với mỗi khách sạn dù khách sạn đó có quy mô lớn hay nhỏ. Việc nghiên cứu thị trường bao gồm cả nghiên cứu thị trường vi mô, vĩ mô, thị trường khách và nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh trên thị trường để từ đó đưa ra các chính sách thu hút khách mang lại hiệu quả cao nhất.

Trước tiên phải thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau. Thông tin thu thập thứ cấp gồm tài liệu bên trong và tài liệu bên ngoài.

Tài liệu bên trong (khách sạn) là: báo cáo lỗ lãi về hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Tài liệu bên ngoài, gồm: các ấn phẩm của nhà nước, sách báo thường kỳ, sách báo chuyên ngành du lịch - khách sạn.

Thông tin sơ cấp là thông tin từ khách hàng, thị trường và các đối thủ cạnh tranh. Để có được nguồn thông tin này thị trường sử dụng phương pháp phỏng vấn trực tiếp khách hàng hoặc trao đổi ý kiến qua điện thoại.

Tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng dùng phương pháp lập phiếu điều tra questionnaire.

Sau khi hoàn thành công việc nghiên cứu thị trường khách và các đối thủ cạnh tranh trên thị trường kinh doanh khách sạn tại Hải Phòng, khách sạn Harbour View đã chọn khách du lịch quốc tế và khách thương gia là thị trường mục tiêu. Và các chính sách thu hút khách đều nhằm vào hai tập khách này.

### **2.3.2. Chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

Chính sách thu hút khách được thực hiện thông qua hoạt động marketing của khách sạn. Hoạt động này dựa trên mô hình marketing hỗn hợp hay còn gọi là marketing 8P, bao gồm:

- Chính sách Product: chính sách sản phẩm.
- Chính sách Price: chính sách giá cả.
- Chính sách Place: chính sách phân phối.
- Chính sách Promotion: chính sách xúc tiến.
- Chính sách People: chính sách con người.
- Programme: chương trình.
- Package: xây dựng sản phẩm trọn gói.
- Partnership: quan hệ đối tác.

Các chính sách thu hút khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng cũng được xây dựng dựa trên mô hình trên.

#### **❖ Chính sách sản phẩm**

“ Sản phẩm của khách sạn là tất cả những dịch vụ và hàng hoá mà khách sạn cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng kể từ khi họ bắt đầu liên hệ với khách sạn cho tới khi tiêu dùng xong và rời khỏi khách sạn”.

Mặc dù sản phẩm của khách sạn tồn tại dưới cả hai hình thức hàng hoá và dịch vụ nhưng hầu hết các sản phẩm là hàng hoá đều được thực hiện

đ- ới hình thức dịch vụ khi đem bán cho khách. Vì vậy, nhiều nhà nghiên cứu cho rằng sản phẩm của khách sạn là dịch vụ.

Nhu cầu của khách là rất đa dạng, vì thế để thoả mãn các nhu cầu đó, sản phẩm của khách sạn cũng phải luôn đa dạng và chất l- ợng. Đó cũng là một trong những chính sách nhằm thu hút khách.

Vì vậy khách sạn Harbour View,Hải Phòng luôn đa dạng hoá hệ thống sản phẩm của mình.

+ Đối với dịch vụ l- u trú.

Phòng nghỉ đ- ợc trang bị hiện đại, tạo cảm giác thoải mái cho khách trong thời gian l- u trú.

Hạng mục phòng có sự thay đổi.

***Bảng 12: Hạng mục phòng của khách sạn Harbour View, Hải Phòng năm 2008 và 2009***

**Bảng hạng mục phòng 2007**

Hạng mục phòng	Số l- ợng
Executive suite	7
Executive business deluxe rooms	21
Superior rooms	49
Standard rooms	45
Tổng	122

**Bảng hạng mục phòng 2008**

Hạng mục phòng	Số l- ợng
Superior rooms	53
Business deluxe rooms	40
Executive business deluxe rooms	21
Suite	7

Royal suite	1
Tổng	122

( Nguồn: Bộ phận Lễ tân, khách sạn Harbour View, Hải Phòng)

Tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng hiện không còn phòng Standard, tăng số lượng phòng Superior, có thêm loại phòng mới là Business deluxe và Royal suite nhằm thoả mãn nhu cầu đa dạng của khách.

+ Đối với dịch vụ ăn uống.

Thực đơn nhà hàng phong phú, đa dạng các món ăn, đồ uống. Các món ăn thường được thay đổi về cách chế biến hoặc cách trang trí tạo cảm giác ngon miệng cho khách. Bên cạnh đó danh sách thực đơn cũng được thay đổi theo tháng, theo mùa để có nguồn thực phẩm phong phú và tươi mới. Sự thay đổi đó đã tạo cho khách cảm giác mới lạ. Vì vậy nhà hàng luôn giữ được nguồn khách truyền thống và thu hút được nhiều khách hàng mới.

Danh mục các đồ uống cũng được làm phong phú thêm bằng các loại rượu mới và thu hút khách bằng các buổi giới thiệu sản phẩm.

Nhà hàng còn tổ chức tuần lễ ẩm thực truyền thống của một số quốc gia (Việt Nam, Nhật Bản) mang đậm màu sắc văn hoá của quốc gia đó thông qua trang phục, cách bài trí. Qua đó khách hàng không chỉ được thưởng thức những món ăn mới mà còn có cơ hội hiểu biết thêm về một nền văn hoá. Chính điều đó đã hấp dẫn khách đến với nhà hàng.

+ Đối với các dịch vụ bổ sung

Khách sạn Harbour View có các dịch vụ sau: đặt báo ngày, đặt hoa tươi, dịch vụ báo thức, dịch vụ giặt là. Ngoài ra khách hàng có thể giải trí, thư giãn, rèn luyện sức khoẻ bằng cách matxa, tập thể dục thể hình hoặc tận hưởng cảm giác được đắm mình trong làn nước trong xanh với không khí thoáng mát tại bể bơi của khách sạn.

Tuy nhiên để có thể thu hút khách chỉ với sản phẩm phong phú, đa dạng là chưa đủ mà còn phải biết tạo ra được điểm khác biệt trong sản phẩm của khách sạn. Nói cách khác, sản phẩm đó là duy nhất trên thị trường và để

có đ- ợc sản phẩm đó chỉ có một cách duy nhất là khách hàng phải tự tìm đến khách sạn Harbour View mà thôi.

Không nh- phần lớn các khách sạn trên địa bàn Hải Phòng, các dịch vụ bổ sung trong khách sạn Harbour View chỉ bán cho khách đang l- u trú tại khách sạn mà không bán cho khách ngoài. Nó tạo cho khách có cảm giác mình đ- ợc quan tâm và tôn trọng. Và để có đ- ợc cảm giác đó, khách phải trở thành khách sử dụng dịch vụ l- u trú của khách sạn Harbour View. Đó cũng là một ph- ơng thức nhằm thu hút khách đến với khách sạn.

Ngoài ra, khách sạn còn tổ chức các tour du lịch trong ngày theo yêu cầu của khách với h- ớng dẫn viên là nhân viên của bộ phận lễ tân. Th- ờng các tour đó đ- ợc tổ chức d- ới hình thức city tour với điểm đến là các di tích, các thắng cảnh nổi tiếng của thành phố.

Một trong những nhân tố thu hút khách đến với khách sạn Harbour View đó chính là các chính sách chăm sóc khách hàng của khách sạn. Vào những ngày lễ đặc biệt nh- ngày sinh nhật, hay ngày kỷ niệm lễ kết hôn của khách, khách sạn dành tặng cho khách những món quà đặc biệt thể hiện sự quan tâm của khách sạn.

Ngoài ra, hàng tháng khách sạn còn tổ chức tiệc đứng tại sân Courtyard cho những khách đang l- u trú trong khách sạn, tạo điều kiện cho khách có cơ hội làm quen nhau và ấn t- ợng tốt về thời gian nghỉ tại khách sạn.

Với chính sách đa dạng hoá sản phẩm và tạo ra sản phẩm đặc thù, khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã thành công trong việc giữ chân đ- ợc khách hàng cũ và thu hút đ- ợc khách hàng mới.

#### ❖ Chính sách giá.

Việc xây dựng đ- ợc mức giá khách hàng chấp nhận đ- ợc và lợi ích của doanh nghiệp đ- ợc bảo đảm là vấn đề vô cùng khó khăn.

Theo Philip Kotler, các yếu tố quyết định giá bao gồm:

- Chi phí sản xuất.
- Lợi ích sản phẩm cho ng- ời tiêu dùng.
- Tình hình thị tr- ờng và giá cả cạnh tranh.

- Mục tiêu của công ty.

Trên thị trường việc cạnh tranh không lành mạnh bằng giá luôn luôn diễn ra. Để thu hút khách các doanh nghiệp thường tìm mọi cách nhằm hạ giá sản phẩm của công ty mình thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường như đi kèm với nó là chất lượng của sản phẩm bị giảm sút. Chính vì vậy khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã không áp dụng biện pháp giảm giá để thu hút khách mà không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm. Đồng thời cũng không có tình trạng ép giá khách vào những mùa cao điểm. Đó là phương pháp cạnh tranh hiệu quả nhất.

➤ Đối với dịch vụ lưu trú: khách sạn Harbour View áp dụng chính sách giá linh hoạt. Mỗi loại khách: khách vắng lai, khách quen, khách dài hạn hay ngắn hạn có một giá biểu khác nhau. Nói cách khác, khách sạn Harbour View, Hải Phòng áp dụng giá cho từng đối tượng mục tiêu.

Sau đây là bảng giá phòng của khách sạn Harbour View áp dụng cho đối tượng khách lẻ và khách đoàn.

***Bảng 13: Giá phòng tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng tháng 3/2009***

+ Đối với khách lẻ.

Room	Rack rate (USD) (SGL/TWN)	Bench mark (USD) (SGL/TWN)
Superior	160/175	115/130
Business Deluxe	186/201	141/156
Executive Business Deluxe	211/226	166/181
Suite	230/245	185/200
Royal suite	440/455	395/410

( Giá trên chưa bao gồm thuế VAT và Service charge)

+ Đối với khách đoàn.

Room	Corporate room rate 09(USD)		
	Cor A	Cor B	Cor C
	SGL/TWN	SGL/TWN	SGL/TWN
Superior	99/114	104/119	115/130
Business Deluxe	125/140	130/145	141/156
Executive Business Deluxe	150/165	155/170	166/181
Suite	169/184	174/189	185/200
Royal suite	379/394	384/399	395/410

( Giá trên ch- a bao gồm thuế VAT và Service charge)

( Nguồn: Bộ phận Lễ tân, khách sạn Harbour View,Hải Phòng)

Với khách ở dài ngày, khách sạn áp dụng mức giá “long stay”, nghĩa là: khách chỉ phải trả 80% giá th- ờng và đ- ợc giảm 10% giá tại nhà hàng.

