

## **BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2022 VÀ KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG NĂM 2023 CỦA BAN ĐIỀU HÀNH**

### **I. TỔNG QUAN CÁC YẾU TỐ KINH TẾ VĨ MÔ, NGÀNH, THỊ TRƯỜNG TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA NGÀNH**

#### **1. Kinh tế vĩ mô**

##### **Kinh tế Thế giới**

Ngân hàng Thế giới dự báo tăng trưởng toàn cầu năm 2022 giảm đáng kể, từ mức 4,1% trong dự báo vào thời điểm đầu năm 2022 xuống còn 2,8% trong dự báo tháng 8/2022. Fitch Ratings đã cắt giảm dự báo tăng trưởng GDP thế giới năm 2022 xuống chỉ còn 2,4%, điều chỉnh giảm 0,5 điểm phần trăm so với dự báo trong tháng 6/2022. Báo cáo Triển vọng kinh tế thế giới tháng 7/2022 của Quỹ Tiền tệ Quốc tế nhận định tăng trưởng toàn cầu năm 2022 đạt 3,2%, thấp hơn 0,4 điểm phần trăm so với dự báo trong tháng 4/2022. Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế dự báo tăng trưởng của thế giới trong năm 2022 đạt 3%, giữ nguyên so với dự báo đưa ra tháng 6/2022. Báo cáo cập nhật Triển vọng phát triển kinh tế tháng 9/2022 của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) điều chỉnh giảm mạnh dự báo tăng trưởng kinh tế của một số nền kinh tế lớn so với dự báo đưa ra trong tháng 4/2022, cụ thể dự báo tăng trưởng GDP của Hoa Kỳ giảm từ 3,9% xuống còn 1,6%, khu vực đồng Euro giảm từ 3,3% xuống 2,5%, Nhật Bản giảm từ 2,7% xuống 1,4%, Trung Quốc giảm từ 5,0% xuống còn 3,3%. Trong khu vực Đông Nam Á, ADB nhận định tăng trưởng năm 2022 của In-đô-nê-xi-a đạt 5,4% (tăng 0,4 điểm phần trăm so với dự báo trong tháng 4/2022), Phi-li-pin đạt 6,5% (tăng 0,5 điểm phần trăm), Thái Lan đạt 2,9% (giảm 0,1 điểm phần trăm), Xin-ga-po đạt 3,7% (giảm 0,6 điểm phần trăm), Ma-lai-xi-a đạt 6,0% (giữ nguyên).

##### **Kinh tế Việt Nam**

Kinh tế – xã hội năm 2022 của nước ta diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động nhanh, khó lường làm gia tăng rủi ro đến thị trường tài chính, tiền tệ, an ninh năng lượng, an ninh lương thực toàn cầu. Trong nước, với quyết tâm phục hồi và phát triển kinh tế, tạo đà hoàn thành mục tiêu kinh tế – xã hội năm 2022 và giai đoạn 2021-2025 theo Nghị quyết Đại hội Đảng XIII, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo Bộ, ngành, địa phương triển khai quyết liệt các nhiệm vụ, giải pháp của Nghị quyết số 01/NQ-CP, Nghị quyết số 02/NQ-CP, Nghị quyết số 11/NQ-CP về Chương trình phục hồi, phát triển kinh tế – xã hội. Kinh tế vĩ mô tiếp tục duy trì ổn định, lạm phát trong tầm kiểm soát, các cân đối lớn được đảm bảo; chính sách tiền tệ, tài khóa được điều hành chủ động, linh hoạt và hiệu quả. Môi trường đầu tư kinh doanh được cải thiện tích cực, góp phần phục hồi và phát triển kinh tế – xã hội, tạo sự tin tưởng, ủng hộ của Nhân dân và cộng đồng doanh nghiệp.

Trên cơ sở đó, kinh tế – xã hội năm 2022 của nước ta khởi sắc trên hầu hết các lĩnh vực, nhiều ngành đã khôi phục mạnh mẽ với mức tăng trưởng cao.

Hoạt động sản xuất kinh doanh phục hồi tích cực ở cả ba khu vực kinh tế. GDP năm 2022 tăng cao ở mức 8,02% so với năm trước, là mức tăng cao nhất các năm trong giai đoạn 2011-2022. Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,36%, đóng góp 5,11% vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế. Khu vực công nghiệp và

xây dựng tăng 7,78%, đóng góp 38,24%; trong đó ngành công nghiệp chế biến, chế tạo là động lực tăng trưởng của toàn nền kinh tế với tốc độ tăng 8,1%. Khu vực dịch vụ tăng 9,99%, đóng góp 56,65%; trong đó nhiều ngành dịch vụ thị trường tăng cao như bán buôn, bán lẻ tăng 10,15%; vận tải kho bãi tăng 11,93%; dịch vụ lưu trú và ăn uống tăng 40,61%; hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm tăng 9,03%.

## **2. Tình hình phát triển Du lịch trong năm 2021**

Trong năm 2022, ngành du lịch châu Á - Thái Bình Dương bắt đầu khôi phục trở lại sau khi các biện pháp phòng chống dịch Covid-19 được nới lỏng đầu tiên ở Ấn Độ và Australia, sau đó là Malaysia và Thái Lan và các quốc gia Đông Nam Á khác, tiếp đến là Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan.

Theo dự báo của Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới, ngành du lịch châu Á - Thái Bình Dương sẽ tiếp tục tăng trưởng vào năm 2023 và đón thêm một năm tăng trưởng tích cực vào năm 2024.

So với trước đại dịch, doanh thu từ du lịch sẽ đóng góp thêm 32% vào GDP khu vực châu Á - Thái Bình Dương vào năm 2025, vượt xa các khu vực khác ngoại trừ Trung Đông (30%).

Báo cáo của Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới ước tính tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của nền kinh tế toàn cầu sẽ là 2,7% trong giai đoạn 2022 - 2032. Tuy nhiên, trong giai đoạn này, đóng góp của ngành du lịch vào nền kinh tế toàn cầu dự kiến sẽ tăng trưởng trung bình hàng năm là 5,8%.

Tại châu Á - Thái Bình Dương, tỷ trọng đóng góp của ngành du lịch vào tăng trưởng GDP khu vực thậm chí còn cao hơn, với tốc độ tăng trung bình hàng năm là 8,5%.

Theo số liệu Tổng cục Thống kê, khách quốc tế đến Việt Nam năm 2022 đạt khoảng 3,661 triệu lượt. Cụ thể, trong năm 2022 khách đến bằng đường hàng không đạt 3,277 triệu lượt người, chiếm 89,5% lượng khách quốc tế đến Việt Nam và gấp 29,5 lần so với năm trước; bằng đường bộ đạt 380.900 lượt người, chiếm 10,4% và gấp 8,4 lần; bằng đường biển đạt 3.100 lượt người, chiếm 0,1% và gấp 5,1 lần. Khách đến từ châu Á đạt 2,595 triệu lượt người, gấp 19,5 lần năm trước; khách đến từ châu Âu đạt 508.400 lượt người, gấp 31,8 lần; khách đến từ châu Mỹ đạt 388.900 lượt người, gấp 67,6 lần.

Tuy số lượng khách quốc tế chưa đạt mục tiêu đề ra là 5 triệu lượt, nhưng theo Tổng cục Du lịch, năm 2022, thị trường du lịch đã dần khôi phục trở lại, nhất là du lịch nội địa. Hoạt động du lịch tại các trung tâm diễn ra sôi động, nhiều địa phương ghi nhận lượng khách tăng vọt, doanh nghiệp lữ hành bắt đầu quay lại thị trường...

Lượng khách nội địa ước đạt trên 101 triệu lượt người. Tổng thu từ khách du lịch ước đạt 495.000 tỉ đồng, vượt hơn 23% so với kế hoạch năm 2022 và bằng 66% so với năm 2019. Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống năm 2022 so với năm trước của một số địa phương có tăng trưởng mạnh.

## **II. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2022**

### **1. Kết quả hoạt động kinh doanh**

Năm 2022, sau khi dịch Covid-19 được kiểm soát, tình hình du lịch đã khởi sắc hơn so với 2021 nhưng vẫn chưa phục hồi lại như 2019. Chiến tranh tại Ukraine và tình hình kinh tế khủng hoảng, số lượng lao động mất việc tăng cao nên ngành Du lịch vẫn chưa được phục hồi tốt

Từ khó khăn trên Ban Tổng Giám đốc đã linh động trong các chính sách kinh doanh như: tập trung đẩy mạnh phát triển phân khúc khách hàng nội địa, thực hiện nhiều gói sản phẩm phục vụ khách nội địa, các chương trình ưu đãi cho khách hàng, thẻ TTC Pass. Tuy nhiên, do thiếu hụt lượng khách quốc tế đặc biệt là Trung Quốc vẫn chưa mở cửa nên doanh thu năm 2022 chỉ đạt 339% so với cùng kỳ.

Bên cạnh đó, Ban Tổng Giám đốc đã linh động tiết giảm tối đa các loại chi phí và sắp xếp nhân sự cho phù hợp với tình hình kinh doanh. Ngoài ra, Ban Tổng Giám đốc cũng tập trung thanh toán các danh mục đầu tư không nằm trong chiến lược để hỗ trợ thanh khoản trong thời kỳ dịch bệnh và tìm kiếm cơ hội đầu tư các Khách sạn/Nhà hàng mới.

Biến khó khăn thành động lực, cộng với chính sách quản trị điều hành linh động của Hội đồng quản trị và Ban Tổng giám đốc, kết quả kinh doanh năm 2022 thực hiện đạt so với kế hoạch ĐHCĐ năm 2021 giao, cụ thể như sau:

### 1.1 Kết quả hoạt động kinh doanh báo cáo hợp nhất (báo cáo tài chính hợp nhất)

Doanh thu thuần đạt 619 tỷ đồng, đạt 135% so kế hoạch năm, đạt 339% so cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế (LNTT) năm 2022 đạt 14,5 tỷ đồng, đạt 193% kế hoạch năm, đạt 220% so với cùng kỳ.

### 1.2 Kết quả hoạt động kinh doanh Công ty mẹ (báo cáo tài chính riêng)

Doanh thu thuần của Công ty đạt 354 tỷ đồng đạt 253% so với kế hoạch, đạt 283% so với cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 13,7 tỷ đồng đạt 274% so kế hoạch, đạt 208% so với cùng kỳ.

## 2. Tình hình tài chính

### 2.1 Các chỉ số tài chính báo cáo tài chính hợp nhất

Tổng tài sản của Công ty đến 31/12/2022 đạt 2.847 tỷ đồng tăng 25% so với đầu năm, tương đương tăng thêm 562 tỷ đồng. Nguyên nhân tăng tổng tài sản chủ yếu do tăng đầu tư các tài sản dài hạn như xây dựng cơ bản và đầu tư công ty liên kết. Các chỉ số thanh toán giảm so với đầu năm, tuy nhiên các chỉ số vẫn lớn hơn 1 (lần), nằm trong vùng an toàn các chỉ tiêu tài chính thanh toán theo quy định.

