

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

HẢI PHÒNG – 2022

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG**

**BẢO HỘ SÁNG CHẾ VỀ DƯỢC PHẨM TẠI VIỆT
NAM – NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)**

Sinh viên : Nguyễn Thanh Hằng
Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

HẢI PHÒNG – 2022

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Nguyễn Thanh Hằng **Mã SV** : 1812405001

Lớp : VH2201 **Ngành** : Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

Tên đề tài : Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại khách sạn The Shine

HẢI PHÒNG – 2022

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Nguyễn Thị Phương Thảo

Học hàm, học vị : Thạc sĩ

Cơ quan công tác : Khoa Du lịch Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn:

- ✓ Định hướng đề tài
- ✓ Hướng dẫn xây dựng đề cương chi tiết
- ✓ Hướng dẫn phương pháp làm nghiên cứu khoa học
- ✓ Đọc và chỉnh sửa nội dung khóa luận

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 04 tháng 04 năm 2022

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 24 tháng 06 năm 2022

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Nguyễn Thanh Hằng

ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

Hải Phòng, ngày tháng năm 2022

XÁC NHẬN CỦA KHOA

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

- ✓ Có tinh thần cầu thị, ham học hỏi. Tích cực thu thập tài liệu để viết bài.
- ✓ Chăm chỉ, chịu khó.
- ✓ Biết cách làm đề tài khoa học, biết cách phân tích và giải quyết vấn đề, đáp ứng được yêu cầu do giảng viên đề ra.
- ✓ Nộp và chỉnh sửa các chương đúng thời hạn theo yêu cầu của giảng viên.

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ ĐTTN trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...)

- ✓ Đề tài đã trình bày tổng quan các vấn đề cơ sở lý luận liên quan đến kinh doanh khách sạn và hiệu quả kinh doanh khách sạn.
- ✓ Khóa luận giới thiệu tổng quan về khách sạn The Shine, phân tích được các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của khách sạn cũng như đánh giá được tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn thông qua các chỉ tiêu.
- ✓ Đề xuất các giải pháp mang tính khả thi và các kiến nghị hợp lý để nâng cao hiệu quả kinh doanh của khách sạn The Shine.

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ

Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng năm 2022
Giảng viên hướng dẫn

ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài luận văn tốt nghiệp này, đầu tiên em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến giảng viên hướng dẫn: ThS Nguyễn Thị Phương Thảo - người đã giúp đỡ, chỉ dẫn nhiệt tình cho em trong quá trình thực tập. Cô là người đã tư vấn, định hướng về đề tài đồng thời giải đáp những thắc mắc trong quá trình viết bài luận.

Cùng với đó, để hoàn thành được bài luận văn này, em xin cảm ơn Ban Giám đốc, Ban Quản lý và toàn bộ anh chị em nhân viên trong khách sạn The Shine đã chỉ bảo, hướng dẫn, sắp xếp và tạo điều kiện cho em hoàn thành tốt. Sự tận tình, cởi mở tại đây đã tạo động lực cho em đi đến công việc sau này.

Qua đây, em vô cùng cảm ơn nhà trường và toàn bộ thầy, cô giảng viên của trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng nói chung và khoa Văn hóa Du lịch nói riêng đã bỏ công sức dạy dỗ, truyền đạt những kiến thức từ sách vở cũng như kinh nghiệm thực tế cuộc sống cho chúng em trong những năm học vừa qua. Quãng thời gian đó chúng em được tạo những điều kiện tốt cho việc học tập của mình. Và để thực hiện tốt tiêu chí “học đi đôi với hành”, nhà trường và Khoa Văn Hóa Du Lịch đã tạo điều kiện cho chúng em được tiếp xúc thực tế với môi trường doanh nghiệp trong 5 tuần thực tập. Thời gian thực tập tại doanh nghiệp đã giúp sinh viên chúng em được đi vào thực tế, cọ xát lấy thêm kinh nghiệm sau này khi đi làm cũng như có thể hoàn thành được bài luận văn tốt nghiệp này. Em chúc thầy cô luôn có sức khỏe tốt để công tác tốt, dẫn dắt thế hệ sinh viên chúng em bước vào đời vững vàng hơn.

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Lí do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nhiệm vụ nghiên cứu	2
3. Đối tượng phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Bộ cục đề tài	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH DU LỊCH CỦA KHÁCH SẠN	4
1.1. Vấn đề chung về kinh doanh khách sạn.....	4
1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn.....	4
1.1.2. Sản phẩm của khách sạn	6
1.1.3. Đặc điểm kinh doanh khách sạn.....	8
1.2. Hiệu quả kinh doanh du lịch của khách sạn.....	10
1.2.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh khách sạn.....	10
1.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn.....	11
1.2.3. Các chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả kinh doanh của khách sạn	17
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1	19
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN THE SHINE	20
2.1. Giới thiệu chung về khách sạn The Shine	20
2.1.1. Lịch sử hình thành	20
2.1.2. Cơ cấu tổ chức	20
2.1.3. Các lĩnh vực kinh doanh	32
2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine	33
2.2.1. Thị trường khách của khách sạn	33
2.2.2. Doanh thu của khách sạn	35
2.3. Hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine	37
2.3.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn.....	37
2.3.2. Các chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh của khách sạn The Shine	51

2.4. Đánh giá hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine	56
2.4.1. Mặt ưu điểm	56
2.4.2. Mặt hạn chế	57
TIỂU KẾT CHƯƠNG 2	59
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN THE SHINE	59
3.1. Định hướng phát triển của khách sạn The Shine	59
3.2. Một số giải pháp.....	60
3.2.1. Đa dạng hóa sản phẩm, phát triển các sản phẩm mới	60
3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	62
3.2.3. Mở rộng thị trường và thâm nhập sâu hơn vào thị trường hiện tại ...	63
3.2.4. Tăng cường các hoạt động marketing du lịch.....	65
3.2.5. Một số giải pháp khác	66
TIỂU KẾT CHƯƠNG 3	69
KẾT LUẬN	69
TÀI LIỆU THAM KHẢO	70
PHỤ LỤC	72

MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Ngày nay, du lịch được xem là một trong những ngành kinh tế hàng đầu, phát triển với tốc độ cao, thu hút sự quan tâm của nhiều quốc gia vì những lợi ích to lớn về kinh tế - xã hội mà nó đem lại. Điều này càng thể hiện rõ hơn trước xu thế toàn cầu hóa, khu vực hóa với hội nhập quốc tế hiện nay. Với sự tăng trưởng liên tục trong nhiều thập kỷ qua, du lịch đã khẳng định là một trong những ngành kinh tế dịch vụ phát triển nhanh nhất và lớn nhất trên bình diện thế giới, góp phần vào sự phát triển và thịnh vượng của các quốc gia. Về mặt kinh tế, sự phát triển của du lịch đã tác động tích cực vào việc làm tăng thu nhập quốc dân, đóng góp vai trò to lớn trong việc cân bằng cán cân thanh toán quốc tế. Đây là tác động trực tiếp nhất của du lịch đối với nền kinh tế. Nhiều nước trong khu vực và trên thế giới đã thu hàng tỷ USD mỗi năm thông qua phát triển du lịch. Và Đảng và nhà nước ta đã có nhiều chính sách kế hoạch giúp du lịch phát triển mở rộng.

Góp phần cho sự phát triển của toàn ngành du lịch thì không thể không kể đến các doanh nghiệp khách sạn. Các doanh nghiệp khách sạn là một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng du lịch, nhằm đảm bảo những nhu cầu cơ bản của du khách là lưu trú, ăn uống và một số dịch vụ bổ sung khác.

Trong hệ thống kinh doanh du lịch, kinh doanh khách sạn có một vị trí đặc biệt quan trọng vì kinh doanh khách sạn là một đặc trưng của kinh doanh du lịch. Bất kỳ một doanh nghiệp nào khi thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh cũng đều mong thu được hiệu quả kinh tế cao nhất với những nguồn lực có thể bỏ ra ít nhất. Vì vậy, việc quan tâm nghiên cứu thực trạng kinh doanh của doanh nghiệp để tìm ra những giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả kinh doanh của lĩnh vực mình chọn là việc làm cần thiết đối với mọi doanh nghiệp. Đối với kinh doanh

khách sạn thì việc tìm giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh luôn được quan tâm hơn cả, vì hiệu quả kinh doanh làm nên sự sống còn của một doanh nghiệp.

Sau thời gian thực tập tại khách sạn The Shine, qua những trải nghiệm thực tế và tìm hiểu quan sát, em nhận thấy rằng khách sạn đã áp dụng nhiều biện pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh. Dù những biện pháp này đã đem lại nhiều kết quả nhất định nhưng vẫn chưa được như mong muốn. Việc vận dụng, sử dụng các nguồn lực của khách sạn vẫn còn một số điểm chưa hợp lý. Nếu các nguồn lực được sử dụng một cách linh hoạt hơn thì hiệu quả kinh tế thu lại sẽ cao hơn. Đó chính là lý do em chọn đề tài “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại khách sạn The Shine.”

2. Mục tiêu nhiệm vụ nghiên cứu

Với đề tài “**Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại khách sạn The Shine**” mục tiêu là:

- Tìm hiểu hoạt động kinh doanh tại khách sạn The Shine.
- Nhận diện và đánh giá hoạt động kinh doanh tại khách sạn The Shine.
- Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại khách sạn

The Shine.

3. Đối tượng phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: đề tài sẽ nghiên cứu hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine, trong đó tập trung vào nghiên cứu các thực trạng kinh doanh và hiệu quả và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh.

- Phạm vi nghiên cứu: Khách sạn The Shine từ năm 2020-2021

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp được sử dụng trong đề tài :

- Khảo sát thực tế tại khách sạn thông qua quan sát, tìm hiểu để phát hiện những vấn đề còn tồn tại ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn để cuối cùng đưa ra biện pháp để giải quyết vấn đề.

- Phương pháp thu thập và xử lý số liệu: phân tích tổng hợp các thông tin số liệu thống kê của khách sạn, internet, các phương tiện truyền thông, ...

- Phương pháp thống kê, phân tích số liệu: thống kê số liệu về lượt khách, tổng doanh thu, chi phí, số lao động... và phân tích các số liệu đó để làm rõ thực tế hiệu quả kinh doanh của khách sạn

5. Bộ cục đề tài

Bộ cục đề tài gồm 3 phần không kể đến mở đầu và phần kết thúc:

Chương 1: Cơ sở lí luận về hiệu quả kinh doanh du lịch của khách sạn.

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại khách sạn The Shine.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH DU LỊCH CỦA KHÁCH SẠN

1.1. Vấn đề chung về kinh doanh khách sạn

1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn

Khái niệm “kinh doanh khách sạn” ngày càng “giàu có” hơn theo quá trình hình thành và phát triển của lĩnh vực hoạt động kinh doanh này. Khi nghiên cứu bản chất của khái niệm “kinh doanh khách sạn”, để có cái nhìn đầy đủ và toàn diện, cần hiểu được quá trình hình thành và phát triển của hoạt động kinh doanh khách sạn và sự ra đời của các loại hình doanh nghiệp tham gia vào hoạt động kinh doanh khách sạn. Đầu tiên, kinh doanh khách sạn chỉ là hoạt động kinh doanh dịch vụ cho thuê buồng trọ qua đêm cho khách vắng lai phải trả tiền của các hộ gia đình. Những buồng trọ cho thuê lúc đầu chỉ mang tính tự phát, với số lượng nhỏ. Vì thế, kinh doanh khách sạn lúc đầu chỉ là hoạt động cho thuê buồng ngủ phục vụ nhu cầu ngủ, nghỉ cho khách vắng lai.

Sau đó, số lượng khách từ thập phương tới các điểm đến du lịch với nhu cầu lưu lại lâu hơn đã tăng lên. Để giữ chân khách và nhằm tăng doanh thu cũng như lợi nhuận, ngoài dịch vụ cho thuê buồng ngủ, các chủ nhà trọ đã tổ chức cung cấp thêm dịch vụ phục vụ nhu cầu ăn uống cho khách. Khi đó khái niệm "Kinh doanh khách sạn" đã được mở rộng và được hiểu là hoạt động kinh doanh các dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu nghỉ ngơi và ăn uống cho khách từ nơi khác đến.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thế giới, mức sống về vật chất và tinh thần của con người ngày càng được nâng cao. Số lượng khách du lịch tăng lên nhanh chóng. Cùng với đó, động cơ đi du lịch của khách du lịch cũng ngày càng đa dạng. Ngoài việc đi du lịch để nghỉ ngơi, thư giãn, giải trí..., người ta còn đi đến những nơi khác ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình vì các lý do khác như: muốn tìm tòi, học hỏi, khám phá thế giới xung quanh; chữa bệnh; mở rộng tầm

nhìn và sự hiểu biết; mở rộng các mối quan hệ xã hội; nghiên cứu thị trường tìm kiếm cơ hội đầu tư; tham gia vào các sự kiện, hội nghị, hội thảo... Những nhu cầu đòi hỏi của khách du lịch tại các điểm đến du lịch cũng ngày càng đa dạng, phong phú và đòi hỏi phải được thỏa mãn ở mức độ cao hơn. Vì thế, số lượng và chất lượng của các sản phẩm được cung cấp nhằm thỏa mãn nhu cầu trong thời gian lưu lại của khách du lịch đã buộc phải tăng lên. Như vậy, giờ đây trong nội hàm của khái niệm “kinh doanh khách sạn” bên cạnh việc kinh doanh hai loại dịch vụ chính là dịch vụ cho thuê buồng ngủ và dịch vụ phục vụ ăn uống còn có thêm hoạt động kinh doanh các dịch vụ bổ sung cho khách du lịch như: dịch vụ thể thao, giải trí ngoài trời, y tế, chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp, giặt là, internet, cho thuê phòng họp, đăng cai tổ chức hội thảo, hội nghị... Cùng với sự phát triển của hoạt động đi du lịch và nhu cầu du lịch, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ ăn uống, nghỉ ngơi cho khách du lịch đã ngày càng quyết liệt nhằm thu hút khách (nhất là những khách có khả năng thanh toán cao). Điều đó đã làm tăng tính đa dạng trong phương thức tổ chức hoạt động kinh doanh và dẫn tới sự ra đời của nhiều loại hình doanh nghiệp với nhiều mức độ cung cấp dịch vụ khác nhau, nhằm vào những đoạn thị trường khác nhau, với các tên gọi ngày càng phong phú như: Khách sạn, Nhà nghỉ, Motel, Làng du lịch, Lều trại.... Chúng được gọi chung là các cơ sở lưu trú du lịch.

Theo Luật Du lịch Việt Nam, trong Điều 62 đã xác định: “Các cơ sở lưu trú du lịch bao gồm khách sạn, làng du lịch, biệt thự du lịch, căn hộ du lịch, bãi cắm trại du lịch, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê và các cơ sở lưu trú du lịch khác.” Theo đó, các cơ sở lưu trú du lịch không bao gồm các doanh nghiệp kinh doanh thuần túy các dịch vụ ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí hay các dịch vụ đơn lẻ riêng biệt, độc lập với các cơ sở lưu trú du lịch nói trên. Khách sạn tuy chỉ là một loại hình cơ sở lưu trú du lịch, song chúng hiện diện ở hầu hết các

trung tâm du lịch trên thế giới với số lượng lớn và tồn tại dưới nhiều chủng loại khác nhau. Sản phẩm mà các doanh nghiệp khách sạn cung cấp hết sức đa dạng với nhiều mức chất lượng khác nhau và nhằm vào những đoạn thị trường khách khác nhau. Vì thế, theo Điều 4 khoản 12 của Luật Du lịch Việt Nam cũng đã khẳng định: “Cơ sở lưu trú du lịch là cơ sở cho thuê buồng, giường và cung cấp các dịch vụ khác phục vụ khách lưu trú, trong đó khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu”.

Ngày nay, không chỉ ở Việt Nam, mà ở hầu hết các quốc gia trên thế giới, loại hình cơ sở lưu trú khách sạn được xem là một loại hình cơ sở lưu trú chính mang tính tiêu biểu nhất, đại diện cho các loại hình cơ sở lưu trú du lịch. Chính vì vậy, cụm từ "kinh doanh khách sạn" không chỉ dùng riêng để nói về hoạt động kinh doanh của bản thân doanh nghiệp khách sạn, mà là danh từ chung dùng để chỉ hoạt động kinh doanh của các loại hình cơ sở lưu trú du lịch nói chung. Vậy, kinh doanh khách sạn được hiểu là hoạt động kinh doanh của các cơ sở lưu trú du lịch dựa trên việc cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung nhằm đáp ứng nhu cầu lưu lại tạm thời của khách du lịch.

1.1.2. Sản phẩm của khách sạn

Sản phẩm của khách sạn là tất cả những dịch vụ và hàng hóa mà khách sạn cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng kể từ khi họ liên hệ với khách sạn lần đầu để đăng ký buồng cho tới khi tiêu dùng xong và rời khỏi khách sạn.

Sản phẩm của khách sạn bao gồm:

- Sản phẩm hàng hóa: là những sản phẩm hữu hình mà khách sạn cung cấp như thức ăn, đồ uống, hàng lưu niệm, các hàng hóa khác được bán trong doanh nghiệp khách sạn. Đây là loại sản phẩm mà sau khi trao đổi thì quyền sở hữu sẽ thuộc về người phải trả tiền. Trong số những sản phẩm hàng hóa thì hàng lưu niệm là một loại hàng khá đặc biệt, nó có ý nghĩa về mặt tinh thần đặc biệt đối với người

từ những địa phương khác, đất nước khác đến. Chính vì vậy, các nhà quản lý thường rất chú ý tới việc đưa những sản phẩm này vào hoạt động kinh doanh của khách sạn.

- Sản phẩm dịch vụ (sản phẩm dưới dạng phi vật chất hay vô hình): là những sản phẩm có giá trị về vật chất hoặc tinh thần (hoặc cũng có thể là một sự trải nghiệm, một cảm giác về sự hài lòng hay không hài lòng) mà khách hàng đồng ý bỏ tiền ra để đổi lấy chúng. Sản phẩm dịch vụ của khách sạn bao gồm hai loại là dịch vụ chính và dịch vụ bổ sung. Dịch vụ chính là dịch vụ buồng ngủ và dịch vụ ăn uống nhằm thỏa mãn nhu cầu thiết yếu của khách khi họ lưu lại tại khách sạn. Dịch vụ bổ sung là các dịch vụ khác ngoài hai loại dịch vụ trên nhằm thỏa mãn các nhu cầu thứ yếu trong thời gian khách lưu lại tại khách sạn.

Mặc dù các sản phẩm của khách sạn tồn tại dưới cả hai hình thức hàng hóa và dịch vụ nhưng hầu như các sản phẩm là hàng hóa 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). Vì vậy, nhiều nhà nghiên cứu cho rằng sản phẩm của khách sạn là dịch vụ. Vì thế, hoạt động kinh doanh khách sạn thuộc lĩnh vực kinh doanh dịch vụ.