Điều đó thể hiện chính sách giá linh hoạt của khách sạn, từ đó thu hút khách hàng nhằm duy trì và thiết lập mối quan hệ lâu dài, mật thiết với khách sạn để đ- ợc h- ớng những - u đãi của khách sạn.

➤ Đối với dịch vụ ăn uống

- Giá ăn sáng, tr- a theo kiểu tự phục vụ (buffet) tại nhà hàng Harbour Cafe là USD 9.5 ++. Giá ăn theo kiểu thực đơn (set menu) và chọn món ( a la carte menu) đ- ợc in sẵn trên thực đơn của nhà hàng.

- Trẻ em d- ới 12 tuổi đ- ợc giảm 50% giá tại nhà hàng. Trẻ em d- ới 2 tuổi đ- ợc miễn phí khi sử dụng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng.

- Giá tiệc c- ới:



+ Giá bạc ( Silver package): 235000 VNĐ/ ng- ời, với thực đơn gồm 9 món.

+ Giá vàng ( Gold package): 295000 VNĐ/ ng- ời, thực đơn 11 món.

+ Giá kim c- ong ( Diamond package): 400000 VNĐ/ ng- ời, thực đơn 11 món.

➤ Đối với dịch vụ bổ sung

- Giá hội nghị, hội thảo:

+ Hội nghị diễn ra trong nửa ngày (4 tiếng) có giá là USD 22.5/ ng- ời.

+ Hội nghị diễn ra cả ngày (8 tiếng) có giá: USD 32.5/ ng- ời.

Giá trên bao gồm giờ nghỉ để uống cà phê, ăn buffet bữa tr- a theo tiêu chuẩn quốc tế.

- Giá tour du lịch:

+ Thành phố Hải Phòng- đảo Cát Bà- vịnh Hạ Long- thành phố Hạ Long: USD 145 ++ cho ng- ời đầu tiên

USD 45 ++ cho mỗi ng- ời tiếp theo

+ Du khảo đồng quê bằng xe đạp có giá: USD 30 ++/ ng- ời.

+ Núi Voi: USD 15 ++/ ng- ời.

+ Sân golf Chí Linh :

• Sân golf 9 lỗ: USD 20++ cho các ngày trong tuần, USD 35 ++ cho ngày cuối tuần và ngày lễ.

• Sân golf 18 lỗ: USD 40++ cho các ngày trong tuần, USD 65++ cho ngày cuối tuần và ngày lễ.

Giá các tour trên đã bao gồm 5% phí dịch vụ (service charge) và 10% thuế VAT, và chỉ tổ chức cho khách l- u trú trong khách sạn. Số ng- ời ít nhất với mỗi tour là 2 ng- ời.

#### ❖ Chính sách phân phối.

Sản phẩm dịch vụ của khách sạn Harbour View, Hải Phòng đ- ợc phân phối qua các hình thức sau đây:

- Thông qua các đại lý trung gian, trung tâm du lịch

Hình thức phân phối này đ- ợc áp dụng với đối t- ợng là khách du lịch quốc tế (khách đoàn). Khách sạn Harbour View có mối quan hệ mật thiết với các đơn vị tổ chức tour, các công ty lữ hành quốc tế tại Hải Phòng, Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh nh- : SAGA, Sài Gòn tourist, Vido tour, Best tour...thông qua việc ký kết hợp đồng. Việc ký kết hợp đồng tour này có lợi cho cả đôi bên: các đơn vị tổ chức tour có phòng cho khách ở; thông qua các đơn vị tổ chức tour, khách sạn phân phối đ- ợc phòng ngủ, đảm bảo đ- ợc công suất phòng cao, tránh thất thu doanh số vào những mùa ế ẩm. Các đơn vị tổ chức tour cũng vậy, an tâm hơn về số phòng mà khách sạn để dành cho khách vào những mùa đông khách.

Các doanh nghiệp lữ hành trên là những đối tác truyền thống của khách sạn Harbour View nên mối liên hệ giữa hai bên là vô cùng chặt chẽ và mật thiết. Vì vậy đây đ- ợc coi là kênh phân phối ổn định nhất của khách sạn. Việc duy trì mối quan hệ với các kênh phân phối này mang đến cho khách sạn một nguồn khách ổn định, đóng góp vào hiệu quả của các chính sách thu hút khách.

- Đội ngũ đội ngũ bán hàng trực tiếp.

Tại khách sạn Harbour View, hình thức phân phối thông qua đội ngũ bán hàng trực tiếp áp dụng với đối t- ợng khách lẻ ( th- ờng là khách công vụ, khách th- ơng mại) thông qua đội ngũ bán trực tiếp là nhân viên bộ phận lễ tân hoặc nhân viên phòng Sales – marketing. Khách th- ờng liên hệ trực tiếp với khách sạn để đăng ký việc đặt buồng mà không thông qua bất kỳ tổ chức trung gian nào. Tuy nhiên để kênh phân phối này hoạt động hiệu quả tốt, nhân viên lễ tân phải kết hợp chặt chẽ với các bộ phận khác nh- bộ phận buồng để nắm bắt thực tế tình trạng phòng và khách để kịp thời điều chỉnh thông tin và theo sự chỉ đạo của cấp quản lý, nhân viên phụ trách Marketing về việc dự báo phòng để bán sản phẩm qua hoạt động cho khách đăng ký giữ chỗ, nhằm tránh thất thu và tránh rủi ro trong việc cho đăng ký v- ợt trội.

Thái độ, cách giao tiếp của nhân viên với khách trong quá trình khách đặt phòng chính là lúc khách có ấn tượng ban đầu về khách sạn.

- Hệ thống đặt phòng từ xa, thanh toán qua mạng internet.

Với hình thức phân phối này khách mua sản phẩm của khách sạn và thanh toán qua mạng mà không cần phải tiếp xúc trực tiếp với nhân viên khách sạn. Việc phân phối này rất thuận lợi cho cả khách và khách sạn. Tuy nhiên, nó cũng có khuyết điểm về việc giới hạn thông tin.

Hình thức phân phối trên hiện đã được áp dụng ở khách sạn Harbour View, Hải Phòng nhờ hiệu quả cao.

Có thể nói, chất lượng các kênh phân phối của khách sạn Harbour View, Hải Phòng hoạt động khá tốt và hiệu quả. Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến khách lựa chọn Harbour View mà không phải bất cứ khách sạn nào khác trên địa bàn Hải Phòng.

#### ❖ Chính sách con người.

Hoạt động kinh doanh khách sạn thuộc lĩnh vực kinh doanh dịch vụ. Vì vậy, sản phẩm của khách sạn là dịch vụ. Mặc dù sản phẩm của khách sạn tồn tại dưới cả hai hình thức hàng hoá và dịch vụ nhưng hầu hết các sản phẩm là hàng hoá đều được thực hiện dưới hình thức dịch vụ khi đem bán cho khách (thời gian, không gian sản xuất và tiêu dùng là trùng nhau).

Giống như tất cả các hoạt động kinh doanh dịch vụ khác, trong kinh doanh khách sạn, yếu tố con người đóng vai trò vô cùng quan trọng. Trong đó bao gồm trình độ chuyên môn nghiệp vụ, khả năng giao tiếp của nhân viên khách sạn. Tất cả tạo nên chất lượng phục vụ của khách sạn, nhân tố quan trọng hàng đầu để thu hút khách.

Được đánh giá là khách sạn có chất lượng phục vụ tiêu chuẩn nhất Hải Phòng, khách sạn Harbour View có chính sách về con người là khá tốt. Đây chính là một trong những tác nhân làm nên hiệu quả của hoạt động thu hút khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

Chính sách con người của khách sạn Harbour View, Hải Phòng thể hiện rõ nhất ở công tác tuyển chọn nhân viên. Công tác này được tiến hành

khá nghiêm túc và kỹ lưỡng. Để trở thành nhân viên khách sạn Harbour View, Hải Phòng tất cả phải vượt qua 2 vòng phỏng vấn bằng tiếng Anh của giám đốc nhân sự và tổng giám đốc. Điều kiện tiên quyết để trở thành nhân viên khách sạn là phải có trình độ tiếng Anh tốt, đặc biệt đối với nhân viên các bộ phận trực tiếp tham gia phục vụ khách như: bộ phận lễ tân và bộ phận nhà hàng vì thị trường khách chủ yếu của Harbour View là khách thương mại cao cấp và khách du lịch quốc tế.

Sau khi vượt qua vòng phỏng vấn, nhân viên tiếp tục phải trải qua hai tháng thử việc để kiểm tra, đánh giá trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

Do được tuyển chọn kỹ lưỡng nên chất lượng đội ngũ nhân viên khách sạn Harbour View, Hải Phòng được đánh giá khá cao với chuyên môn nghiệp vụ vững vàng.

Khách sạn muốn có chất lượng phục vụ tốt, làm vừa lòng khách điều quan trọng là đội ngũ nhân viên phải có thái độ làm việc nhiệt tình, phối hợp chặt chẽ với nhau trong công việc, luôn tỏ ra thân thiện, lịch sự và biết cách lắng nghe khách. Muốn có được điều đó, ban lãnh đạo của khách sạn phải biết tạo ra một môi trường và không khí làm việc thoải mái cho nhân viên.

Hiểu được tầm quan trọng của việc đó, khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã có những chính sách quan tâm, ưu đãi đối với nhân viên.

Về mức lương: Lương bình quân của nhân viên khách sạn Harbour View, Hải Phòng là 2,5 – 3 triệu/ tháng. Có thể nói đây là mức lương cao so với nhân viên các khách sạn khác trong địa bàn thành phố.

Về thời gian làm việc: tất cả các bộ phận đều chia làm 3 ca làm việc, thời gian là 8 tiếng/ ca.

+ Ca 1: 6h – 14h

+ Ca 2: 14h – 22h

+ Ca 3: 22h – 6h sáng hôm sau.

Riêng với nhân viên nữ không phải làm ca 3.

Trong tuần, mỗi nhân viên có một ngày nghỉ.

Hàng năm, khách sạn đều tổ chức các chuyến thăm quan nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch của nhân viên, thường tổ chức vào dịp đầu năm với điểm đến là những ngôi chùa nổi tiếng để mọi người cầu chúc có một năm mới thành công, may mắn. Điều này chứng tỏ rằng, ban lãnh đạo khách sạn rất hiểu tâm lý, nguyện vọng của cán bộ nhân viên khách sạn.

Có một điểm đặc biệt trong chính sách con người của khách sạn Harbour View, Hải Phòng đó là: trong một năm, mỗi nhân viên khách sạn có cơ hội cùng người thân được ở một ngày tại khách sạn và sử dụng miễn phí các dịch vụ trong khách sạn.

