CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH THÀNH THÀNH CÔNG	**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**
Số: 03/2024/BC-ĐHĐCĐ	*Tp. Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 04 năm 2024*

DỰ THẢO

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2023 VÀ KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG NĂM 2024 CỦA BAN ĐIỀU HÀNH

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

1. Kinh tế vĩ mô

Kinh tế Thế giới

Trong báo cáo Triển vọng Kinh tế toàn cầu vừa công bố, GDP toàn cầu ở mức 2.6% năm 2023. Sau những năm đại dịch, kinh tế thế giới tiếp tục phải đối mặt với nhiều thách thức khiến đà tăng trưởng chậm lại.

Theo OECD nhận định tăng trưởng toàn cầu dù kiên cường nhưng đã có dấu hiệu chững lại. Trong bối cảnh những cú sốc tiêu cực từ cuộc xung đột ở U-crai-na và việc thắt chặt chính sách tiền tệ mạnh mẽ của các quốc gia khi các ngân hàng trung ương ứng phó với lạm phát vượt mục tiêu, tăng trưởng toàn cầu đã phục hồi ngoài mong đợi. Sự khác biệt trong tăng trưởng giữa các quốc gia có dấu hiệu ngày càng tăng. Theo đó, tăng trưởng đã chậm lại ở nhiều nền kinh tế phát triển, đặc biệt ở châu Âu. Trong khi đó, Hoa Kỳ đã duy trì tăng trưởng GDP ở mức tốt hơn, đồng thời các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển cũng duy trì tốc độ tăng trưởng gần bằng mức trước đại dịch.

Theo báo cáo Ngân hàng Thế giới (World Bank) lạm phát đang giảm ở các nền kinh tế lớn trong khi lạm phát cơ bản ở Hoa Kỳ và EU vẫn tiếp tục tăng và thị trường lao động vẫn thắt chặt, dẫn đến lãi suất tiếp tục cao. World Bank cũng dự báo về kinh tế toàn cầu trong năm tới với tăng trưởng kinh tế sẽ đạt mức 2,4%. Theo đó, World Bank nhận định trong thời gian tới ngành du lịch tiếp tục phục hồi, tăng trưởng thương mại toàn cầu sẽ chậm lại do xu hướng tiêu dùng đang chuyển sang dịch vụ. Chính sách tài khóa sẽ không ảnh hưởng nhiều đến tăng trưởng toàn cầu khi thắt chặt vừa phải ở các thị trường mới nổi và các nền kinh tế đang phát triển, nhưng lại có xu hướng hỗ trợ tại các nền kinh tế phát triển.

Kinh tế Việt Nam

Theo báo cáo tổng cục thống kê ngày 29 tháng 12, tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý IV/2023 ước tính tăng 6,72% so với cùng kỳ năm và trước với xu hướng tích cực, quý sau cao hơn quý trước (quý I tăng 3,41%, quý II tăng 4,25%, quý III tăng 5,47%)

GDP năm 2023 đạt 5,05% so với năm trước, chỉ cao hơn tốc độ tăng 2,87% và 2,55% của các năm 2020 và 2021 trong giai đoạn 2011-2023. Trong mức tăng tổng giá trị tăng thêm toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,83%, đóng góp 8,84%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 3,74%, đóng góp 28,87%; khu vực dịch vụ tăng 6,82%, đóng góp 62,29%.

Về cơ cấu nền kinh tế năm 2023, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm tỷ trọng 11,96%; khu vực công nghiệp và xây dựng chiếm 37,12%; khu vực dịch vụ chiếm 42,54%; thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm chiếm 8,38% (Cơ cấu tương ứng của năm 2022 là 11,96%; 38,17%; 41,32%; 8,55%).

Quy mô GDP theo giá hiện hành năm 2023 ước đạt 10.221,8 nghìn tỷ đồng, tương đương 430 tỷ USD. GDP bình quân đầu người năm 2023 theo giá hiện hành ước đạt 101,9 triệu đồng/người, tương đương 4.284,5 USD, tăng 160 USD so với năm 2022. Năng suất lao động của toàn nền kinh tế năm 2023 theo giá hiện hành ước đạt 199,3 triệu đồng/lao động (tương đương 8.380 USD/lao động, tăng 274 USD so với năm 2022); theo giá so sánh, năng suất lao động tăng 3,65% do trình độ của người lao động được cải thiện (tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng, chứng chỉ năm 2023 ước đạt 27%, cao hơn 0,6 điểm phần trăm so với năm 2022).