*Dvt: triệu đồng*

| STT | NỘI DUNG                  | 31/12/2022 | 01/01/2022 | THAY ĐỔI | % THAY ĐỔI |
|-----|---------------------------|------------|------------|----------|------------|
| 1   | Tổng tài sản              | 2,847,226  | 2,285,629  | 561,597  | 25%        |
| 2   | Vốn chủ sở hữu            | 1,115,715  | 1,112,349  | 3,366    | 0,3%       |
| 3   | Tổng nợ/tổng TS (%)       | 61%        | 51%        | 10%      | 19%        |
| 4   | Tổng nợ/VCSH (%)          | 155%       | 105%       | 50%      | 48%        |
| 5   | Thanh toán ngắn hạn (lần) | 1.23       | 1.04       | 0.19     | 18%        |
| 6   | Thanh toán nhanh (lần)    | 1.21       | 1.03       | 0.18     | 17%        |

### 2.2 Các chỉ tiêu trên báo cáo tài chính riêng

Tổng tài sản của Công ty đến 31/12/2022 đạt 2.109 tỷ đồng tăng 24% so với đầu năm, tương đương 409 tỷ đồng. Nguyên nhân tăng tài sản chủ yếu là tăng vốn vay do phát hành trái phiếu và cho các công ty con vay để đầu tư vào tài sản dài hạn. Các hệ số thanh toán giảm so với đầu năm, tuy nhiên các chỉ số thanh toán vẫn lớn hơn 1 (lần) và nằm trong vùng an toàn chỉ số tài chính theo quy định.

*Dvt: triệu đồng*

| STT | NỘI DUNG            | 31/12/2022 | 01/01/2022 | THAY ĐỔI | % THAY ĐỔI |
|-----|---------------------|------------|------------|----------|------------|
| 1   | Tổng tài sản        | 2,109,506  | 1,700,147  | 409,359  | 24%        |
| 2   | Vốn chủ sở hữu      | 1,195,726  | 1,184,944  | 10,782   | 1%         |
| 3   | Tổng nợ/tổng TS (%) | 43%        | 30%        | 13%      | 44%        |

|   |                           |      |      |      |     |
|---|---------------------------|------|------|------|-----|
| 4 | Tổng nợ/VCSH (%)          | 76%  | 43%  | 33%  | 78% |
| 5 | Thanh toán ngắn hạn (lần) | 1.52 | 1.07 | 0.45 | 42% |
| 6 | Thanh toán nhanh (lần)    | 1.52 | 1.06 | 0.46 | 43% |

### III. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM

#### 1. Công tác Kinh doanh – Tiếp thị

Điều chỉnh mô hình kinh doanh tự chủ cho từng Đơn vị, Kinh doanh TCT chịu trách nhiệm xây dựng và định hướng chiến lược. Xây dựng chính sách và triển khai các Hợp tác độc quyền với những Đối tác chiến lược – bán hàng và quảng bá truyền thông toàn chuỗi. Kinh doanh TCT và Đơn vị phối hợp cập nhật thường xuyên tình hình thị trường & đối thủ cạnh tranh nhằm đưa ra các điều chỉnh kịp thời (nếu có).

Kinh doanh TCT phối hợp với các khối chức năng liên quan ban hành các văn bản lập quy làm cơ sở tuân thủ trong các hoạt động kinh doanh bao gồm Chính sách kinh doanh, quy định công nợ, Bộ hợp đồng mẫu ...

Đơn vị chủ động xây dựng kế hoạch kinh doanh (bán hàng & truyền thông – tiếp thị) và kế hoạch hành động chi tiết của Đơn vị.

Tổ chức sự kiện khách hàng tại TP. HCM với sự tham gia của 40 Đối tác với mục đích tri ân và củng cố quan hệ với nhóm Khách hàng truyền thống này.

Tham gia các hoạt động triển lãm, sự kiện trong và ngoài nước nhằm quảng bá thương hiệu và sản phẩm: Triển lãm Du lịch quốc tế ITE HCM lần 16, các sự kiện Hội Doanh Nhân Trẻ các thành phố lớn, sự kiện Sky Connection tại Bangkok Thái Lan

Kinh doanh TTCT phối hợp cùng các Đơn vị và các ngành khác trong TĐ tham gia các sự kiện quảng bá và xúc tiến du lịch tại địa phương như: Ngày hội Văn hóa Ninh Thuận tại TP. HCM, sự kiện quảng bá sản phẩm tại Tây Ninh

#### 1.1 Nhóm Khách sạn/ Resort

- Chủ động điều chỉnh chính sách giá bán theo tình hình thị trường và từng kênh phân phối (chạy chương trình bán hàng ưu đãi tại TTC Hotel – Michelia trên các kênh OTA, các TOP account, TTC Hotel – Hội An, điều chỉnh giá và đề xuất mức giá phòng không bao gồm ăn sáng để tăng tính cạnh tranh). Điều chỉnh giá bán ngày trong tuần để thu hút khách vắng lại, tăng giá giai đoạn cuối tuần theo thời điểm đối với TTC Kê Gà, TTC Resort Dốc Lết, TTC Resort Ninh Thuận. Theo dõi tình hình thị trường và công suất phòng của từng Đơn vị nhằm đóng/ mở giá bán theo các kênh phân phối. Đối với các Đơn vị có doanh thu ổn định như TTC Cần Thơ, TTC Ngọc Lan, TTC Đà Lạt chủ động xây dựng các mức giá theo CSP của các Đơn vị, bán kèm bữa ăn bắt buộc, các bữa ăn cơm đoàn khi CSP đạt trên ngưỡng 50%.
- Triển khai các chương trình bán hàng toàn chuỗi khách sạn/ resort theo mùa, sự kiện nhằm khai thác doanh thu cộng thêm ngoài phòng: chương trình ưu đãi khách gia đình trong giai đoạn Quý 2-3 (chương trình Fullhouse), ưu đãi hội nghị giai đoạn Quý 4 (TTC mở lối thành công)...
- Chủ động tiếp cận và khai thác thị trường mới từ khu vực Đông Nam Á, thay thế các thị trường vốn là chủ lực nhưng chưa hồi phục sau dịch: tiếp đón đoàn FAM TRIP, các đoàn khảo sát, tham gia sự kiện B2B Matching Sky Connection tại Bangkok, kết quả khai thác thị trường Thái Lan mới đóng góp series tại 5 cơ sở TTC Hotel Hội An, TTC Hotel Ngọc Lan & Đà Lạt, TTC Hotel Airport, và Imperial Hotel Huế.

- Kết nối lại các đối tác thị trường Châu Âu, Nga, Đài Loan, Hàn Quốc, chủ động trong công tác khôi phục thị trường quốc tế, kết quả thực hiện series khách Âu tại TTC Hotel Cần Thơ, TTC Resort Ninh Thuận. Hợp tác quảng cáo trên các ấn phẩm truyền thông của các đối tác, trưng bày tại Hội chợ Fitur – Madrid trong quý I/2023.

## 1.2 Nhóm Trung tâm Hội nghị/ Nhà hàng

- Đa dạng hóa sản phẩm và các loại hình đặc trưng tại đơn vị: tổ chức các chương trình ẩm thực đặc biệt như Buffet hải sản, đêm âm nhạc Bolero, Đờn ca tài tử tại Miền Tây, các chương trình vào các ngày lễ đặc biệt.
- Chủ động cập nhật thị trường, đối thủ để đưa ra các điều chỉnh gia tăng tính cạnh tranh về giá bán, cost tiêu chuẩn.
- Kết hợp các cơ sở trong cùng khu vực để tăng tính đa dạng sản phẩm dịch vụ & khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng TTC Palace Bình Thuận – TTC Hotel Phan Thiết – TTC World – Tà Cú.

## 1.3 Nhóm Khu vui chơi

- Bước đầu chuyển mình nắm bắt xu thế bán hàng đa kênh, kết hợp giữa phân phối sản phẩm và marketing, đặc biệt trên kênh TMĐT, với mục tiêu tiếp cận nguồn khách trực tiếp chủ lực trong tương lai (Khách hàng thuộc thế hệ Millennials, GenZ, GenY). Lần đầu tiên, ký hợp đồng hợp tác phân phối chuỗi sản phẩm TTC WORLD với VNPAY – Kỳ lân của Việt Nam. Tiếp tục mở rộng sang các kênh như Trip.com, MOMO, Lazada
- Tiếp tục phát triển nguồn khách hàng quốc tế trước dịch tại thị trường Hàn Quốc thông qua hoạt động giới thiệu TTC World TLTY là điểm đến đặc sắc tại Đà Lạt bởi đối tác Kaltour, trong sự kiện quảng bá điểm đến Đà Lạt tại Hàn Quốc và đường bay Seoul – Đà Lạt.
- Đa dạng hóa sản phẩm, các chương trình ẩm thực đặc biệt các ngày lễ, dịp khai trương nhà hàng Arapang, triển khai các chương trình bán hàng dành cho các đối tượng đặc biệt các dịp Lễ tình nhân, Quốc tế phụ nữ, Vu Lan, Tết Trung Thu, ...

## 1.4 Teambuilding

- Tổng doanh thu thực hiện Lễ hành 2022: Đạt 90% KHNS
- Hoàn thành bộ sale kit cho BP.Vé máy bay và BP. Kinh doanh LH (hơn 14 sản phẩm về vé máy bay, tour, visa, combo dịch vụ, ...) nhằm chào bán và ký hợp đồng MOU với các khách hàng Corporate lớn.

*Đã chào bán bộ sale kit và hợp đồng khung cho hơn 300 KH Corporate thuộc danh sách KH Medic, CLB Sao Đỏ, CLB Doanh Nhân Trẻ, KH Lớn Bên Ngoài (Điển hình 1 số KH lớn như: SG Co.op, Uni Group, Kido, Hội Sở OCB, Hội Sở Sacom, May Bank, An Gia Group, Đồng Tâm Group, Eximbank, Hệ thống nhà sách Phương Nam,...).*

- Vé máy bay:
  - + Đạt 98% so với KHNS. Phục vụ được hơn 5.757 lượt khách. (76% nội bộ, 24% khách ngoài).
  - + Ký hợp đồng 3 bên giữa TTCI làm đại diện với 2 hãng hàng không Vietnam Airlines, Bamboo Airlines. Nhằm đạt được hiệu quả:
    - Tích lũy dặm bay, điểm thưởng quy đổi ra vé máy bay (Vietnam Airlines).
    - Cấp thẻ member định danh công ty sử dụng phòng chờ ngoài sân bay

(Bamboo Airways).