Hàng tháng, khách sạn có tổ chức đại hội nhân viên nhằm bình bầu và khen thưởng nhân viên xuất sắc trong toàn công ty. Đây là một trong những nhân tố kích thích nhân viên làm việc tốt hơn, có trách nhiệm với công việc. Chính điều này làm cho chất lượng phục vụ của khách sạn Harbour View được đánh giá là tốt nhất Hải Phòng, tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động thu hút khách.

Song song với việc tạo môi trường làm việc thuận lợi, khách sạn còn luôn tạo điều kiện cho nhân viên nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ bằng việc mở các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ ngay tại bộ phận. Hình thức này mang lại hiệu quả khá tốt vì đây chính là cách trao đổi, học hỏi kinh nghiệm giữa các nhân viên trong cùng bộ phận nhằm nâng cao chất lượng phục vụ. Bên cạnh đó, khách sạn còn mở các lớp đào tạo dưới sự hướng dẫn của các chuyên gia trong lĩnh vực đó. Tại nhà hàng thường xuyên có các buổi giới thiệu về các loại rượu mới cùng với cách thức phục vụ nhằm trang bị cho nhân viên nhà hàng có đầy đủ kiến thức về rượu, đáp ứng nhu cầu của khách khi sử dụng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng. Khách sạn còn cử nhân viên tích cực tham gia khóa đào tạo, bồi dưỡng hướng dẫn viên du lịch do Sở du lịch Hải Phòng tổ chức nhằm nâng cao nghiệp vụ hướng dẫn, tạo điều kiện phục vụ khách tốt nhất khi dẫn khách.

Có thể nói chính những chính sách quan tâm, yêu cầu của khách sạn đối với nhân viên đã tác động gián tiếp tới hiệu quả hoạt động thu hút khách

của khách sạn. Việc tạo điều kiện cho nhân viên có môi trường làm việc cũng như có cơ hội phát huy hết khả năng của mình một cách tốt nhất chính là nhân tố làm nên chất lượng phục vụ của khách sạn Harbour View, Hải Phòng. Đây cũng chính là điều mà khách hài lòng nhất về khách sạn, là một trong những yếu tố khiến khách sạn trở thành lựa chọn hàng đầu đối với khách khi đến Hải Phòng. Chính vì vậy, chính sách con người trở thành một chính sách nhằm thu hút khách.

#### ❖ Chính sách quan hệ đối tác

Chính sách quan hệ công chúng có ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng thu hút khách của khách sạn.

Vì vậy, khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã đưa ra chính sách quan hệ công chúng hợp lý nhằm duy trì mối quan hệ với các khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới.

##### + Quan hệ đối nội.

Quan hệ đối nội trong khách sạn là mối liên hệ giữa nhân viên các bộ phận trong khách sạn với khách hàng của khách sạn. Đối với nhân viên trong khách sạn, phải quan hệ mật thiết, tìm hiểu nguyện vọng, đào tạo, huấn luyện họ. Điều này đã được khách sạn Harbour View thực hiện khá tốt (xem phần chính sách con người).

Đối với khách hàng, khách sạn Harbour View luôn giữ mối quan hệ gần bó, thân mật với khách hàng cũ. Nó thể hiện ở việc khách sạn cho phép các khách hàng này sử dụng dịch vụ lưu trú với mức giá ưu đãi hơn. Khách hàng có mối quan hệ càng lâu năm thì giá càng ưu đãi. Điều này được thể hiện rõ ở bảng giá phòng của khách sạn đã được trình bày ở phần chính sách giá của khách sạn (thuộc mục 2.2.3 chương II của khoá luận). Bên cạnh duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng cũ, khách sạn còn tìm hiểu và xác lập các mối quan hệ mới với các khách hàng mới.

##### + Quan hệ đối ngoại.

Hoạt động quan hệ đối ngoại đ- ợc thực hiện khá tốt tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng. Đó là sự giao l- u, tiếp xúc với khách hàng, công chúng trong địa ph- ơng, báo chí và chính quyền.

Trong quan hệ đối ngoại, quan hệ với báo chí, đài truyền hình đóng vai trò hết sức quan trọng. Những bài viết, những bức ảnh về khách sạn đ- ợc đ- a lên báo, đài truyền hình có tác dụng tốt cho việc quảng cáo, góp phần thu hút khách đến với khách sạn. Khách sạn Harbour View đã trở thành cái tên quen thuộc đối với báo chí và truyền hình qua các bài phóng sự khiến cho những ai ch- a một lần đến khách sạn Harbour View đều có mong muốn đ- ợc đến đó một lần để đ- ợc h- ởng không khí yên bình và chất l- ợng phục vụ đ- ợc đánh giá là đứng đầu ở Hải Phòng. Vì vậy không thể phủ nhận ảnh h- ởng to lớn của các ph- ơng tiện thông tin đại chúng đối với khả năng thu hút khách của khách sạn. Đó cũng chính là lý do khách sạn Harbour View luôn giữ mối quan hệ tốt đẹp với báo chí và truyền hình.

Bên cạnh đó, khách sạn Harbour View còn đ- ợc biết đến với t- cách là một đơn vị th- ờng xuyên tham gia các công tác xã hội của thành phố, đặc biệt là công tác từ thiện thông qua các hoạt động từ thiện cho làng trẻ Hoa Ph- ơng và một số hoạt động khác.

Ngoài ra, khách sạn còn là đơn vị th- ờng xuyên tài trợ cho các cuộc giao l- u văn hoá tổ tại khách sạn cũng nh- nhà hát Thành phố, kết hợp với nhà hát nhạc vũ kịch Việt Nam tổ chức những đêm nhạc, nhạc kịch, giao l- u văn hoá.

Và th- ờng những hoạt động văn hoá - xã hội nh- trên là tâm điểm chú ý của báo giới và đ- ợc truyền hình trực tiếp trên sóng truyền hình. Đây là cách quảng bá tên tuổi của khách sạn một cách đặc lực, làm cho tên tuổi, th- ơng hiệu khách sạn Harbour View đ- ợc nhiều ng- ời biết đến và từ đó trở thành lựa chọn của khách hàng, thu hút khách đến với khách sạn.

Du lịch- khách sạn là ngành có tính chất hoạt động quốc tế, vì vậy trong quan hệ đối ngoại còn đòi hỏi các đơn vị kinh doanh khách sạn phải gia nhập các Hiệp hội du lịch quốc tế. Về yêu cầu này khách sạn Harbour View,

Hải Phòng đã làm khá tốt. Việc tham gia các Hiệp hội du lịch quốc tế giúp khách sạn nắm bắt được những thay đổi mới, những điều kiện mới trong hoạt động kinh doanh khách sạn. Đồng thời đây cũng là cơ hội để khách sạn Harbour View, Hải Phòng duy trì các mối quan hệ đã được thiết lập từ trước và tạo dựng thêm những mối quan hệ mới, tìm hiểu thêm những thị trường mới. Từ đó lập kế hoạch nghiên cứu và đưa ra các chính sách nhằm thu hút nguồn khách tiềm năng này.

Trong quan hệ đối ngoại, quan hệ với khách có vai trò rất quan trọng. Trong kinh doanh các ngành dịch vụ, bao gồm cả kinh doanh khách sạn, những lời đồn miệng của khách hàng có ý nghĩa rất lớn. Lời đồn đó tốt, tất nhiên là sẽ làm cho lượng khách tìm đến khách sạn ngày càng đông, ngược lại lời đồn đó xấu sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến lượng khách của khách sạn. Vì vậy phải có những chính sách chăm sóc khách hàng tốt sẽ tạo dựng được uy tín và niềm tin đối với khách hàng. Với lượng khách ngày càng gia tăng chứng tỏ khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã có những chính sách chăm sóc khách hàng hiệu quả.

Có thể nói, chính sách quan hệ công chúng chính là một trong những nhân tố góp phần làm nên hiệu quả của hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

#### ❖ Chính sách xúc tiến (Promotion).

Thuật ngữ tiếng Anh “Promotion” được dùng để chỉ mọi cách thức truyền tin giữa người bán và người mua hay có ý định mua hàng để thuyết phục họ mua sản phẩm của mình.

Muốn kinh doanh thành công tất yếu phải có một chính sách xúc tiến hiệu quả. Và nó càng quan trọng hơn đối với lĩnh vực kinh doanh khách sạn, vì:

+ Nhu cầu về các sản phẩm du lịch thường mang tính thời vụ rõ nét. Đặc điểm này quyết định trực tiếp đến lượng khách của khách sạn, do vậy cần phải có các kích thích cần thiết để tăng nhu cầu vào những lúc trái vụ.



+ Nhu cầu về sản phẩm th- ờng rất co giãn theo giá và nó thay đổi rất lớn tùy thuộc vào sự biến động của tình hình kinh tế xã hội tổng quát.

+ Do đặc điểm của sản phẩm khách sạn, khách hàng th- ờng ít trung thành với các nhãn hiệu.

+ Hầu hết các sản phẩm khách sạn đều bị cạnh tranh gay gắt và có nhiều sản phẩm thay thế.

Hiểu đ- ợc điều đó, khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã đ- a ra một chính sách xúc tiến hợp lý và thực hiện có hiệu quả chính sách đó trong quá trình hoạt động nhằm mục đích thu hút và duy trì một nguồn khách ổn định.

- Thông tin trực tiếp.

Thông tin trực tiếp nhằm mục đích đ- a tin về khách sạn đến công chúng. Thông tin trực tiếp đ- ợc thể hiện d- ới nhiều hình thức: nói, viết, nhìn qua các trung tâm du lịch hoặc qua phát hành tài liệu.

Khách sạn Harbour View, Hải Phòng luôn có mối quan hệ chặt chẽ với các văn phòng du lịch trong n- ớc và các văn phòng h- ớng dẫn du lịch Việt Nam ở n- ớc ngoài. Tại đây các thông tin về khách sạn sẽ đ- ợc cung cấp một cách đầy đủ, cập nhật cho khách hàng. Có thể nói đây là nơi cổ động thích hợp và đỡ tốn kém nhất.

Tuy nhiên thông tin trực tiếp hiệu quả nhất lại chính là thông tin truyền miệng của khách đã và đang l- u trú tại khách sạn. Thông tin truyền miệng của khách hay còn gọi là những lời đồn của khách có tác dụng rất lớn và hỗ trợ rất đắc lực cho sản phẩm của khách sạn. Vì sản phẩm của khách sạn mang tính vô hình, khách hàng không thể kiểm tra chất l- ợng của nó tr- ớc khi mua và ng- ời ta cũng không thể vận chuyển sản phẩm khách sạn nh- các hàng hoá thông th- ờng khác. Vì vậy, khách phải tự đến khách sạn để tiêu dùng dịch vụ. Yếu tố tác động mạnh nhất đến quyết định mua của khách chính là những lời đồn trên thị tr- ờng về chất l- ợng dịch vụ của khách sạn thông qua những ng- ời đã từng trực tiếp sử dụng các dịch vụ đó. Theo thống

kê của Ủy ban du lịch Singapore, khách du lịch quốc tế đến Singapore qua những thông tin sau:

- + 30% khách do truyền miệng.
- + 11% qua sách báo.
- + 14% qua hướng dẫn du lịch.
- + 21% qua người thân đang ở Singapore.
- + 24% từ các đại lý du lịch.

