

CHƯƠNG III

Vận dụng một số phương pháp thống kê phân tích biến động doanh thu khách sạn Dân chủ

i. Đặc điểm nguồn số liệu phân tích tại khách sạn dân chủ

Việc vận dụng các phương pháp thống kê nghiên cứu doanh thu đòi hỏi phải có lượng thông tin đầy đủ và toàn diện về doanh thu, kết cấu doanh thu. Các số liệu này cần được tập hợp một cách chi tiết theo tổng doanh thu và kết cấu doanh thu, không những chỉ theo năm mà theo tháng, quý để thực hiện phân tích và dự đoán.

Nhưng thực tế hiện nay, số liệu thống kê tại khách sạn thường không đầy đủ, chi tiết nếu không nói là quá sơ sài, thiếu tính so sánh về không gian và thời gian.

Tại khách sạn Dân Chủ bộ phận thống kê chưa được phát huy mà chỉ do tổng hợp của bộ phận kế toán, do vậy việc phân tích và dự đoán về doanh thu gặp nhiều khó khăn, kết quả không triệt để chỉ ở mức khái quát mô tả tình hình chứ chưa phân tích sâu sắc.

Hằng ngày, phòng kế toán căn cứ vào những hoá đơn, chứng từ hay điện thoại, trực tiếp ... mà các bộ phận cung cấp để tổng hợp theo mẫu chung của công ty du lịch để tiến hành tổng hợp tạm thời và sau mỗi tháng mỗi quý số liệu được tổng hợp theo mẫu chung của công ty du lịch, cuối cùng các báo cáo số liệu này được báo cáo chính thức theo năm. Đây là nguồn số liệu chính xác, chất lượng đáng tin cậy, đảm bảo tính hợp lý và tính so sánh giữa các mức độ trong dãy số thời gian_ đáp ứng yêu cầu cơ bản để tiến hành phân tích và dự báo thống kê.

Để thực hiện phân tích doanh thu, đề tài đã thu thập được các số liệu sau:

- Tổng doanh thu, kết cấu doanh thu theo nghiệp vụ trong từng quý, từng năm.
- Tổng và kết cấu số khách, ngày khách, ngày buồng.
- Tổng chi phí, chi phí quảng cáo.
- Số lượng lao động.
- Tổng tài sản cố định.

Kết hợp giữa lý luận và thực trạng số liệu, chuyên đề xin được vận dụng một số phương pháp thống kê nghiên cứu doanh thu khách sạn Dân Chủ với các nội dung sau:

1. Phân tích biến động doanh thu.
2. Phân tích nhân tố ảnh hưởng tổng doanh thu, kết cấu doanh thu và doanh thu bình.
3. Nghiên cứu xu hướng biến động của doanh thu.
4. Dự đoán doanh thu năm 2002 và năm 2003.

II. Phân tích biến động doanh thu khách sạn Dân Chủ giai đoạn 1994 - 2001.

A. Phân tích biến động doanh thu khách sạn Dân Chủ:

1. Phân tích biến động tổng doanh thu Khách sạn Dân chủ:

1.1 Biến động tổng doanh thu:

Cùng với sự biến động tình hình kinh tế chính trị xã hội trên thế giới, hoạt động kinh doanh khách sạn ở Việt Nam cũng có những biến đổi theo. Trong những năm qua khách sạn Dân Chủ có nhiều phấn đấu và cố gắng trong mọi mặt để tăng doanh thu, đưa hoạt động kinh doanh đi vào ổn định, phát triển bền vững.

Kết quả doanh thu được biểu hiện ở bảng sau:

Bảng 7: Doanh thu của khách sạn Dân Chủ thời kỳ 1994 - 2001.

Năm	Doanh thu (trđ)	Lượng tăng(giảm) tuyệt đối hàng năm (trđ)	Tốc độ phát triển liên hoàn(lần)
1994	3584.690	-	-
1995	4054.288	469.598	1.131
1996	4796.222	741.934	1.183
1997	5208.698	412.476	1.086
1998	5672.272	463.574	1.089
1999	6114.710	442.438	1.078
2000	7071.820	957.110	1.156
2001	8649.250	1577.430	1.223
Tổng g	45151.950		

Từ bảng số liệu trên ta có các chỉ tiêu bình quân sau:

- Doanh thu bình quân năm:

$$\bar{y} = \frac{45151,95}{8} = 5643,993(\text{tr.đ})$$

- Lượng tăng giảm tuyệt đối bình quân:

$$\bar{\delta} = \frac{8649,25 - 3584,690}{8 - 1} = 723.508(\text{tr.đ})$$

Tốc độ phát triển bình quân:

$$\bar{t} = \sqrt[7]{\frac{8649,25}{3584,690}} = 1,13456(\text{lần})$$

Qua số liệu tính toán cho ta thấy doanh thu khách sạn trong kỳ năm 1994 -2001 liên tục tăng tuy nhiên tốc độ tăng không đều, có những năm tốc độ giảm đi so với các năm trước như 1997-1999.

Đây là tình hình chung của toàn ngành, bởi giai đoạn này tình hình hoạt động kinh doanh thu chịu ảnh hưởng của rất nhiều nhân tố khách quan cũng như chủ quan.

Tuy ra đời đã lâu nhưng hoạt động kinh doanh của khách sạn thực sự mới khởi sắc từ những năm 90. Bước vào hoạt động kinh doanh độc lập- khách sạn nổi lên thật huy hoàng dập dìu khách vào ra, tỷ lệ thuê phòng bình quân trên 90%, có lúc không đủ đáp ứng nhu cầu của khách mặc dầu giá thuê phòng rất cao.

Năm 1994-1996 tốc độ tăng liên tục qua các năm nhưng các năm ngay sau đó tốc độ tăng có giảm dần. Năm 1994 doanh thu khách sạn mới chỉ đạt 3584,690(trđ) năm 1995 đạt 4054,288 (trđ) tăng 13,1% tức là tăng 469,598(tr.đ) và năm 1996 tốc độ tăng 18,3%.

Do quy luật cung cầu, người ta đổ xô đi làm khách sạn, văn phòng cho thuê. Tư nhân xây khách sạn mini, những công ty có vốn có đất, tìm đối tác nước ngoài liên doanh xây khách sạn, trung tâm thương mại văn phòng cho thuê cỡ lớn... Tất cả nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường. Bước vào năm 1996 là thời kỳ hoàng kim cho các nhà đầu tư vào lĩnh vực xây dựng khách sạn, căn hộ, văn phòng cho thuê, trung tâm thương mại và kinh doanh du lịch.

Trong sự đi lên phơi phơi như vậy thì bỗng dưng từ năm 1997 lượng khách suy giảm. Nhiều khách sạn nhỏ đóng cửa thua lỗ kéo dài, một số khách sạn đang xây đành dừng lại và những khách sạn lớn khai trương xong khó bề xoay sở để duy trì sự hiện diện chứ chưa tính đến chuyện thu lời. Phải chăng mức cung đã trở nên quá nhiều? Khách sạn Dân Chủ hướng

chịu xu hướng xấu cùng toàn ngành, năm 1997 tỷ lệ thuê buồng tụt xuống và giá thuê phòng giảm hơn nhiều so với trước.

Khách sạn Dân Chủ đã từng nổi lên như một mô hình kinh doanh hiệu quả với tỷ lệ thuê buồng luôn xấp xỉ 90%, nhờ vào tiếng tăm vị trí nay khách sạn cũng giảm và doanh thu chỉ đạt 5208,698 (trđ) với tốc độ phát triển là 108,6%. Cùng lúc, cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ khu vực xảy ra, sự ảnh hưởng của nó đến ngành xây dựng kinh doanh khách sạn văn phòng cho thuê là điều không ai có thể chối cãi.

Nhìn bề ngoài tưởng chừng như nó rất có lợi cho ngành du lịch phát triển, khi mà đồng tiền các nước trong khu vực bị mất giá, khách nước ngoài sẽ đổ vào để du lịch do giá rẻ bất ngờ khi tiêu đồng ngoại tệ mạnh của họ. Nhưng, chính sự mất giá nghiêm trọng đồng tiền của các nước trong khu vực đặc biệt là đồng Bath của Thái Lan đã cuốn theo lượng khách du lịch nghỉ ngơi đáng kể vào đó, thay cho vào Việt Nam như đã dự kiến. Điều này không chỉ xảy ra với du khách nước ngoài mà ngay cả du khách Việt nam cũng bị hút sang du lịch Thái Lan. Bên cạnh đó cuộc khủng hoảng tài chính đã buộc các nước trong khu vực và Đông á phải áp dụng chính sách thắt lưng buộc bụng, hạn chế đi du lịch ra nước ngoài (như Nhật Bản và các nước Đông Nam á khác) đã làm giảm đáng kể lượng khách vào Việt Nam ảnh hưởng đến thị trường khách mục tiêu của khách sạn.

Hơn nữa, lượng khách du lịch nước ngoài cũng giảm xuống sau một thời gian ồ ạt vào Việt Nam để tìm hiểu thị trường mới mẻ này. Giai đoạn tìm hiểu thị trường Việt Nam của nhiều công ty đã đi đến bước kết thúc và đi vào giai đoạn sản xuất kinh doanh ổn định. Các chuyên gia nước ngoài hoặc về nước hoặc có thể tự tổ chức cho các cá nhân do công ty bố trí đã làm giảm đáng kể số lượt khách cũng như thời gian lưu trú bình quân của khách. Do đó mặc dù có nguồn khách ổn định và nỗ lực lớn của Ban Giám đốc cùng toàn bộ cán bộ công nhân viên thì tốc độ phát triển năm 1998 chỉ giữ được 108,9%, doanh thu chỉ đạt 5627,272 (trđ) và đến năm 1999 thì tốc độ phát triển đã tụt xuống chỉ còn 107,8% đạt 6114,710 triệu đồng.

Đó là những nguyên nhân khách quan ảnh hưởng tới tình hình chung ngành kinh doanh khách sạn Việt Nam cũng như khách sạn Dân Chủ nói riêng. Tuy vậy, khách sạn cũng nhận ra rằng một nguyên nhân nữa không kém phần quan trọng- nguyên nhân tự mình gây ra cho mình.

Ban Giám đốc lập tức khắc phục tình trạng rườm rà trong thủ tục thuê buồng, áp dụng các phương tiện tiên tiến để giảm bớt phiền hà, tiền bạc, thời gian, đội ngũ nhân viên được đào tạo và có nhiều tiến bộ trong giao tiếp. Đặc biệt, khách sạn tạo một phong cách phục vụ nổi bật và riêng biệt cho mình. Vì vậy, khách hàng hoàn toàn hài lòng với sự phục vụ và lưu lại khách sạn lâu hơn.

Nắm bắt được tình hình khách sạn có sự đầu tư và cải tiến kịp thời về cả cơ sở vật chất và chiến lược kinh doanh nên đã chống đỡ được khó khăn của thị trường nâng cao khả năng cạnh tranh với các khách sạn khác.

Do vậy, sau giai đoạn khủng hoảng là giai đoạn phục hồi và khởi sắc vào năm 2000, tiếp tục tăng trưởng mạnh vào năm 2001.

Năm 2000 là năm chuyển giao thế kỷ, lại là năm đặc biệt quan trọng với thủ đô Hà Nội nói riêng và cả nước nói chung - năm kỷ niệm 990 năm Thăng Long Hà Nội. Được sự quan tâm của Đảng và nhà nước, cùng với những thuận lợi về kinh tế- chính trị – xã hội, thành công trong ngoại giao (hiệp định Thương mại Việt - Mỹ...) cho nên dấu hiệu những ảnh hưởng nhất định từ sự kiện 11/9 nhưng nhìn tổng thể năm 2001 là năm tốt lành nhất đối với ngành du lịch Việt Nam và các ngành khác có liên quan.

