



**Grant Thornton**

An instinct for growth™

# Ngành dịch vụ lưu trú Việt Nam

## **Bản cập nhật ngành dịch vụ khách sạn 6 tháng đầu năm 2014**

---

Grant Thornton Việt Nam Tháng 9 năm 2014



## **NỘI DUNG**

- 3** Tổng quan ngành du lịch H1-2014
- 7** Phân khúc khách sạn cao cấp
- 8** Doanh thu trên mỗi phòng sẵn có
- 9** Giá phòng
- 10** Công suất phòng
- 11** Nguồn du khách
- 12** Mục đích lưu trú
- 13** Ảnh hưởng bởi vấn đề Biển Đông

# Tổng quan ngành du lịch 6 tháng đầu năm 2014

Do tình hình biến Đông tiếp tục diễn biến phức tạp, lượng khách du lịch quốc tế trong tháng 5 và tháng 6 vừa qua đã bị giảm sút so với những tháng trước đây, lần lượt là 9,62% và 19,94%. Tuy nhiên tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2014 đã đạt 4,3 triệu lượt khách, đánh dấu sự tăng trưởng vượt bậc so với cùng kỳ 2013 là 3,5 triệu lượt khách<sup>1</sup>. So với mục tiêu đón 8 triệu lượt khách du lịch quốc tế được đề ra trong năm nay, lượng du khách quốc tế trong 6 tháng đầu năm đã đạt 53,7% kế hoạch của năm, cho thấy những dấu hiệu tích cực của ngành du lịch Việt Nam. Với cơ cấu tăng trưởng ở hầu hết các nguồn du khách, và sự tăng trưởng mạnh từ Hong Kong, Nhật Bản và Đức, điều này sẽ giúp ngành du lịch hạn chế những khó khăn từ đà giảm của khách Trung Quốc và đạt được mục tiêu đề ra trong năm 2014. Thêm vào đó, để chủ động ứng phó với tình hình bất ổn ở biển Đông xảy ra vào tháng 5 năm 2014, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng Tổng cục Du lịch Việt Nam (VNAT) đã lên kế hoạch tăng cường quản lý giám sát chất lượng của các khu du lịch đồng thời thông qua truyền thông quảng bá hình ảnh một Việt Nam “an toàn, thân thiện và tươi đẹp” đến toàn thế giới.

Về doanh thu, theo số liệu của Tổng cục Du lịch Việt Nam, tổng doanh thu từ ngành du lịch trong 6 tháng đầu năm 2014 khoảng 125 nghìn tỉ đồng, tăng 22,5% so với cùng kỳ năm ngoái, đóng góp 50% cho ngân sách quốc gia năm 2014.

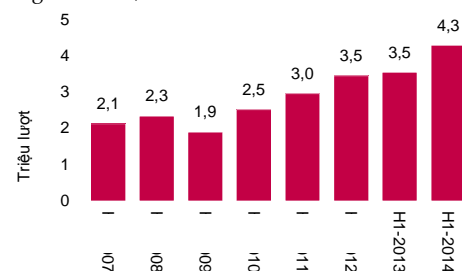
Sự tăng trưởng nhanh của số lượng khách Trung Quốc trong 4 tháng đầu năm 2014 đã đóng góp cho thành công của ngành du lịch Việt Nam trong nửa đầu năm 2014 trong việc đạt được trên 50% kế hoạch của số lượng khách quốc tế được đề ra cho cả năm. Thêm vào đó việc tổ chức thành công chuỗi sự kiện quảng bá các sản phẩm du lịch cũng như hình ảnh của quốc gia trên các tỉnh và thành phố trên cả nước trong 6 tháng vừa qua, cụ thể như sau:

- Lễ kỷ niệm 410 năm thành lập tỉnh Quảng Bình, khánh thành các điểm du lịch mới như Thung lũng Sinh Tồn, Hang Thủy Cung, Suối Nước Moọc và đặc biệt là Sơn Động – được biết là hang động lớn nhất thế giới
- Festival Huế 2014 diễn ra từ 12 đến 20 tháng 4 đã thu hút gần 2.4 triệu lượt khách tham quan
- Lễ hội thả diều quốc tế 2014 được tổ chức tại Bà Rịa – Vũng Tàu từ ngày 8 đến ngày 12 tháng 5 năm 2014, đã chào đón 80 nghệ nhân diều Việt Nam cùng với 75 nghệ nhân diều quốc tế đến từ 29 quốc gia và lãnh thổ khác nhau trên thế giới
- Lễ hội Carnival Hạ Long 2014 tổ chức vào dịp lễ 30 tháng 4 năm 2014 đã thu hút đông đảo du khách tham dự
- Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam diễn ra tại Hà Nội vào ngày 3 tháng 4 năm 2014 đã thu hút rất nhiều công ty du lịch từ hơn 20 quốc gia trên thế giới như Nhật Bản, Trung Quốc, Nga và Pháp.

Trong 6 tháng đầu năm 2014, tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt 21,1%, một sự phục hồi mạnh so với mức 2,6% của cùng kỳ năm trước.

## Lượng khách quốc tế (H1-2007 – H1-2014)

Nguồn: GSO/VNAT

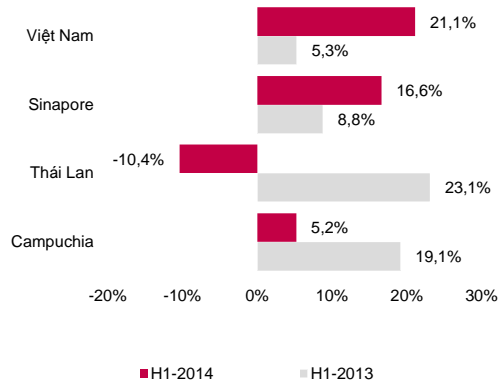


<sup>1</sup> Nguồn: <http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/items/7434>

Trong 6 tháng đầu năm 2014, Việt Nam, Singapore và Campuchia là ba nước có lượng du khách quốc tế tăng đáng kể nhất. Trong đó, Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất với 21,1% trong 6 tháng đầu, tiếp theo là Singapore với 16,6%. Trái lại, Thái Lan chứng kiến mức giảm 10,4% trong số lượng khách quốc tế trong 6 tháng đầu năm 2014 và theo đó là sự sụt giảm doanh thu ở mức 8%, nguyên nhân chủ yếu là do sự bất ổn chính trị tại nước này.