Qua đây chứng tỏ, thông tin truyền miệng của khách có tác dụng rất lớn trong việc thu hút khách.

Nắm bắt được tâm lý đó của khách, khách sạn Harbour View đã và đang không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ của mình, luôn tạo cho khách cảm giác thoải mái khi ở trong khách sạn thông qua hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại và đội ngũ nhân viên nhiệt tình, thân thiện và quan trọng nhất là có chuyên môn và kinh nghiệm. Tất cả đã mang lại sự hài lòng và để lại những ấn tượng tốt đẹp cho khách sau khi rời khỏi khách sạn. Và mỗi khi nhắc đến khách sạn Harbour View, Hải Phòng họ đều đánh giá rất cao về chất lượng dịch vụ tại đây. Chính những lời nhận xét đó của khách đã mang lại uy tín, thương hiệu của khách sạn, và là một nhân tố tích cực đưa đến cho khách sạn những khách hàng mới.

- Quảng cáo.

Chủ tịch tổ chức ASTA tại Hội nghị New Orleans, 1997 đã từng nói: “ Rao hàng thì thâm dưới đáy giếng rằng hàng tốt thì có đến mỗi miệng cũng chẳng bằng một lần nhảy lên mái nhà mà rao!”

Hay ngôn ngữ Trung Quốc có câu: “ Nếu không biết rao hàng, đừng có bán hàng.”

Quảng cáo là công cụ hữu hiệu nhất trong việc giới thiệu sản phẩm đến khách hàng. Một khách sạn dù chất lượng sản phẩm dịch vụ có tốt đến đâu nhưng không được khách hàng biết đến đồng nghĩa với việc khách sạn đó kinh doanh thất bại. Vì vậy, quảng cáo là cần thiết để khách hàng tìm đến với

doanh nghiệp. Nó càng quan trọng hơn trong kinh doanh khách sạn vì sản phẩm của khách sạn là sản phẩm dịch vụ mang tính vô hình.

Đánh giá đúng tầm quan trọng của hoạt động quảng cáo, khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã cố gắng đưa ra những chiến lược quảng cáo hợp lý nhằm lôi kéo khách đến với khách sạn.

Hoạt động quảng cáo được khách sạn Harbour View tiến hành ngay trong khách sạn. Tất cả các vật dụng trong khách sạn, từ bàn chải đánh răng trong phòng nghỉ của khách, đến đôi đũa tại nhà hàng đều được in mẫu logo của khách sạn. Đó là cách thức đơn giản nhất để gây dựng hình ảnh khách sạn Harbour View trong lòng khách. Bên cạnh đó, khách sạn còn in danh thiếp và các tập gấp giới thiệu về khách sạn. Tất cả đều được đặt trong phòng nghỉ của khách, tại những nơi dễ quan sát nhất như trên bàn làm việc. Tại tiền sảnh, chúng được đặt trên mặt quầy lễ tân, nơi việc tiếp xúc với khách diễn ra thường xuyên nhất. Nội dung của chúng là những lời giới thiệu ngắn gọn nhưng đầy đủ về khách sạn. Đây là một cách khắc sâu hình ảnh của khách sạn trong tâm trí khách hàng, làm cho khách gắn bó hơn với khách sạn. Từ đó giúp duy trì lòng khách vốn là những khách hàng quen thuộc của khách sạn, vì họ sẽ không thể tìm thấy một cảm giác tương tự khi ở bất kỳ một khách sạn nào khác.

Quảng cáo ngay trong khách sạn là điều cần thiết nhưng quan trọng hơn cả là có một chiến lược quảng cáo hiệu quả trên thị trường nhằm quảng bá một cách rộng rãi hình ảnh của khách sạn. Quảng cáo là cách để tiếp cận và mở rộng thị trường nhằm thu hút khách hàng mới, nâng cao vị thế và sức cạnh tranh trên thị trường.

Khách sạn Harbour View thường xuyên tham gia các hội chợ quốc tế: ITB Berlin, ATF... với mục đích giới thiệu, quảng bá về khách sạn. Từ đó mở rộng thị trường thông qua việc tạo dựng các mối quan hệ mới với các công ty lữ hành nước ngoài, đặc biệt là các công ty lữ hành của Nhật Bản, Đài Loan, Hồng Kông. Đây được đánh giá là thị trường tiềm năng của khách sạn

Harbour View vì các quốc gia này có nhiều nét văn hoá tương đồng với Việt Nam, vì vậy sẽ có những thuận lợi khi phục vụ những tập khách này.

Bên cạnh đó, khách sạn Harbour View, Hải Phòng còn tiến hành quảng cáo trên các ấn phẩm hàng không như: Discovery, Heritage và các tạp chí du lịch quốc tế: The Guide, Time Out, Heritage. Nhờ đó mà hình ảnh, tên tuổi khách sạn Harbour View được biết đến nhiều hơn trên thị trường quốc tế.

Trong cuộc sống hiện đại, công nghệ thông tin có vai trò vô cùng quan trọng. Việc tìm hiểu, tra cứu thông tin được tiến hành thông qua mạng internet diễn ra ngày càng nhiều. Vì vậy, quảng cáo qua internet là một hoạt động không thể không thực hiện đối với các khách sạn, đặc biệt với một khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao quốc tế như Harbour View, Hải Phòng. Khách sạn đã và đang không ngừng đầu tư, xây dựng trang web mới bằng cách thuê các công cụ tìm kiếm hàng đầu thế giới: Google, Yahoo, Alavista tạo thuận lợi cho khách hàng khi tìm hiểu thông tin về khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

Tất cả các hình thức quảng cáo mà khách sạn Harbour View đã áp dụng đều nhằm một mục đích duy nhất là quảng bá hình ảnh, tên tuổi của mình trên thị trường và thu hút khách đến với khách sạn. Vì vậy dù áp dụng hình thức quảng cáo nào, khách sạn Harbour View đều chú trọng đến việc nhấn mạnh tính ưu việt chứa đựng trong sản phẩm của mình so với sản phẩm của các khách sạn khác. Đó là: khách sạn Harbour View là khách sạn quốc tế 4 sao duy nhất tại với chất lượng phục vụ được đánh giá là tiêu chuẩn nhất, đồng thời cũng là khách sạn có không khí yên bình nhất tại Hải Phòng thuận lợi cho việc nghỉ ngơi, thư giãn của du khách như lời nhà quảng cáo lừng danh David Ogilvi đã đưa ra: “ nêu rõ những khác biệt, những điều có một không hai; nếu đưa ra sản phẩm với giá rẻ thì hãy đưa ngay giá lên hàng đầu; hãy sử dụng những việc cụ thể, tránh những cái chung chung; hãy giới thiệu sản phẩm như một tấm vé hạng nhất; đừng để những lời lẽ hay nhất ở phía sau, hãy đặt những cái có tính thuyết phục nhất lên hàng đầu; khai thác mọi khía cạnh của cái mới; hãy chọn lấy một chủ đề, không nên dài dòng; có hình ảnh

giới thiệu về ng-ời dân bản xứ, không chụp khách du lịch; đặt lời giới thiệu cho các tấm ảnh một cách thông minh; luôn chuẩn bị các tài liệu để cung cấp ngay khi đăng quảng cáo”.

Câu chiêu hiệu là lời giới thiệu về khách sạn một cách đầy đủ và ngắn gọn nhất. Vì vậy việc đ- a ra một lời chiêu hiệu ấn t- ợng là rất quan trọng. Câu chiêu hiệu của khách sạn Harbour View như sau: “ Stylish, Colonial, International, Relaxing”. Câu chiêu hiệu này đã đề cập đến những vấn đề mà khách hàng quan tâm tr- ớc khi lựa chọn khách sạn. Đó là: phong cách của khách sạn, sự thoải mái mà khách sạn đem đến cho khách và tiêu chuẩn thứ hạng sao của khách sạn (tính quốc tế). Câu chiêu hiệu này của khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã tạo đ- ợc ấn t- ợng khá mạnh đối với khách. Nó nh- một yếu tố kích thích khách đến với khách sạn để kiểm nghiệm tính chân thực của câu chiêu hiệu trên. Vì vậy, lời chiêu hiệu cũng đ- ợc coi là một trong những yếu tố thu hút khách đến với khách sạn.

Với l- ợng khách ổn định và có xu h- ớng ngày càng tăng đã thể hiện tính hợp lý, hiệu quả của chính sách xúc tiến của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

#### **❖ Lập ch- ơng trình và xây dựng sản phẩm trọn gói.**

Lập ch- ơng trình, nói cách khác là thiết lập kế hoạch hay hoạch định là chức năng cơ bản của nhà quản trị, nó cho thấy những mục tiêu chỉ đạo sự phối hợp các hoạt động hoàn hảo hơn, và từ đó nhà quản trị có thể điều chỉnh kế hoạch để đạt hiệu quả kinh doanh. Đối với kinh doanh khách sạn, hiệu quả kinh doanh chính là thu hút đ- ợc nhiều khách đến với khách sạn.

Thiết lập kế hoạch không chỉ dành riêng cho các cấp quản trị mà nhân viên bán sản phẩm trong ngành du lịch- khách sạn cũng phải sử dụng chức năng này để lên kế hoạch cho việc bán sản phẩm mà mình phụ trách (hoạch định tác nghiệp).

Ta có thể hiểu định nghĩa lập ch- ơng trình hay thiết lập kế hoạch như sau: “ Thiết lập kế hoạch là vạch ra những mục tiêu và đường hướng hoạt động sao cho phù hợp nhằm đạt đ- ợc những mục tiêu đó”.

Theo Philip Kotler thì: “Hoạch định chiến lược là tiến hành duy trì và phát triển sự tương thích phù hợp giữa một bên là nguồn lực, tiềm năng và mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp với một bên là các cơ may tiếp thị đầy biến động. Hoạch định chiến lược dựa vào sự triển khai một ý định kinh doanh có tính chất rõ ràng của doanh nghiệp, những mục tiêu và yêu cầu hỗ trợ, một hồ sơ kinh doanh vững chắc và những chiến lược hoạt động có tính phối hợp”.