Năm 2001, tốc độ phát triển doanh thu du lịch đạt 122,3% tăng 1517,43% (trđ) so với năm 2000.

Qua tính toán, cho ta thấy trong giai đoạn 1994- 2001 doanh thu bình quân hàng năm đạt 5643,993 triệu đồng /năm, trung bình mỗi năm tăng lên là 723,508 triệu đồng với tốc độ phát triển bình quân là 113,4% .

Nhìn chung hiện nay doanh thu đang có xu hướng tăng lên ,đây là kết quả đáng khích lệ, dấu hiệu đáng mừng tạo đà phát triển mạnh trong những năm tiếp theo .Nó chứng tỏ hướng đi đúng đắn trong hoạt động của khách sạn và mở ra một hướng phát triển đầy triển vọng .Khách sạn cần xây dựng chiến lược kinh doanh hợp lý để có thể phát huy hết khả năng của khách sạn và đáp ứng tốt hơn nhu cầu trong tương lai.

1.2. Phân tích kết cấu Doanh thu tại khách sạn Dân Chủ:

Nghiên cứu kết cấu doanh thu khách sạn có ý nghĩa rất quan trọng ,bởi vì từ việc nghiên cứu này giúp cho khách sạn có những kế hoạch đầu tư phát triển hợp lý cho từng bộ phận,doanh thu của Khách sạn Dân chủ được phân theo một số dạng kết cấu chủ yếu sau đây:

1.2.1. Kết cấu Doanh thu theo nghiệp vụ Kinh doanh của khách sạn :

Kết cấu doanh thu theo nghiệp vụ kinh doanh của khách sạn được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 6: Kết cấu Doanh thu Theo các nghiệp vụ kinh doanh giai đoạn 1998-2001.

Năm Nghiệp vụ	1998		1999		2000		2001	
	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tr.đ)	Triệu đồng (%)
1.KD buồng	2215.022	39.05	2371.896	38.79	2843.578	40.21	3566.085	41.23
2.KD văn phòng	564.958	9.96	628.757	10.25	1285.656	18.18	1446.047	16.95
3.KD ăn uống	1326.744	23.39	1409.440	23.05	922.164	13.04	992.068	11.47
4.KD tour du lịch	19.852	0.35	19.567	0.32	25.458	0.36	356.349	4.12
5.KD Mỹ nghệ	69.201	1.22	80.714	1.32	19.801	0.28	6.054	0.07
6.KD điện thoại	301.197	5.31	323.468	5.29	387.535	5.48	384.097	4.45
7.KD Massage	1097.584	19.35	1195.425	19.55	1177.458	16.65	1503.239	17.38
8.KD giặt là	67.500	1.19	71.542	1.17	82.033	1.16	116.764	1.35
9.KD khác	10.214	0.18	15.898	0.26	328.141	1.64	257.753	2.98
Tổng	5672.272	100	6114.710	100	7071.82	100	8649.25	100

Nguồn: Phòng Kế toán KSDC

Nhìn vào bảng tổng kết doanh thu theo các nghiệp vụ giai đoạn 1998-2001 có thể rút ra một số nhận xét sau:

Hoạt động Kinh doanh của Khách sạn là sự kết hợp của nhiều hoạt động như: lưu trú, ăn uống... Xét về cơ cấu doanh thu, nhìn chung doanh thu buồng ngủ là bộ phận chiếm tỷ trọng cao nhất. Sau đó đến doanh thu ăn uống và cuối cùng là các loại doanh thu bổ sung.

Trong giai đoạn này có nhiều thay đổi trong cơ cấu doanh thu, trước hết là doanh thu các dịch vụ có hiệu quả tốt hơn đó là: KD văn phòng; KD tour du lịch và các KD hỗ trợ khác. Tuy nhiên KD ăn uống, KD mỹ nghệ lại có xu hướng giảm xuống còn các nghiệp vụ khác có sự biến động tăng giảm theo từng năm.

Rủi ro, khủng hoảng có thể xảy ra trong tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế xã hội của mỗi quốc gia và trong du lịch cũng không có ngoại lệ. Trước hết là cuộc khủng hoảng thừa về buồng làm công suất buồng giảm đi rất nhiều so với các năm trước đây, sự cạnh tranh gay gắt diễn ra giá buồng có xu hướng giảm mạnh, lượng khách ít dẫn đến doanh thu buồng ngủ thấp.

Doanh thu buồng có xu hướng biến động cả về tương đối và tuyệt đối. Đầu những năm 90, thường doanh thu buồng ngủ là chính chiếm 80-90%, nhưng đến năm 1998 chỉ đạt 2215,022 triệu đồng chiếm 39,05% tổng doanh thu. Tưởng chừng năm sau có thể khắc phục được, nhưng cộng thêm cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ kéo dài làm cho hoạt động kinh doanh nói chung, kinh doanh buồng ngủ nói riêng giảm xuống: doanh thu buồng năm 1999 chỉ đạt 2371,896 triệu đồng tăng so với năm 1998, bởi tổng doanh thu vẫn tăng nhưng tốc độ tăng lại giảm so với các năm trước.

Tình hình dường như được khắc phục "sáng sửa" hơn vào năm 2000, doanh thu tăng tới 2843,578 triệu đồng chiếm 40,21%. Sang năm 2001 mặc dầu có sự sụt giảm giá buồng nhưng khách sạn tăng quy mô buồng đưa vào sử dụng do vậy doanh thu đạt 3566,085 triệu đồng tương đương với đạt 41,23%. Tuy nhiên, doanh thu buồng ngủ vẫn là lớn nhất so với các bộ phận doanh thu khác. Đây là hoạt động KD chính của Khách sạn, vì vậy cần phải tiếp tục tăng lượng cho thuê nâng cao công suất sử dụng buồng, tránh việc tiếp tục giảm giá cho thuê buồng hơn nữa, bởi điều đó làm giảm uy tín của khách sạn trên thị trường.

Đối với hoạt động cho thuê văn phòng: Đây là dịch vụ luôn mang lại doanh thu khá lớn cho khách sạn, trong mấy năm qua doanh thu luôn tăng. Trước đây khách sạn hầu như kinh doanh buồng ngủ nhưng gần đây khi hoạt động kinh doanh bước vào khó khăn ,khách sạn tiến hành cho thuê hai địa điểm số 2 và số 4 Phạm Sư Mạnh làm văn phòng với diện tích 1000m². Năm 1999 hoạt động kinh doanh của khách sạn càng yếu kém, sang năm 2000 hoạt động kinh doanh ăn uống giảm sút rất mạnh khiến khách sạn quyết định thu hẹp quy mô kinh doanh ,chuyển địa điểm kinh doanh hàng ăn uống từ cổng trước của khách sạn sang phía cổng sau, diện tích nhà ăn cũ đã được cải tạo để cho thuê,doanh thu cho thuê văn phòng năm 1998 đạt 564,958 triệu đồng chiếm 9,96% ,năm 2000 đạt 1285,656triệu đồng chiếm 18,18%.Nhưng bước sang năm 2001, doanh thu của bộ phận này giảm xuống chỉ còn 16,95% trong tổng doanh thu. Năm này khách sạn quyết định sẽ thu hẹp lại để mở rộng quy mô cho thuê buồng cho 2002 .Nguyên nhân chính dẫn đến việc giảm doanh thu bộ phận này là chi phí sửa chữa cải tạo cho khối lượng Tài sản cố định lớn trong khi đó giá cho thuê không cao.

Nhưng nhìn chung bộ phận này luôn mang lại doanh thu với tỷ trọng có giảm xuống chút ít ở năm 2001.Dịch vụ này không còn khả năng mở rộng hơn diện tích cho thuê, nên cần tiếp tục thực hiện nâng cao giá cho thuê ,giảm chi phí chung và quan trọng nhất là phải cho thuê thường xuyên không ngắt quãng .Chính hoạt động này gỡ nút khó khăn khi công suất sử dụng buồng giảm mà lại góp phần tăng doanh thu cho khách sạn .

Dịch vụ KD Masage: Đây là hoạt động kinh doanh có triển vọng nhất của khách sạn; vừa đáp ứng tốt nhu cầu của khách lưu trú tại khách sạn, vừa có khả năng thu hút khách bên ngoài ,tăng thêm thu nhập, giải quyết việc làm cho người lao động trong khách sạn.Doanh thu dịch vụ này có xu hướng tăng lên năm 1998 đạt 1097,584 triệu đồng chiếm 19,35%.Sang năm 1999 đạt 1195,425 triệu đồng chiếm 19,55%.Tuy nhiên, năm 2000 lại giảm xuống chỉ còn 16,65%.Để khắc phục tình hình, năm 2001 khách sạn quyết định đầu tư các trang thiết bị đã xuống cấp ,thay đổi hệ thống hiện đại hơn .Mặc dù không tăng số phòng nhưng nâng cao được năng suất và tích cực giảm chi phí cho nên doanh thu đạt 1503,239triệu đồng chiếm tới 17,38% tổng doanh thu.

Dịch vụ KD lữ hành (tour du lịch) chiếm tỷ trọng ngày càng tăng.Năm 1998 doanh thu là 19,852triệu đồng chiếm 0,35% tổng doanh thu .

Lúc mới chuyển sang kinh doanh du lịch lữ hành do còn nhiều trở ngại, thêm vào đó thị trường du lịch có nhiều biến động cùng tình hình cạnh tranh mạnh giữa các công ty du lịch, gần đây giá các tour du lịch giảm. Nhưng với sự nỗ lực của chính bản thân khách sạn Dân chủ tăng cường mối quan hệ ,tạo môi giới, liên kết với các tổ chức du lịch khác,làm cho doanh thu du lịch lữ hành tăng trong tỷ lệ phần trăm tổng doanh thu. Năm 1999 doanh thu giảm chỉ đạt 19,567triệu đồng tức là chiếm 0,32%trong tổng doanh thu.

Ngày nay có nhiều tổ chức du lịch lữ hành ra đời là điều kiện thuận lợi cho khách sạn có thể liên kết tạo tour nhưng lại khó khăn hơn trong cạnh tranh.

Doanh thu bán hàng hoá chiếm tỷ trọng thấp và có xu hướng giảm ,hiện nay ở khách sạn dịch vụ này không được khuyến khích phát triển có quá ít sản phẩm đặc sắc để cuốn hút khách nước ngoài .Bởi đi du lịch ngoài nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí ,người ta còn có nhu cầu khám phá những nét đặc trưng trong thiên nhiên hương sắc văn hoá của dân tộc mà họ đến ,khách đến Việt Nam để xem phong tục lạ, phong cảnh khác của họ, ăn món lạ nơi họ đến ,chứ không phải chỉ để thưởng thức sự sang trọng của khách sạn.Do đó cần phải chú ý phát triển những sản phẩm mang nét đặc trưng của người Hà Nội ,nhằm phục vụ mong muốn của khách du lịch và tăng khả năng hoạt động du lịch. Mặt khác cần xem xét nghiên cứu các khâu nhập hàng như giá nhập ,phương thức nhập,nguồn nhập...sao cho phù hợp với điều kiện hoàn cảnh kinh doanh của khách sạn mới có thể thu hút được lượng khách tiêu dùng.