Nếu xét trên góc độ các thành phần cấu thành nên sản phẩm dịch vụ của khách sạn thì loại hình dịch vụ này được gọi là dịch vụ trọn gói vì cũng có đủ 4 thành phần là: phương tiện thực hiện dịch vụ, hàng hóa bán kèm, dịch vụ hiện, dịch vụ ẩn.

Với cách tiếp cận trên, sản phẩm của khách sạn gọi là các sản phẩm dịch vụ với những đặc tính sau đây:

- Sản phẩm dịch vụ của khách sạn mang tính vô hình.
- Sản phẩm khách sạn là dịch vụ không thể lưu kho cất trữ.
- Sản phẩm khách sạn có tính cao cấp.

- Sản phẩm khách sạn có tính tổng hợp cao.
- Sản phẩm của khách sạn chỉ được thực hiện với sự tham gia trực tiếp của khách hàng.
- Sản phẩm của khách sạn chỉ được thực hiện trong những điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật nhất định.

1.1.3. Đặc điểm kinh doanh khách sạn

1.1.3.1. Kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch tại các điểm du lịch

Tài nguyên du lịch chính là yếu tố thúc đẩy, thôi thúc con người đi du lịch. Như vậy, nơi nào có tài nguyên du lịch thì nơi đó sẽ có khách du lịch và nơi nào không có tài nguyên du lịch thì nơi đó không thể có khách du lịch. Trong khi đó trọng khách hàng quan trọng nhất của khách sạn là khách du lịch. Do đó, kinh doanh khách sạn sẽ thành công ở những nơi có tài nguyên du lịch và nó lại càng thành công hơn khi mà tài nguyên du lịch ở đó lại có giá trị và sức hấp dẫn cao. Kinh doanh khách sạn chịu ảnh hưởng lớn của tài nguyên du lịch.

Ngoài ra, khi đầu tư vào kinh khách sạn đòi hỏi nhà đầu tư phải nghiên cứu kỹ các thông số của tài nguyên du lịch cũng như nhóm khách hàng mục tiêu và khách hàng tiềm năng bị hấp dẫn, thu hút tới điểm du lịch, để từ đó xác định các chỉ số kỹ thuật của một công trình khách sạn khi đầu tư xây dựng và thiết kế. Bởi vì, khả năng tiếp nhận của tài nguyên du lịch ở điểm du lịch sẽ quyết định đến quy mô của khách sạn tại điểm du lịch đó. Đồng thời, giá trị và sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch quyết định đến thứ hạng của khách sạn. Và khi các điều kiện khách quan tác động tới giá trị và sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch thay đổi đòi hỏi có sự điều chỉnh về cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn cho phù hợp. Kinh doanh khách sạn không chỉ phụ thuộc vào tài nguyên du lịch của điểm đến mà nó còn có tác động trở lại đối với tài nguyên du lịch. Vì, đặc điểm về kiến trúc, quy hoạch và

đặc điểm về cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn tại điểm du lịch có ảnh hưởng tới việc làm tăng hoặc giảm giá trị của tài nguyên du lịch tại các trung tâm du lịch.

1.1.3.2. Kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng vốn đầu tư lớn

Lý do nào đòi hỏi kinh doanh khách sạn phải có vốn đầu tư lớn? Đó chính là yêu cầu về tính chất lượng cao của sản phẩm khách sạn, nó đòi hỏi các thành phần của cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn cũng có chất lượng cao. Khách sạn luôn mong muốn mang lại cho khách sự thoải mái nhất nên các trang thiết bị và cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn phải có chất lượng cao để đạt được mục tiêu của khách sạn. Nhưng, các khách sạn khác nhau thì chất lượng các thành phần của cơ sở vật chất kỹ thuật của các khách sạn cũng khác nhau. Nghĩa là, chất lượng của các cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn sẽ tăng lên cùng với sự tăng lên của thứ hạng khách sạn. Sự sang trọng của các trang thiết bị được lắp đặt bên trong khách sạn chính là nguyên nhân đẩy chi phí đầu tư ban đầu của công trình khách sạn lên cao.

Ngoài ra, đặc điểm này còn xuất phát từ một số nguyên nhân khác: chi phí ban đầu cho cơ sở hạ tầng của khách sạn cao, chi phí đất đai cho một công trình khách sạn rất lớn.

1.1.3.3. Kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng lao động trực tiếp tương đối lớn

Sản phẩm khách sạn chủ yếu là dịch vụ hay mang tính chất phục vụ và sự phục vụ này không thể cơ giới hóa được mà chỉ được thực hiện bởi những nhân viên phục vụ trong khách sạn. Mặt khác, lao động trong khách sạn lại được chuyên môn hóa cao, thời gian lao động lại phụ thuộc vào thời gian tiêu dùng của khách, mỗi ngày thường kéo dài 24/24 giờ.

Do vậy, khách sạn phải sử dụng một số lượng lớn lao động phục vụ trực tiếp. Với đặc điểm này, các nhà quản lý của khách sạn luôn phải đối mặt với các

vấn đề khó khăn về chi phí lao động cao, khó mà cắt giảm chi phí này mà không làm ảnh hưởng xấu tới chất lượng dịch vụ của khách sạn.

Ngoài ra, nó còn gây khó khăn cả trong công tác tuyển mộ, lựa chọn và phân công bố trí nguồn nhân lực của mình. Trong điều kiện kinh doanh khách sạn theo mùa vụ thì việc giảm chi phí lao động một cách hợp lý là một thách thức đối với các nhà quản lý của khách sạn.

1.1.3.4. Kinh doanh khách sạn mang tính quy luật

Cũng như các ngành kinh doanh khác thì kinh doanh khách sạn cũng chịu sự chi phối của một số quy luật: quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế – xã hội, quy luật tâm lý của con người... Chẳng hạn, kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên thiên nhiên với những biến động lặp đi lặp lại của thời tiết khí hậu trong năm. Nó luôn tạo ra những thay đổi theo những quy luật trong giá trị và sức hấp dẫn của tài nguyên đối với khách du lịch. Từ đó, nó gây ra sự biến động theo mùa của lượng cầu du lịch đến các điểm du lịch.

Do đó tạo ra sự thay đổi theo mùa trong kinh doanh của khách sạn, đặc biệt là các khách sạn nghỉ dưỡng ở các điểm du lịch ở vùng biển và vùng núi. Dù chịu sự chi phối của bất kỳ quy luật nào đi nữa thì điều đó cũng đã gây ra những tác động tiêu cực hay tích cực đối với kinh doanh khách sạn.

Vấn đề đặt ra cho các khách sạn là phải nghiên cứu các quy luật và tác động của chúng đến khách sạn. Để từ đó, khách sạn chủ động đưa ra các giải pháp hữu hiệu để khắc phục những tác động bất lợi của chúng và phát huy những tác động có lợi nhằm phát triển hoạt động kinh doanh của mình.

1.2. Hiệu quả kinh doanh du lịch của khách sạn

1.2.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh khách sạn

Từ giác độ quản trị kinh doanh, hiệu quả kinh doanh được hiểu là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng nguồn lực của doanh nghiệp để đạt hiệu quả

cao nhất trong quá trình kinh doanh đã bỏ ra thấp nhất. Để đánh giá trình độ quản lý doanh nghiệp, cần phải dựa vào hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được các mục tiêu kinh doanh xác định. Chỉ các doanh nghiệp kinh doanh mới nhằm vào mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận và vì thế mới cần đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Trong kinh doanh, hiệu quả liên quan đến việc sản xuất hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ bằng cách sử dụng số lượng hoặc tài nguyên nhỏ nhất, như vốn, lực lượng lao động, tiêu thụ năng lượng,...

Các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả có thể tạo ra các sản phẩm, cung cấp dịch vụ và hoàn thành các mục tiêu chung của họ với nỗ lực tối thiểu chi phí. Tiếp đó, sản lượng cuối cùng của một doanh nghiệp là tạo ra doanh thu, nên hiệu quả kinh doanh đề cập đến số tiền (doanh thu hoặc lợi nhuận) mà doanh nghiệp có thể tạo ra với một nguồn lực đầu vào nhất định. Vì tài nguyên là hữu hạn và tốn kém, mục tiêu cuối cùng của chủ doanh nghiệp là xây dựng công ty hiệu quả và tạo doanh thu tối đa từ những đầu vào mà họ có.

Để đạt được điều đó, doanh nghiệp phải phân bổ nhiều nguồn lực hơn cho nghiên cứu và phát triển, tái đầu tư vào cơ sở hạ tầng của doanh nghiệp, chi nhiều hơn cho tiếp thị và bán hàng hoặc tăng tỉ suất lợi nhuận. Mặt khác, một doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả sẽ sử dụng tài nguyên một cách lãng phí, do đó hạn chế khả năng phát triển và có nguy cơ bị đánh bại bởi các đối thủ cạnh tranh hiệu quả hơn. Vì doanh nghiệp là một hệ thống rất phức tạp, việc tăng hiệu quả của nó phụ thuộc vào cả việc tăng hiệu quả của các mô hình con khác nhau (ví dụ: marketing, dịch vụ chăm sóc khách hàng,...) và sự tương tác giữa chúng (ví dụ: kết hợp giữa marketing và bán hàng)

1.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn

1.2.2.1. Vị trí

Vị trí của khách sạn là một trong những yếu tố có ảnh hưởng nhất định tới hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Những doanh nghiệp khách sạn có vị trí đẹp, gần tài nguyên du lịch, giao thông thuận lợi, cơ sở hạ tầng phát triển, khí hậu ôn hòa sẽ có lợi thế thu hút được số lượng lớn khách du lịch tới lưu trú. Tầm nhìn đẹp là một trong những ưu thế lớn của khách sạn khi thu hút khách hàng. Bên cạnh đó, vị trí thuận lợi cũng sẽ cung cấp đầy đủ các nhu cầu đi lại, tham quan, vui chơi giải trí cho khách lưu trú. Từ đó, sẽ mang lại doanh thu cao và lâu dài cho doanh nghiệp.

1.2.2.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp du lịch thể hiện về mặt vật chất mà doanh nghiệp dùng để sản xuất kinh doanh. Nó bao gồm tài sản cố định và tài sản lưu động. Về mặt giá trị nó bao gồm vốn cố định và vốn lưu động.

Trong kinh doanh khách sạn nói chung và trong kinh doanh lưu trú nói riêng thì cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố vật chất quan trọng, nó quyết định phần lớn đến mức độ thoả mãn của khách trong các khâu hoạt động và nhu cầu thiết yếu. Nó quyết định một phần đến chất lượng, đến lượng khách và thời gian khách lưu lại khách sạn. Để được coi là căn nhà thứ hai của mình thì khách đòi hỏi trang thiết bị cho nhu cầu sinh hoạt bình thường của khách phải đầy đủ, tiện lợi, phù hợp. Ngoài ra hình thức kiến trúc và trang trí nội, ngoại thất là một trong những yếu tố gây sự chú ý của du khách và chính nó tạo ra sự hấp dẫn của khách sạn đối với du khách.

Trang thiết bị trong phòng, diện tích phòng phụ thuộc vào số “sao” của khách sạn và giá cả của từng phòng.

1.2.2.3. Đội ngũ lao động

Ngoài ra trong kinh doanh khách sạn nói chung và kinh doanh lưu trú nói riêng thì nhân tố con người được coi là vấn đề hàng đầu. Các nhà kinh doanh du lịch trên thế giới đã đưa ra nhận định rằng “70% yếu tố thành bại trong kinh doanh

khách sạn là phụ thuộc vào người lao động”. Yếu tố con người chi phối rất mạnh đến chất lượng sản phẩm khách sạn vì các dịch vụ là kết quả cuối cùng của lao động sống. Họ là những người tiếp xúc trực tiếp với khách nhiều nhất, họ tạo ra mối quan hệ và họ cũng chính là cầu nối cho khách đến các dịch vụ khác trong khách sạn và họ có thể tạo cho khách hàng sự thoải mái yên tâm.

Bên cạnh vai trò của đội ngũ lao động trực tiếp thì vai trò của người quản lý điều hành trong khách sạn cũng rất quan trọng. Họ phải là những người có trình độ về quản lý kinh tế, nghiệp vụ du lịch ...Từ đó có cái nhìn đúng đắn về các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh, tổ chức tốt công tác đánh giá và có các biện pháp quản lý hữu hiệu nhất kinh doanh lưu trú tại khách sạn mình.

Chính vì vậy, các doanh nghiệp du lịch phải chú ý đến công tác đào tạo, không ngừng nâng cao đội ngũ lao động, kể cả đội ngũ cán bộ quản lý và công nhân viên.

1.2.2.4. Hệ thống sản phẩm, dịch vụ của khách sạn

Các sản phẩm dịch vụ là cốt lõi mang lại hiệu quả kinh doanh cho khách sạn, ví dụ như dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác. Các yếu tố về giá cả, số lượng, chất lượng của sản phẩm dịch vụ tác động quan trọng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Giá cả mà doanh nghiệp đưa ra phải phù hợp với chất lượng dịch vụ mà khách hàng nhận được cũng như quy mô (số lượng phòng, cơ sở vật chất) của khách sạn. Khi các yếu tố này có sự gắn kết hợp lý với nhau mới đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và tạo ra hiệu quả trong kinh doanh.

1.2.2.5. Các nhân tố khác

- Môi trường chính trị - xã hội, kinh tế

Đây là yếu tố ảnh hưởng lớn đến bất cứ doanh nghiệp nào trong việc kinh doanh. Doanh nghiệp phải tuân thủ hoàn toàn theo các quy định, các chính sách của Nhà nước, ví dụ như chính sách về thuế, chính sách mặt hàng kinh doanh....

Để việc kinh doanh đạt hiệu quả lâu dài, doanh nghiệp luôn quan tâm về các chính sách của Đảng và Nhà nước để đưa ra phương án kinh doanh phù hợp và có lợi nhất, đồng thời về sự ổn định của chính trị, về mặt xã hội doanh nghiệp luôn quan tâm đến các tập quán, thói quen và thị hiếu của từng dân tộc, từng nước trong khu vực và thị trường kinh doanh của mình.

Các yếu tố kinh tế ảnh hưởng vô cùng to lớn đến các đơn vị kinh doanh, bao gồm các yếu tố kinh tế chủ yếu ảnh hưởng đến các doanh nghiệp là : Lãi suất ngân hàng, giai đoạn của chu kỳ kinh tế, cán cân thanh toán, chính sách tài chính, tiền tệ, tỷ giá hối đoái ... Muốn đảm bảo về tốc độ tăng trưởng trong tình hình khó khăn về vốn đầu tư cũng như khủng hoảng kinh tế trong khu vực và trên thế giới thì doanh nghiệp phải chủ động trong việc tìm nguồn vốn, tìm cách quay nhanh vòng vốn, đào tạo đội ngũ nhân viên các cấp. Đặc biệt tránh phải việc bị lạm dụng vốn

Cùng với sự ổn định về chính trị của đất nước, thái độ và các chính sách thoả đáng đối với các nhà kinh doanh, doanh nghiệp khách sạn ngày càng chủ động trong hoạt động kinh doanh và tạo vị thế của khách sạn trên thị trường kinh doanh khách sạn trong và ngoài nước.

- Tình hình cạnh tranh

Cạnh tranh là yếu tố hết sức quan trọng đối với bất cứ một doanh nghiệp nào kinh doanh trên thị trường, khi tham gia kinh doanh trong nền kinh tế thị trường thì cạnh tranh là yếu tố tất yếu. Khi đã có cạnh tranh thì vấn đề xảy ra đó là sự yếu đi về các mặt khác của doanh nghiệp như tài chính, giá bán bị giảm, lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ kém đi. Điều đó có lợi chỉ dành cho người tiêu dùng.

Trong cơ chế thị trường hiện nay muốn mở rộng được thị phần thì ta phải cạnh tranh với các doanh nghiệp khác nhưng phải tuân theo nguyên tắc đó là cạnh tranh “văn minh, lành mạnh và hợp pháp”. Để tồn tại và phát triển khách sạn phải

luôn luôn nghiên cứu các doanh nghiệp khác về lĩnh vực, phân tích các đối thủ có cùng chung thị trường với mình.

Các nhân tố trên tác động đến hiệu quả kinh tế theo các hướng khác nhau nhưng chúng có một mối liên hệ và tác động qua lại với nhau. Do đó, việc đánh giá một các đúng đắn và khai thác triệt để những tác động có lợi là điều kiện hết sức quan trọng để nâng cao hiệu quả kinh tế.

- Chính sách Marketing

Hoạt động marketing ngày càng giữ vị trí then chốt trong việc giúp doanh nghiệp khách sạn đạt được những mục tiêu quản lý. Bản chất chính của hoạt động marketing là quá trình sử dụng mọi nguồn lực (nhân lực, vật lực) có thể của doanh nghiệp để giành được, duy trì và phát triển thị trường của doanh nghiệp.

Mục tiêu tổng quát của hoạt động marketing của các doanh nghiệp nói chung và khách sạn nói riêng là thiết lập và duy trì mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp. Xét một cách cụ thể hơn thì mục tiêu của hoạt động marketing là duy trì sự cân đối giữa lợi nhuận của doanh nghiệp và sự thỏa mãn của khách hàng. Một chính sách marketing phù hợp mang lại hiệu quả tối đa trong việc kinh doanh của khách sạn.

- Vốn

Nói đến vốn đầu tư thì có lẽ không một ngành kinh doanh nào lại không cần đến, tuy nhiên do đặc thù của hoạt động kinh doanh khách sạn nên đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu và trong những năm tiếp theo phải cao. Nhất là trong giai đoạn hiện nay với hiện tượng “toàn dân làm du lịch, toàn dân xây khách sạn” đã bộc lộ nhiều yếu kém như cơ sở vật chất kỹ thuật có chất lượng không đảm bảo thì yêu cầu đầu tư lại càng phải được quan tâm hơn để các khách sạn khẳng định được vị thế của mình trên thị trường. Bên cạnh đó thị trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, các khách sạn mới xây dựng lên ngày càng nhiều, được trang bị những thiết bị hiện đại

hơn vượt trội về ưu thế và chất lượng vì thế những khách sạn được xây dựng ở thời kỳ trước phải đầu tư xây dựng, bổ sung nhiều dịch vụ mới và trang thiết bị mới để có thể đứng vững trên thị trường.

- Công nghệ

Trong vòng 10 năm trở lại đây, kinh doanh khách sạn vô cùng phát triển và trở thành ngành có mức độ cạnh tranh cao nhất. Vào mỗi giai đoạn phát triển, khách sạn sẽ có những xu hướng kinh doanh khác nhau. Vậy nên, để thành công, các doanh nghiệp khách sạn luôn cố gắng bắt kịp xu thế và tập trung nâng tầm trải nghiệm cho khách hàng. Trong thời đại công nghệ như hiện nay, ứng dụng các giải pháp công nghệ chính là chiếc chìa khóa vàng giúp đổi mới trải nghiệm của khách hàng và mở cánh cửa thành công cho các doanh nghiệp khách sạn.

