



Grant Thornton

An instinct for growth™

Báo cáo tóm tắt

Khảo sát Ngành dịch vụ Khách sạn

2015

Đây là bản tóm tắt của Báo cáo Khảo sát Ngành dịch vụ Khách sạn đầy đủ dày 60 trang. Vui lòng liên hệ Grant Thornton Việt Nam để có được báo cáo chi tiết đầy đủ

Grant Thornton Việt Nam



Giới thiệu

Báo cáo Khảo sát Ngành dịch vụ khách sạn năm 2015 thực hiện bởi Grant Thornton trình bày các thông tin tài chính, hoạt động cũng như tiếp thị cho năm tài chính 2014 của các khách sạn và khu nghỉ dưỡng 4 và 5-Sao tại Việt Nam.

Để thuận tiện cho việc trình bày, từ “Khách sạn” dùng trong báo cáo là để chỉ cả khách sạn và khu nghỉ dưỡng, với số liệu khảo sát được thực hiện cho các khách sạn từ 4 và 5 sao. Số liệu thống kê được trình bày theo Xếp loại sao (xếp hạng khách sạn), Vùng miền (vị trí khách sạn) và Quy mô khách sạn (số phòng).

Khi trình bày số liệu thống kê, quy mô khách sạn được xếp hạng từ nhỏ đến lớn, cụ thể là khách sạn nhỏ hơn 75 phòng, khách sạn từ 75 đến 150 phòng và khách sạn lớn hơn 150 phòng.

Cuối cùng, vùng miền của khách sạn được phân chia theo ba khu vực chính của Việt Nam là miền Bắc, miền Trung - Cao Nguyên và miền Nam. Với miền Bắc, các khách sạn tham gia khảo sát tập trung chủ yếu tại thủ đô Hà Nội, Sapa và Hạ Long. Tại miền Trung – Cao Nguyên, các khách sạn tham gia khảo sát ở các khu vực Đà Nẵng, Hội An, Huế, Nha Trang và Phan Thiết. Miền Nam, các khách sạn được khảo sát tập trung tại thành phố Hồ Chí Minh, Phú Quốc, Vũng Tàu và khu vực sông Mê Kông.

Trong cuộc khảo sát năm nay, chúng tôi không bao gồm phân khúc khách sạn 3-Sao, nguyên nhân do hạn chế về số lượng tham gia cũng như sự thay đổi đáng kể trong thành phần nhóm khách sạn tham gia khảo sát, do đó bản khảo sát năm nay sẽ chỉ tập trung vào phân khúc khách sạn sang trọng tại Việt Nam gồm phân khúc khách sạn 4 và 5-Sao.

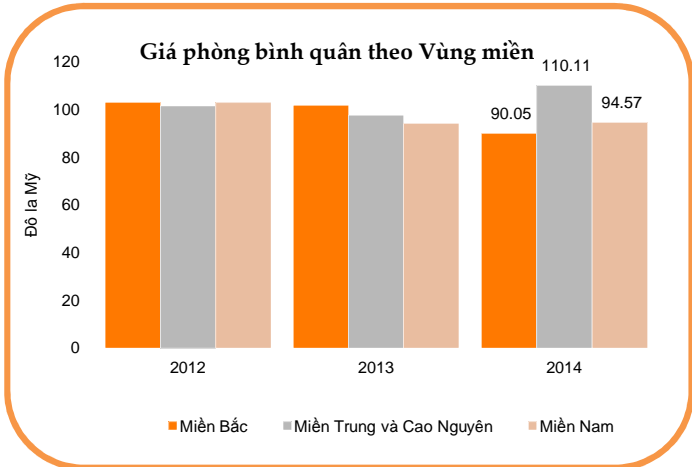
Báo cáo này cung cấp cho người đọc một cái nhìn vừa tổng quát vừa chi tiết về hoạt động của các khách sạn tại Việt Nam thông qua việc trình bày dữ liệu phân tích theo nhiều khía cạnh khác nhau như tiện nghi khách sạn, nhân sự, số liệu tài chính và số liệu thị trường. Trong phần phân tích tài chính, số liệu kết quả hoạt động được trình bày theo chỉ số thu nhập thuần trước lãi, thuế và khấu hao (“EBITDA”), để đảm bảo việc so sánh hợp lý giữa các khách sạn. Đơn vị tiền tệ được sử dụng là Đô La Mỹ.