Việc lập kế hoạch đúng đắn đã giúp khách sạn Harbour View, Hải Phòng thích nghi và tận dụng được các cơ may trong một môi trường kinh doanh đầy biến động như hiện nay. Cũng qua việc thực hiện các chương trình đã được thiết lập, khách sạn đã thu thập được nhiều thông tin về khách hàng và từ đó xây dựng một chương trình quảng cáo về khách sạn.

Các kế hoạch kinh doanh trong đó bao gồm cả các chính sách thu hút khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng đều được xây dựng dựa trên những nghiên cứu về thị trường và các đối thủ cạnh tranh cũng như dựa trên tiềm lực, vị thế của khách sạn trên thị trường.

Tính hiệu quả của các chương trình của khách sạn Harbour View được thể hiện qua sự thành công của các chính sách thu hút khách thông qua lượng khách ổn định và có xu hướng tăng qua các năm.

Một trong những kế hoạch kinh doanh của khách sạn Harbour View là việc tạo ra các sản phẩm trọn gói với mục đích hấp dẫn khách đến với khách sạn.

Đây là một sản phẩm trọn gói của khách sạn Harbour View được đưa ra như một chương trình khuyến mãi nhằm thu hút khách. Sản phẩm trọn gói này mang tên “Spa, Wine & Dine Weekend Package” với giá US\$199 dành cho 2 người trong hai ngày một đêm và chương trình này có giá trị đến 31-12-2009. Khi mua gói sản phẩm này của khách sạn Harbour View, khách sẽ có một giờ được tận hưởng cảm giác thoải mái tại Mandara Spa với bàn tay chăm sóc của các nhân viên Spa của khách sạn. Khách còn có cơ hội thưởng thức một bữa tối đặc biệt cho hai người cùng với các loại rượu có trong

khả năng của khách sạn. Phong nghỉ dành cho khách sẽ là loại phòng Executive Business Deluxe với các trang thiết bị hiện đại tạo cho khách cảm giác thoải mái, bao gồm cả ăn sáng (buffet) cho hai người. Giá của gói sản phẩm này không bao gồm phí vận chuyển.

Việc đưa ra các gói sản phẩm trọn gói như trên đã có tác dụng rất lớn trong hoạt động thu hút khách, giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ mới của khách sạn. Vì vậy, đưa ra các sản phẩm trọn gói đã trở thành một trong những chính sách thu hút khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

## TIỂU KẾT CHƯƠNG II

Chương II của khoá luận đã nêu lên đặc điểm thị trường khách và các chính sách thu hút khách của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.

Việc nghiên cứu thị trường khách đã trở thành một hoạt động quan trọng không thể thiếu đối với khách sạn Harbour View. Đây là hoạt động được coi là cơ sở, là tiền đề để từ đó có thể đưa ra các chính sách thu hút khách có hiệu quả.

Nhìn chung các chính sách mà khách sạn Harbour View đã thực hiện trong hoạt động thu hút khách đã thu được kết quả tốt, bằng chứng là lượng khách của khách sạn luôn ổn định và hiện có xu hướng tăng dần. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là các chính sách đó đã thực sự hoàn hảo. Một số chính sách cần được xây dựng tốt hơn để hiệu quả của hoạt động này tốt hơn nữa. Và một số đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động thu hút khách của khách sạn Harbour View sẽ được đề cập đến trong chương III của khoá luận.

## **CHƯƠNG III**

### **MỘT SỐ ĐỀ XUẤT NHẪM NÂNG CAO KHẢ NĂNG THU HÚT KHÁCH TẠI KHÁCH SẠN HARBOUR, HẢI PHÒNG**

#### **3.1. Những nhận định cơ bản.**

##### **3.1.1. Thành công- kinh nghiệm.**

Nhìn lại 10 năm hoạt động với nhiều thuận lợi và thử thách, khách sạn Harbour View, Hải Phòng đã gặt hái được nhiều thành công đáng kể.

Tận dụng và phát huy được những thế mạnh, cơ hội, đồng thời biết khắc phục những điểm yếu cùng thách thức, khách sạn Harbour View đã và đang từng bước khẳng định vị thế, tên tuổi của mình trong ngành khách sạn tại thành phố Hải Phòng cũng như trong cả nước.

Khách sạn Harbour View luôn coi trọng công tác nghiên cứu thị trường, để từ đó đưa ra các chính sách thu hút khách khả thi nhất.

Với chính sách sản phẩm, khách sạn không ngừng nâng cao chất lượng các sản phẩm, dịch vụ. Với đội ngũ lao động, khách sạn luôn tạo điều



kiện để họ có cơ hội nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và phát huy hết khả năng của mình. Để nâng cao khả năng thu hút khách, khách sạn đã đưa ra chính sách xúc tiến, chính sách quan hệ đối tác, xây dựng sản phẩm trọn gói hợp lý và hiệu quả.

Tính hiệu quả, khả thi của các chính sách trên được thể hiện ở lượng khách của khách sạn khá ổn định và có luôn xu hướng tăng qua các năm. Sự thành công đó còn được chứng minh bằng các giải thưởng mà khách sạn đạt được: năm 2006, khách sạn được bình chọn là khách sạn có dịch vụ tốt nhất miền duyên hải, năm 2007 được bình chọn là khách sạn “ thân thiện” và đạt danh hiệu là một trong những khách sạn có thương hiệu cao nhất trong ngành dịch vụ khách sạn. Tại địa bàn Hải Phòng, chất lượng phục vụ của Harbourview được coi là tiêu chuẩn nhất và có ấn tượng khá tốt với khách. Chính vì vậy, Harbourview luôn là lựa chọn hàng đầu đối với khách thương mại và khách du lịch quốc tế. Đây là những tập khách có khả năng chi trả cao và yêu cầu khá khắt khe về chất lượng phục vụ.

Các sản phẩm, dịch vụ của khách sạn luôn đem lại cho khách sự hài lòng. Khi hỏi mục tiêu mà khách sạn đặt ra trong năm 2009 về mức độ hài lòng của khách đối với khách sạn như thế nào, Giám đốc lễ tân cho biết mục tiêu là 94% như hiện tại đã đạt 96%. Điều đó cho thấy, sản phẩm, dịch vụ của khách sạn không ngừng được nâng cao để thỏa mãn nhu cầu của khách.

Những thành công mà khách sạn Harbourview có được là kết quả của một chiến lược kinh doanh đúng đắn và sự cố gắng hết mình của đội ngũ lao động trong khách sạn. Và đó trở thành những kinh nghiệm quý báu đối với tất cả các doanh nghiệp trong ngành kinh doanh khách sạn. Kết quả ấy sẽ tiếp tục được duy trì và phát triển trong những chặng đường phát triển mới của khách sạn Harbourview, Hải Phòng.

### **3.1.2. Tồn tại cần khắc phục.**

Bên cạnh những thành công đã đạt được, khách sạn Harbourview, Hải Phòng còn tồn tại một số bất cập cần khắc phục để nâng cao khả năng thu hút khách và năng lực cạnh tranh trên thị trường.

- Chất lượng sản phẩm dịch vụ của khách sạn tuy được đánh giá là tiêu chuẩn nhất tại Hải Phòng nhưng hệ thống sản phẩm, dịch vụ còn đơn giản, thiếu đa dạng, đặc biệt là hệ thống dịch vụ bổ sung.

- Đội ngũ lao động tuy có chuyên môn nghiệp vụ khá vững nhưng trình độ ngoại ngữ không đồng đều. Thêm vào đó, số lao động có khả năng sử dụng thành thạo hai ngoại ngữ là rất ít, hầu hết chỉ có khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh.

- Hình thức phân phối sản phẩm dịch vụ của khách sạn qua các đại lý trung gian, công ty du lịch và đội ngũ bán hàng trực tiếp đạt hiệu quả khá tốt nhưng hoạt động phân phối qua hệ thống đặt phòng từ xa, thanh toán qua mạng internet chưa khai thác thành công.

### **3.2. Căn cứ xây dựng đề xuất.**

#### **3.2.1. Xu hướng phát triển ngành du lịch, khách sạn Hải Phòng.**

Kinh tế phát triển, đời sống vật chất và tinh thần của con người được nâng cao. Hệ quả tất yếu là cầu du lịch tăng cao và du lịch trở thành ngành kinh tế trọng điểm của nhiều quốc gia trên thế giới. Nguồn lợi mà ngành du lịch mang lại cho các quốc gia phát triển nó là không nhỏ. Chính vì vậy mà người ta ví “ du lịch là con gà đẻ trứng vàng”.

Việt Nam là một quốc gia có tiềm lực phát triển du lịch rất lớn. Với lợi thế có nhiều cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp do tạo hoá ưu đãi cùng với bề dày văn hoá trong suốt bốn nghìn năm lịch sử dựng nước và giữ nước đã làm cho Việt Nam trở thành điểm đến của nhiều du khách quốc tế. Có thể nói, ngành du lịch nước ta tuy mới nhưng đầy triển vọng. Nó góp phần làm cho nhiều thành phố đang từng ngày thay da đổi thịt, trong đó có thành phố cảng Hải Phòng.

Hải Phòng là một thành phố biển, được thiên nhiên ưu đãi, cộng với truyền thống lịch sử hào hùng trong chiến đấu và xây dựng, Hải Phòng hiện có 43 điểm du lịch phân bố trên toàn thành phố, trong đó có đầy đủ các loại hình rừng, biển, đảo, di tích lịch sử văn hoá và danh lam thắng cảnh, hứa hẹn những tiềm năng to lớn.

Nói đến Hải Phòng là nghĩ ngay đến hai địa danh nổi tiếng là Đồ Sơn và Cát Bà. Trong đó, Đồ Sơn là một quần thể du lịch đẹp với các bãi tắm 1, 2, 3, đảo Hòn Dấu, biệt thự Bảo Đại, đền Bà Đế, tháp Tô-ông Long, suối Rồng; các di tích lịch sử như Bến Nghiêng, Bến tàu không số; các lễ hội nổi tiếng như hội xuống nước đầu năm, lễ hội chọi trâu... Bên cạnh Đồ Sơn, Cát Bà cũng là một quần thể với nhiều điểm du lịch nổi tiếng trong đó Vườn Quốc gia Cát Bà được công nhận là khu Bảo tồn sinh quyển thế giới. Cát Bà nguyên sơ thướt tha nào đã và đang được đầu tư ngày càng nhiều, song vẫn không làm mất đi vẻ đẹp thuần khiết. Trái lại, Cát Bà đang định hình với vóc dáng của khu du lịch có sự đan xen hài hòa giữa vẻ đẹp thiên tạo và nhân tạo, hiện đại và đầy tiềm năng.