### Tốc độ tăng trưởng lượng khách quốc tế trong H1-2014 tại một số nước chọn lọc

Nguồn : GSO/VNAT, Singapore Tourism Board, Tourism Cambodia, Thailand Department of Tourism

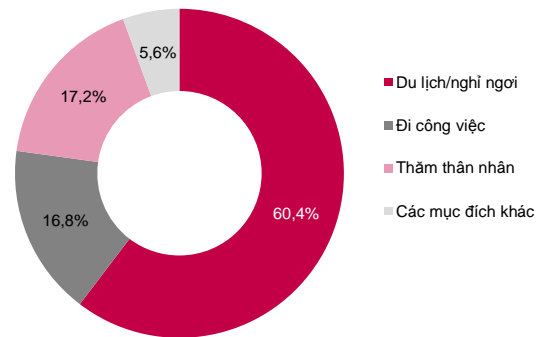


### Mục đích lưu trú <sup>2</sup>

So với cùng kỳ năm ngoái, mục đích lưu trú của thị trường khách du lịch quốc tế không có nhiều thay đổi trong cơ cấu. Du lịch là vẫn là mục đích lưu trú phổ biến nhất mặc dù số lượt khách giảm 0,9%. Trong khi đó, mục đích thăm thân nhân và công việc đang tiếp tục tăng lên so với cùng kỳ, chiếm tỷ lệ lần lượt 16,8% và 17,2%.

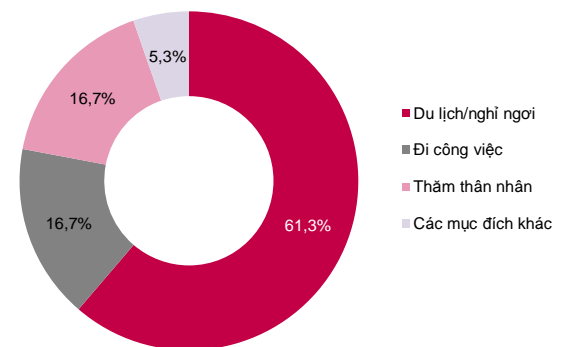
### Mục đích lưu trú, H1-2014

Nguồn: GSO/VNAT



### Mục đích lưu trú, H1-2013

Nguồn: GSO/VNAT



<sup>2</sup> Nguồn:

<http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/item/s/7434>

### Nguồn khách lưu trú <sup>3</sup>

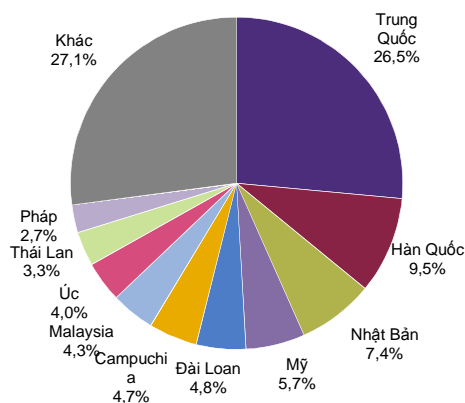
Thống kê về thành phần du khách quốc tế cho thấy Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và Mỹ là những nước có lượng du khách đến Việt Nam lớn nhất trong 6 tháng đầu năm 2014. Trong đó, đứng đầu thị trường khách du lịch là lượng khách đến từ Trung Quốc với 1,1 triệu lượt, chiếm 26,5% trên tổng số lượt khách quốc tế, tăng trưởng 37,5% so với cùng kỳ năm trước; tuy nhiên, với tình hình căng thẳng tại Biển Đông xảy ra trong tháng 5 vừa qua, lượng khách du lịch Trung Quốc tới Việt Nam trong tháng 6 đã giảm gần 30% so với tháng trước đó.

Sự tăng trưởng đáng kể nhất từ nguồn du khách Đức cho thấy đây sẽ là một thị trường mới đầy triển vọng đối với ngành du lịch Việt Nam. Thực tế, Việt Nam thu hút nhiều hơn khách du lịch Châu Âu, đặc biệt là khách du lịch Đức, bởi những bờ cát trắng trải dài ở Hội An, Nha Trang và Mũi Né. Nhằm thu hút thêm nhiều khách du lịch Đức, một công ty du lịch lớn tại Việt Nam là Vietravel đã hợp tác với một số công ty du lịch của Đức nhằm thúc đẩy hoạt động du lịch tại Việt Nam, đồng thời tập trung đào tạo khả năng giao tiếp bằng tiếng Đức cho đội ngũ nhân viên.

Ngoài ra, lượng khách du lịch Nga đã tăng tới 71,1% trong năm 2013 so với năm 2012 và đứng hạng thứ 9 trong 10 thị trường đóng góp nguồn du khách lớn nhất cho ngành du lịch Việt Nam. Tiếp nối sự tăng trưởng này, lượng khách du lịch Nga đến Việt Nam đã tăng thêm 25,9% so với cùng kỳ năm trước, chạm mốc 193.000 lượt khách. Thêm vào đó, vào ngày 24 tháng 7 năm 2014, Bộ Văn hóa, Thể Thao và Du lịch Việt Nam đã công bố công văn gửi tới Thủ tướng chính phủ đề xuất tăng thời hạn miễn thị thực Visa từ 15 ngày đến 30 ngày đối với khách du lịch Nga. Điều này dự kiến sẽ thu hút thêm nhiều khách du lịch Nga tới Việt Nam trong tương lai gần.