Bộ phận kinh doanh các dịch vụ bổ trợ khá nghèo nàn cả về chất và lượng, đối tượng phục vụ hầu hết là khách ngoài khách sạn.Với các dịch vụ khác hoạt động dẫu tăng hàng năm nhưng rất ít ,do điều kiện của khách sạn không có hoặc chất lượng thấp như : bể bơi,sân tennis ..Đây là những dịch vụ có khả năng phát triển lớn nhất là vào mùa hè ở Hà Nội cầu dịch vụ này rất lớn nhưng cung lại thiếu và nếu chất lượng cao sẽ thu hút những khách hàng ưa thích thể thao.

Bộ phận KD dịch vụ bổ sung đóng góp vào doanh thu ,chính sự tăng trưởng này giúp cho KD du lịch khách sạn được một phần bù đắp những thua thiệt, dẫu công suất hoạt động chưa đạt được như mong muốn.

Kinh doanh hàng ăn uống là bộ phận kinh doanh hỗ trợ chính dịch vụ kinh doanh buồng, chiếm một tỷ trọng phần lớn sau doanh thu buồng ngủ, nhưng những năm gần đây doanh thu đang có xu hướng giảm dần giữa năm 1998& 1999 .Năm 1999,doanh thu đạt 1409,440 triệu đồng tăng so với năm 1998 nhưng chỉ chiếm 23,05% trong khi năm 1998 là 23,39%.

Trước sự suy giảm kinh doanh năm 1999 về mọi mặt hoạt động,khách sạn quyết định thu hẹp qui mô kinh doanh và sang năm 2000 có giảm mạnh đến năm 2001 chỉ còn 14,47% đạt 992,068 triệu đồng .

Thương thì khâu kinh doanh ăn uống nếu chỉ phục vụ khách du lịch thường đi theo tour, hầu như chỉ nghỉ đêm ở khách sạn còn ban ngày thì đi thăm quan, công việc. Do đó hầu hết khách lưu trú ở khách sạn chỉ ăn bữa sáng (bữa này tính vào giá thuê phòng), còn ăn trưa và ăn tối là rất ít .Chính vì vậy khách sạn phải tìm nguồn khách ở bên ngoài để phục vụ như :hội nghị, đám cưới... Song nguồn khách thường bấp bênh ;đám cưới thì có mùa còn hội nghị thì ngày càng khó ký hợp đồng do có nhiều địa điểm khách có khả năng tổ chức hội nghị và thuận tiện hơn .

Dịch vụ này cần giữ vững giá bán ,tiết kiệm chi phí như: điện ,nước,...vì qui mô kinh doanh của dịch vụ này đã rất nhỏ ,nếu tiếp tục giảm lượng khách tiêu dùng sản phẩm cũng đồng nghĩa với giảm chất lượng chung của khách sạn.

Các dịch vụ trên đều có biến đổi trong các năm ,nhưng kinh doanh dịch vụ ăn uống là hoạt động kém hiệu quả nhất của khách sạn .Đây là giải pháp để khắc phục nâng cao hiệu quả hoạt động cho dịch vụ này ,vấn đề này đang rất đang được quan tâm.

1.2.2 Kết cấu doanh thu theo loại khách:

Khách đến khách sạn thuộc nhiều nước khác nhau từ khắp nơi trên thế giới. Mỗi loại khách có số lượng và xu hướng tiêu dùng khác nhau .Do đó doanh thu theo các loại khách là rất khác nhau gây ảnh hưởng khác nhau tới tổng doanh thu.Tuy vậy khách sạn không thống kê chi tiết doanh thu của từng loại khách mà chỉ chia ra làm hai loại chính:

- Doanh thu khách quốc tế.
- Doanh thu khách nội địa

Qua việc phân tích doanh thu hai loại khách ta sẽ thấy rõ được tình hình biến động kết cấu doanh thu theo loại khách và xác định vai trò của từng loại khách trong tổng doanh thu.

Bảng 7: Kết cấu doanh thu theo loại khách giai đoạn 1998-2001.

Loại khách	Năm 1998		Năm 1999		Năm 2000		Năm 2001	
	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tr.đ)	Tỷ trọng (%)
Quốc tế	5275,2 10	93	5594,9 50	91,5	6421,2 12	90,8	7801,6 23	90,2
Nội địa	397,06 2	7	519,76 0	8,5	650,60 8	9,2	847,62 7	9,8
Tổng	5672,2 72	100	6114,7 10	100	7071,8 2	100	8649,2 5	100

Nhìn chung doanh thu khách quốc tế và khách nội địa có xu hướng tăng lên qua các năm, nhưng xét về cơ cấu doanh thu thì tỷ trọng doanh thu quốc tế có xu hướng giảm và tỷ trọng doanh thu khách khách trong nước có xu hướng tăng cả về tuyệt đối lẫn tương đối. Đây là một gợi ý cho công ty du lịch Hà Nội nói chung và Khách sạn Dân chủ nói riêng ,một hướng đầu tư mở rộng thị trường khách du lịch quốc tế.

Khách nội địa lưu trú tại khách sạn không chỉ là khách du lịch mà còn cả khách công vụ ,thương nhân ở các tỉnh thành phố khác đến Hà Nội tìm cơ hội làm ăn, khách chữa bệnh... Với nguồn khách cư trú trong thành phố có nhu cầu du lịch ngoại thành và du lịch sang các tỉnh khác ,đây là thị trường tiềm năng cho việc kinh doanh du lịch lữ hành của khách sạn.

Từ năm 1998 trở về trước ,thị trường du lịch Việt Nam phát triển khá sôi động, khách quốc tế đến Việt Nam với lượng lớn ,doanh thu khách quốc tế cao chiếm khoảng 93% tổng doanh thu.

Giai đoạn này là thời điểm khách sạn đã được công ty đầu tư cải tiến cơ sở vật chất dịch vụ nên đã thu hút được nhiều khách đến từ các nước. Dầu được hoạch toán độc lập nhưng khách sạn Dân chủ vẫn chịu sự quản lý của công ty du lịch Hà Nội và bị sức ép của quy luật cung vượt cầu ,do đó

doanh thu từ khách quốc tế đóng vai trò quan trọng và là thị trường chính của khách sạn.

Khách nội địa chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng số khách cũng như trong tổng doanh thu, chỉ khoảng 7%, mặt khác khả năng chi tiêu và cơ cấu tiêu dùng đối với các loại dịch vụ thấp.

Năm 1999, doanh thu khách quốc tế và tổng doanh thu giảm xuống rõ rệt, tuy nhiên doanh thu quốc tế vẫn chiếm tỷ trọng khá cao 91,5%. Vào thời điểm cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ diễn ra ở châu á làm ảnh hưởng mạnh đến nền kinh tế và trực tiếp vào thị trường du lịch. Lượng khách quốc tế đến Việt nam giảm đặc biệt là lượng khách châu á. Đây là một thiệt thòi, một khó khăn đối với khách sạn vì trong tổng số khách đến với khách sạn thì lượng khách khu vực chiếm tỷ trọng cao. Vào thời điểm này khách sạn phải đương đầu với rất nhiều thách thức do mới được nâng cấp cải tiến; các loại hình dịch vụ chưa đi vào hoạt động ổn định, chi phí và giá cả tương đối cao nhưng công suất hoạt động rất thấp, cơ cấu tiêu dùng của khách ít.

Mặt khác, lượng khách nội địa đến khách sạn vẫn chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ đồng thời chi tiêu của khách còn hạn chế làm doanh thu của khách không lớn song có thể thấy tỷ trọng doanh thu khách trong nước có xu hướng tăng lên.

Năm 2000, 2001, nền kinh tế đi vào ổn định, thị trường du lịch được phục hồi và có khả năng phát triển mạnh mẽ. Là năm có nhiều sự kiện trong cả nước, là năm cae nước chuyển mình sang một thiên niên kỷ mới và được sự quan tâm đặc biệt của Đảng nhà nước. Đây là cơ hội để khách sạn bước vào giai đoạn khôi phục và phát triển sau cuộc khủng hoảng vừa qua.

Bằng các chính sách và biện pháp thích hợp khách sạn đã thu hút một lượng lớn khách đến với khách sạn (cả khách quốc tế và khách trong nước).

Đẩy mạnh doanh thu so với năm 1999. Về mặt tuyệt đối doanh thu tăng lên khá nhiều ở cả hai thị trường trong nước và quốc tế, là dấu hiệu đáng mừng cho thấy công suất hoạt động của khách sạn đã được nâng lên.

Ngày nay, trong điều kiện nền kinh tế ngày càng phát triển đời sống ngày càng được cải thiện, số lượng người Việt Nam đi du lịch và trao đổi giao lưu buôn bán giữa các miền ngày càng nhiều đồng thời cơ cấu tiêu dùng thay đổi, họ sẵn sàng bỏ ra khoản tiền lớn hơn để đáp ứng và thoả

mãn nhu cầu của bản thân về ăn, ngủ và các loại hình dịch vụ khác. Do vậy doanh thu từ khách trong nước tăng lên đáng kể, với 847,627 triệu đồng chiếm 9,8% tỷ trọng doanh thu.

Thị trường khách du lịch quốc tế là thị trường chính và là thị trường chủ đạo mang lại doanh số và lợi nhuận lớn cho khách sạn. Trong tình hình hiện nay, cần chú ý hơn nữa biện pháp để thúc đẩy và thoả mãn hơn các nhu cầu ngày càng gia tăng của khách và đặc biệt chú trọng thị trường khách trong nước bởi đây là tiềm năng và có xu hướng phát triển trong tương lai rất lớn.

2. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến biến động tổng doanh thu.

Trong nghiên cứu doanh thu du lịch, ta có thể nghiên cứu sự biến động doanh thu qua thời gian, không gian, phân tích ảnh hưởng biến động các nhân tố đối với sự biến động của tổng doanh thu. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tổng doanh thu nói chung và từng mặt hoạt động nói riêng giúp ta nhận thức rõ hơn về các hoạt động và sự tác động của các nhân tố đến doanh thu theo các chiều hướng khác nhau. Từ đó tạo cơ sở cho việc lên kế hoạch hoạt động của khách sạn trong những năm tiếp theo, hạn chế mặt tiêu cực, phát huy mặt tích cực hình thành chiến lược kinh doanh đúng đắn phù hợp với thực tế và nhu cầu thị trường, đẩy mạnh khả năng cạnh tranh, tối ưu hoá nguồn lực của khách sạn.

Có nhiều nhân tố ảnh hưởng tới biến động của doanh thu tuy nhiên trên cơ sở số liệu thu thập được nội dung chuyên đề xin được trình bày một số nhân tố nổi bật, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu.