Không chỉ vậy, Hải Phòng còn là mảnh đất thiêng với nhiều di tích văn hoá, lịch sử. Trong đó, thuộc huyện Vĩnh Bảo là quần thể di tích tưởng niệm Trần Trình Nguyễn Bình Khiêm, đình Nhân Mục, miếu Cựu Điện, đền chùa Thái Bình, làng nghề chạm khắc gỗ Bảo Hà, múa rối nước, múa rối cạn, múa rồng..., ở huyện Tiên Lãng là 4 nghìn ha rừng ngập mặn Vinh Quang. Trở về nội thành, ta sẽ bắt gặp núi Thiên Văn tại quận Kiến An; các dấu tích lịch sử từ thời Bạch Đằng dậy sóng ghi dấu chiến công của Ngô Quyền đánh quân Nam Hán, Trần Quốc Tuấn đại phá quân Nguyên-Mông, đến những năm tháng hào hùng chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược tại quận Ngô Quyền.

Đường dẫn du khách đến với các điểm du lịch này vô cùng thuận lợi, bởi Hải Phòng với hệ thống giao thông phát triển, bao gồm cả đường bộ, đường sắt, đường thủy và hàng không. Quốc lộ 5 nối Hải Phòng với Hà Nội, Hải Phòng, đường số 10 và 17 mới được nâng cấp và sửa chữa. Chất lượng phục vụ và thời gian chạy tàu tuyến đường sắt Hà Nội-Hải Phòng ngày càng được nâng cao. Hệ thống sông ngòi dày đặc, hệ thống cầu phà, cảng biển với các loại tàu công suất lớn đảm bảo lưu thông trong thành phố, cũng như giữa Hải Phòng với các tỉnh trong cả nước và các nước trên thế giới.

Để đảm bảo cho những bước tiến vững chắc của du lịch Hải Phòng và phục vụ nhu cầu ngày càng tăng của khách du lịch trong và ngoài nước, thành phố đã và đang chú trọng tới việc nâng cấp và xây mới cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, ngành Du lịch Hải Phòng đã tổ chức những “ Mùa du lịch” tại các điểm du lịch lớn. Đơn cử : mùa du lịch trên đảo Cát Bà với chương trình Lễ hội Tuổi trẻ Cát Bà, biểu diễn lướt ván, thi thuyền nan, thuyền thúng và các trò chơi dân gian, đua thuyền rồng... Tại Đồ Sơn, việc khôi phục Lễ hội Chọi trâu vào ngày 19 tháng 8 âm lịch hàng năm- hiện lễ hội này đã được Tổng cục Du lịch Việt Nam chọn là 1 trong 15 lễ hội quốc gia - đã thu hút hàng vạn du khách trong mỗi mùa lễ hội.

Với những nỗ lực của toàn ngành, Du lịch Hải Phòng đã có những bước phát triển nhanh chóng. Tốc độ tăng bình quân 15,5%/ năm về lượt khách, trong đó khách quốc tế tăng trưởng 21,6%/ năm. Chỉ tiêu năm 2010 là tốc độ tăng bình quân đạt 16%, trong đó khách quốc tế tăng 20%.

Hải Phòng trong tương lai gần sẽ trở thành một trong những trung tâm du lịch có tầm cỡ quốc gia, trong đó phát triển mạnh du lịch sinh thái biển gắn với bảo vệ môi trường sinh thái để đảm bảo phát triển bền vững; tổ chức các hoạt động kinh doanh du lịch gắn liền với đảm bảo an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội. Bởi Hải Phòng là cửa ngõ quan trọng của các tỉnh duyên hải khu vực phía Bắc, đồng thời là trung tâm đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực cho vùng du lịch duyên hải Bắc Bộ, trung tâm quảng bá và xúc tiến của du lịch phía Bắc.

Để đạt được mục tiêu đó, hiện nay, Hải Phòng đang tập trung xây dựng hạ tầng cơ sở du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu hút vốn đầu tư phát triển kinh doanh du lịch của các thành phần kinh tế. Trong đó, tập trung vào các cơ sở phục vụ du lịch cao cấp, du lịch tổng hợp tại hai trung tâm du lịch lớn là Cát Bà và Đồ Sơn, để những nơi này sớm trở thành những khu du lịch có tầm cỡ quốc tế. Bên cạnh đó, Hải Phòng đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá du lịch với các hình thức linh hoạt thông qua các phương tiện thông tin đại chúng từ Trung ương đến các địa phương; các cuộc hội đàm, hợp tác, hội thảo

giữa Hải Phòng với các địa phương trong toàn quốc và quốc tế để giới thiệu tiềm năng du lịch Hải Phòng. Đây là những giải pháp thiết thực nhằm thu hút không chỉ du khách trong nước mà còn vươn ra thị trường quốc tế, đặc biệt là khu vực các nước ASEAN, khu vực Đông Á (nhất là Trung Quốc, Nhật Bản), châu Á - Thái Bình Dương, Tây Âu, Bắc Mỹ. Trong đó, Hải Phòng sẽ chú trọng đến những quốc gia có cảng biển thuận tiện cho việc vận chuyển hành khách bằng đường biển.

Thành phố Hải Phòng đã đưa ra phương hướng phát triển ngành Du lịch-Khách sạn như sau:

- Nâng cao chất lượng, đa dạng hoá sản phẩm du lịch.
- Hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ khách du lịch, đặc biệt khách du lịch quốc tế.
- Đầu tư tôn tạo và bảo vệ tài nguyên du lịch.
- Chú trọng công tác nghiên cứu thị trường, tuyên truyền quảng bá du lịch.
- Xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý, cán bộ chuyên môn, đặc biệt là đội ngũ làm công tác quản trị du lịch và hướng dẫn viên du lịch.

Phát triển du lịch là một hướng chiến lược quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội. Vì du lịch không chỉ góp phần tăng nguồn thu cho ngân sách thành phố mà còn thúc đẩy kinh tế, văn hoá - xã hội phát triển. Xác định: Phát triển du lịch trên cơ sở khai thác có hiệu quả về điều kiện tự nhiên, sinh thái biển, truyền thống văn hoá, lịch sử thành phố Cảng là tiền đề bảo đảm sự phát triển bền vững của ngành Du lịch Hải Phòng trong thế kỷ XXI.

### **3.1.2. Định hướng phát triển của khách sạn Harbour View, Hải Phòng.**

Trong kinh doanh, việc hoạch định chiến lược và phương hướng phát triển có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Nó đóng vai trò là kim chỉ nam đối với mọi hoạt động của doanh nghiệp.

Hiện nay, việc cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt, vì vậy, việc hoạch định chiến lược đúng đắn sẽ giúp cho doanh nghiệp có những bước đi phù hợp và hiệu quả.

Phong hướng chiến lược của khách sạn Harbour View, Hải Phòng được xây dựng dựa trên xu thế phát triển của thành phố Hải Phòng, cũng như dựa trên vị thế và khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Phong hướng phát triển của khách sạn Harbour View, Hải Phòng bao gồm các nội dung cơ bản sau:

- Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ trong khách sạn, đặc biệt là các dịch vụ bổ sung và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ.
- Luôn tạo ra các sản phẩm khác biệt so với các khách sạn khác.
- Duy trì khách hàng truyền thống, tập trung vào hai loại khách là khách du lịch quốc tế và khách thương mại, đồng thời có các chính sách thu hút khách nội địa và khách Trung Quốc.
- Kiến tạo toàn bộ máy tổ chức, thực hiện tốt công tác quản lý.
- Nâng cao chất lượng đội ngũ nguồn lao động, bao gồm cả trình độ chuyên môn và trình độ ngoại ngữ.
- Đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật.
- Nâng cao năng suất buồng phòng.
- Lập mối quan hệ với các đại lý du lịch.
- Đảm bảo doanh thu tăng 15 - 18%/ năm.
- Xúc tiến quảng cáo mạnh mẽ.
- Quan tâm tới đời sống cán bộ công nhân viên ( chính sách - u đãi, chế độ lương...)

### **3.3. Các đề xuất cụ thể.**

#### **3.3.1. Đối với hệ thống sản phẩm.**

- Khách sạn Harbour View là khách sạn được đánh giá là có chất lượng phục vụ tiêu chuẩn nhất tại Hải Phòng. Tuy nhiên, dễ dàng nhận thấy các dịch vụ bổ sung trong khách sạn còn đơn giản, thiếu đa dạng. Vì vậy,

chính sách đa dạng hoá sản phẩm nên tập trung vào việc mở rộng thêm một số dịch vụ bổ sung như sân tennis, dịch vụ hát karaoke, trung tâm làm đẹp...

- Tại khách sạn Harbour View đã có quầy hàng lưu niệm Gift Shop phục vụ khách nhưng không gian của quầy hàng này quá nhỏ, sản phẩm thiếu đa dạng, phong phú nên khả năng thu hút khách còn thấp. Vì vậy, khách sạn Harbour View nên có kế hoạch mở rộng gian bán hàng lưu niệm này và đa dạng hoá các mặt hàng để nâng cao khả năng thu hút khách.

- Đối với hoạt động kinh doanh ăn uống, hàng tháng nhà hàng nên tổ chức ngày lễ, tuần lễ giới thiệu các món ăn truyền thống của dân tộc vì tinh hoa văn hoá dân tộc phần nào cũng được thể hiện trong các món ăn đó. Hoạt động này sẽ khá hấp dẫn đối với khách quốc tế vì một trong những mục đích của họ khi đến Việt Nam là tìm hiểu nền văn hoá của dân tộc Việt Nam. Bên cạnh đó, khách sạn cũng nên tổ chức những ngày lễ các món ăn truyền thống của một số nước Châu á khác như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... nhằm đa dạng hoá sản phẩm. Hoạt động này nếu được thực hiện tốt sẽ trở thành một chính sách khá hiệu quả góp phần thu hút khách đến với khách sạn. Để phục vụ hoạt động này, có thể tiến hành mở cửa trở lại nhà hàng Nam Phong.

- Hoạt động tổ chức tour du lịch đã được tiến hành ở khách sạn Harbour View nhưng phần lớn các điểm đến đều nằm trong nội thành Hải Phòng. Khách sạn nên mở thêm các tour du lịch đến các làng nghề truyền thống ở các huyện ngoại thành Hải Phòng như Vĩnh Bảo, Thuỷ Nguyên hoặc tổ chức các tour du lịch du khảo đồng quê ( Kiến An - Tiên Lãng - Vĩnh Bảo - An Lão). Loại hình du lịch rất được khách quốc tế yêu thích và hiện đang được khai thác ở Hải Phòng.