Như sẽ được trình bày cụ thể hơn ở phần tiếp theo của báo cáo, tất cả các thông tin trong bản báo cáo này được trình bày dưới dạng phần trăm hoặc số liệu trung bình. Ví dụ, ở phần số liệu tài chính, các chỉ tiêu có đơn vị Đô La Mỹ được trình bày dưới dạng phần trăm của tổng doanh thu. Trong phần phân tích số liệu thị trường và các lĩnh vực khác, số liệu thống kê được trình bày theo dạng số trung bình

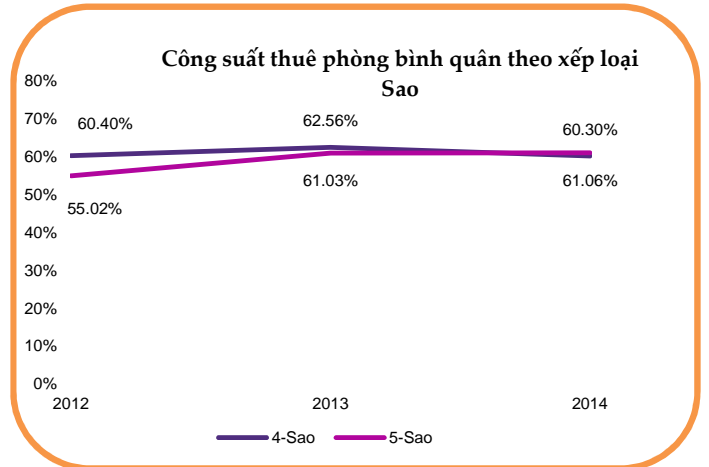
Để tiện cho việc so sánh, báo cáo trình bày kết quả cuộc khảo sát theo từng lĩnh vực khảo sát cùng với các phát hiện chính. Trong phần phụ lục, người đọc có thể tham khảo thêm các bảng giá trị lớn nhất, nhỏ nhất và bình quân của các số liệu được thống kê trong hai năm tài chính 2013 và 2014. Tuy nhiên, bản báo cáo này không có mục đích đưa ra số liệu về kết quả hoạt động của ngành khách sạn tại Việt Nam. Các số liệu và tỉ lệ trình bày trong báo cáo này không nên được xem là tiêu chuẩn đánh giá cho bất kỳ loại hình khách sạn nào.

Người sử dụng báo cáo này cần lưu ý rằng không phải tất cả các thay đổi trong các số liệu khảo sát giữa các năm là các thay đổi của tình hình thực tế. Đôi khi kết quả thay đổi là do sự thay đổi của tập hợp các đối tượng tham gia khảo sát. Người đọc cũng nên lưu ý rằng do các hạn chế về dữ liệu phân tích dựa trên số lượng mẫu thống kê nhất định, các kết quả khảo sát chỉ mang tính tham khảo.