Mặc dù mở ra nhiều cơ hội kinh doanh nhưng việc phát triển quá nhanh khiến nhiều khách sạn chưa kịp thích ứng. Hơn nữa, sự cạnh tranh quá cao đã khiến thị trường khách sạn trở nên sôi động hơn bao giờ hết. Điều này đồng nghĩa với việc các nhà kinh doanh khách sạn phải bước vào một cuộc cạnh tranh quyết liệt hơn. Chính vì vậy, để khách sạn hoạt động hiệu quả hơn, doanh nghiệp phải tìm ra những cách thức mới mẻ để tạo sự khác biệt. Điển hình như một số khách sạn lớn đã bắt đầu ứng dụng công nghệ để tạo nên dấu ấn riêng như sử dụng phần mềm quản lý hay đặt phòng trực tuyến. Đối với các nhà đầu tư khách sạn, công nghệ hiện đại không chỉ đơn thuần mang đến những tiện nghi trong sinh hoạt mà còn có thể nâng nghệ thuật trang trí khách sạn lên một tầm cao mới.

- Quy trình phục vụ

Quy trình phục vụ có ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng dịch vụ của khách sạn. Chất lượng dịch vụ cao giúp gia tăng lợi nhuận cũng như hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Quy trình phục vụ chuyên nghiệp sẽ đem lại những dịch vụ có chất lượng cao, điều này sẽ giúp khách sạn giữ chân các khách hàng cũ và thu hút thêm

nhiều khách hàng mới. Từ đó, giảm thiểu được các chi phí marketing, quảng cáo, tức là làm giảm giá thành của sản phẩm cho khách sạn; tăng thị phần và duy trì tốc độ tăng trưởng cao về chỉ tiêu khách của khách sạn sẽ làm tăng doanh thu cho khách sạn; tăng khách hàng chung thủy của khách sạn cũng như khuếch trương uy tín cho thương hiệu của khách sạn trên thị trường.

- Cách thức quản lý

Cơ cấu tổ chức và phương thức quản lý của khách sạn cần phải gọn nhẹ và có hiệu quả. Quản lý khách sạn bao gồm các hoạt động như quản lý hệ thống phòng, quản lý nhân viên, quản lý cơ sở vật chất – trang thiết bị khách sạn, quản lý khách hàng – giao tiếp với khách hàng, chuẩn bị sự kiện, giải quyết rủi ro, hoạch định chiến lược mục tiêu – kế hoạch kinh doanh của khách sạn trong ngắn hạn và dài hạn... Công việc trong vị trí quản lý khách sạn rất đa dạng, yêu cầu người quản lý phải có khả năng đảm nhận và linh hoạt.

1.2.3. Các chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả kinh doanh của khách sạn

1.2.3.1. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp

Đây là chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cơ bản nhất, được đo bằng tỷ số giữa tổng doanh thu du lịch với tổng chi phí cho du lịch. Chỉ tiêu này cho ta biết nếu bỏ ra một đồng chi phí thì sẽ thu được bao nhiêu đồng doanh thu

Chỉ tiêu này được tính bởi công thức:

$$H_1 = D/C$$

Trong đó: H_1 : Hiệu quả kinh tế

D: Doanh thu du lịch

C: Chi phí du lịch

Nếu $H_1 > 1$ thì kinh doanh có lãi

$H_1 = 1$ thì kinh doanh hòa vốn

$H_1 < 1$ thì kinh doanh lỗ

Chỉ tiêu này thường dùng để đo lường hiệu quả kinh tế của từng doanh nghiệp, công ty. Nó cũng có thể dùng để đo lường hiệu quả kinh tế của từng loại hoạt động kinh doanh.

1.2.3.2. Chỉ tiêu lợi nhuận, doanh lợi

Là hai chỉ tiêu thể hiện mức lợi nhuận mà cơ sở kinh doanh thu được trong một thời kỳ nhất định. Đồng thời thể hiện mức độ tận dụng chi phí, vốn sản xuất kinh doanh trong quá trình kinh doanh. Lợi nhuận được tính bằng số tuyệt đối, còn doanh lợi tính bằng tỷ lệ phần trăm giữa tổng số lợi nhuận thu được trong một thời kỳ (thường là trong một năm) và tổng chi phí hoặc vốn sản xuất trong thời kỳ đó...

$$L = D - C$$

$$H_2 = (L/C) \times 100$$

$$H'_2 = (L/V) \times 100$$

Trong đó: H_2 , H'_2 – Là doanh lợi

L: Tổng lợi nhuận trong kỳ

C: Tổng chi phí trong kỳ

V: Vốn kinh doanh trong kỳ

Chỉ tiêu này dùng để so sánh hiệu quả kinh doanh giữa các doanh nghiệp, công ty với nhau và cũng có thể dùng để so sánh giữa các mảng kinh doanh trong từng doanh nghiệp. Đôi khi chỉ tiêu doanh lợi còn được dùng để so sánh hiệu quả của các ngành kinh tế với nhau.

1.2.3.3. Công suất sử dụng buồng, phòng

Ngoài các chỉ tiêu trên, trong ngành kinh doanh khách sạn còn có một số chỉ tiêu đặc trưng như sau công suất sử dụng buồng, phòng:

$$H_b = (B_{SD}/B_{TK}) \times 100$$

Trong đó: H_b , H_G : Công suất sử dụng buồng, giường

B_{SD} : Số ngày buồng sử dụng thực tế

B_{TK} : Số ngày bùồng theo thiết kế

1.2.3.4. Thời gian lưu lại trung bình:

$$T_{LL} = NK/K$$

Trong đó: T_{LL} : thời gian lưu lại trung bình của một khách du lịch

NK : Tổng ngày khách

K : Tổng lượt khách

1.2.3.5. Chi phí trung bình cho một ngày khách:

$$C_{TB} = C/N$$

Trong đó: C_{TB} : Chi phí trung bình cho một ngày khách

C : Tổng chi phí

N : Tổng ngày khách

Chỉ tiêu này dùng để so sánh chi phí trung bình cho một ngày khách giữa các doanh nghiệp với nhau.

1.2.3.6. Lợi nhuận trung bình một ngày khách:

$$L_{TB} = L/N$$

Trong đó: L_{TB} : Lợi nhuận trung bình một ngày/khách

N : Tổng ngày khách

L : Tổng lợi nhuận của doanh nghiệp

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1:

Trên đây là một số lý thuyết về kinh doanh du lịch của khách sạn. Tác giả đưa ra một số khái niệm về những vấn đề và lĩnh vực trong kinh doanh khách sạn nhằm cung cấp cho chúng ta những cái nhìn khái quát về ngành. Bên cạnh đó tác giả cũng đưa ra và phân tích một số yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh du lịch của khách sạn (như vị trí, cơ sở vật chất kỹ thuật, đội ngũ lao động, hệ thống sản phẩm dịch vụ của khách sạn,...) và một số chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả kinh doanh của khách sạn (chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp, chỉ tiêu lợi nhuận, công

suất sử dụng buồng phòng,...). Đây sẽ là cơ sở để tác giả triển khai các nội dung của chương 2 gắn với khách sạn The Shine.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN THE SHINE

2.1. Giới thiệu chung về khách sạn The Shine

2.1.1. Lịch sử hình thành

Khách sạn The Shine tọa lạc tại Thửa số 1, lô 22A, Khu đô thị mới ngã 5 sân bay Cát Bi, đường Lê Hồng Phong, phường Đông Khê, quận Ngô Quyền, thành phố Hải Phòng với diện tích 1024 m².

Khách sạn bắt đầu đi vào hoạt động từ ngày 30 tháng 6 năm 2020, là khách sạn trực thuộc Công ty Cổ phần Đầu tư Dịch vụ và Du Lịch Quang Minh.

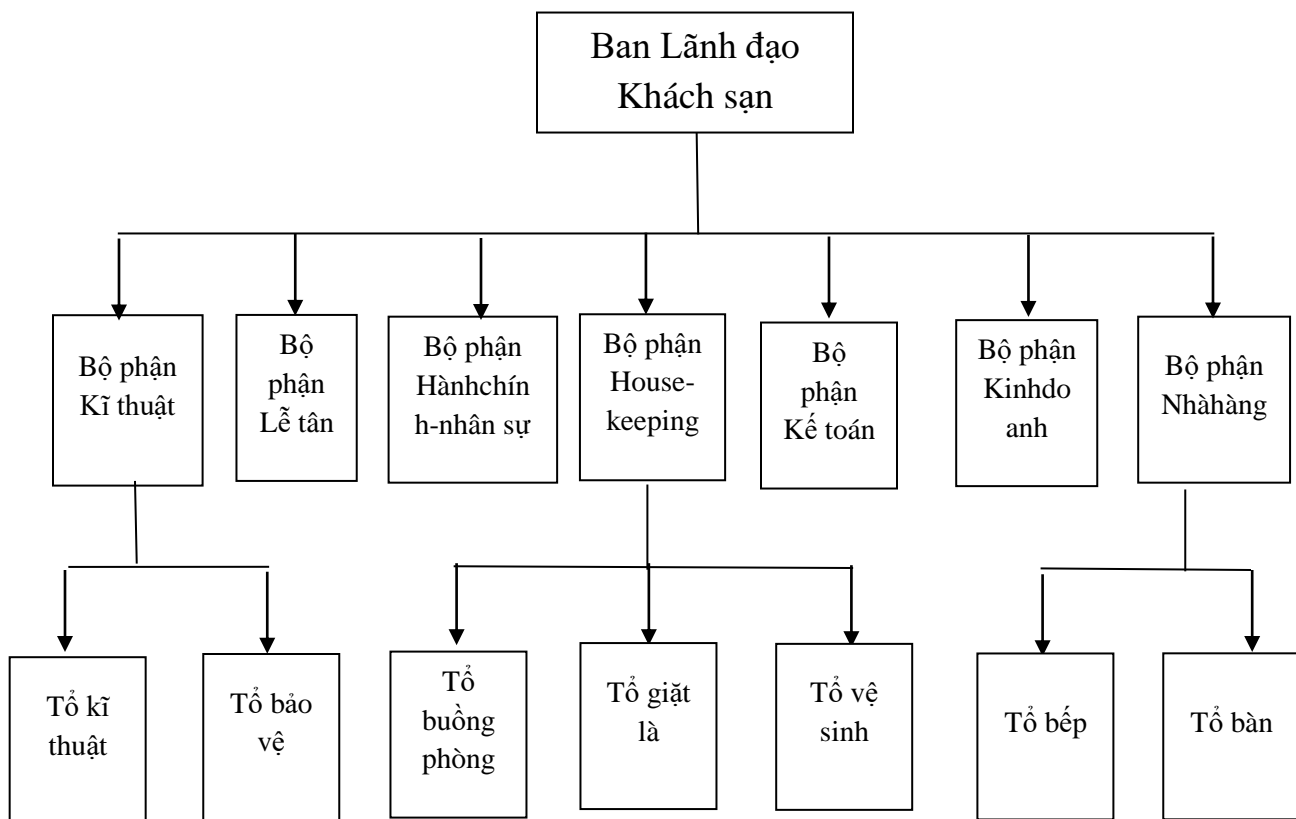
Đạt tiêu chuẩn 4 sao quốc tế, khách sạn The Shine được đánh giá là một trong những khách sạn sang trọng bậc nhất tại thành phố Cảng Hải Phòng

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Cũng như đa số các doanh nghiệp hiện nay, cơ cấu tổ chức của bộ máy quản lý khách sạn The Shine được xây dựng theo mô hình trực tuyến-chức năng, ở đây các mối liên hệ công tác quản lý được thực hiện theo đường thẳng, nghĩa là Tổng giám đốc là người chịu trách nhiệm quản lý khách sạn. Mọi quyết định của ban lãnh đạo được truyền tới từng trưởng bộ phận, các trưởng bộ phận chịu trách nhiệm phổ biến lại cho nhân viên. Mặt khác, Tổng giám đốc dưới sự tổng kết của phòng ban chức năng để ra quyết định một cách chính xác nhất. Các hoạt động đều thống nhất theo đường lối của ban lãnh đạo đề ra. Các hoạt động đều thống nhất theo đường lối của ban lãnh đạo đề ra và các bộ phận kinh doanh, hành chính, kế toán chịu trách nhiệm báo cáo kết quả kinh doanh để ban giám đốc theo dõi tình hình và quyết định các chính sách phù hợp.

Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của khách sạn The Shine có ưu điểm là phát huy được toàn bộ tính ưu việt của chuyên môn hoá, chú ý đến sự phát triển của nhân viên, đồng thời là bộ máy tổ chức gọn nhẹ, dễ quản lý.

2.1.2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức nhân sự tại khách sạn The Shine:



2.1.2.2. Chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban trong khách sạn

- Ban Lãnh đạo Khách sạn

Ban Lãnh đạo khách sạn gồm có một Tổng giám đốc, một Phó tổng giám đốc và một Giám đốc điều hành.

Trong đó, Tổng giám đốc và Phó tổng giám đốc chịu trách nhiệm cao nhất đối với toàn bộ hoạt động kinh doanh của khách sạn, đưa ra quyết định cuối cùng đối với các chính sách quan trọng của khách sạn, đồng thời có quyền ký kết các hợp đồng quan trọng, thực hiện các công việc đối ngoại với các đối tác của khách sạn cũng như có quyền xử lý, miễn nhiệm giám đốc điều hành, các trưởng bộ phận và các chức danh tương đương.

Giám đốc điều hành có trách nhiệm điều hành, giám sát các hoạt động ở các bộ phận trong khách sạn, đảm bảo hoạt động kinh doanh của khách sạn luôn có chất lượng cao và hiệu quả tốt. Giám đốc điều hành cũng có quyền thay mặt Tổng giám đốc và Phó tổng giám đốc ký kết một số giấy tờ cần thiết trong khách sạn. Giám đốc điều hành sẽ là người làm việc trực tiếp với các bộ phận trong khách sạn, theo dõi tiến độ thực hiện các công việc trong khách sạn.

- Bộ phận Kinh doanh

Bộ phận Kinh doanh của khách sạn The Shine gồm 1 trưởng bộ phận và 5 nhân viên.

Bộ phận Kinh doanh có chức năng tham mưu cho Giám đốc về công tác thị trường, chính sách sản phẩm, các chính sách khuyến khích kinh tế và các biện pháp thu hút khách.

Nhiệm vụ của bộ phận kinh doanh bao gồm:

- Nghiên cứu, đề xuất với Giám đốc về chiến lược, sách lược kinh doanh của khách sạn trong từng thời kỳ.
- Nghiên cứu thị hiếu khách hàng, mở rộng mối quan hệ bạn hàng trên phương diện đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ và đa dạng hóa các mối quan hệ kinh tế với khách hàng.
- Nghiên cứu đề xuất các biện pháp hình thức tuyên truyền quảng cáo phù hợp nhằm mở rộng thị trường khách.
- Đề xuất để Giám đốc ký kết các hợp đồng kinh tế trong lĩnh vực tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ và các lĩnh vực khác liên quan đến chuyên môn.
- Cùng với phòng Kế toán xây dựng đề xuất với Giám đốc về chính sách khuyến mại để thu hút khách.
- Xác định môi trường kinh doanh, thị trường khách, đối thủ cạnh tranh, xu thế phát triển có kế hoạch cung cấp những dịch vụ và sản phẩm mới phù hợp với xu thế cạnh tranh. Tổ chức theo dõi số liệu, tổng hợp để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trên thị trường.
- Kết hợp chặt chẽ với các bộ phận Lễ tân, Bếp, Bàn và các bộ phận khác để tổ chức bán tối đa các sản phẩm và dịch vụ trong Khách sạn.
- Tiếp nhận và ký kết các hợp đồng Dịch vụ: Đặt phòng, hội trường, tiệc, tiệc cưới tại Khách sạn.
- Bộ phận Lễ tân

Tại khách sạn The Shine, bộ phận Lễ tân gồm có 1 trưởng bộ phận và 7 nhân viên.

Bộ phận này Chịu trách nhiệm về công tác đón tiếp: bao gồm đặt phòng, check-in cho khách, check-out cho khách, cung cấp thông tin về các dịch vụ trong

khách sạn và đảm bảo thông tin liên lạc cho khách, nội bộ trong Khách sạn và Công ty.

Cụ thể, nhiệm vụ của bộ phận Lễ tân như sau:

- Tổ chức đón tiếp và tiễn khách, làm các thủ tục nhận phòng và trả phòng cho khách.
 - Nắm vững nhu cầu đối tượng, số lượng khách, có biện pháp sử dụng tối đa công suất buồng giường và các dịch vụ khác.
 - Tổng hợp mọi thông tin, ý kiến khách hàng, báo cáo về những diễn biến, những vấn đề kiến nghị để ban giám đốc kịp thời xử lý khi cần thiết.
 - Đảm bảo phối kết hợp kịp thời với các bộ phận có liên quan để làm thủ tục nhận phòng và trả phòng cho khách cũng như để đáp ứng các nhu cầu khác của khách hàng.
 - Thực hiện giấy tờ, sổ sách đầy đủ, chính xác và kịp thời để theo dõi và lưu trữ, làm tốt công tác trình báo tạm trú theo quy định hiện hành.
 - Hàng ngày trình báo Công an Phường sở tại khách lưu trú qua đêm tại khách sạn theo đúng quy định hiện hành.
- Bộ phận Hành chính- nhân sự

Bộ phận Hành chính- nhân sự tại khách sạn The Shine gồm 1 trưởng phòng và 4 nhân viên.

Bộ phận này thực hiện các chức năng sau:

- Tham mưu cho Giám đốc về công tác tổ chức cán bộ, đào tạo, quản lý lao động, chế độ tiền lương, thưởng.
- Thực hiện công tác thi đua khen thưởng, kỷ luật trong khách sạn theo đúng chế độ chính sách của Nhà nước.

- Theo dõi và thực hiện công tác hành chính văn phòng, quản trị trong khách sạn, tổ chức thực hiện tất cả các nội quy, quy định của khách sạn đề ra.
- Chuẩn bị đồng phục, chăm lo đời sống sức khỏe cho cán bộ công nhân viên.
- Chịu trách nhiệm các giấy tờ, thủ tục hành chính cần thiết cho khách sạn và hoạt động kinh doanh.

Đồng thời, bộ phận Hành chính- nhân sự cũng có nhiệm vụ như sau:

- Thực hiện các công tác đối nội, đối ngoại, hành chính văn thư, đánh máy, lưu trữ văn bản tài liệu.
- Xây dựng quy trình và kiểm tra việc thực hiện luân chuyển, chứng từ trong khách sạn. Tổ chức lưu trữ chứng từ theo quy định của Nhà nước.
- Quản lý hồ sơ của cán bộ công nhân viên, theo dõi việc nâng lương hàng năm, ký kết hợp đồng lao động, giúp ban lãnh đạo thực hiện chế độ chính sách tuyển dụng nguồn nhân lực mới và đề xuất thăng chức đối với cán bộ công nhân viên.
- Tổ chức duy trì kiểm tra sức khỏe định kỳ cho cán bộ công nhân viên, lưu trữ hồ sơ giấy tờ công văn đến - đi.
- Đảm bảo cung cấp kịp thời các vật tư hàng hoá khi đề nghị của các bộ phận đã được ban giám đốc, Phòng kế toán duyệt để đảm bảo yêu cầu phục vụ khách.
- Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, có nguồn gốc rõ ràng đối với các thực phẩm cung cấp cho khách sạn.