- Nhận được hỗ trợ từ hãng trong việc ưu tiên xin chỗ khi chuyển bay hết chỗ.
- Lữ hành:
  - + Đạt 85% so với KHNS. Phục vụ 98 tour tương đương 8.515 lượt khách tham gia tour teambuilding kết hợp với các trò chơi teamshow.
  - + Dịch vụ Visa: hoàn thành 111 hồ sơ đi Châu Âu, Châu Á, Châu Mỹ (14% KH Nội bộ, 86% KH Bên ngoài).
  - + Combo dịch vụ vé máy bay + khách sạn: tổng 94 booking (55% KH Nội bộ, 45% KH Bên ngoài).
- Sản phẩm nội bật 2022:
  - + Gói combo dịch vụ (vé máy bay + visa, combo free&easy theo mùa/ gói thấp điểm/ dịp lễ tết, ...).
  - + Bộ sản phẩm Teambuilding, MICE kết hợp với những trò chơi teamshow mới lạ, độc đáo theo từng chủ đề phù hợp với từng phân khúc khách hàng.
- Phát triển một số sản phẩm outbound chuyên biệt như trị liệu tế bào gốc liên kết giữa TTC Travel – DHA – TTCH.

## **2. Công tác Quản lý Chất lượng dịch vụ**

- Hoàn thành 95% chương trình khảo sát hiện trạng và đưa ra báo cáo khắc phục cho 17/18 đơn vị. Hiện tại còn lại TTC Angkor do tình hình kinh tế khó khăn nên đang ngưng lại và sẽ quay lại vào năm 2023.
- Hoàn thành xây dựng kế hoạch bảo trì, bảo dưỡng cho năm 2023.
- Hoàn thành xây dựng kế hoạch tổng vệ sinh định kỳ cho các đơn vị cho năm 2023.
- Hỗ trợ nghiệm thu sau cải tạo cho TTC Cần Thơ – Nhà hàng Pomelo, Sảnh lễ tân và Spa.
- Hoàn thành các công tác chuẩn bị Tiễn Khai Trương cho dự án TTC Luxury Resort Dốc Lết.
- Tham gia tổ chức, tham mưu chuyên môn cho các hội thi tay nghề Kỹ Thuật, Lễ Tân, Buồng Phòng, Nhà hàng và bếp.
- Tổ chức các buổi trao đổi chuyên môn với các Trưởng bộ phận của các đơn vị 1 lần/tuần cho các bộ phận FO, HSK, ENG, FB, KIT.
- Công tác biên soạn các SOP, VBLQ:
  - + CLDV tổng thể:
    - Soạn thảo Check list Audit
    - Bộ thẻ tình huống
    - Cẩm nang ứng phó các tình huống nguy hiểm
    - SOP đón khách VIP và VVIP
  - + FO, HSK:
    - SOP Bộ phận giặt ủi
    - SOP hướng dẫn cấp treo
  - + FB, KIT:
    - SOP Phục vụ ẩm thực tại phòng

- SOP Quy định kiểm thực 3 bước
- SOP Quy định lưu và hủy mẫu thực phẩm
- SOP chương trình ẩm thực cho các dịp lễ tết trong năm.

+ Kỹ Thuật:

- SOP Tiêu chuẩn kỹ thuật

### 3. Công tác đầu tư

#### 3.1. Công tác đầu tư dự án

- Tiếp tục triển khai thi công và hoàn thiện dự án TTC Luxury Resort Dốc Lết – thương hiệu 5 sao đầu tiên do TTCH đầu tư phát triển và xây dựng với quy mô 184 phòng khách sạn hạng sang và 10 villas 100% hướng biển. Dự kiến khai trương vào dịp lễ 30/4/2023.
- Tái khởi công dự án nghỉ dưỡng Mekong với hệ thống khu vui chơi nước có diện tích hơn 3500m2 và hệ thống lưu trú với hơn 80 phòng khách sạn với 100% hướng sông. Khu vui chơi nước cùng cụm công trình phụ trợ dự kiến sẽ được đưa vào hoạt động vào dịp hè 2023.
- Tập trung hoàn thành các thủ tục pháp lý và chuẩn bị đầu tư cho dự án Thung Lũng Tình Yêu mở rộng, giai đoạn 1 với quy mô 67 căn villas, 110 căn shophouse, khối khách sạn 18 tầng – biểu tượng kiến trúc mới của Đà Lạt.

#### 3.2. Công tác phát triển sản phẩm

Đối với công tác phát triển sản phẩm ngắn hạn, đưa vào hoạt động trong năm 2022 nhằm tối ưu nguồn doanh thu cho các hạng mục cảnh quan, ẩm thực và giải trí:

- **TTC World Thung lũng tình yêu:**
  - + Cải tạo con đường Phố Hội An thành một trong những điểm check-in mới tại Đà Lạt.
  - + Bổ sung thêm các xe đẩy bán hàng di động, gia tăng doanh thu F&B tại khu vực bến thuyền.
  - + Khai trương và đưa vào khai thác nhà hàng Arapang với sức chứa gần 1000 khách.
- **TTC Càn Thơ với mục tiêu nâng hạng sao (từ 4-sao lên 5-sao):**
  - + Nâng cấp cải tạo nhà hàng Pomelo vào tháng 9 năm 2022.
  - + Nâng cấp khu spa, massage.
- **TTC Premium Dốc Lết:**
  - + Cải tạo nâng cấp 34 bungalow theo phong cách mới.
  - + Bổ sung thêm 2 lều cắm trại với sức chứa 10 khách/ lều và bán kèm combo BBQ tăng công suất phục vụ mùa hè.
  - + Nâng cấp khu vực check-in ngắm rừng phượng từ trên cao.
  - + Bổ sung thêm kid's corner, khu vực vui chơi dành cho trẻ em.
  - + Cải tạo và trồng thêm hoa, cảnh quan check-in cho rừng phượng và khu vực bãi biển.
- **TTC Resort Ninh Thuận:**
  - + Gia tăng nhận diện cho thương hiệu thông qua điểm check-in TTC Resort Ninh Thuận.

- + Cải tạo và bổ sung khu vực vui chơi dành cho trẻ em.
- + Bổ sung thêm các hoạt động vui chơi giải trí, bóng chuyền trên biển.
- + Ra mắt Beach-bar và các hoạt động ca nhạc acoustic vào cuối tuần.
- + Bổ sung thêm các điểm nhấn check-in trên biển.
- **TTC Michelia:**
  - + Cải tạo ball-room tầng 3 theo phong cách rừng nhiệt đới.
  - + Đưa vào hoạt động khu vực lounge tại tầng 12, phục vụ trà chiều và ẩm thực đặc biệt.
  - + Khai trương nhà hàng T-corner.

#### 4. Công tác Hành chính quản trị

- Kết hợp với P. CNTT để xây dựng giải pháp Quản lý tài sản gồm: sử dụng ERP để quản lý tài sản cố định và sử dụng hệ thống Data Warehouse để theo dõi và quản lý các loại công cụ dụng cụ trên toàn ngành.
- Tổ chức các Chương trình, sự kiện: GM Conference, Sale & Marketing Event; Chuỗi sự kiện kỷ niệm 16 năm thành lập Ngành (Giải bóng đá Du lịch TTC; Hội thi kiến thức nghiệp vụ các Khu vực) và Chương trình Gieo mầm yêu thương 2022.

#### 5. Công tác Nhân sự

- Rà soát, điều chỉnh và trình ban hành Hệ thống cấp bậc chức vụ, chức danh phù hợp với Sơ đồ tổ chức mới.
- Phối hợp với Khối kinh doanh trình chính sách chi hoa hồng bán hàng cho CBNV giới thiệu khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ và chính sách du lịch trả góp cho CBNV Ngành Du lịch.
- Xây dựng 13 bài giảng (11 bài giảng nghiệp vụ và 02 bài giảng dưới dạng Podcast đào tạo chuyên đề).
- Triển khai các chương trình đào tạo:
  - + Bên cạnh công tác đào tạo Hội nhập, Ngành triển khai 03 khóa đào tạo Đào tạo E-learning (Đào tạo Tiếng Anh cơ bản chuyên ngành Nhà hàng – Khách sạn, Cấu trúc giá, Quy định về Mã Đơn vị kinh doanh).
  - + Triển khai tổ chức 1.085 Chủ đề đào tạo SOP tại các ĐVKD.
  - + Triển khai 05 Khóa đào tạo trực tiếp cho đội ngũ Cán bộ quản lý (Nghệ thuật thu phục lòng người; Trí tuệ cảm xúc; Hoạch định chiến lược; Quản trị Công ty, Giám đốc điều hành).
  - + Triển khai các khóa đào tạo kỹ năng hỗ trợ cho CBNV các Khu vực: Văn hoá Omotenashi trong phục vụ khách hàng; Kỹ năng chăm sóc khách hàng; Kỹ năng xây dựng và dẫn dắt đội nhóm; Kỹ năng dẫn giảng nâng cao; Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc; Kỹ năng thiết kế và trình bày Powerpoint; Kỹ năng trình bày văn.
  - + Phối hợp với Phòng Chất lượng dịch vụ tổ chức các chuỗi chương trình đào tạo nghiệp vụ chuyên môn theo chủ đề như: Nguyên tắc vàng trong chế biến ẩm thực; Kỹ năng chào đón khách; Phục vụ bàn ăn khách VIP; Hướng dẫn thực hiện và lưu ý các vấn đề về thủ tục nhận cọc khi check-in; Kỹ năng phối hợp giữa các Bộ phận trong khách sạn; Tiêu chuẩn vận hành kỹ thuật; Trở thành nhân viên Ngành Khách sạn chuyên nghiệp.
- Triển khai đào tạo chéo cho 57 CBNV các bộ phận: Bếp, Buồng phòng, Lễ tân, Nhà hàng, Kỹ thuật.