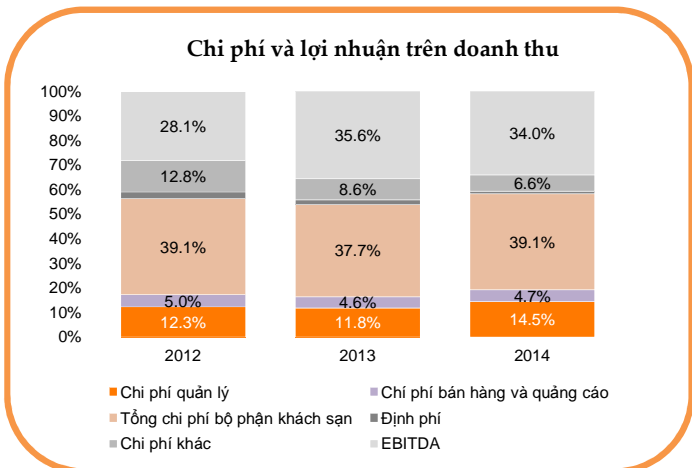
Xu hướng chính



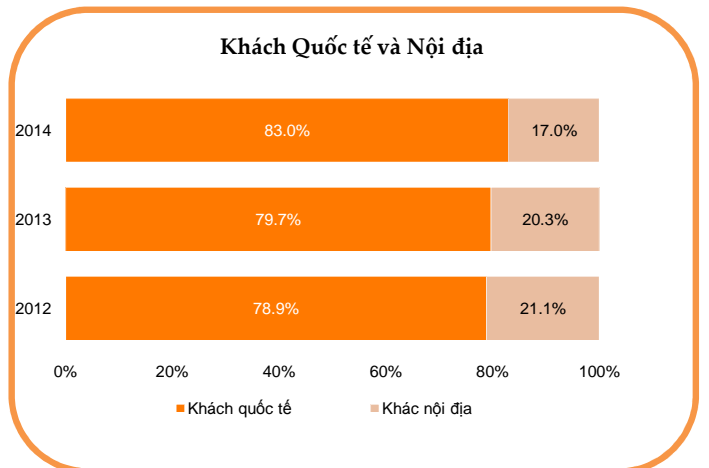
Giá phòng trung bình tăng **0.2%** trong đó khách sạn 5-Sao giảm 6.4%



Công suất thuê phòng bình quân giảm **2.0%** trong đó khách sạn 4-Sao giảm 3.6%



EBITDA trong năm 2014 đạt **34.0%**



83.0% khách lưu trú năm 2014 là khách Quốc tế

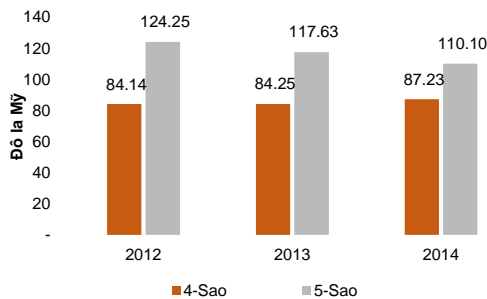
Tóm tắt báo cáo

Giá phòng theo một số tiêu chí phân loại

Giá phòng bình quân năm 2014 của các khách sạn cao cấp tăng 0.2% khi so sánh với năm 2013, từ 97.6 Đô la Mỹ năm 2013 lên 97.8 trong năm 2014.

Phân tích giá phòng bình quân theo Xếp loại sao cho thấy giá phòng bình quân của khách sạn 4-Sao tăng 3.6%, trong khi đó giá phòng của khách sạn 5-Sao giảm 6.4 % trong năm 2014.

Giá phòng bình quân (đô la Mỹ) theo Xếp loại sao (2012 - 2014)



Theo vùng miền, giá phòng bình quân tăng cao nhất tại miền Trung và Cao nguyên. Trong đó tại khu vực Đà Nẵng/Hội An giá phòng tăng cao với tỷ lệ 23%. Ngược lại, chỉ số này lại giảm mạnh ở Phan Thiết với tỷ lệ 17.2%. Cả Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh đều giảm với tỷ lệ tương ứng là 13.7% và 4.7%

Công suất phòng theo một số tiêu chí phân loại

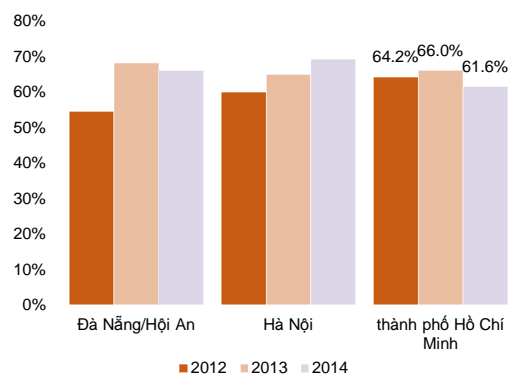
Công suất phòng bình quân trong năm 2014 là 60.7%, thấp hơn 2% so với năm 2013

So sánh với năm trước, công suất phòng của các khách sạn 4-Sao giảm 3.6%. Trong khi đó, công suất phòng bình quân của khách sạn 5-Sao giữ ổn định ở mức 61.1%

Xét đến công suất phòng bình quân theo một số thành phố:

