

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



NAM CAN THO UNIVERSITY

NGUYỄN PHÁT TÀI

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING
DỊCH VỤ LƯU TRÚ CỦA KHÁCH SẠN NINH
KIỀU RIVERSIDE GIAI ĐOẠN 2022-2026**

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH
Mã số ngành: 7810103**

Tháng 06 năm 2022

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

**NGUYỄN PHÁT TÀI
MSSV: 188639
LỚP: DH18QTD02**

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING
DỊCH VỤ LƯU TRÚ CỦA KHÁCH SẠN NINH
KIỀU RIVERSIDE GIAI ĐOẠN 2022-2026**

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH
Mã số ngành: 7810103**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN
THS. LÊ NHỰT PIL**

Tháng 06 năm 2022

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
NỘI DUNG NHẬN XÉT

Về hình thức:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Về nội dung:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Về thái độ:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Cần thơ, ngày.....tháng.....năm 2022

Giảng viên hướng dẫn

LÊ NHỰT PIL

NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO

Đề tài: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING DỊCH VỤ LƯU TRÚ CỦA KHÁCH SẠN NINH KIỀU RIVERSIDE GIAI ĐOẠN 2022-2026

Do sinh viên: NGUYỄN PHÁT TÀI thực hiện

Dưới sự nhận xét của: thS NGUYỄN DU HẠ LONG

Đơn vị: Khoa du lịch Trường Đại Học Nam Cần Thơ

NỘI DUNG NHẬN XÉT

Về hình thức:

.....

.....

.....

.....

.....

Về nội dung

.....

.....

.....

.....

.....

Về thái độ:

.....

.....

.....

.....

.....

Cần thơ, ngày.....tháng.....năm 2022

Xác nhận của giảng viên

LỜI CẢM TẠ

Để hoàn thành tiểu luận kết thúc học phần em xin gửi lời cảm ơn đến các thầy cô của trường đại học Nam Cần Thơ. Đặc biệt là các thầy cô ở khoa du lịch. Đồng thời em cũng xin cảm ơn tới cô Lê Nhựt Pil đã nhiệt tình hướng dẫn em hoàn thành tốt bài tiểu luận. Ngoài sự nỗ lực học hỏi của bản thân còn có sự hướng dẫn tận tình của thầy cô, cô chú, anh chị tại Khách Sạn Ninh Kiều Riverside

Xin cảm ơn tất cả các bạn bè, anh chị trong Nhà hàng khách sạn Ninh Kiều Riverside đã giúp đỡ tạo điều kiện dẫu vất vả em trong suốt thời gian qua. Tất cả các mọi người đều nhiệt tình giúp đỡ, đặc biệt ở Ninh Kiều, mặc dù số lượng công việc của Khách sạn ngày một tăng lên nhưng các Cô Chú Anh Chị trong Khách sạn vẫn dành thời gian để hướng dẫn rất nhiệt tình.

Tuy nhiên vì kiến thức chuyên môn còn hạn chế và bản thân còn thiếu nhiều kinh nghiệm thực tiễn nên nội dung của báo cáo không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận sự góp ý, chỉ bảo thêm của quý thầy cô cùng toàn thể cán bộ, công nhân viên tại các Ninh Kiều Riverside để báo cáo này được hoàn thiện hơn.

Một lần nữa xin gửi đến thầy cô, bạn bè cùng các cô chú, anh chị tại các Ninh Kiều Riverside lời cảm ơn chân thành và tốt đẹp nhất

Cần Thơ, ngày.....tháng.... Năm 2022

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Phát Tài

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là bài tiểu luận kết thúc học phần là do chính tôi thực hiện. Những số liệu và kết quả trong đề tài và trung thực, trong bài tiểu luận có sử dụng một số nguồn tài liệu tham khảo. Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước bộ môn, khoa và nhà trường về sự cam đoan này.

Cần Thơ, ngày.....tháng.... Năm 2022

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Phát Tài

MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	i
NHẬN XÉT CỦA GIÁM KHẢO	ii
LỜI CẢM TẠ	iii
LỜI CAM ĐOAN	iv
DANH SÁCH BẢN	viii
DANH SÁCH HÌNH	ix
DANH SÁCH SƠ ĐỒ	x
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	xi
LỜI MỞ ĐẦU	xii
CHƯƠNG 1	1
GIỚI THIỆU CHUNG	1
1.1 Đặt vấn đề nghiên cứu	1
1.2 Mục tiêu nghiên cứu	2
1.2.1 Mục tiêu chung	2
1.3 Phạm vi nghiên cứu	2
1.4 Phương pháp nghiên cứu	3
1.5 Đối tượng - phạm vi nghiên cứu	3
1.5.1 Đối tượng nghiên cứu	3
1.5.2 Phạm vi nghiên cứu	3
1.6 Ý nghĩa đề tài	3
1.7 Bố cục nội dung nghiên cứu	3
CHƯƠNG 2	5
GIỚI THIỆU VỀ KHÁCH SẠN NINH KIỀU RIVERSIDE	5
2.1 Quá trình hình thành và phát triển	5
2.2 Các lĩnh vực kinh doanh của khách sạn Ninh Kiều Riverside	6
2.2.1. Dịch vụ lưu trú	6
2.2.2. Dịch vụ ăn uống	7
2.2.3. Dịch vụ tiệc tại khách sạn Ninh Kiều	9
2.2.4. Dịch vụ hội nghị	10
2.2.5. Các dịch vụ tiện nghi khác	11
2.3 Cơ cấu tổ chức	12