2.1 Phân tích các nhân tố bản thân doanh thu ảnh hưởng đến tổng doanh thu

2.1.1. Phân tích biến động chung tổng doanh thu.

Doanh thu khách sạn chịu ảnh hưởng của ba nhân tố sau:

- Doanh thu bình quân 1 ngày khách (a)
- Số ngày lưu trú bình quân 1 khách (b)
- Số khách trong kỳ (k)

Ba nhân tố trên có mối quan hệ với doanh thu được thể hiện qua phương trình sau: $D = a.b.k$

Từ phương trình kinh tế trên ta có thể xây dựng hệ thống chỉ số gồm

3 nhân tố:

Từ đó ta có hệ thống chỉ số:

$$I_D = I_a \times I_b \times I_k$$

Trong đó I_D : chỉ số tổng doanh thu

I_a : chỉ số doanh thu bình quân một ngày khách

I_b : chỉ số ngày lưu trú bình quân một khách

I_k : chỉ số lượng khách trong kỳ

Ta có lượng tăng giảm tuyệt đối

$$D_1 - D_0 = (q_1 - q_0)b_1k_1 + (b_1 - b_0)a_0k_0 + (k_1 - k_0)a_0b_0$$

Với năm 1998 kỳ gốc, năm 2001 chọn làm kỳ nghiên ta có thể phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu như sau. Để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến tổng doanh thu qua 4 năm (1998-2001) có thể thông qua bảng số liệu sau:

Bảng 8: Tình hình hoạt động kinh doanh tại khách sạn Dân chủ Giai đoạn 1998-2001

Nguồn khách	Năm 1998			Năm 2001		
	Số khách (người)	Số ngày khách (ngày)	Doanh thu (tr.đ)	Số khách (người)	Số ngày khách (ngày)	Doanh thu (tr.đ)
Khách quốc tế	4935	8563	5275.210	7351	14795	7801.623
Khách nội địa	1046	1607	397.062	1770	3047	847.627
Toàn bộ	5981	10170	5672.272	9121	17842	8649.25

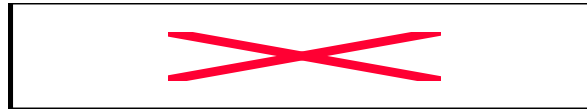
Nguồn : phòng kế toán khách sạn Dân chủ

Từ bảng số liệu trên ta có thể khẳng định được một số chỉ tiêu ở bảng sau:

Bảng 9: Kết quả tính toán

Nguồn khách	Doanh thu bình quân 1 ngày khách (tr.đ)		Số ngày lưu trú bình quân 1 khách (ngày)	
	Năm 1998	Năm 2001	Năm 1998	Năm 2001
Khách quốc tế	0.6160	0.5273	1.7351	2.0126
Khách nội địa	0.2470	0.2781	1.5363	1.7214
Chung	0.5577	0.4847	1.7003	1.9561

Vận dụng hệ thống chỉ số trên ta có:



$$1.5248 = 0.8691 \times 1.1504 \times 1.5249$$
$$(52.48\%) = (-13.08\%) (15.04\%) (52.49\%)$$

Lượng tăng giảm tuyệt đối :

$$2976.978 = -1302.4359 + 1301.198 + 2977.52727$$

Qua kết quả tính toán trên ta thấy :

Doanh thu năm 2001 tại khách sạn Dân chủ so với năm 1998 tăng lên 2976.978 triệu đồng hay tăng lên 52.48% là do ảnh hưởng của các nhân tố sau:

- Doanh thu bình quân một ngày khách của 1 khách năm 2001 so với năm 1998 giảm 13,08% hay giảm từ 0,5577 triệu xuống 0,4847 triệu đồng làm cho tổng doanh thu giảm 1302,5359 triệu đồng

- Số ngày lưu trú bình quân của 1 khách năm 2001 so với năm 1998 tăng 15,04% hay tăng từ 1,7043 ngày lên 1,9561 ngày làm cho tổng doanh thu tăng 1301,198 triệu đồng

- Số khách tăng lên từ 5981 người lên 9121 người hay doanh thu tăng 2977,527 triệu đồng

Như vậy ta có thể thấy rằng , nguyên nhân chính của việc tổng doanh thu của khách sạn tăng lên là sự gia tăng về số lượng khách của năm 2001 tăng lên rất nhiều so với năm 1998 . Đây là nhân tố tích cực, là nhân tố quan trọng thúc đẩy doanh thu tăng , đã thể hiện được sự quan tâm của khách sạn trong việc thu hút khách.

Số ngày lưu trú bình quân của khách cũng tăng là nhân tố tác động tốt làm doanh thu tăng.

Tuy nhiên có nhân tố không kém phần quan trọng là doanh thu bình quân 1 ngày khách giảm một cách đáng kể và tác động không tốt trực tiếp tới doanh thu.

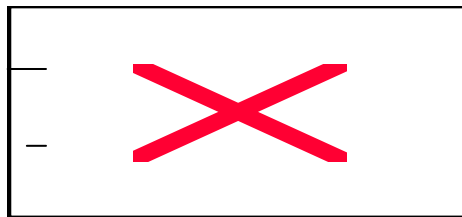
Mặc dầu , đồng ý là giai đoạn này có nhiều biến động do ảnh hưởng khách quan. Nhưng cần thấy rằng doanh thu bình quân một ngày khách có ảnh

hưởng rất lớn cho nên cần đầu tư và có kế hoạch thu hút hấp dẫn hơn các loại hình dịch vụ bổ sung ,tăng cường các loại hình về cả mặt chất lượng cũng như số lượng,đặc biệt quan tâm hơn việc lưu giữ khách hàng.

Để thấy rõ tại sao nhân tố trên giảm cần phân tích kỹ hơn qua phần sau:

2.1.2 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu bình quân một ngày khách.

Với chỉ tiêu doanh thu bình quân một ngày khách ta có thể vận dụng hệ thống chỉ số cấu thành khả biến cố định và ảnh hưởng kết cấu



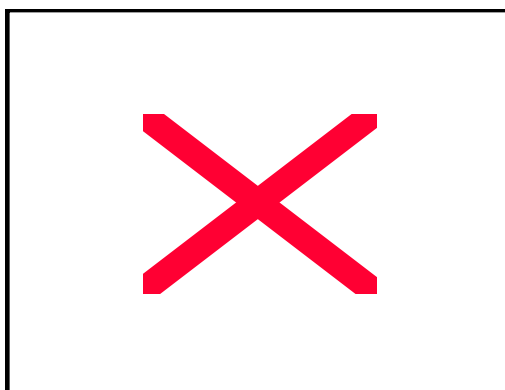
Trong đó x_1, x_0 : doanh thu bình quân một khách theo từng loại khách.

f_1, f_0 : số khách từng loại khách

Với số liệu thu thập được qua hai năm 1998,2001 ta có thể phân tích nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu theo loại khách theo bảng sau:

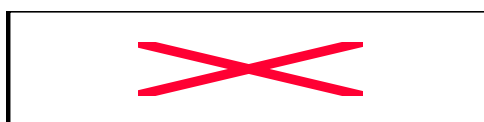
Bảng 10: Doanh thu bình quân theo loại khách năm 1998 và 2001.

Loại khách	Doanh thu bình quân 1 ngày khách (x) (triệu đồng)		Số khách (người)		$x_0 f_1$
	Năm 1998	Năm 2001	1998	2001	
Khách quốc tế	0.6160	0.5273	4935	7351	4528.21 6
Khách nội địa	0.2470	0.2781	1046	1770	437.19



Tổng	0.5577	0.4847	5981	9121	4965.40 6
------	--------	--------	------	------	--------------

Thay vào hệ thống chỉ số ta có :



$$0.8691 = 0.8903 \times 0.9761$$

$$-13.09\% = -10.96\% - 2.38\%$$

Lượng tăng giảm tuyệt đối : $-0.073 = -0.057 - 0.0133$ (tr.đ)

Ta thấy doanh thu bình quân một ngày khách năm 2001 giảm so với năm 1998 là 0.073 triệu đồng hay 13,09% là do ảnh hưởng của hai nhân tố sau:

- Doanh thu bình quân một ngày khách của từng loại khách giảm (khách quốc tế giảm từ 0.6160 xuống 0.5273 triệu đồng/ngày khách; khách nội địa tăng từ 0.2470 lên 0.2781 triệu đồng /ngày khách)

Làm cho doanh thu bình quân 1 ngày khách giảm 10.96% hay 0.0597 triệu đồng /ngày khách

- Kết cấu từng loại khách thay đổi (kết cấu khách quốc tế giảm ,kết cấu khách trong nước tăng) làm cho doanh thu bình quân 1 khách giảm 2.38% hay giảm 0.0133 triệu đồng /ngày khách.

Như vậy doanh thu bình quân một ngày khách giảm làm cho tổng doanh thu giảm, việc doanh thu bình quân một ngày khách giảm là do doanh thu bình quân 1 ngày khách của từng loại khách và kết cấu khách giảm ,đặc biệt lại giảm tỷ trọng khách quốc tế có mức chi tiêu cao. Do đó

khách sạn cần chú trọng biện pháp để thu hút ,đẩy mạnh kết cấu khách này.

2.2 Phân tích ảnh hưởng của các nhân tố khác tới doanh thu.

2.2.1. ảnh hưởng của nhân tố về sử dụng lao động.

Trong kinh doanh ,con người là yếu tố quan trọng hàng đầu để bảo đảm thành công.Con người được đặt ở vị trí số một trên cả vốn và tài sản khi đánh giá sức mạnh của khách sạn .Chính con người với năng lực thật của mình mới lựa chọn đúng cơ hội và sử dụng các sức mạnh khác nhau mà họ đã có hoặc sẽ có :vốn, tài sản ,kỹ thuật công nghệ...một cách có hiệu quả để khai thác và vượt qua cơ hội.

Đánh giá và phát triển tiềm năng con người trở thành một nhiệm vụ ưu tiên mang tính chiến lược trong kinh doanh.Một doanh nghiệp có sức mạnh về con người là doanh nghiệp có khả năng lựa chọn đúng và đủ số lượngj lao động cho từng vị trí công tác và sắp xếp đúng người trong một hệ thống thống nhất theo nhu cầu công việc.Chiến lược con người và phát triển nguồn nhân lực cho thấy khả năng chủ động phát triển con người của doanh nghiệp nhằm đáp ứng yêu cầu tăng trưởng và đổi mới thường xuyên cạnh tranh và thích nghi của kinh tế thị trường.

Chiến lược này không chỉ liên quan đến những vấn đề đội ngũ lao động mà còn tạo khả năng thu hút nguồn lao động nhằm kiến tạo cho doanh nghiệp một đội ngũ lao động:

- Trung thành và luôn hướng về doanh nghiệp.
- Có khả năng và chuyên môn cao,lao động giỏi ,năng suất và sáng tạo.
- Có sức khoẻ,có khả năng hoà nhập và đoàn kết tốt.

Tại khách sạn Dân chủ cũng xác định như vậy và lao động còn là một nhân tố quan trọng tạo nên mọi doanh thu,đó chính là người vận hành hệ thống các hoạt động tại khách sạn mang lại sức sống và là tiềm lực mạnh mẽ nhất cho sự phát triển của khách sạn.

Việc phân tích ảnh hưởng của các nhân tố về sử dụng lao động được thực hiện với bảng số liệu sau:

Bảng 11: Tình hình sử dụng lao động trong khách sạn Dân chủ

Giai đoạn 1998-2001.

Chỉ tiêu	Năm 1998	Năm 2001
----------	----------	----------

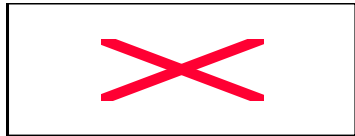
1. Tổng doanh thu (tr.đ)	5672.272	8649.25
2. Số lao động bình quân (người)	150	142
3. Năng suất lao động bình quân 1 lao động(tr.đ/người)	37.8151	60.9102

Doanh thu khách sạn biến động theo các nhân tố ảnh hưởng của lao động gồm hai nhân tố sau:

- NSLĐ bình quân của 1 lao động
- Số lao động bình quân của khách sạn.

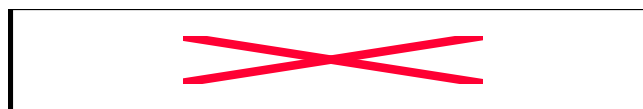
Mối quan hệ giữa doanh thu và chi phí được biểu hiện bằng phương trình:

$$D = w \cdot T$$



Ta có hệ thống chỉ số: $I_D = I_w \times I_T$

Từ bảng số liệu trên ta có hệ thống chỉ số sau:



$$1.5248 = 1.6107 \times 0.466$$

(52.48%) (61.07%) (-5.34%)

Lượng tăng giảm tuyệt đối:

$$2976.978 = 3279.5042 - 302.5208 \quad (\text{triệu đồng})$$

Doanh thu khách sạn năm 2001 tăng 52,48% tương đương với 2976,978 triệu đồng so với năm 1998 là do ảnh hưởng của hai nhân tố sau:

- NSLĐ bình quân một lao động tăng từ 37,8151 triệu đồng lên 60,9102 triệu đồng làm cho doanh thu tăng lên 61,07% hay 3279,504 triệu đồng

- Tổng số lao động của khách sạn từ 150 người nay chỉ còn 142 người, làm cho doanh thu giảm đi 5,35% tương ứng với 302,5208 triệu đồng.