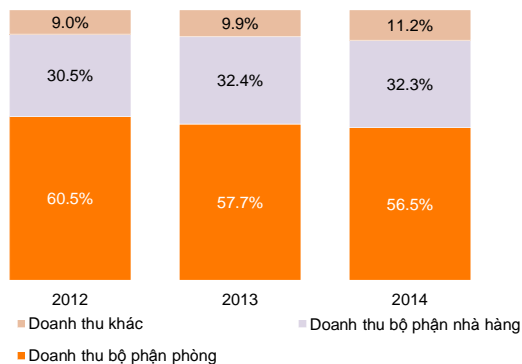
- Trong năm 2014, lượng khách đến Đà Nẵng tăng 22.6% (cả khách quốc tế và nội địa) so với số liệu năm 2013 là 3.8 triệu lượt khách. Tuy nhiên, công suất phòng lại giảm 3%. Điều này có thể là do sự xuất hiện thêm các khách sạn cao cấp trong năm 2014
- Công suất phòng bình quân tại Hà Nội tăng 6.7% cho khách sạn 4 và 5-Sao. Tại thành phố Hồ Chí Minh, công suất phòng giảm 6.7% so với năm trước đó
- Hà Nội đã được hưởng lợi từ việc mở rộng công suất khai thác sân bay và thêm nhà ga mới

Công suất phòng trung bình (%) theo thành phố (2012-2014)



Doanh thu và chi phí

Chi tiết doanh thu (2012 - 2014)

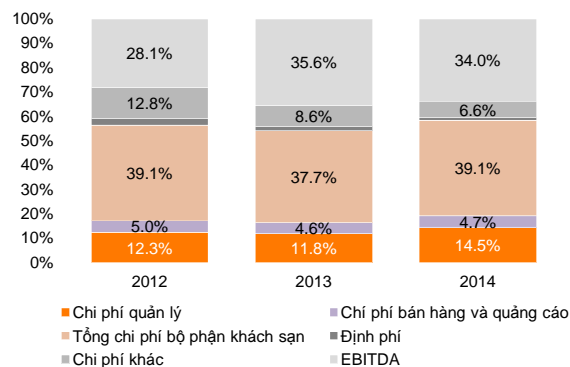


Doanh thu bao gồm doanh thu bộ phận phòng, dịch vụ nhà hàng và dịch vụ khác (bao gồm thu nhập từ trung tâm Spa, tiệc, hội nghị và dịch vụ trung tâm thông tin). Nhìn chung, doanh thu bộ phận phòng luôn chiếm phần lớn nhất của doanh thu với trung bình 56.6% trên tổng doanh thu trong năm 2014, dịch vụ nhà hàng đóng góp 32.3%. Doanh thu từ hoạt động khác tăng nhẹ khoảng 1.3%, đóng góp 11.2% vào tổng doanh thu

Phân khúc khách sạn cao cấp hoạt động kém hiệu quả hơn, EBITDA giảm 5.5% so với năm 2013 xuống còn 34%. Sự giảm sút này là do thay đổi trong chi phí, cụ thể là chi phí quản lý tăng 2.7% và chi phí khác tăng 1.9%. Chi phí cho các bộ phận của khách sạn cũng tăng nhẹ 1.5% đã tạo nên ảnh hưởng tới EBITDA.

Khi xem xét EBITDA theo xếp hạng Sao, khách sạn 5-Sao có chỉ số tốt hơn khách sạn 4-Sao, EBITDA khoảng 35.2%, điều này có thể là do các khách sạn đã kiểm soát được tốt định phí và chi phí khác (giảm tổng cộng 2.6% so với năm 2013). Ngược lại, khách sạn 4-Sao EBITDA lại giảm so với năm 2014, chỉ đạt 32.7%

