

**Đại học Bách Khoa TP.HCM**  
**Khoa Khoa học và Kỹ thuật Máy tính**



**Giải pháp áp dụng  
công nghệ thông tin trong  
công ty khách sạn, khu nghỉ mát  
Outrigger**

**Học viên**

**Bùi Đức Hiếu      7140231**

**Võ Minh Khải      7140240**

**TP.HCM, 15-11-2014**

## Mục lục

Mục lục.....	2
I. Tổng quan.....	3
II. Lý do hình thành đề tài.....	3
III. Giới thiệu về công ty và bài toán.....	3
III.1. Giới thiệu về công ty.....	3
III.2. Bài toán đặt ra.....	5
IV. Cách giải quyết bài toán.....	6
V. Kết luận.....	7
V.1. Bình luận.....	7
V.2. Kết luận.....	7

## **I. Tổng quan**

Bài viết mô tả về lịch sử hình thành, quá trình phát triển của công ty khách sạn và khu nghỉ mát tư nhân Outrigger. Đây là một công ty có thời gian tồn tại khoảng vài chục năm tại quần đảo Hawaii. Nó có một chiến lược tốt để phát triển quy mô kinh doanh từ trong phạm vi quần đảo ra quốc tế. Ngoài ra, bài viết cũng trình bày về khía cạnh ứng dụng hạ tầng công nghệ thông tin vào nghiệp vụ, quy trình làm việc tại công ty. Thông qua đó, bài viết nêu lên những thách thức mà công ty gặp phải trong quá trình công nghệ hóa quy trình làm việc. Đó là bài toán áp dụng công nghệ sao cho việc kinh doanh và áp dụng sao cho không mâu thuẫn với công việc trước đó, đáp ứng nhu cầu kinh doanh, trở thành lợi thế cạnh tranh của Outrigger so với phần còn lại. Bài viết cũng cung cấp các thông tin cần thiết trong việc xác định định hướng cho IS của công ty này. Việc phân tích chiến lược và đánh giá hiện trạng sử dụng tài nguyên của hệ thống là điểm bắt đầu để từ đó phát triển một hệ thống thích hợp với tầm nhìn, kiến trúc và chiến lược của Outrigger.

Từ khóa: kế hoạch hệ thống thông tin, tầm nhìn hệ thống thông tin, đánh giá hệ thống thông tin, cơ sở hạ tầng, khách sạn.

## **II. Lý do hình thành đề tài**

Outrigger là công ty du lịch với định hướng phát triển tốt nhưng việc áp dụng công nghệ thông tin vào cơ cấu bộ máy vẫn còn chưa tốt. Chiến lược phát triển cùng với việc liên tục cải tiến giúp công ty trở thành một thương hiệu lớn. Chi nhánh của họ không chỉ nằm trong phạm vi quần đảo Hawaii mà còn xuất hiện nhiều ở khu vực Thái Bình Dương. Để đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng, họ từng bước áp dụng công nghệ thông tin vào quy trình làm việc, quản lý dữ liệu và nhiều khía cạnh khác. Chính sách này mang đến cho họ những thành công nhất định nhưng vẫn còn nhiều thách thức mang tính quyết định. Bài toán đặt ra là họ sẽ áp dụng những công nghệ họ có như thế nào? Đó là lý do nhóm chúng tôi chọn đề tài này: Giải pháp cho việc áp dụng công nghệ thông tin cho công ty khách sạn và khu nghỉ mát Outrigger sao cho họ có thể biến nó thành lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ của mình.

## **III. Giới thiệu về công ty và bài toán**

### **III.1. Giới thiệu về công ty**

Thứ sáu ngày 13/9/1929, Roy C. Kelley xuất hiện tại Hawaii cùng vợ ông, bà Estelle. Là một kiến trúc sư được đào tạo bài bản, ông chịu trách nhiệm thiết kế cho các cao ốc của Honolulu bao gồm cả cao ốc chính của khách sạn Halekulani cũ và rạp chiếu phim Waikiki trên đại lộ Kalakaua.