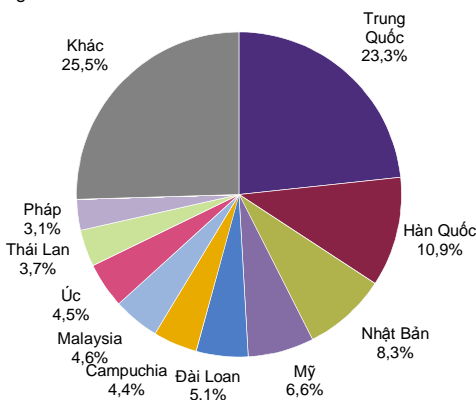
### Nguồn khách du lịch quốc tế đến Việt Nam (H1-2014)

Nguồn: GSO/VNAT



### Nguồn khách du lịch quốc tế đến Việt Nam (H1-2013)

Nguồn: GSO/VNAT



### Thành phần khách du lịch Quốc tế đến Việt Nam trong nửa đầu năm 2014 và nửa đầu năm 2013

Nguồn: GSO/VNAT

| Nguồn khách du lịch quốc tế | 6 tháng đầu năm 2013 | 6 tháng đầu năm 2014 | %Thay đổi |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|-----------|
| Trung Quốc                  | 825.664              | 1.134.878            | 37,5%     |
| Hàn Quốc                    | 385.870              | 405.634              | 5,1%      |
| Nhật Bản                    | 294.487              | 317.849              | 7,9%      |
| Mỹ                          | 232.634              | 246.290              | 5,9%      |
| Đài Loan                    | 182.144              | 207.730              | 14,0%     |
| Campuchia                   | 155.869              | 202.770              | 30,1%     |
| Nga                         | 153.899              | 193.829              | 25,9%     |
| Malaysia                    | 163.337              | 182.307              | 11,6%     |
| Úc                          | 160.480              | 170.036              | 6,0%      |
| Thái Lan                    | 129.356              | 143.058              | 10,6%     |
| Pháp                        | 109.112              | 116.278              | 6,6%      |
| Anh                         | 91.040               | 109.357              | 20,1%     |
| Singapore                   | 91.192               | 98.327               | 7,8%      |
| Đức                         | 34.224               | 73.880               | 115,9%    |
| Lào                         | 50.412               | 69.988               | 38,8%     |
| Canada                      | 55.974               | 61.088               | 9,1%      |
| Hồng Kông                   | 4.194                | 10.091               | 140,6%    |
| Khác                        | 424.709              | 554.585              | 30,6%     |

<sup>3</sup> Nguồn:

<http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/items/7434>

### Những thành tựu <sup>4</sup>

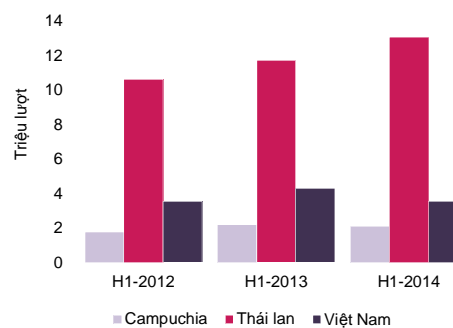
Trong 6 tháng đầu năm 2014, Việt Nam đã đón 4,3 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 23,4 triệu lượt khách du lịch nội địa. Bên cạnh những thành công về số lượng du khách, trong năm vừa qua Việt Nam cũng đã đạt được những thành tựu đáng kể như sau:

- Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam và Bảo tàng Dân tộc Việt Nam tại Hà Nội, và Phố cổ Hà Nội đã được TripAdvisor chứng nhận là Điểm đến du lịch có Dịch vụ Xuất sắc năm 2014. Cả hai bảo tàng trên cũng là 2 trong 3 điểm đến được vinh danh 3 năm liên tiếp bởi tổ chức này (2012, 2013 và 2014).
- Vào tháng 6 năm 2014, UNESCO đã chính thức công nhận Quần thể Danh thắng Tràng An là một Di sản Thế giới vào cuộc họp lần thứ 38 tại Doha, Qatar. Quần thể Tràng An bao gồm 3 khu vực: khu du lịch sinh thái Tràng An – Tâm Cốc – Bích Động, Kinh đô Hoa Lư và Rừng nguyên sinh đặc dụng Hoa Lư, và đây được xem là Di sản Phục hợp Thế giới đầu tiên của Việt Nam.

So với Thái Lan, một trong những địa điểm du lịch hấp dẫn nhất Châu Á, lượng khách Quốc tế đến Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2014 tương đương 36,6% lượng khách quốc tế đến Thái Lan trong cùng giai đoạn.

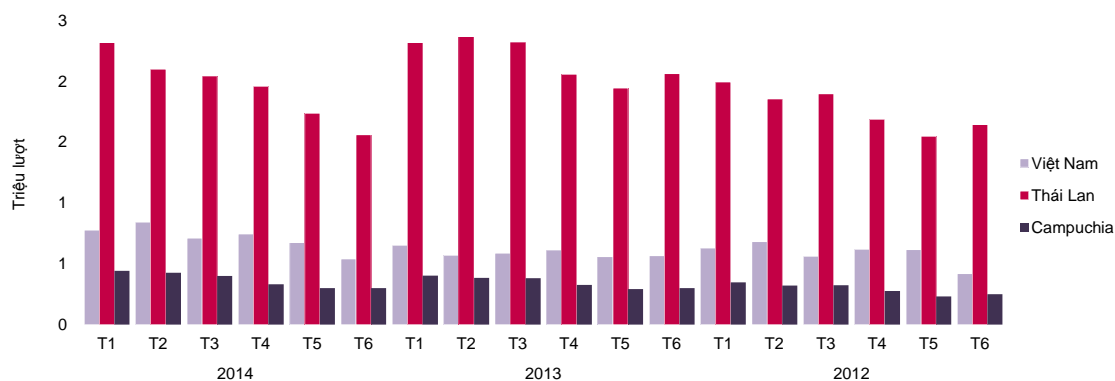
Lượng khách quốc tế đến Việt Nam và Campuchia trong 6 tháng đầu năm 2014 tăng lần lượt là 21,1% và 5,2% so với 6 tháng đầu năm 2013, trong khi đó, lượng khách quốc tế đến Thái Lan đã giảm 10,4%.