- Đề xuất và theo dõi các hoạt động thi đua, khen thưởng, kỷ luật lao động để làm căn cứ tham mưu cho ban giám đốc khen thưởng, kỷ luật theo đúng nội quy, quy chế của khách sạn.
- Thực hiện thủ tục đóng nộp BHXH, BHYT, BHTN cho cán bộ công nhân viên.
- Xây dựng và đề xuất các khoá học, đào tạo nhằm nâng cao tay nghề cho cán bộ công nhân viên trong toàn Khách sạn.
- Giúp việc cho ban giám đốc về mọi mặt trong công tác tổ chức, điều động tăng cường nhân viên.

- Bộ phận Kế toán

Bộ phận Kế toán của khách sạn gồm 1 trưởng phòng và 3 nhân viên.

Bộ phận Kế toán có trách nhiệm tham mưu cho ban giám đốc xây dựng kế hoạch kinh doanh hàng năm và tổ chức hạch toán kinh doanh trong toàn khách sạn phù hợp với chế độ chính sách của Nhà nước cũng như đảm bảo duy trì phát triển nguồn vốn có hiệu quả.

Nhiệm vụ của bộ phận Kế toán bao gồm:

- Thực hiện công tác quản lý tài chính, tài sản của khách sạn, tổ chức mô hình hạch toán và thực hiện toàn bộ công tác kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế toán thống kê, thông tin kinh tế hạch toán ở từng bộ phận trong Khách sạn.
- Xây dựng các định mức chi phí phù hợp với điều kiện sản xuất kinh doanh của khách sạn theo thời điểm trên cơ sở quy định của luật pháp.
- Tham mưu và tham gia điều hành việc sử dụng vốn trong sản xuất kinh doanh theo phương châm nhằm bảo tồn và phát triển vốn điều lệ hiện có.

- Thực hiện chế độ báo cáo theo định kỳ nghĩa vụ tài chính của khách sạn, phân tích tình hình tài chính đề xuất các biện pháp nhằm thúc đẩy và tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.
- Cùng với bộ phận Kinh doanh xây dựng chính sách giá cả, khuyến mại để thúc đẩy kinh doanh những hàng hóa và dịch vụ.
- Đảm bảo các công việc thanh toán trong khách sạn kịp thời và chính xác.
- Tổ chức thu nhập và xử lý kịp thời thông tin về tình hình thực hiện kế hoạch. Kiểm tra giám sát chặt chẽ việc thực hiện các hợp đồng.
- Bộ phận Nhà hàng

Đứng đầu bộ phận Nhà hàng là trưởng bộ phận. Nhân viên của bộ phận được chia thành hai tổ, gồm Tổ bếp và Tổ bàn. Trong đó, Tổ bếp gồm 1 bếp trưởng, 3 bếp chính, 2 phụ bếp và 2 tạp vụ. Về Tổ bàn, đứng đầu và giám sát hoạt động của tổ là tổ trưởng, còn nhân viên của tổ bàn sẽ được chia thành hai khu vực: Khu vực bar gồm 2 bartender, 4 nhân viên phục vụ và Khu vực nhà hàng gồm 2 thu ngân, 8 nhân viên phục vụ.

Tổ Bếp là tổ chịu trách nhiệm nhận nguyên liệu và chế biến các món ăn trong khách sạn, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Tổ bếp cũng có nhiệm vụ tham mưu cho Giám đốc điều hành trong việc định giá món ăn, lên thực đơn thay đổi phù hợp với tình hình thực tế thị trường cũng như đảm bảo việc huấn luyện nhân viên mới đáp ứng yêu cầu phát triển của nhà hàng, khách sạn và lập ra những điều lệ cho khu vực bếp.

Tổ Bếp có những nhiệm vụ sau:

- Tổ chức sản xuất chế biến các món ăn theo đúng quy trình, kỹ thuật với chất lượng cao, hình thức đẹp, hợp vệ sinh để phục vụ đa dạng các đối tượng,

khách với các hình thức ăn lễ, theo đoàn, tiệc, tiệc cưới đặt trước hoặc đột xuất, phục vụ lưu động.

- Kết hợp với các bộ phận Kinh doanh để quảng cáo các món ăn.
- Thường xuyên thay đổi thực đơn để phục vụ đa dạng nhiều đối tượng khách hàng, không ngừng cải tiến kỹ thuật đảm bảo có món ăn đặc trưng của khách Sạn.
- Duy trì tốt vệ sinh thực phẩm và vệ sinh môi trường trong khu vực. Đảm bảo tiêu hao theo định mức và chịu trách nhiệm về quản lý tài sản, công cụ lao động trong bộ phận, mở sổ sách theo dõi chặt chẽ.
- Thường xuyên lắng nghe và thu thập được các thông tin của khách hàng để tổ chức sản xuất, chế biến, cải tiến các món ăn đạt hiệu quả cao nhất.

Về tổ Bàn, tổ có trách nhiệm về dịch vụ phục vụ bàn trong nhà hàng, khu vực bar, phòng tiệc cưới, các dịch vụ ăn uống lưu động, tại phòng...

Nhiệm vụ của tổ Bàn bao gồm:

- Tổ chức phục vụ khách ăn bữa, gọi món, ăn đoàn, ăn tiệc, tọa đàm, hội họp, hội thảo và tổ chức phục vụ lưu động
- Trang trí phòng ăn, phòng tiệc, hội thảo, hội nghị sạch đẹp, theo yêu cầu của khách
- Thực hiện công việc pha chế và phục vụ tại quầy Bar, thường xuyên thay đổi các chủng loại cocktail, đồ pha chế, các loại hàng hóa, các loại kem, hoa quả đáp ứng yêu cầu phục vụ khách.
- Duy trì vệ sinh các loại cốc, tách, bát, đĩa, thìa, đĩa... và các công cụ lao động khác để phục vụ khách. Chịu trách nhiệm về tài sản, công cụ lao động trong bộ phận.

- Thu thập thông tin của khách hàng, kết hợp chặt chẽ với các tổ bếp, bộ phận Kinh doanh để quảng bá các món ăn, phát triển các dịch vụ ăn uống.

- Bộ phận House-keeping

Tại khách sạn The Shine, bộ phận House-keeping được chia thành 3 tổ, đó là tổ Buồng phòng, tổ Giặt là và tổ Vệ sinh. Đứng đầu bộ phận là trưởng bộ phận, chịu trách nhiệm giám sát, quản lý và phân công công việc của cả bộ phận.

Tổ Buồng phòng gồm 10 nhân viên. Tổ buồng phòng sẽ chịu trách nhiệm về toàn bộ công việc tại khu vực phòng nghỉ cho khách, liên quan đến vệ sinh, phục vụ buồng, trật tự an toàn trong khu vực, kinh doanh hàng hóa và dịch vụ tại phòng, quy trình kỹ thuật phục vụ. Đồng thời, tổ buồng cũng cần tham mưu cho về việc phát triển dịch vụ lưu trú của khách sạn để đáp ứng tối đa các yêu cầu của khách hàng.

Cụ thể, nhiệm vụ của tổ Buồng phòng như sau:

- Tổ chức quản lý vận hành và bảo vệ tốt toàn bộ hệ thống, trang thiết bị nội thất và tài sản có trong các phòng nghỉ và khu vực buồng một cách an toàn và tiết kiệm.
- Làm vệ sinh kịp thời, đúng quy trình kỹ thuật để sẵn sàng đón khách mới đến cũng như khách đang lưu trú.
- Tổ chức đón tiếp, hướng dẫn cách sử dụng các trang thiết bị, đồ dùng và các dịch vụ trong phòng khách khi khách đến khách sạn.
- Đáp ứng đầy đủ những dịch vụ và hàng hóa trong buồng ngủ theo yêu cầu của khách, phù hợp với quy định của khách sạn và tổ chức quản lý chung.

- Ghi chép đầy đủ, chính xác tình hình sử dụng buồng phòng và các dịch vụ phát sinh trong ngày để đối chiếu và xác nhận hóa đơn thanh toán khi khách trả phòng.
- Kết hợp chặt chẽ với Bộ phận Lễ tân, Bàn, Bếp, Kỹ thuật và các bộ phận có liên quan.
- Thu lượm những thông tin, đánh giá của khách về hoạt động dịch vụ của khách sạn, nhanh nhẹn nắm bắt những vấn đề phát sinh trong khu vực buồng ngủ để báo cáo lãnh đạo xin biện pháp xử lý thích hợp.

Tổ giặt là của khách sạn gồm 1 tổ trưởng và 5 nhân viên. Công việc của tổ này bao gồm:

- Chịu trách nhiệm về công tác vệ sinh các loại khăn, chăn, ga trải giường... trong khách sạn.
- Duy trì tốt vệ sinh môi trường trong khu vực làm việc. Đối với đồ của khách sạn cũng như đối với khách phải luôn đảm bảo sạch sẽ.
- Đảm bảo các loại máy móc trong tổ hoạt động hiệu quả, thực hiện đúng quy trình kỹ thuật.
- Theo dõi vật tư tiêu hao hàng tháng và phải tiết kiệm vật tư, điện nước.

Tổ Vệ sinh gồm 4 nhân viên. Đây là tổ chịu trách nhiệm về đảm bảo vệ sinh sạch sẽ tại các khu vực tiền sảnh, hành lang, cầu thang, các phòng ban trong khách sạn, khu vực để xe và các khu vệ sinh công cộng.

Nhiệm vụ của tổ vệ sinh gồm có:

- Tổ chức vệ sinh, đảm bảo các khu vực công cộng luôn sạch sẽ, gọn gàng.
- Thực hiện các công việc cắt tỉa, chăm sóc cây cảnh trong khách sạn.

- Kết hợp với các bộ phận khác trong khách sạn đề thường xuyên thay đổi cây cảnh, đảm bảo tươi tốt và đẹp mắt cảnh quan.

- Bộ phận Kỹ thuật

Cũng giống như những bộ phận trên, bộ phận này cũng có một trưởng bộ phận đứng đầu có nhiệm vụ giám sát toàn bộ hoạt động và quản lý các công việc của bộ phận. Bộ phận Kỹ thuật được chia thành hai tổ, gồm: Tổ kỹ thuật và Tổ bảo vệ.

Tổ kỹ thuật gồm 6 nhân viên, thực hiện những công việc sau:

- Chịu trách nhiệm việc đảm bảo điện, nước, quản lý kỹ thuật vận hành trong khách sạn
- Duy tu bảo dưỡng, sửa chữa trang thiết bị ở các bộ phận trong khách sạn.
- Thực hiện quản lý kỹ thuật, chịu trách nhiệm về an toàn nguồn điện, nước và thiết bị trong toàn khách sạn
- Tổ chức vận hành hệ thống điện nước, máy móc thiết bị. Xử lý kịp thời sự cố đột xuất phục vụ cho sản xuất kinh doanh liên tục 24/24 giờ.
- Lập kế hoạch và tổ chức thực hiện định kỳ duy tu, bảo dưỡng và sửa chữa trang thiết bị ở các bộ phận trong toàn khách sạn.
- Quan tâm đến vấn đề an toàn lao động, bám sát hiện trường khi nhận nhiệm vụ được giao.

Tổ bảo vệ gồm 6 nhân viên và thực hiện những nhiệm vụ sau:

- Đảm bảo giữ gìn an ninh trật tự của khách sạn 24/24 giờ, bảo vệ an toàn về người và tài sản của khách hàng cũng như trong và ngoài khách sạn.

- Lập kế hoạch, phương án bảo vệ, bố trí ca làm việc và vị trí làm việc cho cán bộ nhân viên trong bộ phận, đảm bảo luôn có người thực hiện công việc 24/24 giờ.
- Lập phương án xử lý các tình huống mất an ninh, an toàn có thể xảy ra trong khách sạn.
- Tham gia đề xuất với các bộ phận, ban giám đốc về những biện pháp cần thiết để nâng cao chất lượng công tác bảo vệ, phòng gian bảo mật và phòng cháy chữa cháy.

2.1.3. Các lĩnh vực kinh doanh

Nói đến kinh doanh khách sạn là nói tới các hoạt động kinh doanh nhằm đáp ứng các yêu cầu về nghỉ ngơi của khách khi đến khách sạn. Đăng ký ngành nghề kinh doanh của khách sạn bao gồm:

Kinh doanh lưu trú: Là ngành nghề có quy mô và mang lại doanh thu lớn nhất cho khách sạn. Hiện nay, khách sạn The Shinecó 137 phòng với đầy đủ trang thiết bị tiện nghi, hiện đại thuộc lĩnh vực kinh doanh này.

Kinh doanh ăn uống: Nhà hàng Galaxy nằm trên tầng 19 của khách sạn có sức chứa lên tới hơn 1500 người mang phong cách Tây Âu với đội ngũ đầu bếp và nhân viên lành nghề tạo cho khách sạn một lợi thế không nhỏ trên thị trường. Ngoài ra, khách sạn còn có một nhà hàng tiệc cưới The Light với sức chứa từ 350-500 khách và một quầy bar nhỏ có sức chứa hơn 150 người.

Ngoài các lĩnh vực kinh doanh nói trên thì khách sạn còn có một số dịch vụ bổ sung khác như: Phòng Hội thảo The Sun với sức chứa khoảng 100 khách, câu lạc bộ chăm sóc sức khỏe The Star, dịch vụ giặt là, dịch vụ bể bơi, dịch vụ thuê xe, dịch vụ đưa đón sân bay, dịch vụ đặt tour...

2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine

2.2.1. Thị trường khách của khách sạn

Hải Phòng là một trung tâm chính trị văn hóa lớn của cả nước, có nền kinh tế phát triển mạnh mẽ và mức độ hội nhập quốc tế nhanh chóng. Hàng năm, thành phố Hải Phòng đón một lượng lớn du khách trong nước và nước ngoài đến đây không chỉ với mục đích du lịch mà còn với mục đích công tác, công vụ. Đây chính là tiền đề quan trọng cho sự ra đời và phát triển của các doanh nghiệp khách sạn trong thành phố.

Không những thế, thời điểm khách sạn bắt đầu đi vào hoạt động cũng là thời kỳ dịch Covid-19 bùng nổ dữ dội trên toàn cầu. Các chính sách giãn cách được thực hiện rất căng thẳng nhằm đẩy lùi dịch bệnh, đồng thời cũng đẩy ngành du lịch vào tình trạng “đóng băng”. Nắm bắt được điều này, ngay từ những ngày đầu thành lập, khách sạn The Shine đã đề ra chủ trương tập trung khai thác vào thị trường khách công vụ và khách thương gia. Thị trường khách chủ yếu của khách sạn là các khách hàng đến thành phố để công tác, làm việc, tham dự các hội nghị, hội thảo, tìm hiểu cơ hội đầu tư, nghiên cứu thị trường, ký kết hợp đồng... ; gồm cả khách trong nước và quốc tế. Song, đồng thời, khách sạn vẫn luôn tiếp cận với thị trường khách du lịch. Cụ thể như sau: khoảng 70% khách của khách sạn đến từ các doanh nghiệp và khu công nghiệp trên địa bàn thành phố Hải Phòng như khu công nghiệp Vsip, khu công nghiệp Nomura, LG Display...; 20% khách của khách sạn đến từ các doanh nghiệp khác nằm ngoài thành phố; 10% khách của khách sạn là khách du lịch.

Lý do công ty lựa chọn thị trường khách công vụ và khách thương gia là thị trường khách chủ yếu để khai thác bởi vì đối tượng khách này ổn định, ít chịu tác động từ các điều kiện bên ngoài và không phụ thuộc vào mùa vụ như khách du lịch, có thể đem lại nguồn doanh thu ổn định cho khách sạn. Bên cạnh đó, thị

trường khách này còn có một số đặc điểm như: thời gian lưu trú dài, mức độ chi trả cao, sử dụng nhiều dịch vụ bổ sung,...

Đối với thị trường khách này, khách sạn cần chú trọng đến chất lượng dịch vụ vì đối tượng này tương đối khó tính, có kỳ vọng cao, đòi hỏi chất lượng các dịch vụ và trình độ phục vụ của nhân viên phải cao.

Bảng 1: Số lượt khách của khách sạn The Shine giai đoạn 2020-2021

Chỉ tiêu	Năm 2020		Năm 2021		Tốc độ tăng trưởng (%)
	Số lượt (khách)	Tỷ lệ (%)	Số lượt (khách)	Tỷ lệ (%)	
Khách quốc tế	6.985	54,9	8.340	50,4	19,4
Khách nội địa	5.728	45,1	8.196	49,6	43,1
Tổng	12.713	100	16.536	100	30,1

(Nguồn: Phòng Lễ tân của khách sạn The Shine)

Qua bảng 1 về thống kê số liệu số lượt khách của khách sạn trong hai năm 2020 và 2021 như trên, có thể thấy số lượt khách của khách sạn có xu hướng tăng. Cụ thể như sau:

Năm 2020, tổng số lượt khách của khách sạn là 12.713 lượt khách, trong đó số lượt khách quốc tế là 6.985 lượt, chiếm 54,9%. Số lượt khách nội địa là 5.728 lượt, chiếm 45,1%. Có thể thấy, khách quốc tế chiếm tỉ trọng cao hơn khách nội địa trong tổng số khách với tỉ trọng là 9.8%

Năm 2021, tổng số lượt khách của khách sạn là 16.536 lượt, tăng 30,1% so với năm 2020. Trong đó, số lượt khách quốc tế là 8.340 lượt, chiếm 50,4% (tăng 1.355 lượt khách tương đương 19,4% so với năm 2020). Số lượt khách nội địa là 8.196 lượt, chiếm 49,6% (tăng 2.468 lượt khách tương đương 43,1% so với năm 2020). Nhìn chung, khách quốc tế chiếm tỉ trọng cao hơn khách nội địa trong tổng số khách với tỉ trọng là 0.8%

Như vậy, có thể thấy so với năm 2020 thì trong năm 2021, tốc độ tăng trưởng của tổng số lượng khách lưu trú tại khách sạn tăng 30,1%. Lí do cho sự thay đổi về tốc độ tăng trưởng ở trên phần lớn là do sự ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 bùng phát đầu năm 2021 đã hạn chế sự di chuyển của du khách nước ngoài đến Việt Nam nên dù tăng nhưng số lượt khách nước ngoài tăng không nhiều. Cùng với đó, bên cạnh những khoảng thời gian bùng phát dịch (chủ yếu vào cuối năm) thì tình hình trong nước vẫn có những thời điểm dịch bệnh ổn định. Trong khoảng thời gian đó, Nhà nước đã đưa ra nhiều chính sách để kích cầu du lịch bằng cách tăng mạnh du lịch nội địa. Điều đó đã giúp cho tỉ trọng khách nội địa tăng mạnh. Cùng với đó, khách sạn cũng bắt đầu mở rộng và thâm nhập sâu hơn vào thị trường khách nội địa.

Thị trường khách quốc tế của khách sạn chủ yếu đến từ các nước nằm ở khu vực Đông Á như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... Còn đa số khách nội địa của khách sạn thường đến từ các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hải Phòng và các tỉnh, thành phố lớn khác như Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh...