Chín năm sau, Kelly tách ra riêng và chịu trách nhiệm xây dựng rất nhiều ngôi nhà, căn hộ cao ốc và khác sạn trên đảo Oahu. Năm 1963, Kelley tiếp nhận khu đất cũ được quản lý bởi câu lạc bộ ca nô Outrigger. Outrigger đã trở thành sự thật với sứ mạng mang đến kì nghỉ như thiên đường cho các tầng lớp du lịch trung lưu. Bao gồm sự thỏa thuận ở Wakiki, Outrigger sát nhập thêm khách sạn Outrigger đông, Outrigger tây và khác sạn Coral Reefs. Khách sạn Outrigger Wakiki được xây dựng từ câu lạc bộ ca nô cũ được xem như là trụ sở chính vào năm 1967.

Qua hai thập kỉ phát triển, khách sạn Outrigger Hawaii tiếp tục phát triển tại Wakiki. Năm 1970, khi đã bắt đầu xây mới lại, Outrigger bắt đầu kế hoạch thu mua và phát triển thành chuỗi khách sạn lớn nhất tại bang Hawaii với hơn 7000 phòng và 15 cơ sở trên Wakiki. Nhờ vào việc quản lý tập trung, Outrigger đã duy trì cơ cấu quản lý phù hợp trong một thời gian dài.

Năm 1989, khách sạn Outrigger Hawaii lúc bấy giờ dưới sự lãnh đạo của tiền sĩ Richard Kelly, con của Roy Kelley tiếp tục phát triển với sự quản lý khách sạn hoàng gia Waikoloan trên đảo lớn của Hawaii. Khi cơ bão Iniki tiến vào Wakiki năm 1992, nó tiếp cận cả Honolulu và Kauai. Điều đó thúc đẩy việc phát triển chiến lược công ty trong lĩnh vực địa lý, tiến về các đảo lân cận. Công ty dưới sự thỏa thuận với bên thứ ba đã tiếp cận các đảo Maui và Kauai để phát triển thành 26 chi nhánh trên quần đảo Hawaii.

Năm 1996, công ty đã có những bước phát triển quốc tế đầu tiên. Thông qua đối tác, liên doanh, mua lại và phát triển mới, Outrigger mở chi nhánh đầu tiên tại Quần đảo cộng hòa Marshall và sau đó là Guam, Fiji, Tahiti, Australia và New Zealand.

Cùng với sự phát triển về mặt địa lý, Outrigger bắt đầu đa dạng hóa danh mục đầu tư của mình, bắt đầu từ việc thêm vào mục nghỉ dưỡng căn hộ chung cư. Bởi vì sự đa dạng hóa về mặt địa lý và sản phẩm này, năm 1995, khách sạn Outrigger Hawaii đổi tên thành khách sạn và khu nghỉ mát Outrigger. Vào năm 1999, thương hiệu thứ 15 của khách sạn khởi động với tên khách sạn OHANA của Hawaii.

Các chi nhánh gần biển mở rộng với đầy đủ các loại hình dịch vụ dưới thương hiệu Outrigger. Các căn hộ chung cư gần biển cũng được duy trì dưới thương hiệu Outrigger. Ngược lại, thương hiệu Ohana đạt được vị trí trong việc phục vụ cho các tour du lịch không gần biển.

Hạng mục chung cư chứng tỏ được tầm quan trọng của nó trong danh mục đầu tư của công ty nhưng họ cũng gặp phải không ít khó khăn từ những cơ hội mang tới. Chung cư cho phép du khách thoải mái lên lịch cho riêng cá nhân họ. Nhưng nó cũng rất phức tạp, không đạt chuẩn của các đại lý du lịch và rất khó bán. Bởi vì căn hộ chung cư không

được xây dựng như một dự án kinh doanh. Thay vì được thiết kế như những ngôi nhà hay nơi nghỉ ngơi cho các gia đình du lịch, nó được thiết kế như những văn phòng nhỏ của các công ty. Nó cũng thiếu nhiều dịch vụ cơ bản dành cho khách sạn như thức ăn, nước giải khát, dịch vụ giúp việc và giặt ủi, ... Tuy nhiên, đối với Outrigger, hạng mục này vẫn rất hấp dẫn vì nó là một cách để mở rộng thông qua hợp đồng quản lý mà không cần các bất động sản đất liền.