**Số lượng khách quốc tế đến Việt Nam, Campuchia và Thái Lan trong H1-2012, H1-2013 và H1-2014**



### Số lượng khách quốc tế đến Việt Nam, Campuchia và Thái Lan trong từng tháng cho H1-2012, H1-2013 và H1-2014

Nguồn: GSO, Tourist Authority of Thailand (Department of Tourism), Tourism of Cambodia



<sup>4</sup> Nguồn: <http://vietnamtourism.gov.vn>

# Phân khúc khách sạn cao cấp

## Những sự kiện nổi bật ở khu vực phía Bắc

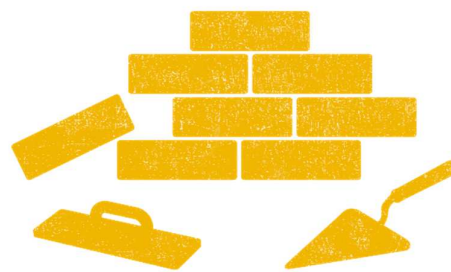
- Sau khi đưa vào hoạt động trong năm 2013, vào tháng năm 2014, tại lễ trao giải bất động sản quốc tế năm 2014, khách sạn JW Marriott Hà Nội (Bitexco) đã được bình chọn là khách sạn có thiết kế và xây dựng đẹp nhất trong khu vực châu Á Thái Bình Dương.

## Những sự kiện nổi bật ở khu vực Trung và Cao nguyên

- Tháng 4 năm 2014, khu nghỉ dưỡng 5-Sao Premier Village đã được khai trương tại Đà Nẵng
- Tạp chí SmartTravelAsia, một tạp chí về du lịch, đã bình chọn Đà Nẵng trong danh sách “Một trong mười điểm đến hấp dẫn nhất châu Á năm 2014”
- Mường Thanh mở khách sạn 4-Sao đầu tiên ở Nha Trang vào đầu năm 2014
- Tháng 6 năm 2014, Hội nghị thể thao bãi biển châu Á lần thứ 5 đã diễn ra trong 10 ngày, thu hút 2.016 người tham dự đến từ 45 quốc gia và vùng lãnh thổ châu Á. Hội nghị đã tổ chức các cuộc tranh tài ở 17 môn thể thao khác nhau như bóng đá, bóng chuyền, bóng ném, bóng nước và bóng rổ
- Khách sạn Six Senses Ninh Van Bay ở Khánh Hòa đã nhận “Giấy chứng nhận xuất sắc 2014” từ TripAdvisor.

## Những sự kiện nổi bật ở khu vực phía Nam

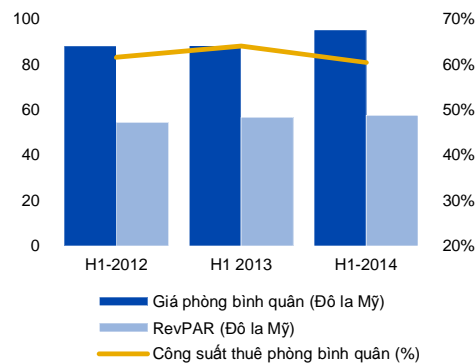
- Từ ngày 24 – 26 tháng 4 năm 2014, triển lãm Cosmobeaute Việt Nam chuyên ngành Mỹ phẩm, Làm đẹp, Chăm sóc tóc và Spa lần thứ 7 đã diễn ra tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), thu hút nhiều du khách quốc tế đến từ Ý, Singapore, Đài Loan, Hàn Quốc, Mã Lai, Hồng Kông, Trung Quốc, Thái Lan, In-đô-nê-xia, Nhật Bản, Ấn Độ, Bun-ga-ri và Pháp
- Ngày 7 tháng 5, Hội nghị hợp tác phát triển du lịch giữa tỉnh Nghệ An và thành phố Hồ Chí Minh đã diễn ra tại thị xã Cửa Lò, tỉnh Nghệ An
- Tháng 6 năm 2014, khách sạn Nikko Sài Gòn nhận giải thưởng “Khách sạn xuất sắc nhất năm 2014” từ chuyên trang du lịch hàng đầu thế giới – TripAdvisor.



# Doanh thu trên mỗi phòng có sẵn (RevPAR)

Kết quả khảo sát cho thấy, RevPAR, một chỉ số chính của ngành để đo lường lợi nhuận và việc sử dụng phòng, đã tăng 1,7% trong 6 tháng đầu năm 2014 so với cùng kỳ năm 2013, từ 56,6 Đô la Mỹ lên 57,6 Đô la Mỹ. Nguyên nhân là do sự tăng mạnh của giá phòng bình quân (7,9%), cao hơn rất nhiều so với mức tăng trưởng 0,1% trong nửa đầu năm 2013. Tuy nhiên, công suất thuê phòng bình quân lại giảm 5,7% trong 6 tháng đầu năm 2014.