2.2.2. Doanh thu của khách sạn

Bảng 2: Cơ cấu doanh thu của khách sạn giai đoạn 2020- 2021

DVT: đồng Việt Nam

	Tổng doanh thu	Doanh thu lưu trú	Doanh thu ăn uống	Doanh thu dịch vụ bổ sung
Năm 2020	55.301.550.000	41.865.440.000	10.756.810.000	2.679.300.000
Năm 2021	71.931.600.000	54.235.100.000	15.864.000.000	1.832.500.000
Tốc độ tăng trưởng	30,1%	29,5%	47,5%	-31,4%

(Nguồn: Phòng kế toán khách sạn The Shine)

Dựa vào bảng trên, có thể thấy tổng doanh thu năm 2021 có xu thế tăng cao so với năm 2020, cụ thể tăng 16.630.050.000 đồng, tương đương 30,1%. Tuy nhiên, đây vẫn chưa con số đạt được theo đúng kế hoạch ban đầu khách sạn đề ra. Bởi vì khách sạn chủ yếu tính doanh thu năm 2020 bắt đầu từ khi khách sạn chính thức khai trương vào tháng 6 nên thực tế doanh thu năm đó chỉ bao gồm 2 quý cuối cùng của năm là quý 3 và quý 4; còn doanh thu năm 2021 mới chính xác là tổng doanh thu của cả 4 quý trong năm. Điều này có thể khẳng định rằng, dù doanh thu tăng nhưng cũng báo hiệu dấu hiệu không khả quan về tình hình kinh doanh. Nguyên nhân khách quan đồng thời cũng là nguyên nhân chủ yếu cho điều trên phải kể đến là do dịch bệnh Covid-19. Những chính sách giãn cách xã hội từ năm 2020 và những đợt bùng phát dịch trong năm 2021 đã tác động rất lớn tới số lượt khách đến khách sạn, cũng như ảnh hưởng trực tiếp tới doanh thu của khách sạn trên cả ba lĩnh vực kinh doanh. Về phía khách sạn, có thể thấy khách sạn The Shine chưa thật sự linh hoạt trong việc thay đổi biện pháp kinh doanh để ứng phó trong thời gian có dịch bệnh. Điều này khiến khách sạn có phần không thích ứng kịp khi môi trường thay đổi, dẫn đến nguồn khách không ổn định, kéo theo sự bất ổn trong tình hình kinh doanh.

Đối với kinh doanh lưu trú, nguồn khách chính của khách sạn trong năm 2020 là khách quốc tế và chủ yếu là đối tượng khách công vụ. Đây là đối tượng có

khả năng chi trả cao nên doanh thu từ việc kinh doanh lưu trú của khách sạn trong năm 2020 tương đối cao, với 41.865.440.000 đồng. Sang năm 2021, nhờ những chính sách kích cầu du lịch của Nhà nước nên lượng khách quốc tế và nội địa đều có xu hướng tăng. Chính vì vậy, doanh thu từ kinh doanh lưu trú có xu hướng tăng với con số 54.235.100.000 đồng, tăng 12.369.660.000 đồng tương đương 29,5% so với năm 2020.

Đối với kinh doanh ăn uống, doanh thu từ lĩnh vực này chủ yếu đến từ nhà hàng The Galaxy với nguồn khách chủ yếu là khách lưu trú tại khách sạn và phòng tiệc cưới The Light. Trong năm 2020, doanh thu của khách sạn đến từ kinh doanh ăn uống là 10.756.810.000 đồng. Đến năm 2021, vì lượng khách lưu trú tăng lên nên kéo theo doanh thu từ kinh doanh ăn uống cũng tăng mạnh, với 15.864.000.000 đồng, so với năm 2020 tăng 5.107.190.000 đồng tương đương 47,5%. Đây là lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng lớn nhất trong ba lĩnh vực kinh doanh chính của khách sạn.

Đối với kinh doanh các dịch vụ bổ sung, khác với hai lĩnh vực trên, lĩnh vực này lại có xu hướng giảm. Năm 2020, khách sạn có thể thu được 2.679.300.000 đồng từ các dịch vụ bổ sung. Nhưng đến năm 2021, doanh thu giảm xuống chỉ còn 1.832.500.000 đồng, so với năm 2020 giảm 846.800.000 đồng tương đương 31,4%. Sở dĩ có sự suy giảm này bởi lẽ trong một số thời điểm bùng phát dịch, để giảm thiểu chi phí, khách sạn bắt buộc phải hạn chế, thậm chí là tạm dừng một số dịch vụ bổ sung không thiết yếu.

2.3. Hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine

2.3.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn

2.3.1.1. Vị trí

Tọa lạc tại Trung tâm thành phố Hải Phòng, khách sạn The Shine nằm trên con đường Lê Hồng Phong – một trong những cung đường chính nhộn nhịp của

thành phố Hải Phòng. Đây là tuyến đường chủ đạo để đến với các địa điểm du lịch nổi tiếng, các trung tâm thương mại và hội họp hàng đầu của thành phố Hải Phòng. Khách sạn cách bãi biển Đồ Sơn và khu du lịch Hòn Dấu khoảng 27 km, cách trung tâm thành phố 3,5 km và đặc biệt, khách sạn chỉ cách sân bay quốc tế Cát Bi 4km.

Điều này đã tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho khách sạn trong việc thu hút khách nội địa và quốc tế đến lưu trú, đặc biệt là với thị trường khách công vụ và khách thương gia mà khách sạn đang tập trung khai thác. Vị trí này giúp khách sạn đáp ứng được không chỉ nhu cầu du lịch của khách lưu trú mà còn gồm các nhu cầu khác như di chuyển, hội nghị, mua sắm...

Không chỉ vậy, tuyến đường Lê Hồng Phong là một tuyến đường lớn và rộng với dải phân cách làn rõ ràng đã giúp cho khách hàng có thể dễ dàng đến khách sạn bằng nhiều phương tiện như xe máy, ô tô... đều rất ít khi gặp tình trạng tắc đường hay bị giao thông cản trở.

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi thế trên, khách sạn cũng gặp một số bất lợi. Vì nằm trong khu vực khu dân cư đông đúc nên đôi khi khách sạn cũng phải đối mặt với tình trạng ô nhiễm tiếng ồn, có thể ảnh hưởng đến thời gian nghỉ ngơi của khách.

2.3.1.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Cũng giống như các doanh nghiệp khách sạn khác, các khu hoạt động của khách sạn The Shine có thể chia thành hai loại chính: khu vực phục vụ trực tiếp và khu vực phục vụ gián tiếp. Khu vực phục vụ trực tiếp là khu vực mà ở đó các hoạt động diễn ra đều nhằm phục vụ trực tiếp việc tiêu dùng dịch vụ của khách. Khu vực gián tiếp là những khu vực mà hoạt động ở đó không có sự tham gia trực tiếp của khách hàng.

Một trong những yếu tố quan trọng nhất trong khách sạn phải kể đến hệ thống buồng phòng cho khách của khách sạn. Hiện nay, khách sạn The Shine có tổng cộng 137 phòng thuộc 4 loại phòng là phòng Tổng thống, Suite, Deluxe và Superior. Bên cạnh đó, khách sạn có một nhà hàng với sức chứa cho hơn 1500 khách, một nhà hàng tiệc cưới với sức chứa từ 350-500 khách và một quầy bar nhỏ có sức chứa hơn 150 người.

Nếu dựa vào chức năng hoạt động, các khu vực trong khách sạn được phân chia như sau:

- Khu vực kỹ thuật

Bao gồm: Trung tâm xử lý và chứa nước, hệ thống làm lạnh trung tâm, trạm biến thế điện và khu máy phát điện, tổng đài điện thoại, bộ phận bảo dưỡng.

- Khu vực lối vào dành cho công vụ

Bao gồm: Chỗ tập kết và kiểm tra hàng cung ứng, cửa ra vào dành cho nhân viên, bộ phận cung ứng vật tư, nơi đổ rác.

- Khu vực kho và bếp

Bao gồm: Các kho hàng hóa vật tư, các kho thực phẩm, các buồng lạnh bảo quản thực phẩm; khu chuẩn bị, sơ chế và chế biến các món ăn; nơi rửa bát đĩa.

- Khu vực dành cho sinh hoạt của nhân viên

Bao gồm: phòng họp nhỏ, phòng ăn của nhân viên, phòng thay quần áo, phòng tắm, nhà vệ sinh

- Khu vực nhà hàng

Bao gồm: Nhà hàng, quầy bar, phòng tiệc cưới, gian làm việc của các nhân viên bộ phận nhà hàng.

- Khu vực phòng ngủ

Bao gồm: Khu vực buồng ngủ cho khách, các phòng trực tầng, các phòng dành cho nhân viên phục vụ buồng

- Khu vực giặt là

Bao gồm: Khu vực giặt và là, kho trang thiết bị phục vụ giặt là.

- Khu vực phòng làm việc

Bao gồm: Các phòng làm việc của ban giám đốc khách sạn, các phòng làm việc của các bộ phận phòng ban khác,

- Khu vực cửa ra vào chính

Bao gồm: Sân đón tiếp và quầy lễ tân

- Khu vực thương mại và dịch vụ

Bao gồm: Câu lạc bộ chăm sóc sức khỏe Star- nơi phục vụ dịch vụ massage và spa, phòng tập gym, bể bơi.

- Khu vực hội nghị

Bao gồm: Sân đón tiếp khách hội nghị hội thảo, phòng họp lớn và các phòng họp nhỏ, kho máy móc và thiết bị phục vụ chuyên dùng, nhà vệ sinh.

Nhìn chung, khách sạn The Shine đã có sự phân bố hợp lý các khu vực hoạt động của khách sạn, nhân viên giữa các bộ phận có thể dễ dàng giao lưu, hợp tác trong công việc. Đồng thời đảm bảo tiết kiệm tối đa sức lao động của nhân viên thực hiện các công việc tại các bộ phận chức năng; giúp cho việc kiểm tra, giám sát và quản lý một cách thuận lợi; đảm bảo sự lưu thông tương đối tách biệt giữa khách và nhân viên.

Tuy nhiên, một số khu vực hoạt động của khách sạn lại có diện tích tương đối nhỏ, chưa thực hiện được tối đa chức năng của mình. Ví dụ như bãi đỗ xe của khách sạn có diện tích khá khiêm tốn. Nếu có quá nhiều ô tô cần đỗ lại cùng một lúc thì khách sạn phải mượn tạm bãi đỗ xe của trung tâm ở gần đó. Điều này đã gây ra một vài bất tiện cho khách lưu trú tại khách sạn cũng như phát sinh thêm chi phí không cần thiết cho khách sạn.

Bên cạnh các khu vực hoạt động, cơ sở sở vật chất kỹ thuật của khách sạn còn bao gồm các hệ thống kỹ thuật cơ bản trong khách sạn:

- Hệ thống cung cấp nước

Gồm hệ thống ống dẫn và các van khóa, hồ chứa và bể lọc, máy bơm.

- Hệ thống thoát nước

Gồm hệ thống ống và công thoát nước, bể lọc và xử lý sơ bộ nước thải.

- Hệ thống làm lạnh

Gồm hệ thống làm lạnh trung tâm cho phép khí hỏa lỏng được dẫn từ hai trung tâm lạnh chung theo đường ống tới những nơi có nhu cầu sử dụng và hệ thống làm lạnh cục bộ bao gồm các máy điều hòa nhiệt độ được bố trí ở các vị trí cần thiết.

- Hệ thống cung cấp nước nóng

Gồm các bình nóng lạnh được đặt tại các buồng phòng cho khách và ở các vị trí cần thiết.

- Hệ thống thông hơi

Gồm hệ thống ống thông hơi và quạt máy

- Hệ thống thoát khói nhà bếp

Gồm hệ thống ống thông hơi và chụp hứng khói, bộ lọc, quạt hút.

- Hệ thống điện

Gồm trạm biến thế điện, máy phát điện, hệ thống dây dẫn và ổ cắm điện, hệ thống bảng phân phối điện, cầu dao, cầu chì, đồng hồ điện

- Hệ thống tivi

Gồm hệ thống dây dẫn và ổ cắm, tivi lắp đặt tại các phòng ngủ.

- Hệ thống điện thoại

Gồm tổng đài trung tâm, các máy điện thoại phụ và bộ đàm liên lạc.

- Hệ thống thang máy

Gồm thang chở người và thang phục vụ chở hàng.

- Hệ thống phòng chữa cháy

Gồm hệ thống ống dẫn nước và các van khóa, các hộp chữa cháy.

Nhận xét chung, hệ thống cơ sở kỹ thuật tại khách sạn The Shine khá đầy đủ và hiện đại, thường xuyên được bảo trì, bảo dưỡng; đã đáp ứng được các nhu cầu của khách lưu trú và các hoạt động trong khách sạn.

2.3.1.3. *Đội ngũ lao động*

Một trong những nhân tố quan trọng hàng đầu ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn The Shine là đội ngũ lao động của khách sạn.

Bảng 3: Số lượng lao động của khách sạn phân theo trình độ học vấn

Trình độ học vấn	Năm 2020		Năm 2021	
	Số lượng lao động (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng lao động (người)	Tỷ lệ (%)
Đại học	52	47,7	45	53,6
Cao đẳng	30	27,5	21	25
Trung cấp	15	13,8	10	11,9
Lao động phổ thông	12	11	8	9,5
Tổng	109	100	84	100

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự của khách sạn The Shine)

Dựa theo bảng số liệu trên đây, có thể thấy số lượng người lao động chính thức của khách sạn The Shine còn hơi thấp so với tiêu chuẩn của một khách sạn 4 sao. Năm 2021, số lượng lao động của khách sạn là 84 người, giảm 25 người so với năm 2020. Có sự suy giảm số lượng như trên bởi vì trong thời điểm dịch bệnh bùng phát căng thẳng, lượng khách đến khách sạn không nhiều, khách sạn buộc phải cắt giảm nhân lực để giảm thiểu chi phí. Song, bên cạnh nguồn lao động chính thức, khách sạn cũng có một lượng nhỏ lao động part-time thời vụ bên ngoài để đáp ứng nhu cầu trong mùa cao điểm.

Có thể thấy nhìn chung đội ngũ lao động của khách sạn có trình độ học vấn cao. Tỷ lệ người lao động có trình độ đại học và cao đẳng chiếm tỷ lệ cao hơn so với tỷ lệ người lao động có trình độ trung cấp và lao động phổ thông. Điều này sẽ góp phần tạo nên môi trường làm việc chuyên nghiệp hơn cho khách sạn.

Về cơ bản, cơ cấu lao động của khách sạn là cơ cấu trẻ, năng động và cần cù trong công việc. Số nhân viên được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ chiếm phần lớn. Khách sạn cũng thường xuyên mở các lớp đào tạo các kỹ năng giao tiếp, ứng xử và ngoại ngữ, tin học cho nhân viên, từ đó trình độ của nhân viên được nâng cao hơn, chất lượng nguồn nhân lực của khách sạn tốt hơn, đảm bảo đem đến sự hài lòng cho khách hàng.

2.3.1.4. Hệ thống sản phẩm, dịch vụ của khách sạn

Các sản phẩm dịch vụ là cốt lõi mang lại hiệu quả kinh doanh cho khách sạn, tiêu biểu là dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác. Các yếu tố về giá cả, số lượng, chất lượng của sản phẩm dịch vụ tác động quan trọng đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

- Dịch vụ lưu trú

Khách sạn The Shine có tổng cộng 137 phòng với đầy đủ trang thiết bị tiện nghi, hiện đại đạt tiêu chuẩn 4 sao quốc tế.

Bảng 4: Bảng giá phòng của khách sạn The Shine

Loại phòng		Số lượng	Giá phòng (VNĐ/đêm)	
			Năm 2020	Năm 2021
Superior (Phòng Hạng ưu)	Superior Single	15	1.900.000	1.700.000
	Superior Twin	11	2.100.000	1.800.000
	Superior Double	18	2.300.000	1.950.000
Deluxe Twin (Phòng Hạng sang)	Deluxe Single	15	2.550.000	2.100.000
	Deluxe Twin	18	2.800.000	2.300.000
	Deluxe Double	14	2.900.000	2.500.000

The Shine Suite (Phòng VIP Shine)	Suite Single	13	3.500.000	3.000.000
	Suite Twin	15	4.100.000	3.800.000
	Suite Double	15	4.200.000	3.900.000
Presidential Suite (Phòng Tổng thống)	Single/Twin/Double	3	7.600.000	7.000.000

(Nguồn: Bộ phận buồng phòng của khách sạn The Shine)

Dựa theo bảng trên, có thể thấy loại phòng Deluxe có số lượng phòng lớn nhất với 47 phòng, tiếp đó là loại phòng Suite với số lượng 44 phòng và Superior với 43 phòng, cuối cùng là phòng Tổng thống với 3 phòng. Về cơ bản, sự sắp xếp như vậy tương đối phù hợp với thị trường khách mà khách sạn hướng tới là khách công vụ và khách thương gia – đối tượng khách có khả năng chi trả cao và thời gian lưu trú dài.

Bên cạnh đó, cũng có thể thấy, giá phòng trong năm 2020 là từ 1.900.000 đồng đến 7.600.000 đồng trên một đêm. Nhưng sang năm 2021, giá phòng đã có sự thay đổi, chỉ còn từ 1.700.000 đồng đến 7.000.000 đồng trên một đêm. Khách sạn đã giảm giá phòng nhằm tăng lượng khách đến khách sạn trong thời điểm dịch bệnh và du lịch “đóng băng”

Các phòng trong khách sạn đều được bố trí hợp lý, lịch sự, thoáng mát với nội thất cao cấp. Mỗi loại phòng đều có cách trang trí với màu sắc khác nhau nhưng nhìn chung đều trang nhã, mang lại cảm giác sang trọng, ấm áp. Mỗi phòng đều được cung cấp đầy đủ các trang thiết bị tiện nghi hiện đại, bao gồm: Wifi, két an toàn, máy sấy tóc, TV màn hình phẳng, điện thoại, điều hòa không khí, đồ vệ sinh cá nhân miễn phí, báo thức, tủ quần áo, khăn tắm, áo choàng, giá treo quần áo, minibar, dép, truyền hình cáp, ấm đun nước điện, đồ vải, cân điện tử. Đối với loại phòng Suite và phòng Tổng thống, sẽ có một phòng khách gồm một bộ ghế sofa cao cấp và bàn tiếp khách tách biệt với phòng ngủ. Riêng với loại phòng Tổng

thống sẽ được bố trí thêm phòng bếp với đầy đủ các đồ dùng thiết yếu, được đánh giá như một căn nhà hoàn chỉnh

- Dịch vụ ăn uống

Trong lĩnh vực kinh doanh ăn uống, hiện nay khách sạn đang hoạt động nhà hàng The Galaxy và phòng tiệc cưới The Light

Nhà hàng The Galaxy nằm ở tầng 19 của khách sạn, được chia thành 3 khu vực chính là khu vực nhà hàng quốc tế, khu vực phòng ăn riêng và quầy Bar. Với sức chứa cho hơn 1500 khách, nhà hàng mang phong cách Tây Âu sang trọng với đa dạng các món ăn Âu-Á-Việt. Hai hình thức phục vụ chính trong nhà hàng là gọi món và buffet. Quầy bar nằm trong một khu vực riêng tách biệt của nhà hàng với tông màu tối và cổ kính, quầy bar nổi tiếng với các loại cocktail cổ điển.