Như vậy, mặc dù số lượng lao động của khách sạn đã giảm đi (do tình hình kinh tế và cũng do chính sách lao động trong sự nghiệp hành chính) làm cho doanh thu cũng giảm đi. Nhưng với mức độ tăng của NSLĐ bình quân tăng khá lớn, thể hiện chất lượng hoạt động và sử dụng lao động hợp

lý do đó tổng doanh thu tăng lên. Đây là nhân tố cần phát huy hơn nữa trong thời gian tới.

Đặc điểm cơ bản nhất trong kinh doanh du lịch là lao động phục vụ trực tiếp. Do đó đánh giá lao động, phân tích hiệu quả sử dụng lao động trong khách sạn là rất quan trọng qua đó giúp công ty điều chỉnh một cách hợp lý khoa học nguồn nhân lực của mình để đạt hiệu quả kinh doanh tốt hơn.

2.2.2. ảnh hưởng của nhân tố về việc sử dụng tài sản cố định:

Trong hoạt động kinh doanh du lịch, yếu tố tài sản cố định thường chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tài sản. Để phân tích ảnh hưởng việc sử dụng có hiệu quả tài sản cố định và khối lượng tài sản cố định đến kết quả kinh doanh thông qua bảng số liệu sau:

Bảng12: Tình hình sử dụng tài sản cố định ở khách sạn Dân chủ các năm 1999-2001

Chỉ tiêu/Năm	1999	2000	2001
1.Tổng doanh thu (triệu đồng)	6114.710	7071.820	8649.25
2.Tổng TSCĐ (triệu đồng)	2820.254	3135.680	3234.396
3.Hiệu suất sử dụng TSCĐ(tr/tr)	2.1681	2.2552	2.6741

Mối liên hệ giữa doanh thu và hai nhân tố ảnh hưởng được thể hiện qua:

$$D = H_F \cdot F$$

Trong đó: D- doanh thu du lịch.

H_F - Hiệu suất sử dụng tài sản cố định.

F- Giá trị tài sản cố định sử dụng trong năm.

Ta có hệ thống chỉ số .

$$\frac{D_1}{D_0} = \frac{H_{F1}}{H_{F0}} \times \frac{F_1}{F_0} = \frac{H_{F1} \cdot F_1}{H_{F0} \cdot F_1} \times \frac{H_{F0} \cdot F_1}{H_{F0} \cdot F_0}$$

Lượng tăng giảm tuyệt đối:

$$D_1 - D_0 = (H_{F1} - H_{F0})F_1 + (F_1 - F_0) H_{F0}$$

Từ số liệu áp dụng hệ thống chỉ số ta có:

$$\frac{8649,250}{6114,710} = \frac{2,674 \times 3234,396}{2,168 \times 3234,396} \times \frac{2,168 \times 3234,396}{2,168 \times 2820,254}$$

$$1,4144 = 1,2334 \times 1,1468$$

(+41,44%) (+23,34%) (+14,68%)

Lượng tăng giảm tuyệt đối.

$$2534,54 = 1637,079 + 897,460 \quad (\text{triệu đồng}).$$

Qua kết quả tính toán trên cho ta thấy:

Doanh thu năm 2001 tăng 2534,54 (triệu đồng) tức tăng 41,44% so với năm 1999 là do ảnh hưởng của hai nhân tố sau:

- Hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2001 tăng từ 2,168 lên tới 2,674 (tr.đ/tr.đ) làm cho doanh thu tăng 1637,079 tr.đ ứng với 23,34%. Đây là nhân tố tích cực tác động mạnh đến việc tăng doanh thu.

- Tổng số tài sản cố định tăng từ 2820,259 lên 3234,396 (tr.đ) làm cho doanh thu tăng 14,68% ứng với 897,460 (tr.đ).

Như vậy trong năm 2001 doanh thu tăng lên nhiều so với năm 1999 là do hiệu suất sử dụng tài sản cố định và quy mô tài sản cố định tăng lên.

3. Phân tích mối liên hệ giữa doanh thu và chi phí quảng cáo.

Quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện thông tin về sản phẩm. Quảng cáo là phương tiện, công cụ của các doanh nghiệp sử dụng trong cạnh tranh trên thị trường. Trong thời đại ngày nay do sự bùng nổ của công nghệ thông tin, các phương tiện truyền thông đại chúng đóng vai trò tích cực trong việc cạnh tranh của các doanh nghiệp. Thông qua quảng cáo doanh nghiệp hiểu được nhu cầu thị trường và sự phản ứng của thị trường nhanh hơn. Đặc biệt trong nền kinh tế thị trường hiện nay khi khoa học công nghệ có sự tiến bộ vượt bậc nhu cầu của người tiêu dùng trở nên đa dạng phức tạp hơn thì thông tin quảng cáo là yếu tố quan trọng trong việc đưa sản phẩm của mình đến người tiêu dùng, nhất là đối với thị trường du lịch. Quá trình quảng cáo đánh mạnh vào tâm lý và nhận thức của khách giúp cho khách sạn thu hút được nhiều khách đến với mình, nâng cao khả năng cạnh tranh và doanh thu từ khách.

Nhận thức được vấn đề này khách sạn Dân Chủ đã có sự đầu tư mạnh mẽ vào lĩnh vực quảng cáo và marketing (thành lập phòng mới đảm nhận về giao dịch quảng cáo...). Để nhằm giữ hình ảnh và mở rộng giới thiệu về khách sạn trên các thị trường. Và với biện pháp này khách sạn không chỉ bán được nhiều hàng hoá hơn mà điều quan trọng là qua đó tác động thay

đổi cơ cấu tiêu dùng tiếp cận phù hợp với sự thay đổi của khoa học công nghệ và gợi mở nhu cầu. Ta hãy xem mối liên hệ của việc đầu tư chi phí quảng cáo với doanh thu từ năm 1994 - 2001.

Bảng 13: Doanh thu và chi phí quảng cáo giai đoạn năm 1994 - 2001.

Đơn vị tính: triệu đồng.

Năm	Doanh thu	Tổng chi phí quảng cáo
1994	3584,690	106,749
1995	4054,288	120,627
1996	4796,222	142,340
1997	5208,698	155,151
1998	5672,272	170,356
1999	6114,710	183,985
2000	7071,820	212,686
2001	8649,250	276,776

Bằng phương pháp hồi quy tương quan ta cần xem xét giữa doanh thu và chi phí có mối liên hệ tuyến tính hay phi tuyến. Để có thể biết được dạng tuyến tính hay phi tuyến thông thường phải khảo sát bằng phương pháp đồ thị thực nghiệm. Các dạng mô hình hồi quy sẽ được biểu diễn trên đồ thị và sử dụng phương pháp bình quân nhỏ nhất để xác định các tham số.

Ta khẳng định dạng liên hệ tuyến tính hay phi tuyến bằng cách kiểm tra tính đúng đắn của nó thông qua hệ số kiểm định.

Ta có thể kiểm định tính phù hợp của từng mô hình nhưng trong một số trường hợp có thể các mô hình đều được chấp nhận, đều bị bác bỏ hoặc một số mô hình được chấp nhận. Trong những trường hợp như thế không cho chúng ta biết mô hình nào là tốt nhất. Tiêu chuẩn tốt nhất để lựa chọn mô hình được nhiều người nhất chí là dựa vào sai số chuẩn của mô hình được kí hiệu là: Se. Từ đó ta lập được phương trình liên hệ và cũng tính toán được các giá trị từ mô hình. Sau khi đã xác định dạng liên hệ, ta xem xét chúng có tính chất thuận hay nghịch thông qua hệ số tương quan kết hợp dựa vào đồ thị để nhận biết nhanh tính chất đó.

Trên cơ sở số liệu và phương pháp thăm dò đồ thị, phương pháp hồi quy tương quan ta có mối liên hệ giữa doanh thu và chi phí quảng cáo bằng dạng hàm tuyến tính sau:

$$\bar{y}_x = 494,392 + 30,1x$$

với : \bar{y}_x doanh thu hồi quy theo x.

x: là chi phí quảng cáo.

Hàm hồi quy tương quan cho ta thấy mối quan hệ giữa 2 đại lượng đó là cứ tăng 1 triệu đồng vào chi phí quảng cáo thì doanh thu của khách sạn tăng bình quân 398,504 triệu đồng.

Ta đánh giá trình độ chặt chẽ của mối liên hệ qua hệ số tương quan.

$$r = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \times \sum (y - \bar{y})^2}} = 0,998$$

Với $r = 0,998$ cho thấy đây là mối liên hệ thuận rất chặt chẽ có nghĩa là sự tăng lên cho chi phí quảng cáo sẽ là doanh thu càng tăng theo.

4. Phân tích xu hướng biến động của doanh thu.

4.1. Nghiên cứu xu hướng biến động của doanh thu theo hàm xu thế.

Theo số liệu doanh thu khách sạn Dân Chủ giai đoạn 1994 - 2001 ta thấy doanh thu khách sạn Dân Chủ biến động theo từng năm. Để nghiên cứu xu hướng biến động của doanh thu khách sạn ta dựa vào một số dạng hàm cụ thể.

- Nếu sai phân bậc 1 xấp xỉ nhau ta có thể sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính:

$$\hat{y} = a_0 + a_1t$$

- Nếu các sai phân bậc 2 xấp xỉ bằng nhau thì có thể sử dụng mô hình hồi quy Parabol.

$$\hat{y} = a_0 + a_1t + a_2t^2$$

- Dạng hàm bậc 3:

$$\hat{y} = a_0 + a_1t + a_2t^2 + a_3t^3$$

Với t là thứ tự thời gian.

Với tài liệu về doanh thu và các dạng mô hình hồi quy theo thời gian như đã trình bày ta biểu diễn trên đồ thị như sau.

Sử dụng phương pháp bình quân nhỏ nhất và phương trình thống kê ta lập ra các mô hình doanh thu sau:

Bảng 14: Các dạng hàm hồi quy của doanh thu khách sạn Dân Chủ

giai đoạn từ 1994 - 2001

	Tuyến tính	Parabol	Hyfecbol	Hàm bậc 3
Dạng hàm	$y = 2699,782 + 654,269t$	$y = 3559,250 + 138,588t + 57,297t^2$	$y = 7096,008 - 4273,997 \cdot \frac{1}{t}$	$y = 2341,234 + 1405,816t - 274,888t^2 + 24,606t^3$
Tỷ số tương quan	0,973	0,988	0,762	0,997
Sai số mô hình	406,172	296,075	1149,926	140,224

Trong các mô hình trên thì sử dụng mô hình nào để biểu hiện một cách tốt nhất sự biến động về doanh thu của khách sạn Dân Chủ trong khoảng thời gian 1994 - 2001.

Tiêu chuẩn tốt nhất để lựa chọn tốt nhất là dựa vào sai số chuẩn của mô hình và tỷ số tương quan.