## Giá phòng bình quân, công suất thuê phòng bình quân và RevPAR<sup>5</sup> (H1-2012 – H1-2014)

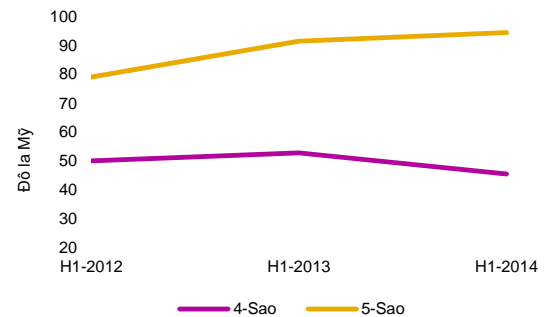


## Giá phòng bình quân, công suất thuê phòng bình quân và RevPAR theo thương hiệu khách sạn

|                                    | Thương hiệu nội địa | Thương hiệu quốc tế |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Giá phòng bình quân (Đô la Mỹ)     | 70,1                | 125,2               |
| Công suất thuê phòng bình quân (%) | 61,4%               | 59,4%               |
| RevPAR (USD)                       | 43,0                | 74,3                |

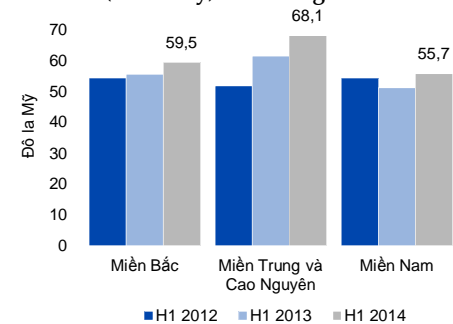
Phân tích theo thương hiệu khách sạn cho thấy RevPAR trong H1-2014 của khách sạn quốc tế cao gấp đôi khách sạn nội địa, mặc dù công suất thuê phòng bình quân thấp hơn các khách sạn nội địa. Giá phòng bình quân của các khách sạn quốc tế cao hơn là yếu tố chính dẫn đến chỉ số RevPAR của khách sạn quốc tế cao hơn các khách sạn nội địa.

## RevPAR (Đô la Mỹ) theo Xếp hạng sao<sup>6</sup>



So với nửa đầu năm 2013, RevPAR của khách sạn 4-Sao giảm đáng kể 13,8%, trong khi RevPAR của khách sạn 5-Sao tiếp tục tăng 3,3%. Việc tăng RevPAR của 5-Sao là do công suất thuê phòng bình quân tăng 5,1% trong 6 tháng đầu năm 2014. Thêm vào đó, RevPAR của khách sạn 5-Sao tại miền Bắc cũng tăng 25,8% so với cùng kỳ năm trước.

## RevPAR (Đô la Mỹ) theo vùng miền



RevPAR theo vùng miền cho thấy một sự tăng đều ở các khu vực từ H1-2013 đến H1-2014, với mức tăng lần lượt là 7% ở miền Bắc, 10,7% của miền Trung và Cao Nguyên, và 8,8% ở miền Nam.

<sup>6</sup> Do số lượng hạn chế của các khách sạn 3-Sao tham gia trong đợt khảo sát cập nhật này, phân tích theo xếp hạng sao sẽ không bao gồm nhóm khách sạn này

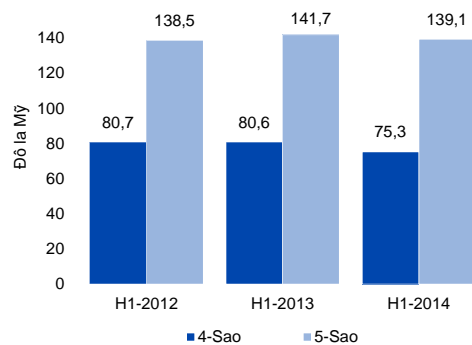
<sup>5</sup> RevPAR: Doanh thu trên mỗi phòng có sẵn



# Giá phòng

## Theo xếp hạng sao

Giá phòng bình quân (Đô la Mỹ) theo xếp hạng sao

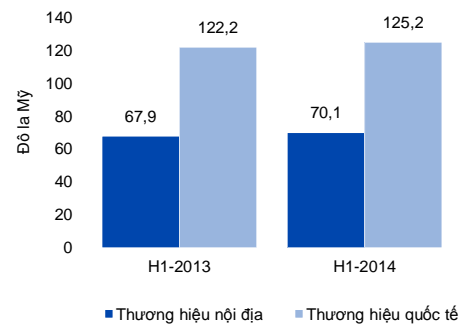


Giá phòng bình quân trong 6 tháng đầu năm 2014 tăng đáng kể ở mức 7,9% cho phân khúc dịch vụ lưu trú cao cấp tại Việt Nam, so với mức tăng 0,1% trong 6 tháng đầu năm 2013.

Khi phân tích theo Xếp hạng sao, kết quả cho thấy giá phòng bình quân của các khách sạn 4-Sao và 5-Sao đều giảm lần lượt 6,6% và 1,9% trong 6 tháng đầu năm 2014.

## Theo thương hiệu khách sạn

Giá phòng bình quân (Đô la Mỹ) theo thương hiệu khách sạn



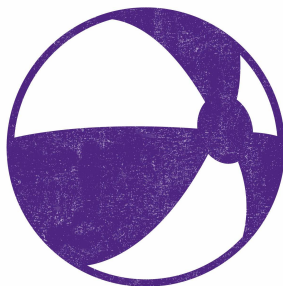
Khi phân tích giá phòng bình quân theo thương hiệu khách sạn, kết quả khảo sát cho thấy sự khác biệt đáng kể giữa thương hiệu quốc tế và thương hiệu nội địa. Mặc dù vậy, trong 6 tháng đầu năm 2014, giá phòng bình quân của cả thương hiệu nội địa và thương hiệu quốc tế đều tăng lần lượt 3,2% và 2,4% so với cùng kỳ năm ngoái.