- Tổ chức 03 Đợt thi kiến thức về VBLQ cho CBNV toàn ngành:
  - + Thi VBLQ: 02 đợt.
  - + Thi SOP: 01 đợt.
- Tổ chức 04 hội thi tay nghề tìm kiếm nhân sự kế thừa:
  - + Hội thi Chiến binh thép dành cho Bộ phận Kỹ thuật với 36 thí sinh.
  - + Hội thi Grand Banquet dành cho Bộ phận Nhà hàng với 16 thí sinh.
  - + Hội thi Amazing Room dành cho Bộ phận Buồng phòng với 10 thí sinh.
  - + Hội thi Chef's Table dành cho Bộ phận Bếp với 15 thí sinh.
- Tổ chức 03 Chương trình Trường bộ phận lưu động:
  - + Bếp trưởng lưu động tại 12 ĐVKD.
  - + Trường bộ phận Lễ tân lưu động tại 06 ĐVKD.
  - + Trường bộ phận Nhà hàng lưu động tại 06 ĐVKD.
- Triển khai Chuỗi chương trình thi đua định kỳ hàng quý, hàng năm chi tiết:
  - + 03 chương trình thi đua Tập thể hàng Năm (Đơn vị kinh doanh hiệu quả nhất, Đơn vị tuân thủ nhất, Đơn vị Sạch và xanh nhất).
  - + 03 chương trình thi đua Tập thể hàng Quý (Quán quân Doanh thu, Quán quân Ebitda, Quán quân dịch vụ).
  - + 01 chương trình thi đua cá nhân hàng Quý (Best seller).
- Thực hiện 10 bài truyền thông Giá trị/Văn hóa doanh nghiệp định kỳ hàng quý.
- Tìm kiếm và công nhận 04 Giảng viên nội bộ và 09 Giảng viên nội bộ tiềm năng Ngành Du lịch.
- Quy hoạch, đề xuất 128 nhân sự kế thừa đối với các chức danh Quản lý cấp trung và đăng ký tham gia khóa đào tạo Nhân sự Kế thừa do TTCI tổ chức thực hiện.
- Xây dựng Bộ tiêu chuẩn năng lực cho các chức danh tại các ĐVKD: Khách sạn; Trung tâm Hội nghị, nhà hàng; Khu vui chơi; Lễ hành; Trung tâm giặt ủi; Văn Phòng cho thuê.

## **6. Công tác Tài chính, Kế toán và Kế hoạch**

### **6.1 Công tác Kế toán**

- Báo cáo đầy đủ, kịp thời và đúng quy định công bố Báo cáo tài chính cho Ủy Ban chứng khoán Nhà Nước, sở giao dịch chứng khoán Hồ Chí Minh và quy định kế toán.
- Thực hiện gia hạn thuế GTGT, tiền thuế đất, thuế TNDN theo quy định của cơ quan thuế do ảnh hưởng của dịch Covid-19.
- Hoàn tất triển khai phần mềm kế toán ERP tại văn phòng TCT.
- Phối hợp với Pháp chế thực hiện các công tác rà soát hồ sơ đại hội cổ đông các Công ty con và Công ty mẹ, thực hiện tổ chức theo đúng quy định của luật.
- Triển khai kiểm kê tài sản, công cụ dụng cụ cuối kỳ

### **6.2 Công tác Kế hoạch**

- Triển khai xây dựng kế hoạch ngân sách năm 2023 cho các đơn vị.
- Theo dõi và kiểm soát việc thực hiện kế hoạch, dự phóng các kịch bản kinh doanh

- Kiểm soát tốt chi phí phát sinh, chi phí bảo trì, bảo dưỡng, sửa chữa, mua sắm trang thiết bị, cơ sở vật chất phục vụ hoạt động SXKD

### **6.3 Công tác Tài chính**

- Làm việc với các tổ chức tín dụng trong nước và ngoài nước, hoàn tất gói trái phiếu 500 tỷ đồng do TCBs tư vấn phát hành. Thu xếp vốn tài trợ cho dự án Dốc Lết với hạn mức tín dụng 418 tỷ. Hoàn tất gói vay đền bù đất cho hộ các hộ dân, qua đó hợp nhất thêm 1,4ha vào dự án “Thung Lũng Tình Yêu mở rộng”. Đồng thời mở rộng hợp tác với các ngân hàng OCB, VCB, VTB, BIDV, SACOMBANK. Ngoài ra, Phòng Tài chính cũng làm việc với các tổ chức tín dụng gia hạn trả nợ gốc được 6 tháng.
- Lên kế hoạch dòng tiền tuần, tháng, năm, đồng thời kiểm tra và theo dõi dòng tiền hằng ngày. Tập trung công tác thu hồi công nợ, làm việc nhà cung cấp để giãn thời gian trả nợ từ 1 tháng lên 2-3 tháng, tiết giảm các khoản chi phí, giãn chi để đảm bảo tính thanh khoản dòng tiền trong năm 2022. Đồng thời lập các kế hoạch vay vốn đáp ứng nhu cầu vốn cho các dự án đầu tư.
- Cấu trúc lại khoản vay và danh mục đầu tư để đảm bảo chỉ số tài chính cam kết với tổ chức tín dụng.

## **7. Công tác Pháp chế**

### **7.1 Phân công, phân quyền:**

- Xây dựng bộ phân công, phân quyền cho Ban lãnh đạo Công ty, trường các đơn vị phù hợp với tình hình kinh doanh thực tế tại Công ty.
- Xây dựng bộ ủy quyền về mặt pháp lý đảm bảo việc ký kết hợp đồng, chứng từ, sổ sách đúng quy định pháp luật và phù hợp với phân công, phân quyền.

### **7.2 Thủ tục pháp lý:**

- Thẩm định hồ sơ thay đổi Đại diện pháp luật ở các Công ty có vốn đầu tư theo quy định pháp luật.
- Hỗ trợ các đơn vị thực hiện thủ tục pháp lý của các dự án đầu tư, như hỗ trợ TTC Lâm Đồng thực hiện điều chỉnh Giấy chứng nhận đầu tư đối với Đồi Thống Nhất và Thung Lũng Tình Yêu, hồ sơ xin gia hạn sử dụng đất, tư vấn hồ sơ xin phép cho lao động nước ngoài.
- Tiếp tục hỗ trợ thủ tục liên quan đến việc mua bán, chuyển nhượng, thanh toán tài sản của Công ty.

### **7.3 Hợp đồng:**

- Kiểm tra, rà soát, tư vấn các hợp đồng liên quan đến hoạt động kinh doanh của Công ty, đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật và đảm bảo tốt nhất quyền lợi của Công ty.
- Tham vấn ý kiến cho Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc và phòng ban các quy định pháp luật liên quan đến hợp đồng nếu có yêu cầu.
- Soát xét hợp đồng mẫu toàn ngành theo định hướng, nhu cầu thực tế và chính sách kinh doanh hiện nay.

## **8. Công tác Công nghệ thông tin**

8.1. Với mục tiêu thực hiện Giai đoạn 1 của công tác chuyển đổi số, P. CNTT đã hoàn thành các nhiệm vụ đề ra theo đúng tiến độ và lộ trình triển khai, đặc biệt là đối với 3 dự án trọng điểm.

- Hệ thống ERP (Enterprise Resource Planning) vào ngày 03/10/2022.
  - + Hệ thống được triển khai nhằm đáp ứng yêu cầu dữ liệu báo cáo được

xuyên suốt, realtime, tối ưu công tác nhập liệu và theo dõi sổ sách báo cáo tại đơn vị, tiết giảm thời gian nhập liệu, tăng hiệu quả lao động.

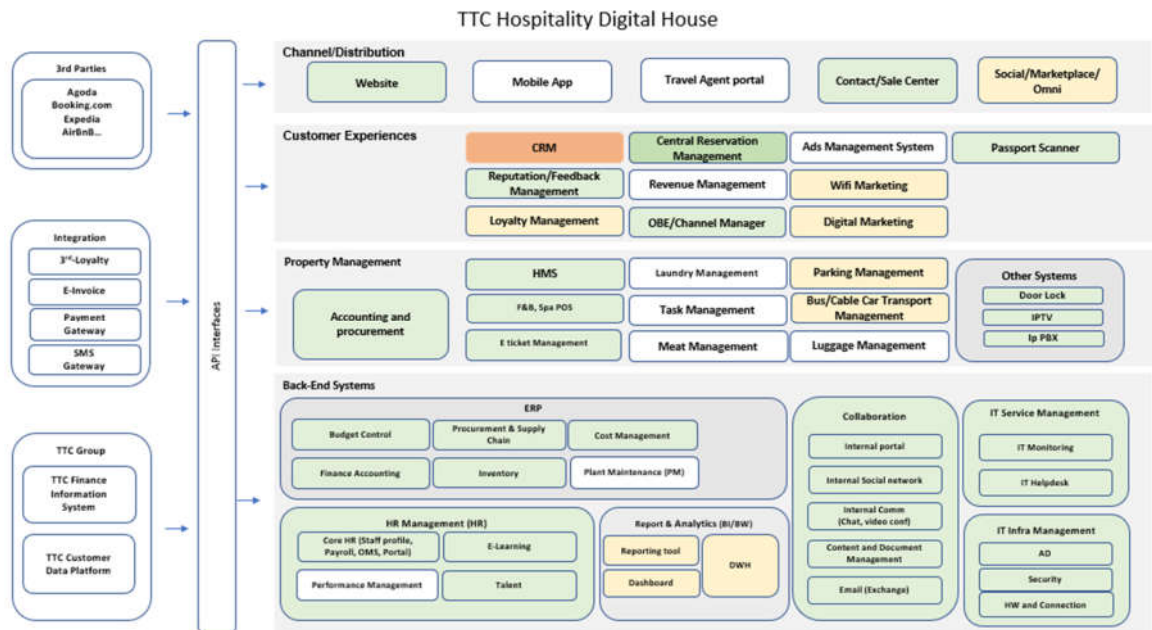
- + Một công cụ góp phân loại bỏ những yếu tố trung gian và các thao tác thủ công hiện nay trong việc tổng hợp và phân tích dữ liệu. Từ đó, thông tin luôn được xuyên suốt, nâng cao hiệu quả công việc và cắt giảm những chi phí không cần thiết.

- Hệ thống CRS (Central Reservation System) vào ngày 30/09/2022.

Hệ thống được xây dựng dành cho phòng doanh thu, kinh doanh tại Tổng Công ty nhằm khai thác tối đa tiềm năng của các kênh khách hàng, quản lý được quỹ phòng, dữ liệu khách hàng một cách tập trung, và tối ưu hóa được nguồn doanh thu.

## 8.2. Nâng cấp hệ thống PMS (Property Management System) nhằm phục vụ công tác kinh doanh và vận hành, bổ sung những cải tiến theo nhu cầu của người sử dụng.

- Kết thúc năm 2022, P. CNTT đã hoàn thành mục tiêu trong giai đoạn 1 về việc cải thiện Ngôi nhà số, giải quyết được các nhu cầu cấp bách và tạo tiền đề để bước sang giai đoạn 2 trong năm 2023.



Đỏ: Chưa có

Vàng: Đã có nhưng cần cải thiện

Xanh: Đã ổn định

- Song song đó, P. CNTT đã triển khai và hoàn thành các công việc đảm bảo công tác vận hành và kinh doanh của toàn ngành.
  - + Phối hợp với P. MKT, hoàn thiện dự án chuyển đổi website cũng như triển khai công cụ chatbox.
  - + Phối hợp với P. Pháp chế, triển khai việc cập nhật Master EO theo SĐTC và hệ thống phân quyền mới.
  - + Phối hợp với Khối Tài chính và đối tác, triển khai việc chuyển đổi hóa đơn điện tử theo thông tư 78/2021/TT-BTC.
  - + Phối hợp với P. CLDV, rà soát và đề xuất phương án kiện toàn hệ thống camera tại các địa điểm kinh doanh như khu vực Đà Lạt, Tà Cú.