Phòng tiệc cưới The Light được bố trí với những trang thiết bị mới nhất, âm thanh ánh sáng chuẩn của Đức. Với sức chứa lên tới 500 người, trung tâm tiệc cưới đảm bảo mang lại cho khách hàng một đám cưới “Đặc Biệt – Sang Trọng – Đẳng Cấp”.

- Các dịch vụ bổ sung

Ngoài hai lĩnh vực kinh doanh chính là lưu trú và ăn uống, khách sạn còn kinh doanh một số dịch vụ bổ sung như: Hội nghị hội thảo, câu lạc bộ chăm sóc sức khỏe The Star, dịch vụ đưa đón sân bay, dịch vụ giặt là, dịch vụ thuê xe, dịch vụ đặt tour, dịch vụ đổi tiền,... Các dịch vụ trên đều đã được đưa vào hoạt động và mang lại hiệu quả tương đối cao. Song, khách sạn còn thiếu dịch vụ thư kí và dịch vụ đổi tiền thì vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế. Đây là hai dịch vụ rất cần thiết cho hoạt động kinh doanh của khách sạn khi rất nhiều khách thương gia của khách sạn cần dịch vụ thư kí và số lượng khách nước ngoài đến khách sạn tương đối lớn.

2.3.1.5. Các nhân tố khác

- Môi trường kinh tế, chính trị - xã hội

Hiện nay, nền kinh tế Việt Nam đang có những bước chuyển mình mạnh mẽ theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tập trung vào các ngành kinh tế mũi nhọn là công nghiệp và dịch vụ. Qua đó tạo điều kiện cho ngành du lịch nói chung và ngành kinh doanh khách sạn nói riêng có môi trường để phát triển. Bên cạnh đó, cùng với môi trường chính trị - xã hội trong nước bình ổn và đường lối ngoại giao là đẩy mạnh hợp tác và đầu tư quốc tế, Chính phủ đã có những hoạt động tích cực nhằm tạo ra môi trường kinh doanh đầy tiềm năng cho các doanh nghiệp khách sạn du lịch như đơn giản hóa thủ tục xuất nhập cảnh cho du khách thuộc khối ASEAN, kêu gọi các công ty nước ngoài đầu tư tại Việt Nam... Điều này đã thu hút một số lượng lớn khách du lịch đến Việt Nam, đặc biệt là khách công vụ và thương gia. Họ là một trong những khách hàng mang lại nguồn doanh thu lớn cho khách sạn.

Thành phố Hải Phòng là một trong những trung tâm kinh tế xã hội lớn của khu vực miền Bắc nói riêng và trên cả nước nói chung. Với tốc độ tăng trưởng cao, trong những năm gần đây, thành phố cảng luôn là điểm thu hút các doanh nghiệp, các chuyên gia trong và ngoài nước đến đầu tư và phát triển. Có thể kể đến một số khu công nghiệp lớn như KCN V-Sip, KCN Nomura, KCN Tràng Duệ, KCN Đình Vũ... Cùng với đó, thành phố Hoa Phượng Đỏ cũng rất được thiên nhiên ưu ái khi sở hữu những cảnh quan thiên nhiên đẹp như bãi biển Đồ Sơn, đảo Hòn Dấu, quần đảo Cát Bà, vịnh Lan Hạ - một trong những vịnh đẹp nhất trên thế giới... Có thể thấy, thành phố Hải Phòng có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch ở hiện tại và trong tương lai. Bên cạnh đó, Sở du lịch thành phố luôn có các chính sách khuyến khích, các hoạt động thúc đẩy để du lịch của thành phố có thêm điều kiện vươn xa hơn nữa. Không thể phủ nhận đây chính là cơ hội vô cùng lớn để các doanh nghiệp khách sạn như khách sạn The Shine có thể phát triển lâu dài.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi trên đây, vẫn còn một số khó khăn lớn mà khách sạn The Shine phải đương đầu. Tiêu biểu là mức thuế phải đóng cho

ngành khách sạn còn rất cao khiến các doanh nghiệp khách sạn phải chịu một mức chi phí khá lớn.

- **Tình hình cạnh tranh**

Từ chính sách mở cửa của Nhà nước đã tạo cơ hội đầu tư rất lớn cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực khách sạn cùng với Hải Phòng là một trong những trung tâm kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa lớn của cả nước và là một thành phố rất năng động. Do đó, số lượng khách sạn đã và đang hoạt động trên địa bàn thành phố Hải Phòng là tương đối nhiều, phải kể đến là khách sạn Lạch Tray, khách sạn Vinpearl, khách sạn Hữu Nghị, khách sạn Harbour View,... Chính vì vậy, là một khách sạn “sinh sau đẻ muộn”, khách sạn The Shine phải đối mặt một môi trường cạnh tranh rất khốc liệt. Điều đó buộc khách sạn phải xác định được hướng đi đúng đắn, có những chiến lược kinh tế hợp lý để giúp khách sạn có vị thế chắc chắn và đứng vững trên thị trường.

- **Chính sách Marketing**

Để đạt hiệu quả tối đa trong kinh doanh, khách sạn luôn cần xác định và xây dựng một chính sách marketing hợp lý và tối ưu nhất. Hiện nay, khách sạn The Shine đang xây dựng và áp dụng chiến lược marketing-mix (4P) trong các hoạt động kinh doanh, bao gồm: sản phẩm (Product), giá cả (Price), phân phối (Place) và xúc tiến (Promotion).

Đối với chiến lược sản phẩm: Trong lĩnh vực kinh doanh lưu trú, vào thời gian đầu khách sạn đi vào hoạt động thì loại phòng cao cấp như Suite và phòng Tổng thống đạt hiệu quả cao, nhưng trong năm 2021, đa phần khách tới khách sạn chuyển sang lựa chọn hai loại phòng là Superior và Deluxe. Sở dĩ có sự chuyển đổi này phần lớn vì lí do khách quan từ dịch bệnh Covid-19 khiến khả năng chi trả của

khách giảm xuống. Trước tình hình này, khách sạn thực hiện chiến lược tăng thêm một số dịch vụ miễn phí mới cho loại phòng Suite để thu hút thêm khách hàng như miễn phí trà chiều cùng một số bánh ngọt hoặc giảm 50% khi khách sử dụng các dịch vụ gym, spa trong câu lạc bộ chăm sóc sức khỏe. Trong lĩnh vực kinh doanh ăn uống, nếu trước khách sạn chủ yếu phục vụ các món Á và Âu thì hiện nay, xét thấy nhu cầu của khách có sự thay đổi, khách sạn quyết định đưa thêm nhiều món ăn truyền thống đa dạng vùng miền của Việt Nam hơn vào thực đơn.

Đối với chiến lược giá cả: Xét thấy tình hình dịch bệnh Covid 19 khiến du lịch bị đình trệ và khả năng chi trả của khách giảm đáng kể, khách sạn đã thực hiện chiến thuật giảm giá để tăng cầu. Có thời điểm, khách sạn đã phải giảm 50% giá phòng so với giá niêm yết để thu hút khách. Đây là chiến thuật hợp lý và chính xác để đảm bảo cho sự hoạt động của khách sạn trong thời kì kinh tế thế giới và trong nước gặp nhiều khó khăn vì dịch bệnh.

Đối với chiến lược phân phối: Từ việc xác định thị trường mục tiêu là khách công vụ và thương gia nên chiến thuật chính của khách sạn là sử dụng và tạo dựng các mối quan hệ. Hiện nay, nguồn khách chủ yếu của khách sạn vẫn đến từ mối quan hệ của ban lãnh đạo, đồng thời là sự kí kết hợp đồng lâu dài của khách sạn với một số doanh nghiệp lớn như LG Display, Nomura, Vietjet, Bamboo Airway... để các chuyên gia và đối tác của họ lưu trú tại khách sạn khi có công việc tại địa bàn thành phố. Bên cạnh đó, với thị trường mới của khách sạn là thị trường khách du lịch, khách sạn The Shine cũng đang nỗ lực mở rộng kênh phân phối qua các công ty du lịch lữ hành như VietTravel, SaigonTouirst...

Đối với chiến lược xúc tiến: Bên cạnh hình thức xúc tiến cũ là marketing và bán hàng trực tiếp, trong thời gian gần đây, khách sạn tập trung đẩy mạnh các hình thức quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như tivi, báo chí... và

mạng xã hội như Facebook, Instagram... để thu hút thêm khách du lịch vì đây là thị trường mới mà khách sạn đang muốn mở rộng.

- **Vốn**

Khách sạn The Shine trực thuộc Công ty Cổ phần Đầu tư Dịch vụ và Du Lịch Quang Minh.Kiệt. Chính vì vậy, có thể nói khách sạn có được một nguồn vốn đầu tư tương đối lớn. Công ty đóng góp rất lớn từ việc thu mua đến quá trình xây dựng cũng như đi vào hoạt động khách sạn. Từ đó đảm bảo cho cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn thường xuyên được bảo trì, sửa chữa và luôn mang chất lượng tốt nhất.

- **Công nghệ**

Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đòi hỏi các doanh nghiệp khách sạn phải thích ứng và biến đổi. Song nếu doanh nghiệp khách sạn có thể áp dụng công nghệ tiên tiến trong hoạt động kinh doanh thì khách sạn không chỉ có thêm nhiều cơ hội tiếp cận khách hàng mà còn giúp hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao hơn nhiều lần. Xác định được điều đó, ngay từ khi thành lập, khách sạn The Shine đã tạo dựng một website và một trang Facebook riêng, đồng thời đẩy mạnh quảng bá trên các ứng dụng mạng xã hội. Qua đó có thể quảng cáo rộng rãi hình ảnh của khách sạn, đồng thời tạo điều kiện cho khách có thể dễ dàng và thuận tiện khi đặt phòng tại khách sạn.

Bên cạnh đó, khách sạn cũng áp dụng một số ứng dụng công nghệ trong việc quản lý tại khách sạn. Công việc quản lý và điều hành trở nên dễ dàng hơn khi khách sạn yêu cầu nhân viên tải một số ứng dụng chuyên dụng cho từng bộ phận. Bộ đàm và camera cũng trở thành những vật dụng thiết yếu trong hoạt động của khách sạn. Một số thiết bị công nghệ tiên tiến cũng đã được lắp đặt như tivi màn hình led hiện đại trong mỗi phòng ngủ, vòi nước tự động,...

- **Quy trình phục vụ**

Dựa theo khảo sát về sự hài lòng của khách khi lưu trú tại khách sạn, có thể thấy đa số khách rất hài lòng và tương đối hài lòng với chất lượng dịch vụ và quy trình phục vụ của khách sạn The Shine. Đội ngũ lao động chất lượng cao cùng với sự quản lý chặt chẽ, nghiêm minh, khéo léo đã tạo ra quy trình phục vụ đầy tính chuyên nghiệp nhưng vẫn rất nhiệt tình, thân thiện cho khách.

- Cách thức quản lý

Theo như cơ cấu tổ chức của khách sạn đã nói ở phần 2.1.2, khách sạn được chia thành 7 bộ phận chính. Đứng đầu khách sạn và chịu trách nhiệm quản lý cao nhất là Ban Lãnh đạo, trong đó Giám đốc điều hành có nhiệm vụ bao quát toàn bộ hoạt động của khách sạn. Dưới là các bộ phận khác nhau – mỗi bộ phận đều là những mắt xích liên kết chặt chẽ với nhau và đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với khách sạn. Mỗi bộ phận đều có một trưởng bộ phận giám sát chặt chẽ hoạt động của bộ phận đó.

Nhìn chung, cơ cấu tổ chức và cách thức quản lý của khách sạn là gọn nhẹ, đem lại hiệu quả cao trong hoạt động kinh doanh, đảm bảo được tính thống nhất và tính phối hợp hoạt động giữa các bộ phận.

2.3.2. Các chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh của khách sạn The Shine

2.3.2.1. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp

Đây là chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cơ bản nhất, được đo bằng tỷ số giữa tổng doanh thu du lịch với tổng chi phí cho du lịch. Chỉ tiêu này cho ta biết nếu bỏ ra một đồng chi phí thì sẽ thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

Bảng 5: Chỉ tiêu hiệu quả tổng hợp

	TD (Tỷ đồng)	TC (Tỷ đồng)	H
Năm 2020	41,865	35,18	1,19
Năm 2021	54,235	45,385	1,195

(Nguồn: Phòng kế toán của khách sạn The Shine)

Trong đó: H_1 : Hiệu quả kinh tế tổng hợp

TD: tổng doanh thu của khách sạn trong kỳ phân tích

TC: tổng chi phí của khách sạn trong kỳ phân tích

Dựa theo công thức: $H = TD/TC$, theo đó, nếu $H > 1$ có nghĩa là doanh nghiệp kinh doanh có lãi, còn nếu $H < 1$ thì doanh nghiệp kinh doanh lỗ. Như vậy bảng 5 đã giúp ta thấy khái quát được về hiệu quả kinh doanh của khách sạn The Shine trong 2 năm kể từ khi đi vào hoạt động. Trong năm 2020, hiệu quả kinh tế tổng hợp của khách sạn đạt 1,19. Điều đó có nghĩa là khi 1 tỷ đồng chi phí bỏ ra thu được 1,19 tỷ đồng doanh thu đem về, đồng nghĩa doanh nghiệp đã lãi 190 triệu đồng. Sang năm 2021, do dịch Covid-19 nên hiệu quả kinh doanh cũng không quá nhiều khác biệt so với năm 2020. Mặc dù nhìn chung, hiệu quả kinh doanh như vậy đối với một khách sạn 4 sao còn rất thấp nhưng trong tình hình dịch bệnh căng thẳng, khi nhiều khách sạn thậm chí phải đóng cửa kinh doanh thì có thể thấy, khách sạn The Shine đã rất cố gắng để duy trì kinh doanh ổn định và vẫn phải đối mặt với tình trạng lỗ vốn. Song trong thời gian tới, khi du lịch đã được mở cửa và dịch bệnh đã gần như được khống chế hoàn toàn, khách sạn cần có các biện pháp phù hợp để thích ứng hoàn cảnh và tăng hiệu quả kinh doanh cao hơn nữa.

2.3.3.2. Chỉ tiêu lợi nhuận, doanh lợi

Chỉ tiêu lợi nhuận, doanh lợi là hai chỉ tiêu thể hiện mức lợi nhuận mà khách sạn thu được trong một thời kỳ nhất định. Đồng thời thể hiện mức độ tận dụng chi phí, vốn sản xuất kinh doanh trong quá trình kinh doanh. Với khách sạn The Shine, lợi nhuận được tính bằng số tuyệt đối theo công thức $L = D - C$, còn doanh lợi được tính bằng tỷ lệ phần trăm giữa tổng số lợi nhuận thu được trong một năm và tổng chi phí trong thời kỳ đó.

Bảng 6: Chỉ tiêu lợi nhuận, doanh lợi của khách sạn The Shine

	Lợi nhuận (tỷ đồng)	Doanh lợi theo chi phí (%)
Năm 2020	6,685	19
Năm 2021	8,85	19,5

(Nguồn: Phòng kế toán của khách sạn The Shine)

Qua bảng trên có thể thấy năm 2020, khách sạn có mức lợi nhuận tương đối cao với 6,685 tỷ đồng và mức doanh lợi theo chi phí là 19%. Điều này cho thấy khách sạn đã tận dụng chi phí khá tốt. Đến năm 2021, mức lợi nhuận và doanh lợi lại có xu hướng tăng hơn so với năm trước nhưng không nhiều. Qua đó, khách sạn nên sử dụng chi phí một cách hiệu quả và linh hoạt hơn để trong những năm sau, lợi nhuận và doanh lợi có thể đạt được con số mục tiêu mà khách sạn đã đề ra.

2.3.2.3. Công suất sử dụng buồng, phòng

Ngoài các chỉ tiêu trên, công suất sử dụng buồng, phòng là một trong số những chỉ tiêu đặc trưng để đánh giá hiệu quả kinh doanh trong ngành kinh doanh khách sạn. Công suất sử dụng buồng phòng được tính bằng tỷ lệ phần trăm giữa số ngày buồng sử dụng và số ngày buồng thiết kế.

Bảng 7: Công suất sử dụng buồng, phòng của khách sạn The Shine

	B _{TK} (ngày buồng)	B _{SD} (ngày buồng)	C _B (%)
Năm 2020	25.003	12.960	51,8
Năm 2021	50.142	41.100	81,97

(Nguồn: Bộ phận lễ tân của khách sạn The Shine)

Trong đó: C_b: Công suất sử dụng buồng, phòng

B_{SD}: Số ngày buồng sử dụng thực tế

B_{TK}: Số ngày buồng theo thiết kế

Qua bảng trên, có thể thấy công suất sử dụng buồng phòng khách sạn trong năm 2020 chỉ đạt được hơn một nửa, cụ thể là 51,8%, nhìn chung đây là một con

số không cao. Nguyên nhân khiến công suất sử dụng buồng phòng của khách sạn trong năm 2020 khá thấp phần lớn vì thời điểm đó khách sạn mới đi vào hoạt động nên nguồn khách còn hạn chế và chưa có nhiều đối tác.

Sang năm 2021, công suất sử dụng buồng phòng của khách sạn tương đối lớn với 81,97%. Có được con số này bởi vì thị trường khách chủ yếu của khách sạn là khách công vụ nên ít bị chịu tác động của tính thời vụ như khách du lịch và thời gian lưu trú thường khá dài. Thậm chí, vì lí do dịch bệnh, nhiều khách hàng nước ngoài không thể trở về nước nên tiếp tục thuê phòng tại khách sạn với thời gian lâu hơn dự kiến. Nên điều này đã trở thành một cơ hội cho khách sạn khi tăng được số ngày buồng sử dụng và doanh thu.

2.3.2.4. Thời gian lưu lại trung bình

Thời gian lưu lại trung bình của khách lưu trú tại khách sạn cũng là một trong những chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Khách sạn có thể giữ chân khách trong một thời gian dài có thể vì dịch vụ đa dạng, chất lượng dịch vụ tốt mang lại sự hài lòng và yêu mến của khách hoặc vì thị trường khách công vụ có nhu cầu ở dài ngày...