Bên cạnh việc tiến hành đa dạng hoá sản phẩm, khách sạn Harbour View cần không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Phần lớn trang thiết bị của khách sạn Harbour View hiện đại song do đã được trang bị trong một thời gian dài nên không tránh khỏi tình trạng hỏng hóc và bị giảm sút về chất lượng. Thực tế là chất lượng đồng truyền internet không dây của khách sạn không được tốt khiến khách không

hài lòng và luôn trong tình trạng phải cài đặt lại. Vì vậy, khách sạn nên có những đầu t- hợp lý để đổi mới trang thiết bị và hệ thống cơ sở vật chất. Đặc biệt là khu vực tiền sảnh, đây đ- ợc coi là bộ mặt của khách sạn, là nơi khách tiếp xúc đầu tiên khi đến khách sạn nên hình ảnh của khu vực này là rất quan trọng. Trong nhiều năm gần đây, khu vực này của khách sạn Harbour View gần nh- không có gì thay đổi, phần đệm và gối ghế đã có hiện t- ợng cũ, nhàn, bần. Khách sạn nên thay bằng những đệm và gối mới để duy trì đ- ợc hình ảnh của khách sạn .

- Đối với dịch vụ bổ sung, khách sạn nên áp dụng chính sách bán kèm với các sản phẩm chính của khách sạn. Hình thức bán này sẽ giúp giảm bớt thời gian nhàn rỗi của lao động làm việc trong bộ phận kinh doanh dịch vụ bổ sung. Đồng thời, đây cũng là cách giới thiệu các dịch vụ bổ sung của khách sạn đến với khách, từ đó có chính sách hợp lý để thu hút khách sử dụng các dịch vụ này.

### **3.3.2. Đối với chính sách phân phối.**

- Kênh phân phối của khách sạn Harbour View nhìn chung hoạt động có hiệu quả nh- ng các kênh phân phối còn t- ợng đối ít. Phần lớn là khách từ các công ty lữ hành và các công ty liên doanh có mối quan hệ lâu năm với khách sạn hoặc do khách trực tiếp đăng ký đặt phòng với. Vì vậy ,để góp phần nâng cao hiệu quả của chính sách thu hút khách, khách sạn Harbour View, Hải Phòng cần có kế hoạch hoàn thiện chính sách phân phối của mình.

- Nguồn khách chủ yếu của khách sạn Harbour View là khách du lịch quốc tế và khách th- ợng mại nên kênh phân phối chủ yếu là thông qua các công ty lữ hành, nơi mà khách du lịch mua tour hoặc các công ty liên doanh n- ớc ngoài tại Hải Phòng. Đây là những khách hàng th- ờng xuyên và lâu năm của khách sạn, cung cấp l- ợng khách ổn định cho khách sạn. Chính vì vậy cần giữ mối quan hệ chặt chẽ, mật thiết với các công ty này nhằm tạo nguồn khách ổn định cho khách sạn ngay cả trong những thời điểm trái vụ.

- Ngoài ra, để có thể thu hút thêm nhiều khách hàng mới, khách sạn cần tạo dựng một hệ thống kênh phân phối mới thông qua việc thiết lập



các mối quan hệ với các công ty lữ hành mới, đặc biệt là các công ty lữ hành của các nước trong khu vực Châu Á - Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản vì trong những năm gần đây lượng khách thuộc các quốc gia này đến Hải Phòng khá nhiều. Đây là nguồn khách tiềm năng mà khách sạn nên khai thác và cách khai thác tốt nhất là tạo dựng được mối quan hệ gắn bó với các công ty lữ hành quốc tế của các quốc gia đó.

- Khách lưu trú trong khách sạn Harbour View, Hải Phòng có đến 90% lượng khách đã đặt phòng trước, khách vắng lại chỉ chiếm 10%. Tuy nhiên, 90% lượng khách này việc đặt phòng đều diễn ra trực tiếp thông qua nhân viên khách sạn hoặc là số phòng đã được ghi rõ trong hợp đồng với các công ty lữ hành. Tại khách sạn Harbour View, việc áp dụng hệ thống đặt phòng từ xa và thanh toán qua mạng internet còn hạn chế, chưa hiệu quả. Khách sạn cần nhanh chóng hoàn thiện và phát triển hệ thống đặt phòng từ xa để phù hợp với xu hướng phát triển của kinh doanh khách sạn trên thế giới là áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật và để xứng đáng với thứ hạng khách sạn 4 sao quốc tế.

### **3.3.3. Đối với chính sách xúc tiến.**

Khách sạn Harbour View cần đẩy mạnh việc thiết lập quan hệ với các trung tâm thông tin du lịch trong và ngoài nước. Đây được coi là nơi cổ động thích hợp và đỡ tốn kém nhất.

- Tăng cường sử dụng thông tin truyền miệng của khách hàng. Đây là hình thức quảng bá và thu hút khách hàng đối hiệu quả do đặc thù của sản phẩm dịch vụ khách sạn là sản phẩm vô hình và khách hàng thường tham khảo ý kiến lẫn nhau trước khi quyết định mua sản phẩm. Thông tin mà khách hàng rỉ tai nhau nếu có lợi cho khách sạn sẽ là nhân tố lôi kéo khách đến với khách sạn và ngược lại. Cách tạo ra thông tin tốt là khách sạn Harbour View phải có chất lượng phục vụ, có chính sách chăm sóc khách hàng tốt và quan trọng nhất là phải tạo ra được sản phẩm mang tính khác biệt so với các khách sạn khác trên thị trường.

- Có một thực tế là hầu hết khách sạn Harbour View không phát hành bất cứ tài liệu nào về mình, có chăng chỉ là những tờ gấp với nội dung còn đơn giản và thường chỉ được đặt tại quầy lễ tân. Vậy nên khách sạn nên thường xuyên phát hành các tài liệu nhằm giới thiệu một cách đầy đủ về khách sạn, về những dịch vụ, ưu đãi mà khách sẽ được hưởng khi ở tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng. Những tài liệu này có thể trao cho khách du lịch trước khi khách đến với khách sạn như trao tại sân bay hoặc tại các điểm du lịch. Cũng có thể phát hành theo danh sách những khách hàng cũ hoặc phát hành từ các đại diện quốc gia ở nước ngoài. Việc phát hành tài liệu như vậy là một hình thức đa hình ảnh, tên tuổi của khách sạn đến với nhiều khách hàng hơn nữa, từ đó sẽ thu hút được khách đến với khách sạn.

- Một hoạt động không thể thiếu nếu khách sạn muốn thu hút khách là tiếp tục phát triển các quan hệ công chúng bằng cách tích cực tham gia các hoạt động văn hoá-xã hội, công tác từ thiện, quan hệ với báo chí, truyền hình. Hiệu quả của hoạt động quảng bá tên tuổi của khách sạn Harbour View trên các phương tiện thông tin đại chúng là khá cao. Vì thực tế là rất nhiều người dân nội thành Hải Phòng không hề biết đến khách sạn Harbour View. Từ thực tế đó, cho thấy khách sạn Harbour View nên hợp tác với cơ quan đại chúng mà quan trọng là với đài truyền hình địa phương có những phóng sự, quảng cáo về khách sạn một cách đầy đủ nhất để chứng tỏ rằng khách sạn Harbour View đúng là khách sạn hàng đầu tại Hải Phòng.

Tuy nhiên hiện nay với sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin nếu chỉ sử dụng hình thức quảng cáo trên báo chí, truyền hình là chưa đủ. Ngoài ra, khách sạn cần phải đẩy mạnh công tác quảng cáo trên mạng internet. Cần đầu tư cho việc phát triển website của khách sạn, thường xuyên cập nhật những thông tin mới nhất, các chương trình đặc biệt của khách sạn trên website để khách hàng có được thông tin một cách nhanh nhất và chính xác nhất.

#### **3.3.4. Đối với nguồn nhân lực.**

- Một trong những yếu tố làm nên sự thành công của hoạt động kinh doanh khách sạn chính là chất lượng nguồn lao động. Khách sạn Harbour View là khách sạn có đội ngũ nhân viên được đánh giá là có chất lượng tốt nhất Hải Phòng. Tuy nhiên tốt nhất không phải là hoàn hảo nhất. Vấn đề lớn nhất của nhân viên khách sạn Harbour View chính là ngoại ngữ. Tại khách sạn Harbour View, chỉ có nhân viên của hai bộ phận thường xuyên tiếp xúc trực tiếp với khách là bộ phận nhà hàng và bộ phận lễ tân là có khả năng giao tiếp tốt bằng tiếng Anh với khách. Nhân viên các bộ phận khác khả năng giao tiếp với khách là rất yếu, đặc biệt đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm làm việc lâu năm thì trình độ tiếng Anh càng kém. Vì vậy, mặc dù là những bộ phận tham gia phục vụ gián tiếp, không thường xuyên giao tiếp với khách nhưng khách sạn cũng cần có những chính sách khuyến khích nhân viên thuộc các bộ phận này nâng cao trình độ tiếng Anh song song với việc nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

- Đối với nhân viên bộ phận nhà hàng, đặc biệt là nhân viên lễ tân, trình độ tiếng Anh là khá tốt. Tuy nhiên, thực tế cho thấy khách đến khách sạn Harbour View, Hải Phòng không phải ai cũng có thể sử dụng tiếng Anh làm phương tiện giao tiếp, nhất là đối với khách thuộc các quốc gia Châu Á. Nên việc chỉ có thể sử dụng thành thạo tiếng Anh thôi là chưa đủ. Nhân viên hai bộ phận này nên biết và sử dụng được ngoại ngữ thứ hai, có thể là tiếng Trung hoặc tiếng Nhật, vì lượng khách Nhật Bản hiện đang lưu trú ở khách sạn là rất lớn, còn khách Trung Quốc đang được coi là thị trường khách tiềm năng của ngành khách sạn Hải Phòng nói chung và của khách sạn Harbour View nói riêng.

- Khách sạn nên đào tạo nhân viên theo tiêu chuẩn VTOS.

Trong kinh doanh khách sạn, chất lượng dịch vụ của khách sạn phụ thuộc đáng kể vào chất lượng đội ngũ nhân viên lao động. Vì thế, khách sạn cần có kế hoạch đào tạo, đãi ngộ nhân viên nhằm động viên người lao động.

## **KẾT LUẬN**

Trong chương III của khóa luận người viết đã nêu lên xu hướng phát triển của du lịch Hải Phòng, đồng thời cũng nêu lên định hướng phát triển của khách sạn Harbour View. Từ thực trạng của hoạt động thu hút khách tại khách sạn Harbour View, người viết đã mạnh dạn đưa ra một số đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả của chính sách thu hút khách.

## **KẾT LUẬN CHUNG**

Khách sạn Harbour View sau hơn 10 năm hoạt động và phát triển đã gặt hái được những thành công đáng kể. Trên thị trường Hải Phòng, khách sạn được đánh giá là khách sạn có chất lượng phục vụ tiêu chuẩn nhất và đã để lại những ấn tượng tốt đẹp trong lòng khách hàng. Vì vậy, khách sạn Harbour View trở thành lựa chọn hàng đầu của du khách khi đến Hải Phòng, đặc biệt là đối với khách thương mại cao cấp và khách du lịch quốc tế chất lượng cao.