- + Phối hợp với P. QLDA, triển khai rà soát và xây dựng gói thầu CNTT cho dự án Dốc Lết.
- Tăng cường tổ chức các khóa đào tạo, training cho ngành dọc CNTT ngành Du lịch cũng như với các phòng ban khác (ví dụ: re-training hệ thống PMS, ERP, CRS), và nâng cao nghiệp vụ của các nhân sự thuộc phòng thông qua việc tham dự các hội thảo, các khóa đào tạo được tổ chức bởi TTCI hoặc các đối tác ngoài.

## **9. Hạn chế thách thức**

### **9.1.Nhóm Khách sạn/ Resort**

- Các cơ sở sau thời gian đóng cửa trong giai đoạn đại dịch đã xuống cấp, khách hàng thất hầu bao sau dịch dẫn đến khó tăng giá bán.
- Các sản phẩm khách sạn và resort không có sự nhất quán về mô hình sản phẩm dẫn đến khó khăn để các đối tác khách hàng thực hiện công tác truyền thông quảng bá thương hiệu TTC.
- Một số cơ sở tại các điểm đến đặc thù phụ thuộc nguồn khách du lịch quốc tế nhưng chưa hồi phục, cạnh tranh quyết liệt giành nguồn khách nội địa. Việc phụ thuộc hoàn toàn vào nguồn khách du lịch nội địa dẫn đến các cơ sở khai thác kém trong giai đoạn các ngày trong tuần (từ chủ nhật đến thứ 5) và quá tải vào hai ngày cuối tuần (thứ 6 - thứ 7) như TTC Kê Gà.

### **9.2.Nhóm Trung tâm hội nghị/ Nhà hàng**

- Mô hình sản phẩm Trung tâm hội nghị/ Nhà hàng chưa có sự đồng bộ và thống nhất.
- Cạnh tranh giữa các BUs trong cùng khu vực, về nguồn khách, chính sách giá, đơn cử tại Bến Tre hiện có 4 BUs cùng khai thác về dịch vụ ẩm thực (Nhà hàng Nổi, Palace Bến Tre, Nhà hàng Đồng Khởi, Khu Ẩm thực).

### **9.3.Nhóm Khu vui chơi**

- Công tác truyền thông chưa có sự đột phá để quảng bá sản phẩm kinh doanh. Điển hình tại Tà Cú và Dốc Lết, các hoạt động truyền thông marketing còn đơn lẻ và rời rạc. Thiếu các câu chuyện truyền thông và hoạt động marketing làm nổi bật tính chất của từng điểm đến như điểm đến Tâm Linh đối với Tà Cú.
- Công tác truyền thông quảng bá sản phẩm cần được kết hợp với công tác truyền thông về điểm đến.
- Chưa có cải tiến, bổ sung sản phẩm, hoạt động tại đơn vị để thu hút thêm doanh thu.

### **9.4.Lữ hành**

- + Thương hiệu TTC đối với mảng vé máy bay dành cho khách hàng doanh nghiệp chưa lớn, khách hàng chỉ mới biết TTC sở hữu chuỗi khách sạn.
- + Tiếp cận khách hàng doanh nghiệp đòi hỏi quá trình tiếp cận kéo dài.
- + Một số công ty tạm ngưng kế hoạch du lịch do ảnh hưởng tài chính => Ảnh hưởng đến doanh thu tháng 11, 12.
- + TTC Travel chưa được cấp thẻ tín dụng để phục vụ cho việc thanh toán các booking online (vé nội địa các chặng nước ngoài, khách sạn, visa... ) hạn chế phát triển dịch vụ và nguồn khách.
- + So với các công ty du lịch khác, hệ thống quy trình của TTC Travel khá phức tạp và cần thông qua nhiều quy trình gây ra các ảnh hưởng:

- + Không tối ưu được nguồn nhân lực giai đoạn cao điểm, hạn chế thời gian triển khai tiếp cận các đối tượng khách bên ngoài.
- + Quá hạn thanh toán/chi tiền: hoa hồng của khách, công tác phí HDV/MC, chi phí dịch vụ của đối tác.

## **KẾT LUẬN**

Trên đây là kết quả tình hình kinh doanh của Ngành Du lịch TTC trong năm 2022 vừa qua, trải qua ba năm chống dịch và tình hình kinh tế vĩ mô còn quá nhiều biến động chung sau đại dịch chưa khởi sắc cũng làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến tình hình kinh doanh của Ngành. Tuy nhiên Ban Điều hành Tổng công ty cũng nỗ lực và kịp thời đưa ra các phương án để giảm thiểu chi phí và tối ưu hóa lợi nhuận

Kính chúc Quý vị sức khỏe, thành đạt. Chúc Đại hội thành công tốt đẹp.

**BAN TỔNG GIÁM ĐỐC**

# BÁO CÁO

## KẾT QUẢ ĐỊNH HƯỚNG VÀ HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2023

### I. DỰ BÁO TÌNH HÌNH VĨ MÔ VÀ NGÀNH DU LỊCH NĂM 2023

#### 1. Kinh tế Thế giới

- Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho biết, kinh tế thế giới năm 2023 được dự báo nhiều rủi ro, thách thức khi xung đột Nga – Ukraine hiện nay chưa có dấu hiệu kết thúc, kéo theo giá năng lượng và thực phẩm tăng, lạm phát leo thang và lãi suất tăng mạnh.
- Theo dự báo của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) tình hình có thể trở nên tồi tệ hơn vào năm tới, theo đó IMF đã hạ dự báo tăng trưởng toàn cầu năm 2023 xuống 2,7% so với dự báo 2,9% đưa ra vào tháng 7/2022. Nguyên nhân là lãi suất tăng đã làm chậm đà tăng trưởng nền kinh tế Mỹ trong khi châu Âu chật vật với giá khí đốt tăng, còn Trung Quốc tiếp tục áp đặt các biện pháp phong tỏa nhằm ngăn chặn dịch Covid-19 và ngành bất động sản của nước này suy yếu.
- <https://congthuong.vn/muc-tieu-tang-truong-kinh-te-65-nam-2023-co-qua-kho-226272.html>

#### 2. Kinh tế Việt Nam

- Trong nước, bên cạnh sự khởi sắc của kinh tế năm 2022 thì dự báo năm 2023 kinh tế Việt Nam cũng phải đối mặt với không ít khó khăn và thách thức. Dịch Covid-19 tuy đã được kiểm soát nhưng vẫn tồn tại nhiều nguy cơ bùng phát với những biến chủng mới, áp lực lạm phát gia tăng, rủi ro thị trường tài chính, hoạt động sản xuất vẫn phụ thuộc nhất định vào nước ngoài nên khả năng có thể suy giảm theo đà giảm của kinh tế thế giới.
- Tuy nhiên, bên cạnh những bất ổn như vậy, vẫn còn những dư địa để hỗ trợ cho tăng trưởng kinh tế đạt kỳ vọng tốt như: chính sách kiểm soát vĩ mô của Chính phủ khá hiệu quả và chủ động, đầu tư công có khả năng phục hồi mạnh trong năm tới, giải ngân đầu tư cơ sở hạ tầng của gói phục hồi chủ yếu tập trung trong năm 2023, lạm phát vẫn trong phạm vi an toàn, du lịch và tiêu dùng tiếp tục phục hồi tốt...
- Trên thực tế, dù thách thức với tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2023 là rất lớn, song dự báo của các tổ chức quốc tế đều cho rằng, mục tiêu tăng trưởng 6,5% là khả thi. Thứ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Trần Quốc Phương cũng khẳng định điều này, sau khi chỉ ra một loạt động lực cho tăng trưởng kinh tế năm 2023, như khu vực dịch vụ, tiêu dùng nội địa phục hồi nhanh, xuất khẩu tăng trưởng tích cực, đầu tư công được dành một ngân khoản lớn. Thậm chí, có những dự báo, như của ADB, cho rằng, kinh tế Việt Nam có thể tăng trưởng cao hơn mục tiêu 6,5%.

<https://congthuong.vn/muc-tieu-tang-truong-kinh-te-65-nam-2023-co-qua-kho-226272.html>

<https://baodautu.vn/kinh-te-nam-2023-mau-chot-la-on-dinh-vi-mo-d178237.html>

#### 3. Du lịch thế giới năm 2023

- Ngành du lịch đã chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ trong năm 2022 và kỳ vọng điều đó sẽ tiếp tục diễn ra vào năm 2023.
- Lượng khách du lịch toàn cầu sẽ tăng 30% vào năm 2023 tuy nhiên sự tăng trưởng sẽ không quay lại mức trước đại dịch. Do các nước bắt đầu dỡ bỏ các biện pháp hạn chế COVID-19. Cuộc xung đột giữa Nga và Ukraine đi cùng với sự bất ổn chính trị và lạm phát toàn cầu đã khiến dự báo của ngành du lịch có khả năng xảy ra bất ổn đáng kể trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, khi nhu cầu đi du lịch bị dồn

nén trong đại dịch sẽ thúc đẩy tăng trưởng khách du lịch quốc tế lên 30%. Ở khu vực Trung Đông sẽ được thúc đẩy bởi giá dầu tăng cao và đã hồi phục hoàn toàn. Trong khi đó, Đông Âu sẽ phải đợi đến năm 2025 để đạt mục tiêu do ảnh hưởng của cuộc chiến ở Ukraine. Các khu vực còn lại hầu hết đạt được sự phục hồi hoàn toàn vào năm 2024. Đặc biệt nếu Trung Quốc bắt đầu dỡ bỏ chính sách zero - COVID như mong đợi.

<https://trendsvietnam.vn/du-bao-toan-canh-du-lich-the-gioi-nam-2023-5475#:~:text=Theo%20nghe%20C3%AA%20c%E1%BB%A9u%20m%E1%BB%9Bi%20t%E1%BB%AB,l%C3%AA%2082%25%20v%C3%A0%20n%C4%83m%202023.>

#### **4. Du lịch Việt Nam năm 2023**

- Tổng cục Du lịch cho biết đã và đang tiếp tục đề xuất kéo dài các chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp du lịch tới hết năm 2023, cũng như tiếp tục chính sách hỗ trợ nhân lực ngành du lịch
- Đó là các chính sách hỗ trợ tài chính, tín dụng, an sinh xã hội và các chính sách khác như giảm tiền điện với các cơ sở lưu trú như giá điện sản xuất, giảm thuế đất, VAT, lãi vay, khoan hạn những khoản nợ chưa chi trả, hỗ trợ hướng dẫn viên...
- Tổng cục Du lịch cũng sẽ làm việc với các địa phương, khuyến khích các nơi có chính sách riêng để hỗ trợ doanh nghiệp du lịch về nhiều mặt, từ tài chính, tín dụng tới hỗ trợ người lao động, phát triển sản phẩm mới.
- Ngoài ra, Tổng cục Du lịch cũng đang tập trung vào xây dựng các chính sách thu hút người lao động ngành du lịch quay trở lại như đề xuất các chương trình đào tạo, đào tạo lại, phối hợp với các địa phương, đề nghị địa phương có chính sách hỗ trợ người lao động, doanh nghiệp trên địa bàn.
- Tổng cục Du lịch cũng sẽ cùng với các địa phương kiểm tra, rà soát về chất lượng sản phẩm du lịch, về hạ tầng kỹ thuật du lịch nhằm nâng cao chất lượng điểm đến.