## Theo vùng miền

Giá phòng bình quân (Đô la Mỹ) theo vùng miền

| Đô la Mỹ                 | H1-2012 | H1-2013 | H1-2014 |
|--------------------------|---------|---------|---------|
| Miền Bắc                 | 88,7    | 84,0    | 97,1    |
| Miền Trung và Cao Nguyên | 87,2    | 92,2    | 100,5   |
| Miền Nam                 | 90,0    | 87,0    | 89,4    |

Phân tích giá phòng bình quân theo vùng miền cho thấy mức tăng trưởng đáng kể về giá phòng ở miền Bắc và miền Trung và Cao Nguyên, tăng lần lượt 15,6% và 9,1% trong 6 tháng đầu năm 2014. Nguyên nhân là do sự gia tăng rõ rệt trong giá phòng của thương hiệu quốc tế nằm trong hai khu vực này (47,5% ở miền Bắc và 43,7% ở miền Trung và Cao Nguyên). Tuy với tốc độ tăng trưởng chậm hơn, giá phòng bình quân của khách sạn ở miền Nam cũng tăng 2,7% so với cùng kỳ năm 2013.



# Công suất thuê phòng

Nhìn chung, công suất thuê phòng bình quân trong nửa đầu năm 2014 giảm 5,7% xuống còn 60,4%, từ mức 64,1% trong nửa đầu năm 2013. Sự sụt giảm công suất thuê phòng bình quân có thể là do ảnh hưởng bởi tình hình căng thẳng ở biên Đông trong quý 2 năm nay và thêm vào đó là sự gia tăng lượng cung về số phòng khách sạn ở các địa điểm du lịch chính, trong đó riêng Hà Nội đã có thêm 200 phòng thuộc phân khúc khách sạn 3-Sao và 4-Sao đi vào hoạt động trong quý 1 năm 2014.

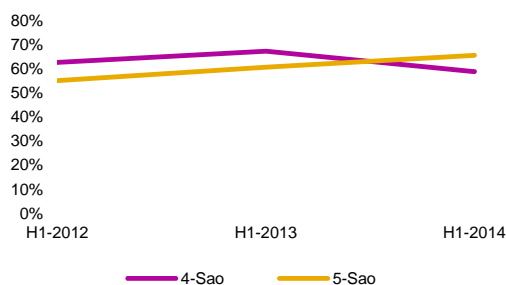
## Theo xếp hạng sao

### Công suất thuê phòng bình quân (%) theo xếp hạng sao

|       | H1-2012 | H1-2013 | H1-2014 |
|-------|---------|---------|---------|
| 4-Sao | 62,6%   | 67,3%   | 59,0%   |
| 5-Sao | 55,2%   | 60,7%   | 65,7%   |

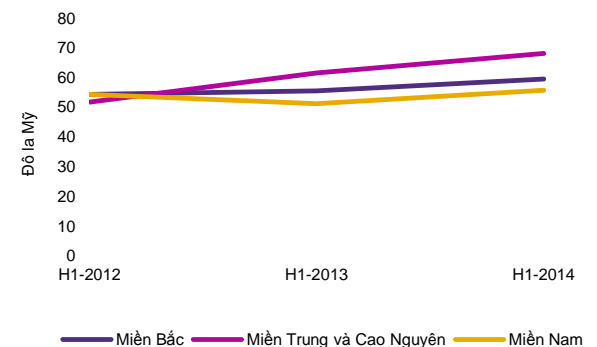
Xét theo phân loại Xếp hạng sao, công suất thuê phòng bình quân của khách sạn 4-Sao giảm 8,4% trong 6 tháng đầu năm 2014 so với mức tăng 4,7% trong cùng kỳ năm trước. Nguyên nhân là do sự suy giảm 27,4% tại khách sạn 4-Sao ở miền Bắc và 6% tại miền Trung và Cao Nguyên. Trong khi đó, các khách sạn 5-Sao có kết quả hoạt động tốt hơn với tăng trưởng ổn định trong cùng giai đoạn của các năm trước và đạt mức 65,7% trong 6 tháng đầu năm 2014.

### Công suất thuê phòng trung bình (%) theo xếp hạng sao



## Theo vùng miền

### Công suất thuê phòng bình quân (%) theo vùng miền



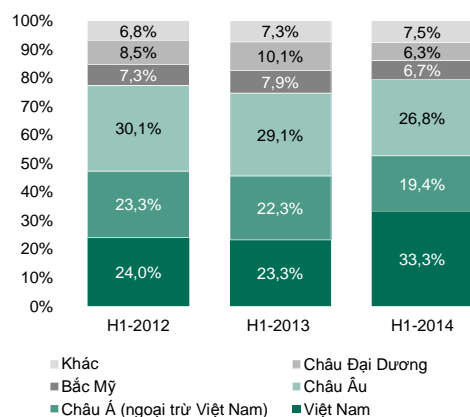
Xét theo vị trí địa lý, kết quả khảo sát cho thấy có sự giảm sút về công suất thuê phòng bình quân ở miền Bắc và miền Trung và Cao Nguyên, giảm lần lượt 10,8% và 0,2% trong nửa đầu năm 2014 so với nửa đầu năm trước. Trong khi đó, khách sạn ở miền Nam có kết quả hoạt động tốt hơn với công suất thuê phòng bình quân tăng nhẹ 0,2%.

### Công suất thuê phòng bình quân (%) theo vùng miền

|                          | H1-2012 | H1-2013 | H1-2014 |
|--------------------------|---------|---------|---------|
| Miền Bắc                 | 62,5%   | 66,2%   | 55,4%   |
| Miền Trung và Cao Nguyên | 60,7%   | 64,3%   | 64,1%   |
| Miền Nam                 | 62,0%   | 59,7%   | 59,9%   |