Doanh thu khách sạn biến động qua các năm rất lớn, các sai phân bậc 1, sai phân bậc 2 và các tốc độ phát triển liên hoàn có sự khác biệt lớn, nên không thể lựa chọn hàm phù hợp. ở đây, mô hình bậc 3 có sai số mô hình nhỏ nhất do vậy ta thấy hàm $y = 2341,234 + 1405,816 \cdot t - 274,888 \cdot t^2 + 24,606 t^3$ là mô hình mang tính đại biểu tốt nhất biểu hiện doanh thu của khách sạn Dân Chủ.

4.2. Nghiên cứu biểu hiện biến động thời vụ của doanh thu:

Doanh thu của khách sạn có biểu hiện thời vụ tương đối rõ nét, do chịu ảnh hưởng mạnh của thị trường khách sạn du lịch, phong tục tập quán... việc nghiên cứu biến động của doanh thu tạo cơ sở nghiên cứu thực hiện kế hoạch hoạt động đáp ứng nhu cầu thực tế, dự kiến trước trong thời vụ kinh doanh. Qua thu thập thực tế ta có bảng số liệu sau:

Bảng 15: Doanh thu quý của khách sạn Dân Chủ giai đoạn 1994-2001.

Quý Năm	I	II	III	IV
1994	1039,560	889,003	734,862	921,265
1995	1216,286	973,029	810,859	1054,114
1996	1434,070	1019,676	1004,311	1338,145
1997	1536,565	1224,044	1015,698	1432,391
1998	1696,009	1242,227	1236,557	1497,479
1999	1858,871	1345,236	1082,305	1828,295
2000	1993,651	1634,096	1498,422	1945,651
2001	2404,348	2071,438	1906,050	2267,414

Qua bảng số liệu ta thấy doanh thu của khách sạn cùng kỳ qua các năm tăng lên. Đây là dãy số thời gian có tính thời vụ với xu hướng rõ rệt đồng thời có xu hướng phát triển theo thời gian. Để nghiên cứu tính thời vụ ở đây nên sử dụng chỉ số thời vụ có tính đến xu hướng với công thức sau.

$$I_i = \frac{\sum_{j=1}^n \frac{y_{ij}}{\bar{y}_{ij}}}{n} \times 100$$

Trong đó: y_{ij} - Mức độ thực tế thời gian i của năm j .

\bar{y}_{ij} - Mức độ tính toán (có thể là số trung bình trượt hoặc dựa vào giá trị tính toán từ phương trình hồi quy năm j).

Từ số liệu ta xác định được hàm xu thế tuyến tính có dạng sau

$$y = 756,705 + 39,654 t$$

Trong đó : t - là thứ tự theo quý.

Từ hàm xu thế tuyến tính ta xác định được giá trị lý thuyết theo bảng sau:

t	y_t	\hat{y}_t	t	y_t	\hat{y}_t
1	1039,560	793,973	17	1696,009	1429,741
2	889,003	833,708	18	1242,227	1429,476
3	734,862	873,444	19	1236,557	1509,212
4	921,265	913,179	20	1497,479	1548,947
5	1216,286	952,915	22	1858,871	1588,683
6	973,029	992,650	23	1345,236	1628,418
7	810,859	1032,386	23	1082,305	1668,154
8	1054,114	1072,121	24	1828,298	1707,889
9	1434,070	1111,857	25	1993,651	1747,625
10	1019,676	1151,593	26	1634,036	1787,361
11	1004,331	1191,328	27	1498,422	1827,090
12	1338,145	1231,063	28	1945,651	1866,832
13	1536,565	1270,799	29	2404,348	1906,567
14	1224,044	1310,535	30	2071,438	1946,303
15	1015,698	1350,270	31	1906,050	1986,038
16	1432,391	1390,005	32	2267,414	2025,774

Từ kết quả ở bảng trên ta tính được chỉ số thời vụ như sau:

Bảng 17: Chỉ số thời vụ theo quý.

Năm Quý	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	$\sum \frac{y_{ij}}{\bar{y}_{ij}}$	I_i
I	1,30 9	1,27 6	1,28 9	1,20 9	1,18 6	1,17 0	1,14 0	1,26 1	9,84 0	1,23 0
II	1,06 6	0,98 0	0,88 5	0,93 4	0,86 9	0,82 6	0,91 4	1,06 4	7,53 8	0,94 2
III	0,84 1	0,78 5	0,84 3	0,75 2	0,81 9	0,64 9	0,82 0	0,95 9	6,46 8	0,80 8
IV	1,00 9	0,98 3	1,08 7	1,03 0	0,96 6	1,07 0	1,04 2	1,11 9	8,30 6	1,03 8

Trong phân tích người ta quan tâm đến hai thành phần là xu thế và biến động thời vụ. Để đơn giản trong dự toán người ta sử dụng bảng Buys Ballot để tìm ra mô hình dự đoán có dạng tuyến tính:

$$y_t = a + bt + c_j$$

Với số liệu bảng 15 ta tính được bảng Buys Ballot như sau:

Bảng 18: Bảng Buys Ballot:

Quý Năm	I	II	III	IV	ΣT_i	$i.T_i$
1994	1039,56 0	889,003	734,86 2	921,265	3584,690	3584,690
1995	1216,28 6	973,029	810,85 9	1054,11 4	4054,288	8108,576
1996	1434,07 0	1019,67 6	1004,3 11	1338,14 5	4796,222	14388,666
1997	1536,56 5	1224,04 4	1015,6 98	1432,39 1	5208,698	20834,792
1998	1696,00 9	1242,22 7	1236,5 57	1497,47 9	5672,272	28361,360
1999	1858,87 1	1345,23 6	1082,3 05	1828,29 5	6114,710	36688,260
2000	1993,65 1	1634,09 6	1498,4 22	1945,65 1	7071,820	49502,740
2001	2404,34 8	2071,43 8	1906,0 50	2267,41 4	8649,250	69190,000
ΣT_j	13197,3 60	10398,7 49	9289,0 84	12284,7 57	T=45151,9 50	
\bar{y}_j	1647,42 0	1299,84 0	1161,1 35	1535,59 0	$\bar{y} = 1410,99$ 8	S=230663, 084
I_{TV}	1,167	0,912	0,8229	1,088		

Ta xác định được

$$b = \frac{12}{4 \times 8(8^2 - 1)} \times \left(\frac{230663,084}{4} - \frac{8+1}{2 \times 4} \times 45151,950 \right) = 40,53198$$

$$a = 1410,998 - 40,531 \frac{8 \times 4 + 1}{2} = 742,22$$

Ta có mô hình: $y = 742,22 + 40,531.t + C_j$

Với C_j - là : $C_1 = 297,290$

$$C_2 = -90,892$$

$$C_3 = -270,128$$

$$C_4 = 63,794$$

Nhìn vào bảng chỉ số và Buys Ballot ta thấy: Doanh thu khách sạn biến động theo thời vụ chủ yếu tập trung vào quý I, IV có nghĩa là doanh thu trung bình quý I, IV vượt lên so với doanh thu trung bình quý hay là quy mô hoạt động được mở rộng doanh thu tăng lên trong quý này. Bởi lượng khách chủ yếu tới khách sạn là khách công vụ và khách du lịch, thời điểm tháng 10 đến tháng 2 là lúc nghỉ đông của các nước châu Âu do đó khách thường tổ chức đi du lịch. Thời gian này ở Việt Nam thời tiết tương đối mát mẻ thuận lợi cho việc đi lại tham quan danh lam thắng cảnh. Đồng thời đây là thời gian diễn ra nhiều lễ hội phù hợp nhu cầu của khách du lịch quốc tế là tìm hiểu bản sắc văn hóa dân tộc. Là thủ đô của quốc gia, trung tâm văn hóa kinh tế - chính trị... do đó thường chiếm tỷ lệ càng lớn. Bà công nghệ Việt kiều từ phương xa về thăm lại quê cha đất tổ và đóng góp công cuộc xây dựng đất nước...

Vào mùa hè mặc dầu không có du lịch biển nhưng Hà Nội có rất nhiều điểm du lịch nhân tạo được tổ chức với nhiều trò vui chơi giải trí.

Bằng các biện pháp kinh doanh của mình, khách sạn đã thu hút được lượng lớn khách du lịch đến khách sạn làm tăng doanh thu một cách rõ rệt so với các quý khác.

Qua nghiên cứu thời vụ ta sẽ được biết khi nào sóng thời vụ lên cao xuống thấp để khách sạn có kế hoạch khai thác hết khả năng của mình phục vụ du khách một cách tốt nhất và xác định thời gian rảnh rỗi để củng cố bộ máy, phương tiện, nâng cao đời sống nhân viên, có chế độ nghỉ ngơi phù hợp cho nhân viên.

III. Dự đoán doanh thu du lịch.

Do biến động doanh thu trong các năm của dẫn số thời gian diễn ra khá mạnh tốc độ phát triển và lượng tăng giảm tuyệt đối bình quân không đồng đều giữa các năm nên việc dự đoán theo hai phương pháp này không được sử dụng đồng thời do sự thu thập số liệu hạn chế cho nên gặp khó khăn trong đảm bảo tính chính thực tế. Vì vậy ta có thể vận dụng một số phương pháp sau để dự đoán doanh thu khách sạn Dân Chủ.

1. Dự đoán doanh thu bằng phương pháp ngoại suy hàm xu thế.

Sự biến động doanh thu giai đoạn 1994 - 2001 được biểu diễn thông qua hàm bậc 3: $y = 2341,235 + 1405,816 \cdot t - 274,888 t^2 + 24,606 t^3$

Ta có mô hình dự đoán như sau:

$$\hat{y}_{n+L} = f_{(n+L)} + \varepsilon_t$$

* Dự đoán doanh thu khách sạn năm 2002, 2003:

Năm 2002, $L = 1$ $\hat{y}_{2002} = 2341,235 + 1405,816 \cdot 9 - 274,888 \cdot 9^2 + 24,606 \cdot 9^3 = 10665,688$.

Năm 2003, $L = 2$ $\hat{y}_{2003} = 2341,235 + 1405,816 \cdot 10 - 274,888 \cdot 10^2 + 24,606 \cdot 10^3 = 13516,957$.

* Dự đoán khoảng theo công thức : $y_{n+L} \pm t_\alpha \cdot s_p$

Trong đó: t_α - là giá trị trong bảng T - Student với $n-2$ ($n=8$) bậc tự do và xác suất tin cậy là $1 - \alpha$.

Năm 2002, $L = 1$, $s_p = 225,362$ ta có doanh thu khách sạn năm 2002 được dự đoán nằm trong khoảng:

$$10665,688 - 1,44 \cdot 225,362 < DT < 10665,688 + 1,44 \cdot 225,362.$$

Hay doanh thu năm từ 9630,386 đến 1170,991 triệu đồng.

Năm 2003, $L = 2$, $s_p = 258,749$ doanh thu khách sạn năm 2003 được dự đoán trong khoảng $13516,957 - 1,44 \cdot 258,749 < DT < 13516,957 + 1,44 \cdot 258,749$.

Hay doanh thu năm trong khoảng (11455,960; 15577,953).

2. Dự đoán doanh thu theo quý thông qua bảng chỉ số thời vụ doanh thu của khách sạn được tính ở trên ta dự đoán doanh thu các quý năm 2002, 2003 theo công thức:

$$y_{ij} = \frac{y_i}{4} \times I_j$$

Trong đó:

y_{ij} - doanh thu dự đoán năm dự đoán

y_i - doanh thu dự đoán quý j

Năm 2002 có giá trị cần dưới là 9630,386 giá trị cận trên là 11700,991 (triệu đồng).

Năm 2003 có giá trị cần dưới là 11455,960 giá trị cận trên là 15577,953 (triệu đồng).