## **II. MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2023**

Nhằm đạt được các mục tiêu trong năm 2023 Ban lãnh đạo Công ty tiến hành triển khai bám sát các mục tiêu và kế hoạch đã được phê duyệt bao gồm:

### **1. Phấn đấu hoàn thành vượt các chỉ tiêu tài chính năm 2023:**

#### **➤ Báo cáo riêng**

- Doanh thu thuần : 300 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế : 14 tỷ đồng

#### **➤ Báo cáo hợp nhất**

- Doanh thu thuần : 788 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế : 18 tỷ đồng

### **2. Về hoạt động kinh doanh, tiếp thị và nghiên cứu thị trường:**

Tiến hành phân tích thị trường để định hướng trong phát triển sản phẩm, dịch vụ mang lại hiệu quả cao và thay thế hay loại dần các sản phẩm có dấu hiệu bão hòa không phù hợp với tình hình dịch bệnh, hoặc không còn hiệu quả và phát triển ý tưởng sản phẩm mới phù hợp từng Đơn vị và từng thời điểm. Qua đó gia tăng giá trị sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng và tăng mức độ nhận diện thương hiệu du lịch TTC Hospitality trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Cụ thể:

- Mở rộng kinh doanh thị trường kinh doanh, tập trung khai thác các gói sản phẩm Combo kết hợp các dịch vụ trong hệ thống TTC Hospitality gồm lưu trú, ăn uống, tham quan. Chuyển dịch các kênh khách hàng, tập trung khai thác khách hàng nội

địa. Nâng cao chất lượng dịch vụ và phục vụ, xây dựng đa dạng các gói sản phẩm nhằm phục vụ nhiều phân khúc khách hàng.

- Tham gia sự kiện, hội chợ trong nước, đẩy mạnh quảng cáo trên truyền thông nhằm mở rộng nguồn khách đến với TTC Hospitality.

### **3. Vận hành nội bộ Công ty:**

Kiểm soát các hoạt động vận hành Công ty nhằm đảm bảo hệ thống VBLQ được đầy đủ và đồng bộ, tăng tính tuân thủ và tham mưu cho Ban lãnh đạo. Thúc đẩy việc áp dụng các giải pháp CNTT vào hoạt động vận hành và quản trị.

### **4. Khía cạnh Nguồn nhân lực:**

Đảm bảo nguồn nhân lực đáp ứng đủ số lượng nhân sự có năng lực, cán bộ nhân viên đạt kết quả đánh giá hiệu quả làm việc cao và tối ưu hóa hiệu quả chi phí đầu tư đối với từng nhân sự.

## **III. CÁC NHÓM GIẢI PHÁP TRONG TÂM HOÀN THÀNH MỤC TIÊU CÔNG TY NĂM 2022**

### **1. Công tác Kinh doanh – tiếp thị**

#### **1.1. Nhóm Khách sạn/ Resort**

- Xây dựng doanh thu nền tảng từ các nguồn khách Series Châu Âu, khách nội bộ Công ty.
- Phát triển kênh khách hàng trực tiếp, nguồn khách hàng nội bộ qua các chương trình bán hàng đặc biệt như thẻ TTC Pass, các chương trình voucher ngắn hạn, ...
- Phát triển kênh nguồn khách hàng nội bộ qua các chính sách khách lẻ, khách đoàn. Tổ chức các workshop tại các KCN của TTCIZ, Đặng Huỳnh.
- Phục hồi và tiếp tục chăm sóc phát triển nguồn khách hàng inbound hiện hữu: Nga, Đông Nam Á, thị trường Pháp, Tây Ban Nha.
- Mở rộng và khai thác nguồn khách hàng inbound mới: thị trường Úc – Mỹ, Hàn Quốc, Ấn Độ. Ký kết các hợp tác đại lý ưu tiên/ đại lý phát triển độc quyền.
- Tập trung phát triển kênh khách hàng Thương Mại các ngành Ngân hàng, FMCG, Trường học, khối Airlines và Dược, những công ty có số lượng CBNV lớn.
- Hoàn tất hệ thống hóa phần mềm hỗ trợ khách sạn, giúp Kinh doanh trong việc linh động giá bán.

#### **1.2. Nhóm Trung tâm hội nghị/ Nhà hàng/ Ẩm thực**

Nghiên cứu và phát triển các kênh phân phối mới như Urbox, GrabFood, Baemin.

#### **1.3. Nhóm Khu vui chơi**

- Phát triển các kênh phân phối mới như VNPAY, MOMO, Urbox.
- Triển khai Hợp đồng cam kết đến các đối tác inbound đang có chiều hướng phục hồi.
- Khai thác Hợp đồng cam kết đến các đối tác nội địa có tiềm năng cao, đảm bảo tối ưu doanh số và các quyền lợi về Marketing thương mại, đặc biệt các hợp tác ưu tiên/ độc quyền.
- Số hóa các hình thức thanh toán, giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn khi thanh toán hơn là “tiền mặt”.



## 1.4.Lữ hành

### a. Vé máy bay

- Mở rộng mạng lưới khách hàng bên ngoài (Các Doanh nghiệp, Tập đoàn) với mục tiêu ký Hợp Đồng hợp tác lâu dài, bền vững để ổn định doanh thu năm. Chào hợp đồng Corporate: dự kiến chào 10 công ty/tháng. Mục tiêu: ký hợp đồng 10 công ty/năm. Nâng tỉ trọng khách ngoài từ 24% (Tỉ trọng dự kiến trong 2022) lên 40% (Mục tiêu trong 2023).
- Liên lạc lại các khách hàng cũ đã lâu không sử dụng dịch vụ, cung cấp giá cạnh tranh.
- Thường xuyên gửi các chương trình khuyến mãi của Hãng Hàng không cho khách: gửi email marketing về các chương trình khuyến mãi từ hãng hàng không, từ sản phẩm mới TTC đến các công ty đã chào trước đó (chào 10 khách/tuần).
- Tiếp cận và ký hợp đồng khung 1-3 năm với các doanh nghiệp theo ngành nghề Thương Mại, Nông Nghiệp, Dầu Khí, Điện Lực, Năng lượng, Dược phẩm (Nivea, Prudential, EVN, AIA, Daichi life). Tập trung ở các KCN: vì đây là nhóm khách hàng có lượng CBNV nhiều và thường xuyên đi công tác (từ 300 triệu – 1,5 tỷ/tháng).
  - + Liên kết với các hãng hàng không hợp tác mở bán series booking cho giai đoạn thấp điểm chào bán cho nguồn khách hàng nội bộ. Xây dựng chính sách giá và hạng mức ưu tiên dành cho nội bộ: Phí dịch vụ thấp.
  - + Dịch vụ VIP (ưu tiên vé thường ngồi chỗ tốt, đặt chuyến bay gấp mùa cao điểm, miễn phí phòng chờ đối với khách VIP).
  - + Tặng vé máy bay cho các khách hàng lớn dựa theo doanh số (1,5 tỉ/năm = 1 vé nội địa; 2,5 tỉ/năm = 1 vé Đông Nam Á; 3,5 tỉ/năm = 1 vé Đông Bắc Á).
- + Đẩy mạnh bán giá cộng đồng, du học sinh, lao động: Chào các công ty có yếu tố quốc tịch nước ngoài Nhật, Hàn ở khu Công Nghiệp để chào giá Cộng Đồng. Chào các công ty Xuất Khẩu lao động để chào giá lao động. Khi triển khai chào các đối tượng khách hàng này cần phải liên kết với đại lý có chính sách giá cộng đồng, lao động Nhật, Hàn.
- + Cùng với danh sách khách hàng của BP. Tour Lữ hành (hơn 18 công ty bên ngoài tương đương hơn 2000 khách đã đi tour 2022) triển khai kết hợp tiếp cận, chào hợp đồng khung và chính sách chiết khấu, thưởng trên doanh thu hàng năm với quyền lợi đặc thù, riêng biệt so với thị trường.
- + Tiếp tục triển khai sản phẩm combo Free & Easy 2023 (gồm 10 sản phẩm tuyến nội địa và 5 sản phẩm tuyến nước ngoài đã xây dựng năm 2022) trải dài trên hệ thống khách sạn của TTCH và các tuyến điểm hot. Đẩy mạnh chào bán cho đối tượng khách lẻ, nhóm gia đình, khách đi công tác kết hợp du lịch, nhóm vừa và nhỏ.
- + Hợp tác với các hãng hàng không lấy series booking để chào bán BP. Lữ hành làm tour đoàn và chào bán cho các công ty du lịch/phòng vé nhỏ khác.
- + Chào bán gói sản phẩm dịch vụ sân bay đi kèm cho các đối tượng VIP của doanh nghiệp, dùng để tạo giá trị gia tăng, tăng khả năng ký hợp đồng với doanh nghiệp. Các dịch vụ đi kèm như:
  - + Checkin giờ chót.
  - + Xin chỗ giờ chót.

- + Xử lý vé giờ chót ngoài sân bay.
- + Dịch vụ đón tiễn (bằng xe riêng từ nhà ga đến cửa lên máy bay).
- + Đón/Tiễn khách tại nhà ga.
- + Phòng chờ hạng thương gia (đi vé thường).
- + Đón tiễn từ sân bay về Trung tâm TP.
- + Chở hành lý về nhà riêng.