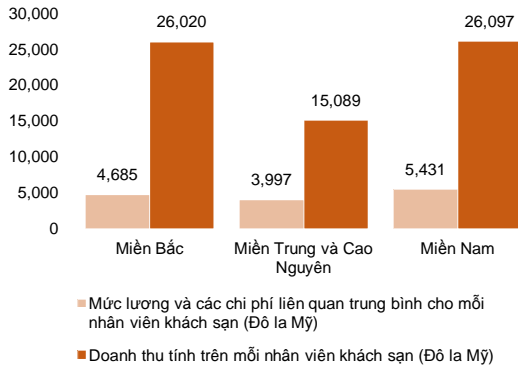
Chi phí và lợi nhuận trên doanh thu



EBITDA của khách sạn cao cấp đạt **34.0%** năm 2014

Nhân sự

Tổng doanh thu và chi phí trên mỗi nhân viên năm 2014



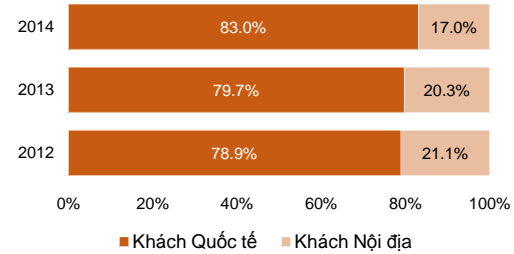
Tổng doanh thu trên mỗi nhân viên đạt thấp nhất tại miền Trung và Cao Nguyên, chỉ đạt xấp xỉ 15,100 Đô la Mỹ trong năm 2014. Con số này khác biệt khá xa so với miền Bắc và miền Nam khi cả 2 khu vực đều đạt doanh thu trên mỗi nhân viên khoảng 26,000 Đô la Mỹ

Xét đến mức lương bình quân và chi phí cho mỗi nhân viên, các khách sạn cao cấp chi trả bình quân 349.42 Đô la Mỹ mỗi tháng.



Nguồn khách du lịch

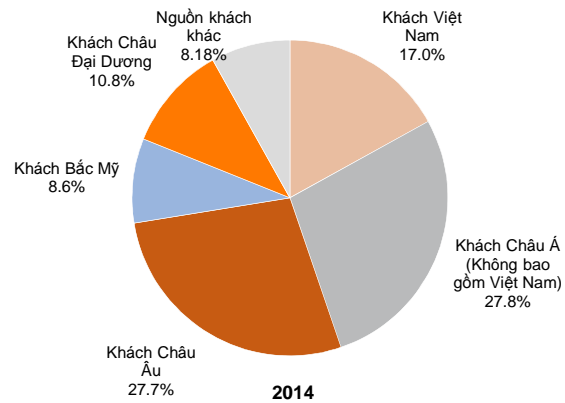
Nguồn khách du lịch (2012 – 2014)



Tỷ lệ các nhóm lưu trú tại khách sạn 4 và 5 sao trong năm 2014 giảm xuống còn 17%. Khách quốc tế góp phần lớn trong tổng số khách với 83% trong năm 2014, cao hơn nhiều so với mức 70% trong năm 2013.

Số lượng khách quốc tế lưu trú tại khách sạn cao cấp ở miền Nam trong năm 2014 tăng 10.1% so với năm trước. Trong khi đó, tỷ lệ ở miền Trung và Cao Nguyên đã giảm 3.5% và miền Bắc ổn định ở mức 85.4% tổng số khách.

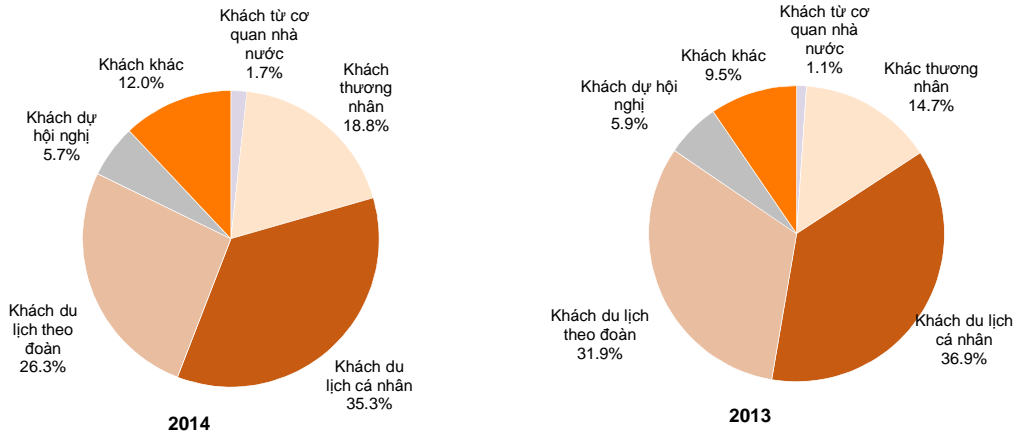
Nguồn khách du lịch năm 2014



Trong năm 2014, tổng số khách châu Á, trong đó bao gồm Việt Nam là nguồn khách lớn nhất, đạt tới 44.8%, tuy nhiên tỷ lệ này đã giảm 0.4% so với năm trước. Tỷ lệ số khách châu Âu đến Việt Nam trong năm 2014 cũng giảm 1.6% so với năm ngoái. Điều này có thể do những căng thẳng chính trị ở châu Âu vào cuối năm. Ngoài ra khách từ Châu Đại Dương vào Việt Nam giảm nhẹ trong năm 2014.