# Các nguồn khách lưu trú

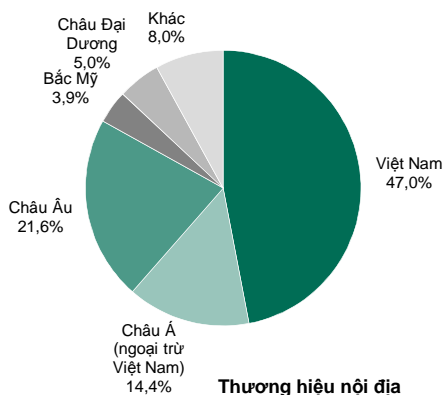
Các nguồn khách lưu trú



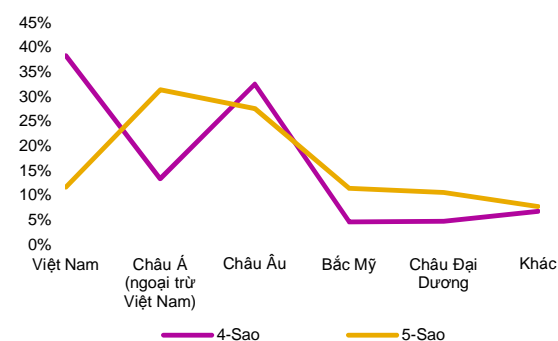
Trong nửa đầu năm 2014, số lượng khách Châu Á bao gồm cả khách Việt Nam và số lượng khách Châu Âu tiếp tục duy trì đứng đầu trong số lượng khách du lịch nghỉ tại các khách sạn cao cấp tại Việt Nam, chiếm lần lượt 52,7% và 26,8%.

Ngoài ra, số lượng khách đến từ Bắc Mỹ và Châu Đại Dương vẫn tiếp tục đóng góp một phần nhỏ trong cơ cấu khách nghỉ tại các khách sạn cao cấp của Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2014, chiếm lần lượt 6,7% và 6,3%, tương đương với mức giảm 1,2% và 3,8% so với cùng kỳ năm trước.

Các nguồn khách lưu trú theo thương hiệu khách sạn trong H1-2014



Các nguồn khách lưu trú theo xếp hạng sao H1-2014

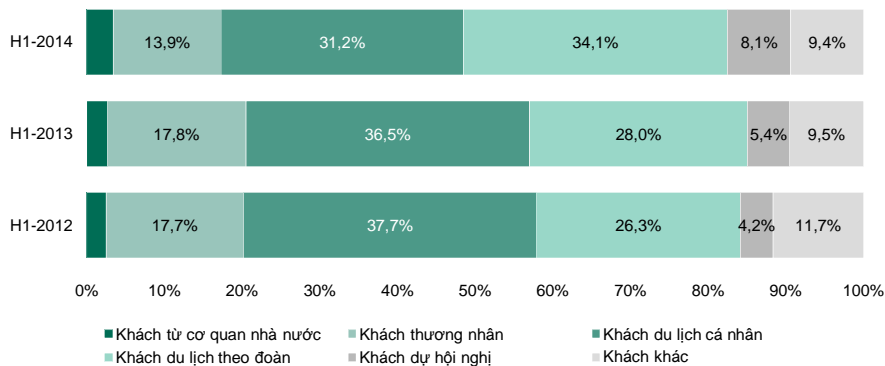


Xét theo Xếp hạng sao, các nguồn khách lưu trú trong 6 tháng đầu năm 2014 không có nhiều thay đổi so với cùng kỳ năm trước, với số lượng khách Châu Âu vẫn chiếm phần lớn tại các khách sạn 4 và 5-Sao, chiếm lần lượt 32,5% và 27,6%. Trong 6 tháng đầu năm 2014, số lượng khách Việt Nam nghỉ tại phân khúc khách sạn 4-Sao cũng đã tăng đáng kể 15,1% so với cùng kỳ năm 2013, đạt 38,2%. Tuy nhiên, nguồn khách này ở các khách sạn 5-Sao lại giảm 2,7%.

Về xu hướng lựa chọn thương hiệu khách sạn, số lượng khách Việt Nam chiếm đa phần ở thị trường nội địa, với 47% lựa chọn thương hiệu nội địa. Trong khi đó, các nguồn khách nước ngoài từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Châu Đại Dương và các nước Châu Á khác lại ưu tiên các thương hiệu quốc tế.

# Mục đích lưu trú

## Mục đích lưu trú

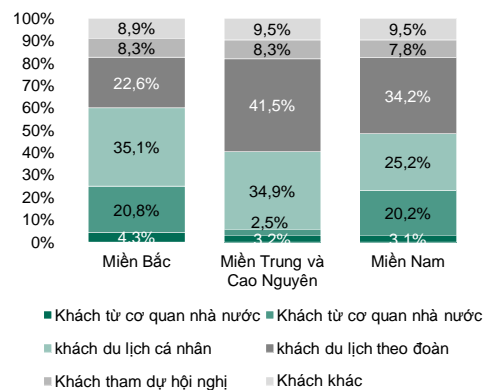


Mục đích lưu trú có tỷ lệ không nhiều thay đổi từ năm 2012 đến năm 2013, tuy nhiên 6 tháng đầu năm 2014 đã có nhiều chuyển biến. Khách du lịch cá nhân và khách du lịch theo đoàn vẫn là hai nhóm dẫn đầu, cùng nhau chiếm gần hai phần ba tổng thị phần khách ở các khách sạn. Tuy nhiên, đã có một sự dịch chuyển rõ rệt trong mục đích lưu trú khi khách du lịch theo đoàn (34,1%) nhiều hơn là khách du lịch cá nhân (31,2%). Trong khi đó, khách thương nhân đã sút giảm từ 17,7% xuống còn 13,9% trong giai đoạn khảo sát, nhưng vẫn là mục đích lưu trú phổ biến thứ 3 trong 6 tháng đầu năm 2014.

Trong các mục đích lưu trú ít phổ biến hơn, sự cải thiện lớn nhất được nhận thấy ở khách dự hội nghị với mức tăng trưởng 100% từ H1-2012 đến H1-2014. Trong khi đó, mục đích lưu trú liên quan đến các viên chức chính phủ vẫn tiếp tục xếp cuối trong cơ cấu thị phần.