#### **b. Lữ hành**

- + Mở rộng và phát triển hệ thống đại lý ở khu vực Miền Bắc và Miền Trung. Chào báo sản phẩm dịch vụ, ký kết hợp đồng, đặc biệt tuyến miền Tây.
- Phân bổ các nguồn khách hàng thành từng giai đoạn (theo Quý) để tiếp cận và chào bán sản phẩm.
- Đối với khách hàng nội bộ:  
Chính sách giá ưu đãi để lấp đầy TTCH và tăng doanh thu mùa thấp điểm.
- + Đối với khách hàng do nội bộ giới thiệu:
  - + Kết hợp với BLĐ thường xuyên gặp gỡ chào hợp đồng khung và các sản phẩm teambuilding mới mẻ độc đáo, đề tối ưu nguồn doanh thu. Đối tượng: KH Medic, CLB Doanh nhân Trẻ, Sao đỏ, ...
  - + Tiến hành xin thông tin rà soát lượng khách từ BLĐ để đề xuất ra các chương trình - chính sách giá tour tốt/ Đề xuất mức lãi tối ưu cho nhóm khách được giới thiệu tùy vào tour mà có tỷ lệ lãi tương ứng.
- + Đối với KH Bên ngoài: Đẩy mạnh việc khai thác khách hàng từ 37% (Tỉ trọng dự kiến trong 2022) lên 50% (Mục tiêu trong 2023) bằng cách tiếp cận chào hợp đồng khung với chính sách chiết khấu và thưởng.
- + Du lịch nội địa:
  - + Hoàn chỉnh, quảng bá bộ sản phẩm Teamshow sau khi đã hoàn tất tất cả giai đoạn chuyển giao.
  - + Xây dựng thêm các concept mới làm đa dạng gói sản phẩm Teambuilding/ MICE trong 2023. Cập nhật sản phẩm mới lạ, độc đáo hơn so với sản phẩm thuần túy team building trên thị trường. Tăng tính cạnh tranh so với sản phẩm cùng phân khúc trên thị trường.
  - + Xây dựng lại bộ tour mẫu cho 2023, cập nhật điểm tham quan mới, giá tour.
  - + Xây dựng tour ghép lẻ đặc thù, khởi hành theo mùa:
    - Tour miền Tây: đối tượng khách miền Trung và miền Bắc.
    - Tour Đông Bắc: đối tượng khách miền Nam.
  - + Xây dựng, quảng bá sản phẩm tour đoàn theo mùa, lễ, hội chợ, workshop...
  - + Nâng cấp các hạng mục trò chơi Teambuilding: Kiểm tra kho vật dụng, trùng tu các vật dụng Teambuilding hiện có. Đầu tư thêm các vật dụng khác (nhà phao, ống phao, bóng, khung sắt...) nhằm tiết giảm chi phí thuê vật dụng teambuilding bên ngoài.
  - + Xây dựng kế hoạch hàng năm 1-2 lần fam trip cho đội ngũ HDV gặp gỡ, trao đổi, chia sẻ, kết nối trải nghiệm hệ thống TTCH.
  - + Cập nhật giá các gói sản phẩm, dịch vụ lẻ:

- Gói lưu trú nhiều đêm tại hệ thống TTCH dành cho đối tượng khách nước ngoài.
  - Gói combo Free & Easy nội địa.
- + Du lịch nước ngoài:
- + Phát triển hợp tác các tuyến tour như Hàn, Nhật... các tuyến lạ cùng với xây dựng hệ thống đối tác tại các tuyến này.
  - + Xây dựng các tuyến tour theo mùa:
    - Mùa xuân: Các nước có mùa hoa anh đào như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan.
    - Mùa hè: Tất cả các thị trường đặc biệt là Châu Âu, dịp nghỉ hè dài của các trường học.
    - Mùa thu: Các nước có mùa lá vàng, lá đỏ như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và Mùa hoa phượng tím của Úc.
    - Mùa đông: Tất cả các thị trường có mùa Black Friday, Giáng sinh và Tết dương lịch 2024.
  - + Phát triển dịch vụ book vé tàu Châu Âu dành cho các đối tượng khách có nhu cầu đi du lịch tự túc.
  - + Tiếp tục phát triển dịch vụ Visa Châu Âu, Mỹ, Úc cho nhu cầu du lịch, thăm người thân và công tác.
  - + Tiếp tục kết hợp với phòng vé máy bay xây dựng combo (vé máy bay + visa, vé máy bay + visa + phòng KS nước ngoài).
  - + Tăng cường thêm dịch vụ visa xuất nhập cảnh cho khách nước ngoài tại sân bay.
  - + Đẩy mạnh quảng bá các tuyến du lịch và sản phẩm liên kết giữa TTC Travel – DHA – TTCH:
    - Sản phẩm dự kiến DETOX – WELLNESS IN COCOLAND: 7 ngày 6 đêm/5 ngày 4 đêm – giá dự kiến cho một chương trình 8.000.000-15.000.000vnd chưa bao gồm Vé máy bay.
    - Sản phẩm outbound Nhật Bản – Tour y tế (Trị liệu tế bào gốc – kết hợp du lịch nghỉ dưỡng): Tokyo Phú Sĩ (4 ngày 3 đêm/5 ngày 4 đêm/6 ngày 5 đêm) giá bán dự kiến từ 25.500.000vnd gói cơ bản -> 70.000.000vnd gói cao cấp.
  - + Triển khai các sản phẩm dự kiến liên kết với đối tác Hàn Quốc – Changwon Hanmaeum Hospital: Tuyến Busan – Changwon:
    - Tour tham quan kết hợp hướng nghiệp, giao lưu văn hóa với các sinh viên Trường ĐH Kyungnam: (4 ngày 3 đêm) từ 14.990.000vnd.
    - Tour nghỉ dưỡng, tham quan kết hợp khám chữa bệnh: (5 ngày 4 đêm) từ 16.990.000vnd.

## 2. Công tác Marketing

### 2.1. Chiến lược quảng bá thương hiệu:

- Về thương hiệu: Triển khai kế hoạch tái định vị thương hiệu theo 2 dòng sản phẩm phân khúc 4 - 5 sao cao cấp, đẩy mạnh nhận diện thương hiệu, tăng nhận biết khách hàng với thương hiệu TTC Hospitality theo định hướng sở hữu hệ sinh thái gồm Lưu trú - Ẩm thực - Vui chơi - Lễ Hành, đa dạng, riêng biệt.

- Về hoạt động quảng bá, quảng cáo: tập trung đẩy mạnh truyền thông, tăng độ phủ thông qua hình thức trao đổi quyền lợi với các đối tác liên quan.
  - + Tài trợ KOCs/ KOL/ Influencers, tài trợ các đơn vị sản xuất phim, chương trình truyền hình, các nhóm hoạt động nghệ thuật khác, ...
  - + Phối hợp thực hiện/ tài trợ các tổ chức hiệp hội ngành Du lịch, các đầu báo nổi tiếng nhằm mở rộng tầm ảnh hưởng, nâng tầm thương hiệu.
  - + Tập trung sưu tầm các hình ảnh check-in của khách sử dụng dịch vụ, chia sẻ lên các diễn đàn du lịch phổ biến từng khu vực, tăng mức độ lan tỏa, ít chi phí.
  - + Phối hợp đơn vị triển khai kế hoạch chụp lại bộ ảnh sản phẩm, TVC toàn Ngành và chuyên biệt từng lĩnh vực kinh doanh, từng đơn vị.
  - + Mở rộng hoạt động quảng cáo qua hình thức phối hợp với các tổ chức online đồ vui, mini game, livestream tăng tương tác với khách hàng tiềm năng.

**2.2.Hoạt động xây dựng lòng tin thương hiệu:** thực hiện thường xuyên các hoạt động tri ân khách hàng bằng chương trình ưu đãi, thẻ VVIP. Phát triển các hoạt động cộng đồng về môi trường/ y tế/... để gia tăng giá trị gắn kết cộng đồng của thương hiệu TTC.

### **2.3.Phát triển đối tác:**

- Tiếp tục thực hiện chương trình ưu đãi dành cho ngân hàng, mở rộng các đối tác thương mại về trao đổi quyền lợi khách hàng, hợp tác truyền thông.
- Lên kế hoạch và triển khai tiếp cận hợp tác các đối tác thương mại điện tử, quảng cáo chéo qua các rạp chiếu phim, trung tâm thương mại, căn hộ...
- Tổ chức, tham gia các hoạt động Tradeshow, Event nhằm cập nhật sản phẩm đến thị trường.
- Phối hợp phòng kinh doanh tổ chức thực hiện các các sự kiện quảng bá FAM TRIP/ workshop/ sự kiện khách hàng/ Roadshow/ Expo/ Exhibition nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu, phát triển mối quan hệ đối tác.

**2.4.Xây dựng hình ảnh giá trị doanh nghiệp:** phối hợp chặt chẽ với phòng HCNS triển khai các hoạt động đào tạo gắn kết, thực hiện truyền thông nội bộ mạnh để lan tỏa các giá trị, thúc đẩy động lực trong mỗi cá nhân và truyền tải thông điệp của lãnh đạo.

**2.5.Phát triển sản phẩm:** Tiếp tục phát triển thư viện món ngon TTC, lên kế hoạch xây dựng hoạt động câu lạc bộ MKT ngành Du lịch, phối hợp đơn vị/ Bếp trung tâm cho các sản phẩm F&B loạt cuối năm: Trung thu, Giáng sinh, Tết...; phối hợp Kinh doanh xây dựng các gói đặc thù cho từng đơn vị, lĩnh vực, đối tác, kênh phân phối, định vị lại thương hiệu của TTC Hospitality trên thị trường.

## **2. Công tác Quản lý chất lượng dịch vụ**

- Ban hành các KPI liên quan đến CLDV cho các đơn vị.
- Làm việc trực tiếp với các đơn vị để xây dựng, thực thi, theo dõi kết quả và điều chỉnh kế hoạch nếu cần cho các chương trình ẩm thực trong năm 2023, kế hoạch vệ sinh và bảo trì – bảo dưỡng của các đơn vị trong năm 2023 với mục tiêu đảm bảo cơ sở vật chất luôn ở tình trạng tốt nhất để phục vụ khách hàng.
- Thiết lập lại chương trình Revinate để theo dõi các đánh giá trực tuyến và các công cụ tiếp thị hiện đại cho toàn Ngành.
- Tiếp tục chương trình kiểm tra đánh giá hiện trạng và báo cáo khắc phục các vấn

đề chưa đạt tiêu chuẩn của các đơn vị.

- Phối hợp với phòng HCNS lên các chương trình hội thi tay nghề, đào tạo chuyên sâu tại đơn vị do các TBP chuyên môn TCT thực hiện.
- Tập trung nguồn lực để khai trương thành công dự án Dốc Lết trong tháng 04/2023 và dự án Mekong dự kiến tháng 06/2023.
- Tiếp tục nghiên cứu, bám sát các xu hướng phát triển của ngành Du lịch để áp dụng cho các đơn vị, đặc biệt là các chương trình liên quan đến môi trường xanh, phát triển bền vững.