Có được những thành công đó là nhờ vào công tác nghiên cứu thị trường, nghiên cứu đặc điểm thị trường khách của khách sạn để từ đó xây dựng chính sách nhằm lôi kéo khách đến với khách sạn. Đây cũng là phần nội

dung chính của khoá luận “ *Thị trường khách và chính sách thu hút khách tại khách sạn Harbour View, Hải Phòng*”.

Tuy nhiên do l- ợng kiến thức có hạn cũng nh- thời gian thực tập và kinh nghiệm thực tế không nhiều nên khoá luận không tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong quý thầy cô và các bạn góp ý, chỉ bảo để khoá luận đ- ợc hoàn thiện hơn.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Nguyễn Tiến Độ. Bài giảng Nghiệp vụ khách sạn.
2. Chu Viết Luân. Hải Phòng thế và lực mới trong thế kỷ XXI. NXB Chính trị quốc gia 2003.
3. Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan H- ơng. Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn. NXB Đại học Kinh tế quốc dân 2008.
4. Trần Ngọc Nam, Trần Huy Khang. Marketing Du lịch. NXB Thành phố Hồ Chí Minh 2001.



# PHỤ LỤC

## DANH SÁCH MỘT SỐ KHÁCH SẠN TẠI THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

STT	TÊN	ĐỊA CHỈ	DỊCH VỤ
1	Khách sạn Tray	- 47 Lạch Tray – HP - Tel: (84-31) 3828555 /828666 - Email: <a href="mailto:info@trayhotel.com.vn">info@trayhotel.com.vn</a> - Web: <a href="http://www.trayhotel.com.vn">www.trayhotel.com.vn</a>	- <b>Phòng nghỉ:</b> với 71 phòng đẹp và tiện nghi hài hòa mang đậm nét truyền thống phù hợp với các khách thương gia và du lịch. Các tiện nghi và dịch vụ trong phòng: điện

		<p>thoại quốc tế trực tiếp, đường kết nối internet, tủ lạnh, trái cây tươi, điều hoà nhiệt độ có điều khiển từ xa.</p> <p><b>- Nhà hàng, phòng hội nghị:</b> phòng họp TRAYBIZ và TRAY ROOM với các hệ thống âm trang thiết bị, âm thanh tiện nghi nhất chuyên tổ chức các dạ tiệc lớn. Nhà hàng Trung Hoa Shin Shin chuyên phục vụ các món ăn truyền thống của Việt Nam và Quảng Đông (Trung Quốc) với phòng ăn riêng biệt và thanh nhã với quang cảnh đẹp của công viên.</p> <p><b>- Tiện nghi khách sạn:</b> bãi đỗ xe</p>
--	--	---



			<p>rộng, tennis, giặt là, sauna massage, karaoke, bi-a, bể bơi, mỹ nghệ...          Thường xuyên tổ chức các chương trình du lịch, tham quan trong nước và ngoài nước; làm dịch vụ visa, vận chuyển, đặt vé máy bay.</p>
2	Khách sạn Harbour View	<p>- 4Tran Phu Street          - Tel: (84-31) 827827          - Fax: (84-31)827828          - Email:  <a href="mailto:info@harbourviewvietnam.com">info@harbourviewvietnam.com</a>          - Website:  <a href="http://www.harbourviewvietnam.com.vn">www.harbourviewvietnam.com.vn</a></p>	<p>- <b>Tiện nghi trong phòng:</b>          Tất cả các phòng của khách sạn đều thoải mái và có nhiều loại phòng đa dạng, có sức quyến rũ và là niềm kiêu hãnh của người Pháp thời thuộc địa với đồ đạc bằng gỗ tẻch. Các phòng được trang thiết bị sang trọng với máy điều hoà nhiệt độ có điều khiển riêng, điện thoại</p>

		<p>trực tiếp quốc tế, truyền hình cáp với nhiều chương trình quốc tế, dàn nhạc, máy sấy tóc, các phòng riêng biệt an toàn và phòng tắm với toilet và vòi hoa sen, bồn tắm.</p> <p>- <b>Nhà hàng &amp; Bar:</b> Nhà hàng Nam Phương rất ấm cúng và thoải mái, được thiết kế theo phong cách Á Đông với nhiều đồ đạc được làm từ gỗ tếch. Nhà hàng là nơi phục vụ những món ăn ngon nhất của Việt Nam, Thái, Trung Quốc, Châu Á. Bar phục vụ các món ăn nhanh và coctai với nhiều đồ tươi. Đây là một địa điểm lý tưởng để những người bạn và các</p>
--	--	---

			<p>thương gia thường thức vẻ đẹp và sự quyên rũ theo phong cách của người Pháp.</p> <p><b>- Dịch vụ tiện nghi:</b> Internet, giặt là, bác sĩ, trông trẻ nhỏ. Các tour du lịch, massage, đổi tiền, trung tâm thể dục thâm mỹ, bể bơi, quà tặng, bể bơi...</p>
3	Khách sạn Hữu Nghị	<p>- 60 Điện Biên Phủ - Hồng Bàng - Tel: (84 -31) 823.244 - Fax: (84 – 31) 823.311</p>	<p><b>- Phòng nghỉ:</b> với 127 phòng nghỉ sang trọng, 2 biệt thự và văn phòng cho thuê có diện tích từ 26 – 78m2</p> <p><b>- Nhà hàng, Bar:</b> 3 nhà hàng Quê Hương, Sao Mai và Hoa Phượng cùng hệ thống phòng tiệc phục vụ các món ăn đặc sản Á, Âu, tổ chức hội nghị, hội thảo cho 500 người.</p>

			<p><b>- Dịch vụ tiện nghi:</b> trung tâm thương mại, dịch vụ cho thuê xe ô tô du lịch, bán vé máy bay. Trung tâm lễ hành tổ chức các chương trình du lịch trong nước và quốc tế. Cây lạc bộ thể thao – sức khỏe với phòng xông hơi, massage, hiệu cắt tóc, bể bơi, sân quần vợt, giặt là, cửa hàng lưu niệm...</p>
4	Làng quốc tế Hường Dương	<p>- 01 Văn Cao – Ngô Quyền  - ĐT: (84 – 31) 892.002  - Fax: (84 – 31) -892.021  - Email: <a href="mailto:sunflower_marketing@hn.vnn.vn">sunflower_marketing@hn.vnn.vn</a>  - Website: <a href="http://www.sunflower.com.vn">www.sunflower.com.vn</a></p>	<p><b>- Phòng nghỉ:</b> với 120 căn hộ tiện nghi , sang trọng với 2, 3 phòng nghỉ và phòng ăn, nhà bếp.</p> <p><b>- Nhà hàng &amp; Bar:</b> Sack Bar phục vụ các món ăn đa dạng của Hàn Quốc, Nhật bản cũng như các món Âu. Nhà hàng Trung Quốc phục vụ các</p>

			<p>món đặc sản Trung Quốc và Việt Nam. Pool – side Bar thích hợp với tiệc BBQ hay các hoạt động ngoài trời...</p> <p><b>- Các tiện nghi khác:</b> phòng hội nghị, sân tennis được trang bị hệ thống ánh sáng hiện đại; câu lạc bộ sức khỏe, bể bơi, sân chơi trẻ em. Dịch vụ đổi tiền; chăm sóc trẻ em, đưa đón sân bay...</p>
5	Khách sạn Camela	<p>- Số 501/km6, quốc lộ 5, Hùng Vương, Hồng Bàng</p> <p>- ĐT: 031.3538888</p> <p>- Fax: 031.3538666</p> <p>- Email: www.camelahotel.com</p>	<p><b>- Nhà hàng &amp; bar: Nhà hàng Á:</b> sức chứa 350 khách phục vụ các món ăn đặc sắc và món truyền thống Việt Nam được thay đổi theo ngày.</p> <p><b>- Nhà hàng Sao Mai:</b> Trong một không gian</p>

		<p>êm đêm, tĩnh tại và gần gũi với thiên nhiên, Với sức chứa hơn 450 khách, nơi đây sẽ là một địa điểm hết sức lý tưởng để tổ chức đám cưới, đám hỏi...</p> <p>- <b>Lobby Bar:</b> Đến đây quý khách sẽ được thưởng thức hơn 100 loại cocktail mang nhiều phong cách và mùi vị hấp dẫn khác nhau. Ngoài ra với nhiều chủng loại rượu của hơn 100 nước trên thế giới và nguồn bia tươi tinh khiết sẽ đem lại cho quý khách nhiều sự lựa chọn bất ngờ thú vị</p> <p>- <b>Camela Bar:</b> Bạn sẽ được thoả sức ngắm nhìn toàn cảnh thành phố hoa phượng đỏ về</p>
--	--	--

		<p>đêm, vẻ đẹp của những ánh sáng lung linh huyền ảo từ muôn ngàn vọn ánh đèn thành phố phát ra làm say đắm lòng du khách</p> <p><b>- Phòng hội thảo:</b> Với hệ thống các phòng hội thảo lớn nhỏ có sức chứa từ 20-350 khách cùng với những trang thiết bị nghe nhìn tốt nhất, hiện đại nhất...</p> <p><b>- Trung tâm thương mại:</b> Mở cửa hàng ngày, trung tâm thương mại Camela Biz cung cấp đầy đủ các dịch vụ và tiện nghi như thư ký dịch vụ, chuyển phát thư, internet, thư điện tử, fax, photocopy và phòng họp cùng trang thiết bị hiện</p>
--	--	--

			<p>đại</p> <p><b>- Câu lạc bộ sức khỏe:</b> Hệ thống máy móc Massage tự động 100% nhập khẩu từ Hàn Quốc. 25 phòng Massage đạt tiêu chuẩn với các trang thiết bị hiện đại cùng đội ngũ nhân viên nhiệt tình chuyên nghiệp chắc chắn sẽ làm hài lòng quý khách</p> <p><b>- Một số dịch vụ tiện nghi khác:</b> dịch vụ trong trẻ, đổi tiền, sân tennis, đưa đón sân bay, các dịch vụ du lịch...</p>
--	--	--	--



**MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ KHÁCH SẠN  
HARBOURVIEW, HẢI PHÒNG**





Toàn cảnh đại sảnh khách sạn Harbourview, Hải Phòng.



Toàn cảnh khách sạn Harbourview, Hải Phòng.



Sân Courtyard



Bể bơi khách sạn Harbourview, Hải Phòng.



Phòng ngủ tại khách sạn Harbourview, Hải Phòng



Tiệc c- ới tổ chức tại khách sạn Harbourview, Hải Phòng.



Nhà hàng Nam Ph-ong



Lobby Bar



Tour du khảo đồng quê bằng xe đạp



Sân La Terrasse