Năm 2005, Outrigger đã là công ty lớn, với khoảng 3600 nhân viên, trong đó, trụ sở chính là 230. Nhiều hạng mục đầu tư với tổng giá trị hơn 1,4 tỷ USD, doanh thu đạt 45 triệu USD. Nhưng chiến lược của công ty vẫn trung thành với mục tiêu hòa hợp văn hóa và đặc trưng của các điểm đến và tránh việc phát triển hời hợt.

Bộ phận quản lý của họ tin rằng chìa khóa cạnh tranh của họ là việc cung cấp khách sạn cho du khách đến cư trú, thăm quan và họ đã tiếp thị thành công những đặc trưng đó thông qua kênh phân phối giải trí. Thêm vào đó, bộ phận quản lý đã phát triển triết lý cung cấp sự vượt trội trong môi trường đa văn hóa, cả khách và nhân viên. Với lịch sử 25 năm phát triển và đạt doanh thu lớn, công đoàn Outrigger có một tiếng nói lớn trong nghiệp đoàn Hawaii. Ngoài ra, Outrigger đã đem thành công của mình thành công chung của các hãng máy bay phục vụ cho các điểm đến của họ.

### **III.2. Bài toán đặt ra**

Bài toán đặt ra trong case study này lựa chọn hệ thống IS thích hợp với Outrigger cho giai đoạn hiện tại và tương lai: tiếp tục sử dụng và nâng cấp Stellex cùng với các hệ thống ERP, PMS liên quan hoặc là thử nghiệm và sử dụng hệ thống mới. Bài toán này được đặt ra dựa trên các cơ sở sau:

- Hiện tại, bộ phận IT của Outrigger có 26 nhân viên toàn thời gian. Họ không thể hoàn thành tốt công việc liên quan với hệ thống hiện tại. Điều đó khiến cho Outrigger phải tiếp tục lựa chọn tin tưởng vào bên thứ ba.
- Outrigger không thể thực hiện tốt các chương trình khách hàng hiện tại - khi dữ liệu trong ba năm trở lại đây đột biến về tốc độ, dung lượng và sự đa dạng hóa dữ liệu.
- Mặc dù, điểm mạnh của hệ thống Stellex là việc sử dụng giao diện người dùng từ rất sớm mang lại cho Outrigger một cơ hội cạnh tranh rất lớn so với các đối thủ khác. Tuy nhiên, vì kiến trúc phân bố tập trung nên hệ thống này không thể phân phối rộng ra lĩnh vực ngoài quần đảo Hawaii.
- Do đặc thù nhóm khách hàng theo mùa, việc hệ thống hoạt động 24x365 khiến cho chi phí duy trì là rất lớn.

- Sự xuất hiện của loại hình gói động hấp dẫn cả đối tượng khách hàng và nhà cung cấp yêu cầu trực tiếp sự hỗ trợ của công nghệ thông tin mà hệ thống công nghệ thông tin ngày nay được các đối thủ cập nhật liên tục thì việc duy trì một hệ thống thông tin không nâng cấp từ version 2.0 khiến Outrigger gặp khó khăn hơn.

Khi mà vị trí không còn là bất lợi cho các công ty du lịch, khách sạn và nghỉ mát hiện tại thì thị trường internet chính là nơi cạnh tranh trực tiếp và cũng chính là mảnh đất màu mỡ cho các công ty khai thác. Vì vậy, lựa chọn này mang tính quyết định về việc liệu Outrigger tiếp tục thích nghi và phát triển trong thời gian tới hay là tiếp tục duy trì Outrigger với tình trạng hiện tại.

#### **IV. Cách giải quyết bài toán**

Với bài toán đặt ra: sử dụng và nâng cấp Stellex cùng với các hệ thống ERP, PMS hiện tại hoặc là thử nghiệm và sử dụng hệ thống mới.

Chúng ta tiếp tục tiến hành phân tích cả hai phương án về ưu, nhược điểm và từ đó, đề xuất phương án thích hợp.