Mục đích lưu trú

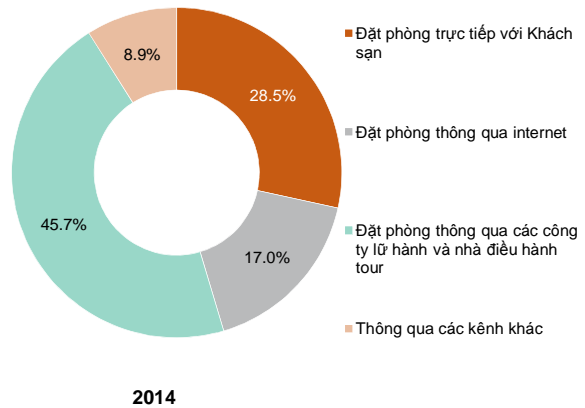
Mục đích lưu trú (2013 – 2014)



Khách du lịch cá nhân và khách du lịch theo đoàn đóng góp tỷ lệ lớn của khách lưu trú tại khách sạn vào năm 2014, với 35.3% và 26.3%, mặc dù đã suy giảm so với năm 2013. Khách thương nhân, ngược lại, gia tăng đáng kể thêm 27.9%, đạt 18.8% tổng lượt khách trong năm 2014.

Mặc dù Việt Nam đã được coi là một điểm đến cho MICE (Hội họp, Khen Thưởng, Hội nghị và Triển lãm) ở châu Á, nhưng tỷ lệ khách MICE đã giảm 3.3% so với năm 2013.

Các kênh đặt phòng (2013 – 2014)

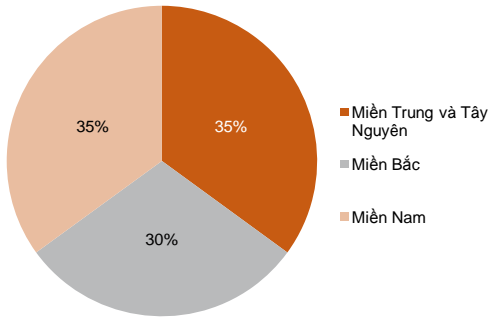


Nhìn chung, cơ cấu tỷ lệ của đặt phòng ở khách sạn cao cấp không thay đổi nhiều từ năm 2013 đến năm 2014. Đặt phòng qua các công ty lữ hành và nhà điều hành tour vẫn là kênh đặt phòng ưa thích nhất, chiếm 46% - 48%. Tỷ lệ đặt trực tiếp tăng nhẹ 2% trong năm 2014, chiếm 28% tổng số đặt phòng. Trong khi đó, tỷ lệ đặt phòng qua internet vẫn đứng ở mức 17% từ năm 2013 đến 2014.



Việc chuẩn bị kinh doanh cho MRA-TP ASEAN

Nhận thức về ASEAN-MRA-TP theo các vùng miền



Trong năm 2015, cộng đồng kinh tế chung ASEAN sẽ bắt đầu đi vào hoạt động, nhằm mang lại sự kết hợp tốt hơn giữa các quốc gia thành viên ASEAN. Đối với các chuyên gia và toàn thể ngành du lịch, Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về Nghề Du lịch (MRA –TP) sẽ tạo thuận lợi cho việc hợp tác để nâng cao năng lực du lịch, kỹ năng của ngành du lịch, qua đó nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.

85% khách sạn được khảo sát nói rằng họ biết về MRA -TP ký kết giữa Việt Nam và các nước thành viên ASEAN khác, trong đó đa số là từ khách sạn 5 sao. Trong khi đó, 15% khách sạn không biết gì về MRA -TP ASEAN đều là từ miền Trung, Tây Nguyên và miền Bắc của Việt Nam.

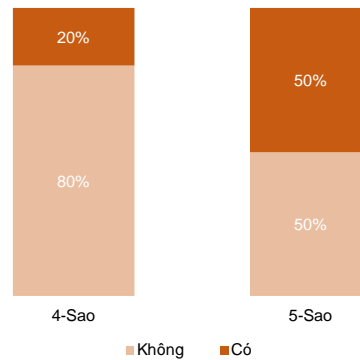
Tỷ lệ khách sạn biết về MRA-TP từ cả ba miền là tương đối cao và phân bố đều. Trong số 85% phản hồi, 30% là từ miền Bắc và 35% cho mỗi miền còn lại.