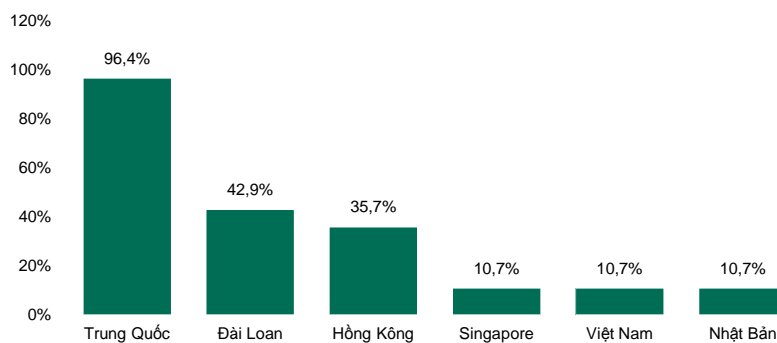
Xem xét mục đích lưu trú theo vị trí địa lý, miền Bắc và miền Nam, với hai trung tâm tài chính lớn nhất là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, có ưu thế hơn hẳn miền Trung và Cao Nguyên về số lượng khách thương nhân, chiếm lần lượt 20,8% và 20,2%. Trong khi đó, miền Trung và Cao Nguyên lại có thị phần khách du lịch cao nhất với tổng lượng khách du lịch theo đoàn và khách du lịch cá nhân chiếm đến 76,5% trong tổng lượng khách nghỉ tại các khách sạn cao cấp ở Việt Nam được khảo sát trong nửa đầu năm 2014.

## Mục đích lưu trú theo vùng miền trong nửa đầu năm 2014



# Ảnh hưởng của vấn đề biển Đông

Các thị trường có tỷ lệ hủy phòng cao nhất do căng thẳng biển Đông



Theo dữ liệu thu thập được từ các khách sạn cao cấp tham gia cuộc khảo sát, tổng số lượng phòng bị hủy do việc căng thẳng ở biển Đông từ tháng 5 cho đến tháng 7 năm 2014 là 21.893 phòng, tương đương với thất thoát doanh thu 3.529.027 Đô la Mỹ. Thêm vào đó, có tới 96% các khách sạn được khảo sát cho biết Trung Quốc là thị trường có số lượng phòng bị hủy nhiều nhất. Hai thị trường khác cũng bị ảnh hưởng đến việc hủy phòng và cũng liên quan đến Trung Quốc là Đài Loan (43%) và Hồng Kông (36%) chiếm vị trí thứ 2 và thứ 3.

Mặc dù việc Trung Quốc rút giàn khoan khỏi khu vực tranh chấp đã xoa dịu phần nào căng thẳng trên biển Đông, số lượng khách từ Trung Quốc được dự báo vẫn sẽ chưa thể phục hồi mạnh trong thời gian tới, trừ khi có một sự cải thiện đáng kể trong mối quan hệ chính trị giữa Việt Nam và Trung Quốc.

Ngoài ra, mặc dù số lượng khách du lịch đến từ Trung Quốc luôn đứng đầu thị phần khách quốc tế của Việt Nam trong những năm qua, số liệu thống kê về chi tiêu của khách du lịch đến Việt Nam theo trang VISA, cổng thông tin quốc tế, cho thấy các quốc gia Châu Á Thái Bình Dương và Châu Âu mới là những nguồn đóng góp lớn nhất vào doanh thu của ngành du lịch Việt Nam. Trong đó, cho đến nửa đầu năm 2010, Mỹ và Úc là hai quốc gia dẫn đầu trong cơ cấu nguồn doanh thu của ngành du lịch Việt Nam, tiếp theo là Hàn Quốc ở vị trí thứ 3. Mặc dù Trung Quốc với số lượng khách vượt trội, nguồn khách này thậm chí đã không nằm trong nhóm 10 nước đóng góp doanh thu lớn nhất vào ngành du lịch Việt Nam. Do vậy, việc số lượng khách Trung Quốc sụt giảm mạnh trong thời gian qua chưa chắc đã là vấn đề đáng lo ngại.

Ảnh hưởng từ vấn đề Biển Đông theo xếp hạng sao từ tháng 5 đến tháng 7 năm 2014

|                    | 4-Sao   | 5-Sao     |
|--------------------|---------|-----------|
| Doanh thu hao hụt  | 354,624 | 2,868,653 |
| Lượng phòng bị hủy | 4,667   | 16,241    |

### Thông tin thêm

Grant Thornton cung cấp đa dạng những dịch vụ cho ngành ngành Dịch vụ lưu trú, bao gồm:

- Kiểm toán
- Tư vấn Thuế
- Tư vấn giao dịch (mua và bán tài sản)
- Thương lượng hợp đồng quản lý
- Đánh giá hiệu suất
- Nghiên cứu khả thi
- Định giá
- Kiểm toán nội bộ và đánh giá kiểm soát
- Dịch vụ 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 8 3910 9100  
E Trung.Nguyen@vn.gt.com

### Website

[www.gt.com.vn](http://www.gt.com.vn)

### Thành phố Hồ Chí Minh

Lầu 28  
Saigon Trade Center  
37 Đường Tôn Đức Thắng  
Quận 1

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

### Hà Nội

Lầu 18  
Tòa nhà Văn phòng Quốc tế  
Hòa Bình  
106 Đường Hoàng Quốc Việt  
Quận Cầu Giấy, Hà Nội  
Việt Nam

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

### Kiểm toán

Nguy Quốc Tuấn  
Partner Kiểm toán  
T +84 8 3910 9100  
E Tuan.Nguy@vn.gt.com

### Dịch vụ Thuế

Hoàng Khôi  
Partner Dịch vụ Thuế  
T +84 8 3850 1686  
E Hoang.Khoi@vn.gt.com

### Dịch vụ Tư vấn

Nguyễn Thị Vinh Hà  
Partner Dịch vụ Tư Vấn  
T +84 4 3850 1686  
E VinhHa.Nguyen@vn.gt.com

### Dịch vụ Thuê ngoài

Lê Minh Thắng  
Partner Dịch vụ Thuê ngoài  
T +84 8 3910 9100  
E Thang.Le@vn.gt.com