Ta có kết quả dự đoán 2 năm như sau:

Quý	Chỉ số thời vụ	Doanh thu dự đoán 2002	Doanh thu dự đoán 2001

		Cận dưới	Cận trên	Cận dưới	Cận trên
I	1,230	2961,343	3598,045	3522,707	4790,220
II	0,942	2267,955	2755,583	2697,878	3668,608
III	0,808	1946,541	2365,062	2315,535	3148,694
IV	1,038	2499,085	3036,407	2972,821	4042,479

Kết quả các phương pháp dự đoán trên không có sự trên lệch nhau nhiều nhất là dự đoán theo năm. Khi dự đoán theo quý khách sạn có thể sử dụng phương pháp dự đoán dựa vào chỉ số để sự đoán doanh thu cho khách sạn trong tương lai.

Tóm lại các phương pháp đều cho thấy doanh thu khách sạn tăng lên trong các năm tới. Đây là khả năng tiềm tàng mà khách sạn cần có kế hoạch hoạt động để đạt được năm tới.

Giải pháp và kiến nghị.

Cùng với ngành du lịch Việt Nam, khách sạn Dân Chủ đã trải qua nhiều bước thăng trầm nay đi vào ổn định phát triển.

Thực tiễn phát triển du lịch của các nước trên thế giới ngày càng chứng tỏ, vị trí vai trò quan trọng và hiệu quả nhiều mặt của du lịch. Trong những năm gần đây, khách sạn Dân Chủ đã có bước phát triển khá nhanh và có thể tự hào, năm 2001 khách sạn đạt kết quả cao trong hoạt động kinh doanh, doanh thu đạt 8649,25 triệu đồng tăng rất cao so với năm 2000.

Muốn ngành du lịch phát triển thì còn rất nhiều vấn đề cần phải suy nghĩ phải bàn, phải làm. Việc xác định được xu hướng vận động phát triển của mọi mặt trong nền kinh tế là vấn đề hết sức quan trọng.

Nắm bắt được xu hướng vận động kết hợp việc phân tích một cách khoa học mọi nhân tố, tác động sẽ giúp ta có mục tiêu xác định đúng khả năng xây dựng và lên kế hoạch phấn đấu trong năm tới.

1. Xu hướng phát triển hoạt động kinh doanh du lịch khách sạn trong thời gian tới: thế giới đã đi qua năm đầu tiên của thế kỷ 2 với những biến động chưa từng có.

Năm 2001 hoạt động kinh doanh của ngành du lịch Việt Nam diễn biến khá phức tạp song nhìn chung tình hình kinh doanh trong những tháng đầu năm khá thuận lợi và khả quan hơn các năm trước.

Tuy nhiên từ sau sự kiện tấn công 11/9 với Mỹ và cùng với Mỹ mở cuộc cạnh tranh đã tác động ảnh hưởng mạnh tới tình hình an ninh chính trị thế giới tình hình hoạt động kinh doanh của du lịch Việt Nam trong những tháng cuối. Dù khó khăn là hiện thực nhưng không phải ai cũng bi quan, những người nhìn xa trông rộng đang tính kế hoạch vào năm 2002 và sau đó. Biết đâu đó, tình hình bên trong bối cảnh kinh tế thế giới càng suy giảm, diễn biến phức tạp nhiều bất chắc nhưng với cái nhìn lạc quan vẫn có thể tìm thấy những thời cơ và vận hội lớn cho du lịch Việt Nam trong vài năm tới.

Xu thế ấy đã được Đảng và Nhà nước ta nhìn nhận đánh giá đúng đắn và có quyết sách phát triển du lịch phù hợp trào lưu phát triển du lịch trong thời đại. Chính phủ luôn khẳng định du lịch là "ngành kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế đất nước". Là ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa cao, vì vậy phát triển du lịch là nhiệm vụ và trách nhiệm của các ngành các cấp, các đoàn thể nhân dân và các tổ chức xã hội... là một hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển. Dưới cách nhìn nhận này, rõ ràng quan tâm của Đảng và Nhà nước ta đối với du lịch là vận hội lớn mà không phải ngành du lịch bất cứ một quốc gia nào cũng có được.

Chính sách đổi mới, mở cửa và chủ động hội nhập của Đảng và Nhà nước đã tạo điều kiện cho kinh tế đối ngoại, trong đó có du lịch phát triển. Mối quan hệ liên ngành, liên vùng tiếp tục gắn bó và tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển.

Việc hiệp định thương mại Việt - Mỹ có hiệu lực đánh dấu một bước phát triển quan trọng của nền kinh tế Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và sẽ có ảnh hưởng sâu sắc đến các ngành kinh tế Việt Nam, trong đó có lĩnh vực du lịch.

Hiệp định đã mở ra cho các doanh nghiệp du lịch Hoa Kỳ khả năng lớn để tiếp cận thị trường Việt Nam. Nhìn chung lĩnh vực chịu tác động trực tiếp mạnh nhất từ Hiệp định thương mại chính là nhà hàng khách sạn và lữ hành. Hiện nay Việt Nam vẫn độc quyền trong việc cung cấp các dịch vụ lữ hành cả nội địa và quốc tế. Đây sẽ là giai đoạn học hỏi lẫn nhau, các doanh nghiệp Hoa Kỳ thì đi tìm hiểu thị trường về cách thức làm ăn, các doanh nghiệp Việt Nam cũng có điều kiện học hỏi cách thức quản lý kinh doanh.

Ngành du lịch Việt Nam có khả năng thu hút lượng khách quốc tế lớn tạo đà phát triển nhanh hơn cung cấp thêm nhiều công việc làm ăn thúc đẩy các ngành khác phát triển.

Về lâu dài, các nhà kinh doanh du lịch của Việt Nam cũng cần phải tính đến việc thâm nhập thị trường Mỹ bởi đây chính là khả năng mà Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ mở ra cho họ. Tuy nhiên trước khi làm được điều đó, họ cần cạnh tranh có hiệu quả với các doanh nghiệp Mỹ trên chính thị trường Việt Nam.

Bước sang năm 2002, năm 2003 cả nước nói chung - Huế nói riêng đang chuẩn bị rầm rộ cho việc tổ chức Festival và đăng cai SeaGames.

Đây là điều kiện thuận lợi nhất từ trước tới nay một lượng lớn khách nước ngoài sẽ đến và lưu trú tại Việt Nam.

Đặc biệt đây là lượng khách có mức chi tiêu khá cao, điều này sẽ làm tăng mạnh doanh thu du lịch Việt Nam nói chung và ngành khách sạn nói riêng.

Riêng với khách sạn Dân Chủ, với định hướng phát huy và thực hiện tốt mục tiêu "an toàn - chất lượng - hiệu quả". Ban giám đốc và cán bộ công nhân viên đang tích cực trong thi đua quyết tâm phấn đấu hoàn thành vượt mức toàn diện nhiệm vụ 2002. Khách sạn đã đề ra nhiều phương hướng phương pháp thực hiện, và được Công ty du lịch tạo điều kiện thuận lợi trong mọi mặt, nhất định trong năm tới khách sạn sẽ thành công rực rỡ giành danh hiệu "đơn vị dẫn đầu Ngành Du lịch thủ đô".

Từ những vấn đề lý luận và thực tiễn đã nghiên cứu, thông qua các phân tích và đánh giá doanh thu của khách sạn Dân Chủ trong giai đoạn 1997 - 2001. Chuyên đề đưa ra một số kiến nghị với hy vọng góp phần nhỏ cho nâng cao khả năng kinh doanh và xây dựng các chiến lược kinh doanh giai đoạn tới.

Để đạt được kế hoạch và nhiệm vụ khách sạn Dân Chủ cần quan tâm đến mọi mặt. Đặc biệt cần phát huy mặt mạnh và có biện pháp khắc phục những gì còn yếu kém và chưa đạt được trong năm qua

2. Một số giải pháp khắc phục sự yếu kém nghiệp kinh doanh ăn uống.

Một trong những nghiệp vụ quan trọng nhất nhưng hoạt động yếu kém nhất là kinh doanh hàng ăn uống, việc đưa ra giải pháp khắc phục là điều rất cần thiết trong lúc này. Năm 2001 doanh thu của nghiệp vụ này chỉ còn

11,03%, giảm đi rất nhiều so với các năm trước. Năm 2000 khách sạn đã thu hẹp quy mô kinh doanh hàng ăn so với năm 1999 với mục tiêu duy trì để phục vụ khách lưu trú trong khách sạn mà không cần có lãi. Từ diện tích kinh doanh 390m² thu hẹp còn 180 m², đồng thời chuyển một số lao động của bộ phận này sang bộ phận khác. Khách sạn không thể tiếp tục thu hẹp quy mô kinh doanh của hàng ăn vì lượt khách phục vụ chủ yếu của hàng ăn hiện nay là khách lưu trú trong khách sạn ăn sáng theo tiêu chuẩn đặt phòng trung bình 1 ngày chỉ có 6 lượt khách. Nếu tiếp tục thu hẹp quy mô kinh doanh sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ chung của khách sạn trong phục vụ lưu trú. Lao động của bộ phận này đã giảm nhưng vẫn thừa nhiều, không thể tiếp tục chuyển sang bộ phận khác vì các bộ phận khác cũng nằm trong tình trạng dư thừa lao động tương tự.

Để giải quyết vấn đề này, năm 2001 khách sạn Dân Chủ đã quyết định chia bộ phận kinh doanh hàng ăn làm 2: Một bộ phận gồm các lao động có chuyên môn và trình độ cao hơn, có kinh nghiệm trong phục vụ khách tiếp tục kinh doanh hàng ăn, một số lao động khác chuyển sang kinh doanh cơm bình dân phục vụ nhu cầu của cán bộ trong khách sạn và các khách có nhu cầu thấp. Nhằm giải quyết lao động và tăng thu nhập. Mục tiêu của khách sạn là giữ cho hoạt động hàng ăn duy trì để phục vụ khách lưu trú, đa dạng hóa cơ cấu dịch vụ nhằm thu hút khách. Ngoài ra, khách sạn còn mở thêm văn phòng du lịch chuyên thực hiện các chương trình du lịch theo nhu cầu của khách. Đồng thời mở thêm các dịch vụ kinh doanh tạp phẩm, giải khát... đã giải quyết được phần nào tình trạng dư thừa lao động.

Nhưng biện pháp này đã phần nào giảm được gánh nặng cho kinh doanh hàng ăn nhưng vẫn chưa là giải pháp hiệu quả. Vì đây là biện pháp rất lãng phí trình độ tay nghề của người lao động. Hơn nữa, hiện nay lao động thuộc bộ phận ăn đã vừa đủ phục vụ nhu cầu bữa sáng cho khách nhưng lại dư thừa rất nhiều những thời gian còn lại trong ngày. Nếu tiếp tục giảm lao động sẽ làm ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách lưu trú. Hoạt động kinh doanh kém hiệu quả, thu nhập thấp, lao động thừa không có việc làm, trong khi đó diện tích kinh doanh quá nhỏ không đủ phục vụ hội thảo, hội nghị, đám cưới với quy mô vừa và lớn. Vì vậy, khả năng thu hút khách trong lĩnh vực này cũng là rất thấp. Điều này làm mất tinh thần hăng say lao động, học hỏi sáng tạo và nâng cao trình độ tay nghề của

người lao động, đe dọa chất lượng phục vụ khách và động lực phấn đấu của bộ phận này.