Thương hiệu du lịch và chiến dịch tiếp thị

Tổng cục Du lịch Việt Nam đã làm việc với nhiều đối tác và các doanh nghiệp để hỗ trợ họ tìm ra các kênh kinh doanh mới và tìm ra chỗ đứng trên thị trường, dịch vụ này đặc biệt có lợi cho các điểm du lịch và các nhà cung cấp dịch vụ du lịch đang mong muốn thành công trên thị trường quốc tế. Mục tiêu của sự hợp tác là để mở rộng phạm vi và tác động của các chiến dịch quảng bá, tiếp thị của Việt Nam, củng cố và mở rộng thương hiệu Việt Nam và tạo ra nhiều hoạt động kinh doanh hơn cho tất cả các bên liên quan.

Tiếp thị du lịch là một phần mới trong cuộc khảo sát khách sạn năm 2015, và kết quả cho thấy chỉ có 35% khách sạn tham gia khảo sát áp dụng thương hiệu quốc gia “Du lịch Việt Nam - Vẻ đẹp bất tận” để quảng bá thương hiệu và có đến 65% khách sạn trả lời rằng họ không sử dụng thương hiệu trên để quảng bá. Khách sạn 4-Sao quan tâm ít hơn đến thương hiệu du lịch quốc gia so với khách sạn 5-Sao. Chỉ 20% số khách sạn 4-Sao sử dụng thương hiệu quốc gia để quảng bá.

Áp dụng thương hiệu 'Du lịch Việt Nam - Vẻ đẹp bất tận' để quảng bá



Thông tin liên hệ

Grant Thornton cung cấp một loạt các dịch vụ cho các lĩnh vực khách sạn, bao gồm:

- Kiểm toán
- Tư vấn thuế
- Tư vấn giao dịch (mua và bán tài sản)
- Đàm phán hợp đồng quản lý
- Đánh giá hiệu quả hoạt động
- Nghiên cứu khả thi
- Định giá
- Kiểm soát và quản lý nội bộ
- Dịch vụ cho thuê ngoài

Kenneth Atkinson

Chủ tịch
T +84 8 3910 9100
E Ken.Atkinson@vn.gt.com

Nguyễn Chí Trung

Tổng giám đốc
T +84 4 3850 1686
E ChiTrung.Nguyen@vn.gt.com

Website

www.gt.com.vn

Thành phố Hồ Chí Minh

28th Floor
Saigon Trade Center
37 Tôn Đức Thắng
Quận 1, Tp.HCM
Việt Nam

T +84 8 3910 9100
F +84 8 3914 3748

Hà Nội

Tầng 18
Hoà Bình International Office
Building
106 Hoàng Quốc Việt
Quận Cầu Giấy, Hà Nội
Việt Nam

T +84 4 3850 1686
F +84 4 3850 1688

Phụ trách ngành Du lịch và Khách sạn

Kenneth Atkinson
T +84 8 3910 9100
E Ken.Atkinson@vn.gt.com

Dịch vụ Kiểm toán

Nguy Quốc Tuấn
Chủ phần hàn
T +84 8 3910 9100
E Tuan.Nguy@vn.gt.com

Dịch vụ Thuế

Hoàng Khôi
Chủ phần hàn
T +84 8 3850 1686
E Khoi.Hoang@vn.gt.com

Dịch vụ Tư Vấn

Nguyễn Thị Vĩnh Hà
Chủ phần hàn
T +84 4 3850 1686
E VinhHa.Nguyen@vn.gt.com

Dịch vụ cho thuê ngoài

Lê Minh Thắng
Chủ phần hàn
T +84 8 3910 9100
E MinhThang.Le@vn.gt.com





www.gt.com.vn

© 2015 Grant Thornton (Vietnam) Ltd. All rights reserved.
Grant Thornton Vietnam is a member firm within Grant Thornton International Ltd ("Grant Thornton International"). Grant Thornton International and the member firms are not a worldwide partnership. Services are delivered by the member firms independently.
This publication is general in nature and should not be construed as providing advice. No responsibility