Bảng 8: Thời gian lưu lại trung bình của một khách tại khách sạn The Shine

	Tổng ngày khách	Tổng lượt khách	T _{LL}
Năm 2020	38.140	12.713	3
Năm 2021	76.494	16.536	5

(Nguồn: Bộ phận Lễ tân của khách sạn The Shine)

Trong đó: T_{LL}: thời gian lưu lại trung bình của một khách

Từ bảng trên, có thể thấy thời gian lưu lại trung bình của khách lưu trú tại khách sạn The Shine có sự thay đổi trong thời kỳ 2020-2021. Cụ thể, nếu năm 2020, một khách có thời gian lưu lại trung bình chỉ là 3 ngày thì đến năm 2021, thời gian tăng lên thành 5 ngày. Có sự thay đổi này bởi lẽ trong năm 2021 bùng

phát nhiều đợt dịch bất chợt hơn so với năm 2020, đi kèm với những đợt dịch đó là những chính sách “nội bất xuất, ngoại bất nhập” khiến nhiều khách của khách sạn không thể di chuyển sang thành phố hoặc đất nước khác mà buộc phải tiếp tục lưu trú tại khách sạn. Điều này đã giúp kéo dài thời gian lưu lại trung bình của khách trong năm 2021 so với năm trước đó. Tuy nhiên, khi dịch bệnh được kiểm soát, để có thể tăng thời gian lưu trú của khách thì khách sạn sẽ cần có nhiều nỗ lực hơn trong hoạt động kinh doanh và đa dạng hóa dịch vụ của mình.

2.3.2.5. Chi phí trung bình cho một ngày khách

Chỉ tiêu này cho thấy khách sạn phải bỏ ra trung bình bao nhiêu tiền cho một ngày khách. Nếu chi phí trung bình càng thấp thì hiệu quả kinh doanh của khách sạn càng cao.

Bảng 9: Chi phí trung bình cho một ngày khách tại khách sạn The Shine

	Tổng chi phí (VNĐ)	Tổng ngày khách (ngày)	C_{TB} (VNĐ)
Năm 2020	35.180.400.000	38.140	922.402
Năm 2021	45.385.210.000	76.494	593.317

(Nguồn: Bộ phận Kế toán của khách sạn The Shine)

Trong đó: C_{TB} : Chi phí trung bình cho một ngày khách

Dựa vào bảng 9, có thể thấy trong năm 2020, khách sạn cần bỏ ra trung bình khoảng 922.402 đồng cho một ngày khách thì đến năm 2021, con số ấy chỉ còn 593.317 đồng. Dù sự chênh lệch không quá nhiều nhưng vẫn có thể thấy sự cố gắng

rất lớn của khách sạn trong việc giảm thiểu các chi phí phát sinh, Tuy nhiên, nhìn chung đây vẫn là một con số tương đối không khả quan đối với hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Bên cạnh những chi phí cố định không thể cắt giảm, khách sạn cần có sự linh hoạt hơn nữa trong việc cân đối các loại chi phí khác để tăng hiệu quả kinh doanh cao hơn nữa trong những năm sắp tới.

2.3.2.6.. Lợi nhuận trung bình một ngày khách

Chỉ tiêu lợi nhuận trung bình một ngày khách cho biết trung bình với một ngày khách thì khách sạn thu về được bao nhiêu lợi nhuận, được tính bởi tỉ số giữa tổng lợi nhuận và tổng ngày khách. Lợi nhuận càng lớn cho thấy khách sạn kinh doanh càng hiệu quả.

Bảng 10: Lợi nhuận trung bình cho một ngày khách tại khách sạn The Shine

	Tổng lợi nhuận (đồng)	Tổng ngày khách (ngày)	L_{TB}
Năm 2020	20.121.150.000	38.140	527.560
Năm 2021	26.546.390.000	76.494	347.038

Trong đó: L_{TB} : Lợi nhuận trung bình cho một ngày khách

Có thể tính được năm 2020, khách sạn có lợi nhuận trung bình một ngày khách khoảng 527.560 đồng. Mức lợi nhuận này tương đối thấp so với một khách sạn 4 sao như khách sạn The Shine. Song, đến năm 2021, con số này thậm chí còn giảm xuống, còn khoảng 347.038 đồng cho một ngày khách, báo hiệu tình hình kinh doanh chưa thực sự đạt được hiệu quả của khách sạn.

2.4. Đánh giá hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine

2.4.1. Mặt ưu điểm

Những năm gần đây, Hải Phòng luôn là một điểm đến lý tưởng để các doanh nghiệp đầu tư và các du khách trong và ngoài nước có cơ hội khám phá những nét

độc đáo về du lịch. Đây có thể coi là một lợi thế rất lớn, ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của khách sạn The Shine. Bên cạnh đó, khách sạn có rất nhiều thuận lợi trong vị trí của mình khi gần sân bay, gần trung tâm thành phố, gần các điểm du lịch và gần các trung tâm mua sắm vui chơi giải trí.

Do mới đi vào hoạt động nên cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn còn rất mới, ít bị hỏng hóc. Các trang thiết bị trong khách sạn cũng được trang bị đầy đủ, hiện đại, đạt tiêu chuẩn của khách sạn 4 sao.

Nguồn khách đến khách sạn đa phần là khách công vụ và khách thương gia. Đây là đối tượng khách có khả năng chi trả cao, thời gian lưu trú dài và ít bị chịu tác động từ tính thời vụ.

Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý của khách sạn tương đối gọn nhẹ và linh hoạt, đã đưa ra được nhiều biện pháp tối ưu và chính xác để phát triển hiệu quả kinh doanh của khách sạn trước tình hình thế giới và đất nước đang có nhiều biến động.

Đội ngũ nhân viên của công ty đem lại lợi thế lớn: bên cạnh những cán bộ nhân viên có kinh nghiệm lâu năm trong nghề, có trình độ chuyên môn cao, chuyên nghiệp là những người trẻ chăm chỉ lại nhiệt huyết, năng động, luôn tạo cho khách hàng sự thoải mái và thân thiện khi lưu trú tại khách sạn.

Đối với hoạt động kinh doanh của khách sạn, có thể thấy khách sạn đã biết cách tận dụng tốt nguồn vốn, tài chính và mối quan hệ của mình. Cùng với đó, điểm mạnh của khách sạn là có công suất sử dụng buồng phòng khá cao, số ngày khách cũng tương đối lớn so với các khách sạn khác trong khu vực.

2.4.2. Mặt hạn chế

Bên cạnh những thuận lợi giúp khách sạn phát triển thì khách sạn cũng phải đối mặt với những khó khăn nhất định:

Vì khách sạn The Shine là một khách sạn mới được thành lập hơn 2 năm nên thị trường của khách sạn tuy khá ổn định nhưng không đa dạng và có phần eo hẹp.

Mở rộng thị trường có đóng góp rất lớn từ các nhân viên ở bộ phận kinh doanh nhưng hiện tại nhân viên sale ở bộ phận này còn khá ít nên việc mở rộng thị trường còn gặp nhiều khó khăn.

Hoạt động marketing chưa đạt hiệu quả tối đa khiến việc mở rộng khách hàng còn hạn chế. Trong một số thời điểm như ngày lễ, khi khách sạn có tiệc, có hội nghị lớn hoặc khi khách sạn thực hiện các chương trình ưu đãi, quảng cáo, các hoạt động marketing, chăm sóc khách hàng thì không đủ nhân lực để thực hiện.

Do đó, có thể thấy đội ngũ nhân viên của khách sạn ở một số bộ phận còn tương đối ít, chưa đáp ứng được hết công suất công việc trong khách sạn. Khách sạn cũng đang gặp nhiều vấn đề trong tuyển dụng, vẫn còn một số lao động trong khách sạn chưa đủ kinh nghiệm, thiếu ngoại ngữ, đây là điểm bất lợi khi khách nước ngoài lưu trú tại khách sạn không phải là ít.

Thành phố Hải Phòng đổi mới và phát triển, thu hút thêm càng nhiều các doanh nghiệp đầu tư trong lĩnh vực khách sạn. Điều đó khiến cho khách sạn The Shine phải đối đầu với một số lượng lớn đối thủ cạnh tranh.

Khuôn viên khách sạn tương đối nhỏ nên gặp nhiều hạn chế khi xây sửa và mở rộng quy mô. Khu vực bãi đỗ xe còn chưa đủ lớn để đáp ứng nhu cầu sử dụng.

Đặc biệt, trong hai năm 2020 và 2021, dịch bệnh Covid-19 đã có ảnh hưởng rất nghiêm trọng tới hoạt động kinh doanh của khách sạn. Việc giãn cách xã hội, hạn chế di chuyển, những đợt dịch bùng phát đột ngột với số ca mắc cao dễ lan rộng đã khiến cho lượng khách tại khách sạn giảm rõ rệt so với kế hoạch đặt ra trước đó, doanh thu không khả quan gây ra tình trạng kinh doanh không phát triển.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 2:

Qua chương 2, tác giả tìm hiểu về thực trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn The Shine trong thời gian từ khi khách sạn đi vào hoạt động đến nay và có những đánh giá cơ bản về hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn. Nhìn chung, qua một số chỉ tiêu (chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh tổng hợp, chỉ tiêu lợi nhuận, công suất buồng phòng,...), có thể thấy trong hai năm đi vào hoạt động, khách sạn đã đảm bảo được hoạt động kinh doanh có hiệu quả và thu được khoản lợi nhuận nhất định. Tuy nhiên, do nhân tố khách quan là dịch bệnh Covid-19 chi phối, hoạt động kinh doanh của khách sạn bị ảnh hưởng nghiêm trọng, không đạt được hiệu quả phù hợp với tiềm lực và kế hoạch đề ra, gây ra một số tổn thất. Bên cạnh đó, tác giả cũng nhìn nhận được một số ưu điểm và hạn chế mà khách sạn còn tồn tại trong hoạt động kinh doanh. Đây sẽ là cơ sở để tác giả đề xuất các giải pháp trong chương 3 nhằm giải quyết mặt tồn tại mà doanh nghiệp khách sạn đang gặp phải.

CHƯƠNG 3 : MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN THE SHINE

3.1. Định hướng phát triển của khách sạn The Shine

Khách sạn The Shine mới được thành lập nên còn gặp những khó khăn nhất định khi phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh khác nhau, những biến động của bên ngoài ảnh hưởng đến khách sạn, ... nên để duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt

động kinh doanh thì khách sạn cần có những phương hướng phát triển cụ thể như sau:

Thứ nhất, khách sạn tiếp tục củng cố và giữ vững thị trường mục tiêu hiện có là khách công vụ và khách thương gia, đồng thời mở rộng và phát triển thêm các thị trường khác như thị trường khách du lịch, thị trường khách nội địa, thị trường khách Châu Âu, thị trường khách Trung Đông,...

Thứ hai, đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ, mở rộng và nâng cao chất lượng các dịch vụ ăn uống, lưu trú, dịch vụ khác và đầu tư ứng dụng CNTT, hình thành hệ thống kinh doanh hoàn chỉnh, tạo đà cho doanh nghiệp phát triển bền vững trong những năm tiếp theo.

Thứ ba, tập trung mọi biện pháp tiếp tục đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn, nâng cao chất lượng các trang thiết bị, đổi mới công nghệ khi cần thiết.

Thứ tư, cải tiến quy trình phục vụ, thiết lập quy trình làm việc khoa học và hiệu quả, cải tạo môi trường khách sạn trong sạch và an toàn. Nâng cao trình độ chất lượng của nhân viên thông qua các lớp đào tạo về nghiệp vụ và ngoại ngữ. Song song với đó là việc thu hút thêm nguồn nhân lực mới, trẻ, năng động và chuyên nghiệp.

3.2. Một số giải pháp

3.2.1. Đa dạng hóa sản phẩm, phát triển các sản phẩm mới

Sản phẩm khách sạn càng đa dạng không chỉ làm tăng vị thế của khách sạn cạnh tranh trên thị trường mà còn là một giải pháp để kéo dài thời gian lưu trú của khách, thu hút khách, góp phần làm tăng doanh thu của khách sạn. Trong thời gian tới, ngoài việc nâng cao chất lượng tốt hơn những dịch vụ hiện có, nghiên cứu phát triển dịch vụ mới và tạo cho dịch vụ của khách sạn có một dấu ấn riêng biệt là một nhiệm vụ cần thiết mà khách sạn cần chú trọng.

Đối với dịch vụ lưu trú, khách sạn có thể thêm nhiều loại phòng với các mức giá tiện nghi khác nhau cũng như thêm một số ưu đãi, dịch vụ đối với các loại phòng mới. Cần thường xuyên thay đổi cách trang trí trong phòng để tạo nên sự mới lạ cho khách. Có thể trang trí phòng dựa theo một số dịp đặc biệt để thu hút khách như Valentine, Noel,... Khách sạn có thể lựa chọn một số vật dụng trang trí cổ truyền, đậm nét văn hóa truyền thống Việt Nam nhưng vẫn hài hòa với kiến trúc và bài trí của khách sạn. Có thể kể đến như tranh vẽ cảnh đẹp đất nước, lọ hoa có họa tiết cổ truyền...

Đối với dịch vụ ăn uống, cần xây dựng thực đơn phong phú để có thêm nhiều lựa chọn cho khách hàng. Trong thực đơn, ngoài những món ăn Á- Âu thường thấy, khách sạn có thể thêm một số món ăn truyền thống ở một số vùng miền khác nhau của Việt Nam và thế giới, các món ăn chay, món ăn kiêng nếu khách hàng có yêu cầu. Bên cạnh đó, cần có chiến lược riêng hướng vào dân cư trong khu vực, khuyến khích các tầng lớp trung lưu và thượng lưu sử dụng dịch vụ ăn uống của khách sạn. Nâng cao hiệu quả hình thức ăn buffet bằng cách linh động trong thiết kế các món ăn phải phong phú, đa dạng, đổi mới từng ngày để làm hài lòng và tạo được hứng thú cho khách hàng.

Đối với các dịch vụ bổ sung, đây là mảng kinh doanh mang lại nguồn lợi khá cao nên khách sạn cần chú trọng vào mảng này hơn nữa. Khách sạn nên bổ sung thêm một số các dịch vụ, trang thiết bị cần thiết phục vụ cho dịch vụ cho thuê phòng họp và hội nghị. Cần bổ sung thêm dịch vụ phiên dịch, đổi tiền, thư ký cho đối tượng khách MICE. Cần mở rộng thêm một số dịch vụ vui chơi giải trí như sân tennis, khu vực chơi các trò chơi điện tử, tổ chức các sự kiện, các hoạt động văn hóa trong những dịp lễ đặc biệt... Điều này sẽ mang lại sự thỏa mãn và hài lòng cho khách khi lưu trú tại khách sạn, đặc biệt là khách công vụ khi họ rất cần những hoạt động giải trí như vậy sau khi làm việc căng thẳng.

Khách sạn cũng cần sẵn sàng thay đổi một số điểm trong cách thức phục vụ các dịch vụ cho khách. Ví dụ, nhân viên ở bộ phận nhà hàng của khách sạn sẽ mang bữa ăn đến tận phòng cho khách; một số dịch vụ bổ sung của khách sạn như massage, spa, make-up có thể thực hiện ngay tại phòng của khách,...

3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Để có được một đội ngũ nhân viên có đủ tiêu chuẩn, đủ khả năng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, mang đến cho họ những trải nghiệm tốt nhất và lưu lại cho họ một ấn tượng tốt đẹp về khách sạn, khách sạn The Shine cần hoàn thiện hơn nữa công tác quản lý của mình. Biện pháp chủ yếu cần thực hiện vẫn là duy trì chính sách đào tạo, huấn luyện nâng cao kỹ năng cho nhân viên, đồng thời tạo cho họ một môi trường làm việc tốt để từ đó có được thái độ chuyên nghiệp khi phục vụ khách hàng.

Khách sạn nên mở các lớp đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn cho nhân viên theo tiêu chuẩn của khách sạn vào mỗi 3 tháng một lần. Kết thúc khóa huấn luyện, khách sạn có thể có những biện pháp khen thưởng với những người xuất sắc để khích lệ nhân viên trong khách sạn cố gắng. Bên cạnh đó, tổ chức các khóa đào tạo tiếng Anh cho nhân viên theo từng bộ phận và từng cấp bậc (bao gồm cả nhân viên và quản lý), tạo mọi điều kiện để nhân viên nâng cao trình độ ngoại ngữ, có chế độ khuyến khích nhân viên tự học thêm ngoại ngữ.

Đồng thời, khách sạn cũng cần hoàn thiện công tác quản lý, thực hiện hình thức luân phiên trong công việc giữa các phòng ban tạo điều kiện cho nhân viên có cơ hội thông hiểu mọi hoạt động của khách sạn và có cơ hội học hỏi thêm những kỹ năng và kinh nghiệm khác, có động cơ phấn đấu thăng tiến trong công việc, tạo tâm lý thoải mái mới mẻ, tránh nhàm chán trong công việc, tạo sự cảm thông trong công việc giữa các phòng ban khác nhau, tăng cường hỗ trợ, hợp tác khi làm việc.

Qua đó, khách sạn cũng có cơ hội tìm ra được những nhân viên đa tài, xuất sắc nổi bật trong công việc để có chính sách đào tạo thích hợp.

Song song với đó, khách sạn cần có chế độ đãi ngộ hợp lý cho nhân viên trong một số dịp đặc biệt như các chương trình kỉ niệm, chuyến du lịch, chuyển đi dã ngoại và một số hoạt động tập thể ngoài trời khác. Đối với những nhân viên có khó khăn hoặc hoàn cảnh đặc biệt, khách sạn cũng cần có sự quan tâm. Từ đó có thể thúc đẩy tinh thần làm việc của nhân viên tốt hơn. Khuyến khích nhân viên tham gia vào quá trình ra quyết định của doanh nghiệp như tự quản về chất lượng, về các sáng kiến thực hiện công việc hiệu quả hơn, về đóng góp các ý kiến phản nàn... nhằm động viên sự năng động, tự chủ, sáng tạo của nhân viên.

Hiện tại là thời điểm dịch gần như đã được kiểm soát hoàn toàn và du lịch đang từng bước mở cửa trở lại. Chính vì vậy, khách sạn cần có biện pháp để ổn định tinh thần nhân viên sau thời gian dài suy sụp vì dịch bệnh. Trước đó, để giảm thiểu chi phí trong tình hình dịch bệnh, khách sạn đã phải cắt giảm một phần nguồn nhân lực nên bây giờ, điều đó lại gây ra tình trạng thiếu hụt nhân lực trầm trọng, đặc biệt là trong mùa cao điểm. Song để tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực mới ngay lập tức lại không phải điều dễ dàng và cần mất một khoảng thời gian. Để giải quyết tình trạng trên, khách sạn có thể tăng cường hơn nữa sử dụng nguồn lao động part-time thời vụ bên ngoài. Điều này có thể phần nào giải quyết được tình trạng thiếu hụt trầm trọng về nhân lực cho khách sạn trong thời điểm vào mùa du lịch sắp tới cũng như giảm thiểu được nhiều chi phí khác.

3.2.3. Mở rộng thị trường và thâm nhập sâu hơn vào thị trường hiện tại

Từ khi bước vào hoạt động đến nay, thị trường khách hàng chủ yếu của khách sạn The Shine là khách công vụ và khách thương gia, trong đó phần lớn là khách nước ngoài với hình thức đi lẻ. Họ là những khách hàng quen thuộc, do đó cần có sự quan tâm đặc biệt đến họ vì họ mang lại cho khách sạn một khoản doanh

thu cố định. Thường xuyên hỏi han, tiếp đãi chu đáo, xin ý kiến về chất lượng phục vụ và cách thức phục vụ để kịp thời điều chỉnh. Cần thu thập thông tin về những khách hàng này để có thể duy trì mối quan hệ bằng cách gửi các lời chúc mừng vào dịp lễ hoặc sinh nhật của họ hoặc tặng một số quà lưu niệm, có những ưu đãi về giá, voucher buffet... đặc biệt là đối với khách hàng thân thiết và khách VIP của khách sạn. Với những cách làm này, có thể dễ dàng tạo ấn tượng sâu rộng và giữ chân khách trong một thời gian dài, thậm chí những khách hàng đó cũng có thể trở thành những người quảng cáo cho khách sạn với bạn bè, người quen của họ.