Đây cũng là tình trạng chung của kinh doanh khách sạn: chấp nhận để lỗ một số dịch vụ để thu lợi nhuận từ hoạt động chung. Tuy nhiên, dịch vụ kinh doanh hàng ăn. Nói chung là một dịch vụ đem lại lợi nhuận rất lớn, quay vòng vốn nhanh. Nguyên nhân khiến bộ phận này hoạt động kém hiệu quả là do cùng một lúc phải đảm bảo cho nhu cầu quá đa dạng của khách, do khách đến từ nhiều nguồn và thuộc nhiều thành phần khác nhau, có phong tục tập quán sở thích thị hiếu khác nhau. Không thể chỉ phục vụ cho một bộ phận lớn còn bỏ qua các bộ phận khác vì kinh doanh khách sạn rất có tính thời vụ, các khách lẻ cũng là một nguồn thu quý trong những mùa vắng khách. Qua phân tích trên chuyên đề xin đưa ra ý kiến: Mạnh dạn bỏ hẳn lĩnh vực kinh doanh đám cưới... vì diện tích không cho phép để tránh phân tán trong bố trí kinh doanh. Vẫn tiếp tục duy trì kinh doanh hàng ăn và phục vụ tất cả các nhu cầu phát sinh của du khách. Tuy nhiên, cần nghiên cứu nhu cầu để biết được nhu cầu của số đông để tập trung vào khai thác phục vụ. Còn các nhu cầu khác nên đáp ứng bằng cách liên kết với các cơ sở kinh doanh ăn uống ở bên ngoài để phục vụ. Đồng thời khách sạn tiếp tục quan tâm đến nâng cao tay nghề của người lao động bằng các khóa huấn luyện, nhanh chóng tìm ra một món ăn được trưng cho khách sạn để du khách nhắc đến lưu trú tại khách sạn phải nhắc đến món ăn này.

Đây là vấn đề quan trọng cần giải quyết của khách sạn để tiếp tục duy trì hoạt động trên thị trường dịch vụ kinh doanh hàng ăn uống là một dịch vụ chính đứng ngay sau dịch vụ buồng ngủ. Nếu không có dịch vụ bổ trợ này khách sạn sẽ sớm biến thành 1 nhà trọ đơn thuần, giảm khả năng thu hút khách.

3. Về mặt tổ chức thống kê nghiên cứu:

Nghiên cứu thị trường là bước đầu quan trọng mở đầu cho hoạt động kinh doanh và trong cả quá trình kinh doanh của khách sạn. Trong cơ chế thị trường khách sạn tự chủ trong hoạt động kinh doanh nghĩa là phải nghiên cứu thị trường để xác định lĩnh vực và mặt hàng. Để tồn tại và phát triển khách sạn phải xác định được khách hàng và đối thủ cạnh tranh của mình phải xây dựng hoạch định được chiến lược kế hoạch kinh doanh.

Trên cơ sở nghiên cứu thị trường mới giải thích được quy luật hiện tượng diễn ra trên thị trường từ đó đưa ra biện pháp ứng xử phù hợp trong

kinh doanh muốn vậy, khách sạn phải có đội ngũ marketing tốt, xây dựng dựng chiến lược marketing.

Tổ chức hoạt động thông tin thống kê các phòng ban trong bộ máy tổ chức xây dựng cơ sở lưu giữ hồ sơ về khách hàng, cơ sở thống kê dữ liệu về hoạt động của khách sạn, đây là nguồn thông tin đáng kể phục vụ việc nghiên cứu thị trường. Việc lưu giữ hồ sơ quá khứ để dễ tổng hợp dữ liệu phân tích và dự báo thường xuyên giúp khách sạn ra quyết định đúng đắn và hợp lý chiến lược phát triển.

Hiện đại hóa phải nâng cao chất lượng hệ thống thông tin chuyên ngành du lịch kết hợp chặt chẽ các ngành hữu quan nhất là Tổng cục Du lịch để thông tin một cách trực tiếp và gián tiếp.

Cần có sự hỗ trợ tin học để việc truyền tin trong khách sạn nhanh thuận tiện và chính xác hơn nhiều hiệu quả nhất là việc nâng cao chất lượng phục vụ tiết kiệm thời gian thanh toán... Việc sử dụng thông tin ở ta còn khó khăn, do đó xin đề nghị: coi trọng giảng dạy công nghệ thông tin, nhất là ứng dụng công nghệ trong khách sạn, phải thực hiện nhuần nhuyễn ngay từ bây giờ khách sạn phải nhận thức đúng và có chất lượng thích hợp nhằm nhanh chóng ứng dụng vào kinh doanh để không mất lợi thế cạnh tranh. Để đào tạo có hiệu quả khách sạn cần chọn loại hình đào tạo, đối tượng đào tạo phương pháp và quy trình đào tạo thì việc đào tạo mới ý nghĩa khi tìm ra những gì cần thiết cho đào tạo.

4. Đối với chiến lược kinh doanh khách sạn:

Hiệu quả kinh doanh chẳng những bị ảnh hưởng của nhân tố bên trong mà còn luôn bị tác động của các yếu tố bên ngoài. Khách sạn muốn đạt hiệu quả không những chỉ có những biện pháp sử dụng nguồn lực bên trong mà còn phải nắm bắt các bất chắc của môi trường có thể có đưa ra biện pháp đối phó thậm chí có thể lấy đó làm cơ hội cho việc kinh doanh.

4.1. Tính thời vụ du lịch.

Tính thời vụ trong du lịch ảnh hưởng bất lợi đến cả cung và cầu du lịch. Do biến động cầu đột ngột làm cung du lịch quá tải khi không được sử dụng và nếu lặp lại nhiều lần trong thời gian xác định thì dẫn đến ách tắc đến quá trình sản xuất du lịch. Du lịch mang tính liên ngành nên tính thời vụ du lịch làm ảnh hưởng không tốt đến ngành kinh tế liên quan.

Để giảm bớt tác động của nó cần phải tìm nguyên nhân gây biến động gồm nguyên nhân tự nhiên và kinh tế xã hội. Từ đó tìm ra khả năng

tác động điều tiết tác động bất lợi của nó. Những tác động này có thể thực hiện thông qua một số giải pháp sau:

- Quảng cáo với mục đích điều chỉnh cụ thể. Có nghĩa với thông tin thuyết phục điều chỉnh thói quen du lịch, điều chỉnh hiểu biết.

- Cần có chính sách giá hợp lý: là công cụ marketing hữu hiệu điều chỉnh cung cầu, mở rộng thị trường tăng lợi nhuận. Tuy nhiên cần phân biệt chính sách giá cả và việc giảm giá. Nghiên cứu ảnh hưởng giảm giá cần thận trọng trong việc sử dụng nó như một chiến lược cạnh tranh bởi sau thời gian giảm giá dài khi tăng giá gặp phản ứng của khách hoặc giảm giá đối với thị trường kém nhạy cảm thì cầu không cao và ảnh hưởng lợi nhuận.

- Việc giảm giá nâng cao năng suất sử dụng không còn là chiến lược hữu hiệu ngoại trừ việc chuyển dịch cầu từ khách sạn này sang khách sạn khác mà thôi.

- Khuyến khích sản phẩm: là một trong các biện pháp nhằm nâng cao công suất phòng bằng cách thu hút những đối tượng trước đây chưa hề có ý định sử dụng hoặc chưa hề biết sản phẩm, dịch vụ của khách sạn.

4.2. Nâng cao trình độ quản lý và tái cấu trúc tổ chức khách sạn:

Hiệu quả kinh doanh phụ thuộc nhiều yếu tố trong đó trình độ quản trị khách sạn đóng vai trò quyết định. Ngoài bốn chức năng cơ bản: Hoạch định tổ chức, điều khiển kiểm tra là điều kiện tiên quyết để đạt hiệu quả sản xuất kinh doanh quản trị còn nghiên cứu các yếu tố môi trường, theo dõi dự báo biến động thay đổi có thể có nhằm hạn chế tổn thất thiệt hại cho hoạt động kinh doanh cơ cấu tổ chức cần hợp lý có khả năng dẫn dắt đơn vị đến mục tiêu đề ra. Trong môi trường kinh doanh ngày càng khó khăn, cạnh tranh khốc liệt, cơ cấu tổ chức cần linh hoạt thay đổi thích nghi môi trường đó, tạo sức sống mới cho doanh nghiệp.

4.3. Xác định mục tiêu và chiến lược:

Khách sạn cần có cái nhìn đúng đắn về hiện trạng, môi trường hoạt động để đề ra mục tiêu xác đáng, các chiến lược, giải pháp để thực hiện mục tiêu, đề ra chiến lược phù hợp từng thời kỳ. Chứ không phải lúc nào cũng theo đuổi chiến lược phát triển với tốc độ cao "phát triển, phát triển, liên tục phát triển.... rồi biến mất".

4.4. Yếu tố con người - sự quan tâm hàng đầu và vốn - yếu tố chứa đựng rủi ro.

Một thách thức lớn đối với quản lý là làm sao có một đội ngũ lành nghề nỗ lực và nhiệt tình trong công việc đó là điều kiện đảm bảo thành công doanh nghiệp. Muốn vậy phải nhận thức được vai trò quan trọng của yếu tố con người, tạo điều kiện nâng cao trình độ, thu nhận yếu tố sáng tạo tích cực trong công việc bằng các thực hiện quyền làm chủ thực sự của người lao động.

Người kinh doanh giỏi không phải là người kinh doanh bằng vốn tự có của mình mà là kinh doanh bằng vốn của người khác.

Tuy nhiên vốn vay chứng tỏ sự mất cân đối của cơ cấu vốn và chứa đựng nhiều bấp bênh rủi ro. Vì vậy không nên lạm dụng, cần có kế hoạch sử dụng hiệu quả và biện pháp phòng chống rủi ro.

4.5. Quản trị môi trường:

Để tồn tại và phát triển khách sạn luôn quan hệ với môi trường và chịu sự tác động môi trường có thể thuận lợi hay bất lợi cho khách sạn.

Muốn hoạt động hiệu quả thì việc thu thập thông tin, dự đoán ước lượng những thay đổi bất trắc của môi trường trong và ngoài nước đưa ra biện pháp đối phó giảm bớt tác động có thể có.

Kết luận

Một bức tranh toàn cảnh về ngành Du lịch đất nước trong công cuộc đổi mới theo hướng kinh tế thị trường ngày một thắm đậm hơn với những mảng màu và đường nét rực rỡ. Đó là kết quả đáng phấn khởi nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng du lịch nước nhà.

Ngày nay không một quốc gia nào trong quá trình hoạch định chính sách và quản lý phát triển kinh tế lại không có nội dung phát triển bền vững. Hoạch định chiến lược là khâu hết sức quan trọng cần thiết đối với sự phát triển lâu dài. Khách sạn Dân Chủ cần có chiến lược dự kiến đáp ứng đúng nhu cầu xu hướng thay đổi của thị trường xác định con đường lựa chọn trong tương lai. Mục tiêu của chiến lược là nghiên cứu công nghệ đường và cách thức phát triển, là thỏa mãn khách hàng và thu lợi nhuận. Dẫu hai mục tiêu này không dễ dàng đồng thời đạt được.

Đường ray đã đặt, hướng đi đã rõ, con tàu du lịch đã khởi hành, vận tốc sẽ phát sinh gia tốc. Với mục tiêu đề ra, khách sạn Dân Chủ từng bước phấn đấu và góp phần xây dựng ngành Du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn- ngành mà Đảng và Nhà nước đã đặt chọn niềm tin.

Một lần nữa, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới Tiến sĩ Trần Thị Kim Thu, người trực tiếp định hướng và giúp đỡ em, Ban lãnh đạo khách sạn và các phòng ban quan tâm tạo điều kiện thuận lợi cho em hoàn thành đề tài.