CHƯƠNG 3	15
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	15
3.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	15
3.1.1 Khái quát về quản trị chiến lược.....	15
3.1.1.1 Mô hình quản trị chiến lược	15
3.1.1.2 Nội dung cơ bản của quản trị chiến lược.....	16
3.1.1.3 Mô hình năm áp lực cạnh tranh	18
3.1.2 Khái niệm cơ bản về du lịch và dịch vụ	19
3.1.2.1 Khái niệm cơ bản về du lịch	19
3.1.2.2 Khái niệm về dịch vụ.....	20
3.1.3 khái niệm về khách sạn.....	20
3.1.4 Khái niệm marketing	20
3.1.4.1 Khái niệm hoạch định chiến lược marketing.....	21
3.1.4.2 Mục tiêu Marketing	22
3.1.4.3 Phân khúc và thị trường mục tiêu.....	22
3.1.4.4 Phân tích ma trận SWOT.....	23
3.2 Phương pháp nghiên cứu	24
CHƯƠNG 4	26
PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA MÔI TRƯỜNG VÀ HOẠCH ĐỊNH	
CHIẾN LƯỢC MARKETING CHO KHÁCH SẠN NINH KIỀU	
RIVERSIDE GIAI ĐOẠN 2022-2026	26
4.1 Môi trường tác nghiệp	26
4.1.1 Khách hàng	26
4.1.2 Đối thủ cạnh tranh hiện tại.....	26
4.1.3. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn.....	27
4.1.4 Sản phẩm thay thế.....	27
4.2 Ảnh hưởng kinh tế	27
4.2.1 Yếu tố chính trị, pháp luật	27
4.2.2 Ảnh hưởng của yếu tố công nghệ	28
4.2.3 Yếu tố văn hóa xã hội	28
4.3 Hiện trạng hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2018-2020 của khách sạn Ninh Kiều Riverside	29
4.3.1 Hoạt động marketing	29
4.3.2 Cung cấp dịch vụ	29

4.3.3 Hoạt động kinh doanh.....	29
4.3.4 Tài chính – kế toán	31
4.4 Hình thành và lựa chọn chiến lược	32
4.4.1 Xây dựng chiến lược marketing	32
4.4.1.1 Cải thiện chất lượng phòng và dịch vụ	33
4.4.1.2 Đầu tư phát triển nhân sự.....	33
4.4.1.3 Tạo chiến lược kinh doanh qua mạng xã hội.....	33
4.4.1.4 Liên kết bán phòng thông qua website và các kênh phân phối	34
4.4.2 Các bước lên kế hoạch marketing.....	34
4.5 Hoạch định chiến lược marketing.....	35
4.5.1 Sản phẩm.....	36
4.5.2 Chính sách giá.....	36
4.5.3 Cải thiện chất lượng phòng và dịch vụ	37
4.5.4 khách hàng	38
4.5.5 Đầu tư phát triển nhân sự.....	38
4.6 MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC ĐẾN NĂM 2026 CHO KHÁCH SẠN NINH KIỀU	39
4.6.1 Giải pháp về quản trị.....	39
4.6.2 Giải pháp marketing	41
4.6.3 Giải pháp về tài chính	42
4.6.4 Phân tích các chiến lược	44
4.6.4.1 Chiến lược sản phẩm trong khách sạn	44
4.6.4.2 Chiến lược giá cả trong khách sạn.....	45
4.6.4.3 Chiến lược phân phối trong khách sạn	45
4.6.4.4 Chiến lược xúc tiến thương mại trong khách sạn	45
4.6.4.5 Chiến lược về con người.....	45
4.6.4.6 Chiến lược về quy trình	46
4.6.4.7 Chiến lược về cơ sở vật chất.....	46
CHƯƠNG 5	47
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	47

DANH SÁCH BẢN

	<i>Trang</i>
Bảng: 4.1 Doanh thu của khách sạn.....	30
Bảng: 4.2 Doanh thu của các sản phẩm nhà hàng.....	30
Bảng: 4.3 Thống kê tài chính – kế toán.....	31

DANH SÁCH HÌNH

	<i>Trang</i>
Hình 2.1 Khách sạn Ninh Kiều Riverside.....	6
Hình 2.2 Phòng khách sạn Ninh Kiều Riverside	7
Hình 2.3 Nhà hàng buffet.....	8
Hình 2.4 Du thuyền Ninh Kiều.....	9
Hình 2.5 Sảnh tiệc cưới.....	10
Hình 2.6 Phòng hội nghị.....	10
Hình 2.7 Hồ bơi Ninh Kiều.....	11
Hình: 4.1 Chiến lược marketing.....	32
Hình: 4.2 Liên kết bán phòng thông qua website và các kênh phân phối	34
Hình: 4.3 Quy trình phục vụ... ..	46

DANH SÁCH SƠ ĐỒ

	Trang
Sơ đồ 2.1 sơ đồ tổ chức khách sạn.....	12
Sơ đồ 3.1 Mô hình quản trị chiến lược.....	16
Sơ đồ 3.2 Mô hình 5 áp lực cạnh tranh.....	18

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

SWOT: Strengths Weaknesses Opportunities Threats

TNHH MTV: Trách nhiệm hữu hạn một thành viên

CSVCKT: Cơ sở vật chất kỹ thuật

AMA: American Marketing Association