### **3. Công tác phát triển sản phẩm và đầu tư dự án**

- Tập trung đào tạo nhân sự cơ hữu: đa năng đa nhiệm và nâng cao chuyên môn.
- Xây dựng các quy trình làm việc của Phòng và phối hợp với các phòng ban chuyên môn liên quan.
- Hoàn thiện và chuẩn hóa form mẫu báo cáo, hồ sơ quản lý chất lượng, tiến độ áp dụng cho Nhà thầu thi công các dự án, Ban QLXD các dự án và của Phòng.
- Đẩy nhanh các tiến độ thực hiện dự án và bám sát các thời gian đã đề xuất (hoàn thành xây dựng dự án Khu du lịch Dốc Lết, khu nghỉ dưỡng Mekong – giai đoạn 2 theo phân kỳ; Thiết kế khách sạn Quả Thông).
- Đồng bộ hóa về mô hình sản phẩm của Ngành, tập trung vào 4 mảng chính bao gồm FB, vui chơi giải trí, cảnh quan và mua sắm
- Chuẩn hóa các quy trình phát triển sản phẩm, đào tạo nghiệp vụ và định hướng các sản phẩm theo mùa, thời vụ, xu hướng.
- Tập trung cho ra mắt các dự án trung hạn tại các BU bao gồm Sân khấu Amazing show, Bến thuyền mới, kiosk café cầu kính tại Thung Lũng Tình Yêu.
- Phối hợp với Phòng Marketing quảng bá cho các sản phẩm tại TTC Luxury Dốc Lết.
- Tập trung phối hợp với đơn vị và Phòng Chất lượng dịch vụ cho các kế hoạch cải tạo, nâng cấp các khách sạn theo tiêu chuẩn Ngành.
- Cập nhật thông tin thị trường về đầu tư, sản phẩm theo Tháng – Quý để bắt kịp các xu hướng mới.

### **4. Công tác Hành chính quản trị**

- Rà soát và xây dựng lại định mức chi phí hành chính toàn Ngành đảm bảo kiểm soát chi phí hiệu quả.
- Thường xuyên cập nhật hồ sơ Pháp lý, chứng từ có giá và hiện trạng lưu giữ tại các đơn vị trong ngành Du lịch.
- Kết hợp với P. CNTT để xây dựng giải pháp:
  - + Quản lý tài sản: sử dụng ERP để quản lý tài sản cố định và sử dụng hệ thống Data Warehouse để theo dõi và quản lý các loại công cụ dụng cụ trên toàn Ngành.
  - + Đồng bộ hóa và tự động hóa hệ thống chấm công và theo dõi ngày công.
- Triển khai kiểm kê, đánh giá TS-CCDC và thực hiện thanh lý, điều chuyển nội bộ các TS – CCDC không còn nhu cầu sử dụng sau kiểm kê.
- Tổ chức các Chương trình, sự kiện kết nối toàn Ngành như: GM Conference, Sale & Marketing Event...và Chuỗi sự kiện kỷ niệm thành lập Ngành.

### **5. Công tác Nhân sự**

- Thường xuyên cập nhật Mô tả công việc, tiêu chuẩn tuyển dụng phù hợp với sơ đồ tổ chức ban hành từng thời kỳ.
- Tiếp tục ký kết với các trường Đại học, cao đẳng chuyên ngành Du lịch tiếp nhận và đào tạo sinh viên thực tập dài hạn thay cho nguồn lao động thời vụ.
- Tuyển dụng nguồn lao động nước ngoài, chuẩn quốc tế nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, dịch vụ cho hệ thống Khách sạn 5 sao.
- Xây dựng cơ chế thưởng doanh thu cho CBNV kinh doanh trực tiếp.
- Tiếp tục rà soát và ban hành các chính sách ưu đãi sản phẩm nội bộ cũng như chính sách thưởng hoa hồng cho CBNV giới thiệu khách hàng.
- Rà soát định biên nhân sự phù hợp với mô hình vận hành và hiệu quả hoạt động.
- Tiếp tục phối hợp, giám sát các đơn vị kinh doanh tập trung giải quyết dứt điểm nợ tăng ca.
- Xây dựng Ngân hàng tài liệu đào tạo dưới các dạng Bài giảng kỹ năng nghiệp vụ; Video clip hướng dẫn nghiệp vụ; Podcast đào tạo chuyên đề.
- Triển khai các chương trình đào tạo:
  - + Đào tạo nâng cao năng lực Quản lý cho đội ngũ CBQL định kỳ hàng quý.
  - + Đào tạo các kỹ năng hỗ trợ công việc cho đội ngũ CBNV tại các ĐVKD.
  - + Tổ chức đào tạo SOP cho các TBP tại các ĐVKD đảm bảo chuẩn hóa CLDV định kỳ hàng tháng.
  - + Tổ chức Workshop/Hội thảo chuyên đề định kỳ hàng quý.
- Tổ chức các chuyến khảo sát sản phẩm, dịch vụ cho các Trưởng đơn vị nhằm đổi mới, phát triển ĐVKD.
- Tổ chức 06 Hội thi tay nghề tìm kiếm đội ngũ nhân sự kế thừa (Bộ phận lễ tân, Nhà hàng, Bếp, Buồng Phòng, Kỹ thuật, Bảo vệ).
- Triển khai công tác Trưởng bộ phận lưu động tại các Bộ phận trực tiếp phục vụ khách hàng (Bộ phận lễ tân, Nhà hàng, Bếp, Buồng Phòng, Kỹ thuật) nhằm đánh giá hiệu quả và cải tiến hoạt động các bộ phận.
- Tìm kiếm, phát triển đội ngũ Giảng viên nội bộ.
- Rà soát và hoàn thiện Bộ tiêu chuẩn năng lực và xây dựng lộ trình thăng tiến cho CBNV toàn Ngành.
- Thực hiện các chương trình truyền thông định kỳ hàng tháng/ quý để truyền đạt các giá trị/ văn hóa của doanh nghiệp cũng như để CBNV chia sẻ các kiến thức, kinh nghiệm, câu chuyện học tập.
- Xây dựng các chương trình thi đua khuyến khích tập thể, cá nhân tăng năng suất, hiệu quả công việc.
- Tổ chức các cuộc thi để tiếp nhận các ý tưởng/ sáng kiến cải tiến công việc

## **6. Công tác Kế toán, Tài chính và Kế hoạch**

- Triển khai xây dựng mục tiêu, kế hoạch ngân sách năm 2023 cho các đơn vị trên nhiều phương án cho phù hợp với tình hình mới, thực hiện phản ứng nhanh với tình hình thị trường để kiểm soát chi phí và đưa ra các phương án kinh doanh nhằm tham mưu cho BLĐ tùy vào tình hình thực tế
- Mở rộng hạn mức tín dụng với các Ngân hàng để sử dụng hiệu quả nguồn tài sản của Ngành và đảm bảo tính thanh khoản cho dòng tiền hoạt động. Tiếp tục làm việc với các tổ chức, quỹ đầu tư để Tăng vốn thông qua phát hành cổ phiếu, trái

phiếu, trái phiếu chuyển đổi.

- Lên kế hoạch dòng tiền tuần, tháng, năm, đồng thời kiểm tra và theo dõi dòng tiền hàng ngày để đảm bảo tính thanh khoản dòng tiền cả Ngành.
- Báo cáo đầy đủ, kịp thời và đúng quy định công bố Báo cáo tài chính cho Ủy ban chứng khoán Nhà Nước, Sở giao dịch chứng khoán Hồ Chí Minh và quy định kế toán Việt Nam.
- Phối hợp với kinh doanh thu hồi công nợ, quản lý tốt công nợ phải thu, cân đối hợp lý công nợ phải trả, hạn chế thấp nhất công nợ phải thu quá hạn - khó đòi.
- Phối hợp Quản lý hệ thống tìm kiếm nhà cung cấp phần mềm để giảm thiểu công tác thực hiện báo cáo bằng tay, tự động hóa công tác kế toán, tinh gọn bộ máy kế toán, tối đa hóa nguồn nhân lực.

## **7. Công tác Chính sách pháp chế**

### **7.1. Công tác Pháp chế:**

- Thẩm định các hợp đồng liên quan đến hoạt động Công ty.
- Rà soát các quy định luật mới (nếu có) để đảm bảo tính pháp lý hợp đồng.
- Thường xuyên rà soát và lập thủ tục thay đổi các Giấy phép (GCN ĐKDN, GCN đầu tư, Báo cáo đánh giá tác động môi trường, PCCC, GPXD...) đảm bảo các hoạt động kinh doanh đúng với quy định Pháp luật.
- Tham gia hỗ trợ trực tiếp các dự án ngay từ giai đoạn đầu để hạn chế những rủi ro liên quan trong quá trình thực hiện.
- Tăng cường phát hành các bản tin pháp luật cập nhật các quy định mới liên quan đến hoạt động của Công ty và Công ty có vốn đầu tư.
- Rà soát, thống nhất đồng bộ hệ thống phân quyền, ủy quyền của TTCT và Công ty có vốn đầu tư.

### **7.2. Công tác Chính sách**

- Thường xuyên cập nhật tình hình triển khai VBLQ tại đơn vị để ban hành, soát xét kịp thời và đảm bảo hiệu quả của từng đơn vị.
- Hàng quý, lấy ý kiến của các Đơn vị trong công ty về hệ thống VBLQ hiện hành nhằm điều chỉnh cho phù hợp.

## **8. Công tác Quản lý hệ thống**

- Với việc công cụ phần mềm đã được trang bị tương đối đầy đủ trong năm 2022, bước sang năm 2023, P. CNTT sẽ bước sang giai đoạn 2 của quá trình chuyển đổi số: **Gia tăng hiệu quả quản trị và điều hành bằng dữ liệu**. Trong đó, Phòng sẽ tăng cường công tác đào tạo sử dụng phần mềm cũng như góp phần xây dựng tư duy đưa ra quyết định và kế hoạch hành động dựa trên các số liệu, dữ liệu được thu thập và phân tích.
- Song song đó, P. CNTT sẽ tiếp tục kiện toàn ngôi nhà số:
- Triển khai phần mềm CRM (Customer Relationship Management) và hệ thống khách hàng thân thiết (Loyalty Program) nhằm quản lý chặt chẽ nguồn dữ liệu khách hàng và nâng cấp các chương trình kinh doanh.
- Triển khai hệ thống Data Warehouse nhằm đảm bảo công tác tập trung, lưu trữ, và phân tích các cơ sở dữ liệu.
- Triển khai phần mềm dành cho Lữ hành (bao gồm tour và vé máy bay) nhằm nâng cao hiệu suất và năng suất của phân khúc kinh doanh này.

## **KẾT LUẬN**

Ngành Du lịch đã chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ trong năm 2022 và kì vọng tiếp tục diễn ra trong năm 2023. Tuy nhiên sự tăng trưởng sẽ chưa quay lại bằng mức trước đại dịch, do đó ban điều hành vẫn tiếp tục phải linh hoạt trong công tác điều hành. Hoàn thiện hơn sản phẩm dịch vụ của ngành để phù hợp với đối tượng khách hàng đang hướng đến, kiểm soát tốt các khoản mục chi phí nhằm tối ưu lợi nhuận của ngành đảm bảo các chỉ tiêu mà HĐQT và cổ đông đã đề ra.

Trên đây là báo cáo định hướng năm 2023 của ngành, kính chúc quý vị năm mới an khang thịnh vượng, chúc hội nghị thành công tốt đẹp.

**TM. BAN TỔNG GIÁM ĐỐC**