Sang năm 2022, du lịch được phép hoạt động trở lại, Nhà nước thực hiện nhiều chính sách khuyến khích kích cầu du lịch đối với cả du lịch nước ngoài và du lịch nội địa. Do đó, khách sạn cũng cần có sự thay đổi về thị trường để ổn định tình hình kinh doanh.

Mục tiêu mới của khách sạn là bên cạnh duy trì khách công vụ và thương gia nước ngoài thì cần mở rộng hơn nữa thị trường khách công vụ và khách thương gia trong nước, đặc biệt là trong khu vực miền Bắc Việt Nam. Để đạt được điều này, khách sạn cần thâm nhập sâu hơn vào thị trường này. Đối với các doanh nghiệp đã hợp tác, cần có nhiều chương trình ưu đãi để giữ chân họ. Đồng thời, khách sạn cần tích cực tham gia nhiều hoạt động xã hội để quảng bá hình ảnh của khách sạn, tăng cường hơn nữa việc quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như TV, báo, đài... và các mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram... cũng như trên trang web riêng của khách sạn để tăng sự tương tác với những khách hàng mới tiềm năng. Bên cạnh đó, khách sạn đó cần đẩy mạnh hơn nữa việc tham gia các hoạt động xúc tiến du lịch, các hội chợ du lịch, các cuộc hội nghị hội thảo của một số công ty để có cơ hội tiếp xúc nhiều hơn với các doanh nghiệp. Khách sạn có thể đào tạo một đội ngũ nhân viên marketing và sales chuyên nghiệp hơn để họ có thể chào hàng trực tiếp tại các doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, xét trong tương lai, du lịch chắc chắn sẽ khởi sắc và khôi phục, thậm chí là còn phát triển hơn nữa, khách sạn hoàn toàn có thể tiến nhập vào thị trường đầy tiềm năng là thị trường khách du lịch. Tuy hiện tại khách sạn cũng đã có thêm nhiều khách du lịch hơn so với trước, song số lượng vẫn còn ít và chủ yếu là khách nội địa và khách đi lẻ. Để cải thiện tình trạng này, khách sạn có thể hợp tác với các công ty lữ hành trên địa bàn thành phố như VietTravel, SaigonTourist, Family Tour, CatBa Tourist,... để tìm kiếm nguồn khách từ họ. Đồng thời có thể phát tập gáp, tờ rơi, đặt biển quảng cáo tại những điểm du lịch nổi tiếng, đông khách du lịch. Bên cạnh đó, khách sạn có thể tìm thêm nguồn khách từ chính đối thủ cạnh tranh của mình vì thực tế, mỗi khách sạn đều có thị trường của riêng mình. Khi các khách sạn không có cùng một thị trường, họ hoàn toàn có thể hỗ trợ cho nhau trong việc mở rộng thêm một thị trường mới. Đặc biệt, có thể liên kết hợp tác với các khách sạn nằm ngoài khu vực để giới thiệu, quảng bá hình ảnh và tiếp cận nguồn khách mới.

3.2.4. Tăng cường các hoạt động marketing du lịch

Nhìn chung, hoạt động marketing của khách sạn tương đối linh hoạt và phù hợp với tình hình nhưng vẫn chưa thể đạt hiệu quả tối đa. Để tăng hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới, khách sạn cần có thêm nhiều biện pháp hữu hiệu trong hoạt động marketing.

Chính sách về giá: Có thể thấy việc giảm giá phòng bán so với giá niêm yết đã giúp cho khách sạn giữ vững được một lượng khách nhất định trong thời kì dịch bệnh nhưng cũng đã có sự ảnh hưởng mạnh mẽ tới doanh thu và lợi nhuận của khách sạn. Nhờ có chiến lược này, khách sạn đã tránh khỏi tình trạng “không một bóng người” song lại phải chịu tác động trực tiếp tới doanh thu và lợi nhuận. Cho nên, thay vào đó, khách sạn có thể giảm giá phòng ở mức nhẹ hơn, chỉ tầm 15-20% nhưng sẽ thêm một số các dịch vụ miễn phí cho khách đặt phòng như trà chiều,

bữa ăn nhẹ, dịch vụ giặt là miễn phí với số lượng quần áo nhất định... Bởi có thể thấy rõ, khách đến khách sạn phần lớn là những đối tượng có khả năng chi trả tương đối cao và không bị ảnh hưởng nhiều bởi giá cả.

Chính sách phân phối: Bên cạnh sử dụng mối quan hệ của ban lãnh đạo, khách sạn cần tận dụng đồng thời các mối quan hệ của nhân viên để có thêm nguồn khách. Qua đó, mỗi nhân viên cũng có thể trở thành người quảng bá và người bán hàng cho khách sạn. Đối với các nhân viên giới thiệu được càng nhiều khách hàng tới khách sạn lưu trú thì sẽ có những biện pháp khen thưởng vào cuối kỳ hoặc cuối năm. Biện pháp này cũng có thể áp dụng đối với các doanh nghiệp đang hợp tác với khách sạn. Doanh nghiệp nếu không chỉ thường xuyên lưu trú tại khách sạn mà còn có thể giới thiệu đối tác và người quen đến khách sạn thì sẽ nhận được phần trăm hoa hồng nhất định.

Chính sách xúc tiến: khách sạn đã có trang web và facebook riêng nhưng chưa đạt được lượt truy cập cao. Chính vì vậy, khách sạn cần có những thiết kế mới mẻ và bắt mắt hơn cũng như có những hoạt động nắm bắt xu hướng để thu hút thêm lượt tương tác cho khách sạn trên Internet. Khách sạn nên kết hợp với một số các trang web đặt phòng online uy tín như agoda, booking, tripadvisor...

3.2.5. Một số giải pháp khác

3.2.5.1. Hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật

Bởi vì mới đi vào hoạt động nên cơ sở vật chất kỹ thuật và cơ sở hạ tầng của khách sạn The Shine còn tương đối mới và hoàn thiện. Tuy nhiên, so với tiêu chuẩn của một khách sạn 4 sao thì khách sạn cần có một số cải thiện về cơ sở vật chất kỹ thuật.

Vì khuôn viên diện tích của khách sạn không được quá to nên hiện tại bãi đỗ xe của khách sạn chưa đủ lớn. Điều này gây ra nhiều bất lợi cho khách lưu trú lâu dài. Do đó, khách sạn cần quy hoạch và xây dựng một bãi đỗ xe riêng, rộng hơn

trong khuôn viên của khách sạn, không chỉ giải quyết phàn nàn của khách về việc dừng đỗ xe của khách sạn mà còn giúp khách sạn giảm chi phí thuê bãi đỗ xe khác từ trước đến nay.

Phải chú trọng đầu tư cho việc tạo mới cho các trang thiết bị nghe nhìn và chiếu sáng. Trong một số dịp đặc biệt, khách sạn cần trang trí cho sảnh và bên ngoài cổng khách sạn bắt mắt hơn.

Có thể xây dựng thêm sân tennis, phòng karaoke, phòng trò chơi điện tử để đáp ứng mong muốn của khách hàng về các dịch vụ này cũng như tạo một dấu ấn riêng biệt hơn so với các khách sạn khác.

Cải thiện các phòng nghỉ cho nhân viên, đặc biệt với các nhân viên làm ca đêm. Qua đó, nhân viên có thể được tạo điều kiện hết sức để nghỉ ngơi khi cần thiết và có tinh thần thoải mái khi làm việc, góp phần tăng năng suất lao động. Cần bố trí phòng y tế để chữa trị kịp thời cho khách và nhân viên khi cần thiết.

3.2.5.2. Giảm thiểu chi phí

Thời kỳ dịch bệnh Covid-19 bùng phát nghiêm trọng cả trong nước và trên thế giới đã khiến cho lượng khách đến khách sạn The Shine giảm nhiều. Chính vì vậy, một trong những giải pháp hiệu quả nhất để đảm bảo hiệu quả kinh doanh của khách sạn trong thời kỳ này là giảm thiểu chi phí.

Khách sạn có thể giảm chi phí qua việc tạo mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp. Tìm được nhà cung cấp tốt và lâu dài luôn là mối quan tâm của bất kì đơn vị sản xuất kinh doanh nào bởi việc tìm được nhà cung cấp tốt với giá cả thấp sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm được chi phí giá vốn hàng bán góp phần giảm chi phí và tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Đối với khách sạn, việc hợp tác lâu dài với mức ưu đãi tốt với các công ty lương thực, thực phẩm để cung cấp cho bộ phận bếp, nhà hàng, bếp và café là rất cần thiết. Bên cạnh đó, việc duy trì mối quan hệ tốt với các doanh nghiệp và các công ty lữ hành để học cung cấp lượng khách ổn định cho

khách sạn là một việc tương đối khó khăn, cần có sự nỗ lực hết sức của ban giám đốc và toàn thể đội ngũ nhân viên trong khách sạn.

Cần phải có sự nghiên cứu thị trường sâu rộng. Không những để khách sạn có nắm bắt kịp thời các thời điểm mùa vụ trong năm mà còn biết thông tin chính xác về giá phòng thị trường khách sạn trên địa bàn để có sự điều chỉnh hợp lý, tránh thiệt hại do biến động về giá. Vì lợi nhuận của doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố giá cả thị trường.

Đồng thời, trong nội bộ khách sạn, cần nâng cao ý thức tiết kiệm của nhân viên. Đầu tiên, cần xây dựng ý thức tiết kiệm trong nhân viên bằng cách thường xuyên tuyên truyền để nhân viên có ý thức tiết kiệm khăn, giấy, các thiết bị, điện, nước,... vì đây đều là những khoản mục có công suất sử dụng lớn và tốn rất nhiều chi phí. Cùng với đó, khách sạn cũng có thể khuyến khích nhân viên trực tiếp tham gia quản lý chi phí. Cụ thể là tiếp nhận những thông tin phản hồi, những ý kiến đóng góp về việc tiết kiệm chi phí cho khách sạn của nhân viên để họ thấy rằng những nỗ lực của họ được công nhận, từ đó tiếp tục nhiệt tình quan tâm đến việc kiểm soát chi phí. Hoặc khách sạn cũng có thể đưa ra một số tiêu chí thi đua tiết kiệm mức chi phí sản xuất giữa các bộ phận trong khách sạn theo từng quý và năm, Qua đó khách sạn sẽ có những hình thức biểu dương, khen thưởng (như quà tặng, phiếu giảm giá...) cho bộ phận giảm được nhiều nhất chi phí sản xuất trong quý và trong năm. Điều này sẽ giúp quá trình giảm thiểu chi phí của khách sạn được thực hiện một cách đồng bộ, khuyến khích và thúc đẩy nhân viên tự làm việc hiệu quả hơn, tự hạn chế tai nạn lao động, thiệt hại và những thất thoát không đáng có cho khách sạn. Để thực hiện biện pháp này một cách triệt để, ban lãnh đạo và ban quản lý cần phải trao đổi trực tiếp với nhân viên bằng những từ ngữ thích hợp, dễ hiểu hơn là những bản báo cáo tài chính khô khan, khó tiếp thu. Từ đó, nhân viên có thể hiểu rõ lợi ích của việc tiết kiệm chi phí đối với khách sạn và đối với chính họ.

Cũng cần đưa ra những công văn triển khai cụ thể và linh hoạt xuống từng bộ phận; tránh máy móc, cứng nhắc, gây ra những bất đồng giữa các phòng ban.

Đặc biệt, phải quản lý chặt chẽ việc sử dụng các khoản mục chi phí trong khách sạn để phát hiện và xử lý kịp thời những hiện tượng tiêu cực, gây thất thoát cho khách sạn.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3:

Chương 3 cung cấp một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh du lịch tại khách sạn The Shine. Những giải pháp này dựa trên quan điểm cá nhân của bản thân và tình hình thực tế tại khách sạn. Một số giải pháp đã được đưa ra tiêu biểu như đa dạng hóa các sản phẩm của khách sạn, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, thâm nhập và mở rộng thị trường, đưa ra một số chính sách marketing giúp khách sạn tiếp cận nhiều hơn đến với khách hàng và một số biện pháp khác giúp khách sạn kinh doanh hiệu quả hơn trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Việt Nam được đánh giá là một trong những nền kinh tế mới nổi có tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh nhất thế giới. Bên cạnh đó, Việt Nam lại có một nền văn hiến lâu đời nên có sự đa dạng văn hóa các dân tộc, đồng thời cũng có rất nhiều cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp. Vì thế nên Việt Nam là một trong những quốc gia có nhiều tiềm năng phát triển du lịch nhất trên thế giới. Thành phố Hải Phòng với những ưu thế của mình là mảnh đất màu mỡ cho sự phát triển kinh tế, đặc biệt là du lịch. Trong đó, khách sạn The Shine cũng đã góp một phần công sức nhỏ bé của mình hòa chung vào sự phát triển đó.

Nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, cụ thể trong lĩnh vực khách sạn luôn là một bài toán khó đối với mọi doanh nghiệp kinh doanh khách

sạn nên em mong rằng những lý luận và giải pháp em đưa ra sẽ có giá trị tham khảo và đóng góp một phần nào đó vào sự phát triển của khách sạn. Do khả năng còn hạn chế nên bài viết chắc chắn sẽ có nhiều những khuyết điểm, kính mong sự đóng góp của các thầy cô có thể giúp em hoàn thiện hơn, đạt được kết quả cao trong học tập và vững vàng khi bước vào nghề .

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn giám đốc và các anh chị nhân viên trong khách sạn The Shine, cô giáo Nguyễn Thị Phương Thảo đã luôn quan tâm giúp đỡ, chỉ bảo tận tình để em có thể hoàn thiện bài luận văn này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

SÁCH THAM KHẢO:

1. Denis L. Foster, *Công nghệ du lịch (bản dịch)*, NXB Thống Kê, Hà Nội, 2001.
2. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa, *Giáo trình Kinh tế du lịch*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2008.
3. Vũ Mạnh Hà, *Giáo trình Cơ sở kinh tế du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2006.
4. Nguyễn Văn Lưu, *Thị trường du lịch*, NXB Đại học Quốc gia, Hà Nội, 2008.

5. Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương, *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2008.
6. Đông Ngọc Minh và Vương Lôi Đình (bản dịch), *Kinh tế du lịch và Du lịch học*, NXB Trẻ, Tp Hồ Chí Minh, 2000.
7. Đinh Thị Thơ, *Giáo trình kinh tế du lịch – Khách sạn*, NXB Hà Nội, 2005
8. Phạm Ngọc Uyển, Bùi Ngọc Chương (dịch), *Kinh tế du lịch*, NXB Thế giới, 2002. (Robert Lanquar – L’economic du tourisme).

WEBSITE:

1. <https://theshinehotel.vn/>
2. <https://www.facebook.com/khachsantheshine/>
3. <http://www.thuvienluanvan.com.vn>
4. <http://www.vietnamtourism.com>
5. <https://www.slideshare.net/shareslide18/danh-gia-hieu-qua-hoat-dong-kinh-doanh-cua-khach-san-anh-nguyet>

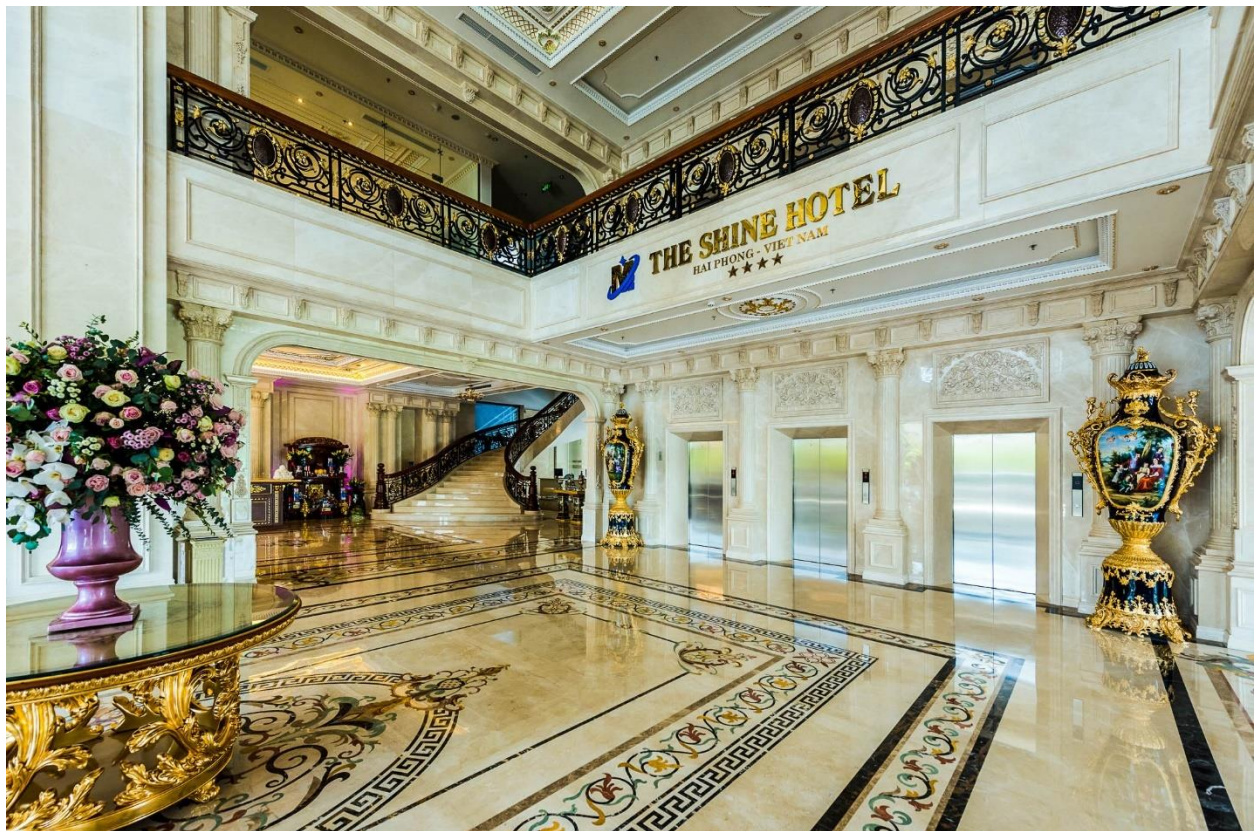
PHỤ LỤC



Toàn cảnh khách sạn nhìn từ bên ngoài



Khu vực Lễ tân



Sảnh khách sạn



Phòng Superior



Phòng Deluxe



Phòng tiệc The Light



Phòng hội thảo The Sun



Nhà hàng Galaxy



Câu lạc bộ Sức khỏe The Star



Phòng tập Gym