Về phương án đầu tiên, ưu điểm có thể liệt kê là:

- Độ tin cậy cao vì hệ thống đã được sử dụng trong thời gian dài và liên tục được nâng cấp, cập nhật.
- Hệ thống Stellex đã tích hợp quá nhiều hệ thống nhỏ hơn như một trạm trung gian và phục vụ như hệ thống đặt phòng, đặt vé, lưu trữ nên lượng dữ liệu là cực lớn với độ phức tạp cả về dung lượng, tốc độ và tính đa dạng.
- Thời gian sử dụng lâu dài nên thói quen sử dụng của nhân viên Outrigger với các hệ thống tương thích thuộc Stellex là rất cao.

Nhược điểm có thể liệt kê:

- Việc thay đổi là rất khó do Stellex tích hợp quá nhiều hệ thống nhỏ bên trong nên lượng dữ liệu nó chứa càng ngày càng phình to.
- Dữ liệu được lưu trữ trong thời gian dài với cấu trúc phức tạp nên rất khó thay đổi. Bên cạnh đó, việc thay đổi cấu trúc này có thể dẫn đến thay đổi dây chuyền với các hệ thống phân tích thông minh, kế toán và chuỗi cung ứng.
- Những đặc tính hiện tại của JD Edward, Stellex vẫn còn chưa phù hợp với yêu cầu người dùng và yêu cầu cải tiến.

Về phương án thứ hai, nhóm có những đánh giá như sau. Ưu điểm có thể liệt kê:

- Cập nhật được công nghệ mới, có thể giải quyết được những nhược điểm mà Stellex chưa giải quyết được như những hệ thống thông minh xử lý bán hàng không thể áp dụng đối với lượng dữ liệu quá lớn hơn ba năm thì hệ thống mới có thể xử lý việc đó thông qua các mô hình cơ sở dữ liệu lớn big data.
- Những hệ thống mới tăng cường tính bảo mật thông tin từ phần cứng tới phần mềm giúp đảm bảo an toàn thông tin khi truyền từ các đảo với nhau và với bộ phận trung tâm.
- Giao diện thân thiện dễ dàng khiến người dùng quay trở lại lần sau.
- Có thể triển khai hệ thống vượt qua lĩnh vực quốc tế, vượt qua Thái Bình Dương và Hawaii.

Khó khăn trong việc tích hợp một hệ thống lớn vì hệ thống Stellex hiện tại có kích thước quá lớn và thời gian sử dụng dài nên việc tích hợp hệ thống là không dễ dàng.

Qua những đánh giá trên, nhóm nhận thấy:

Nhu cầu tích hợp hệ thống là xu thế tất yếu không thể tránh khỏi của công nghệ. Cùng với đó, những khó khăn được nhận định của Stellex là những khó khăn không thể sửa chữa chỉ với hệ thống hiện tại nên giải pháp đề xuất của nhóm là thay thế từ từ hệ thống hiện có của Outrigger và chuyển qua hệ thống mới

## **V. Kết luận**

### **V.1. Bình luận**

Outrigger là một công ty có định hướng phát triển rõ ràng và họ hiện thực mục tiêu của mình thông qua từng bước chắc chắn. Cùng với đó, Outrigger đi tắt đón đầu về mặt công nghệ đem lại cho họ những thành công bước đầu trong thị trường du lịch trực tuyến so với phần còn lại trên quần đảo Hawaii. Tuy nhiên, vấn đề phát sinh đi kèm là hệ thống phát triển quá sớm và gắn bó sâu vào cơ cấu bộ máy hiện tại của Outrigger khiến việc chuyển đổi công nghệ trở nên khó khăn và giải quyết những vấn đề chỉ phát sinh sau này như bộ phận đặt phòng của khách hàng quá tải vào mùa du lịch cũng trở nên khó khăn.

### **V.2. Kết luận**

Với định hướng cùng với vị thế của mình, Outrigger hoàn toàn có thể thành công trong thời gian dài. Nhưng về tương lai, phát triển công nghệ trở thành một phần không thể thiếu và việc cập nhật công nghệ với mục tiêu đáp ứng các nhu cầu phát sinh của

khách hàng trở thành nhu cầu cấp bách. Vì vậy, việc thay thế công nghệ và hạ tầng cơ sở thông tin hiện tại là cần thiết.