2. Tình hình phát triển Du lịch trong năm 2023

Du lịch Thế giới

Tổ chức Du Lịch Thế Giới (UNWTO) nhận định lượng khách quốc tế trong năm 2023 sẽ phục hồi khoảng 80% với mức trước đại dịch. Theo hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC) vào năm 2023, ngành du lịch tạo ra hơn 9.500 tỷ USD, đạt khoảng 95% so với 2019.Tuy nhiên theo Hội đồng chuyên gia của UNWTO, tình hình kinh tế khó khăn vẫn là yếu tố chính ảnh hưởng đến sự phục hồi của du lịch quốc tế vào năm 2023, với lạm phát cao và giá nhiên liệu tăng dẫn đến chi phí di chuyển và ăn ở cao hơn. Do đó, khách du lịch dự kiến sẽ ngày càng cân nhắc chi tiêu và đi du lịch gần nhà hơn. Những căng thẳng địa chính trị khác đang gia tăng cũng sẽ là những rủi ro tiêu cực cho ngành du lịch.

UNWTO đã xác định đầu tư là một trong những ưu tiên hàng đầu đối với sự phục hồi, tăng trưởng và phát triển của du lịch trong tương lai. UNWTO lưu ý sự cần thiết phải thực hiện các dự án đầu tư truyền thống và phi truyền thống với định hướng tốt hơn dành cho con người, hành tinh và sự thịnh vượng, để du lịch có thể mang lại cơ hội cho con người, nâng cao khả năng chống chịu, tăng tốc hành động chống biến đổi khí hậu và nâng cao tính bền vững cho hành tinh cũng như mang lại sự thịnh vượng toàn diện.

Du lịch Việt Nam

Báo cáo tình hình kinh tế-xã hội quý IV và cả năm 2023 do Tổng cục Thống kê công bố sáng 29/12 nhận định, hoạt động du lịch năm 2023 diễn ra sôi động.

Khách quốc tế đến Việt Nam tháng 12/2023 đạt gần 1,4 triệu lượt người, tăng 11,2% so với tháng trước và tăng 93,9% so với cùng kỳ năm ngoái. Tính chung cả năm 2023, khách quốc tế đến nước ta đạt 12,6 triệu lượt người, gấp gấp 3,4 lần năm 2022, vượt xa mục tiêu 8 triệu khách. Khách du lịch nội địa ước đạt 108 triệu lượt. Tổng thu từ du lịch ước đạt 672.000 tỷ đồng, vượt 3,38% so với kế hoạch năm 2023. Tuy vậy, Tổng cục Thống kê đánh giá, số lượng này mới chỉ bằng 70% năm 2019 - năm chưa xảy ra dịch Covid-19.

Trong tổng số 12,6 triệu lượt khách quốc tế, khách đến bằng đường hàng không đạt gần 11 triệu lượt người, chiếm 86,9% số lượng khách quốc tế đến Việt Nam và gấp 3,3 lần năm trước; bằng đường bộ đạt 1,5 triệu lượt người, chiếm 12,1% và gấp 4 lần; bằng đường biển đạt 126,1 nghìn lượt người, chiếm 1% và gấp 40,2 lần.

Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống năm 2023 ước đạt 673,5 nghìn tỷ đồng, chiếm 10,8% tổng mức và tăng 14,7% so với năm trước. Doanh thu du lịch lữ hành ước đạt 37,8 nghìn tỷ đồng và tăng 52,5% so với năm trước.

II. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2023

1. Kết quả hoạt động kinh doanh

Năm 2023 lượng khách nội địa vượt năm 2022 nhưng số khách đi tour giảm mạnh do kinh tế suy thoái trên toàn cầu, chi tiêu dành cho du lịch cũng tiết kiệm hơn. Các doanh nghiệp làm trong lĩnh vực dịch vụ gặp khó khăn do lượng khách tour giảm mạnh,

lượng khách đi tour tại nhiều công ty du lịch giảm tới 50% so với năm 2022.

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 như thẻ TTC Plus/TTC Vip, triển khai các chương trình ưu đãi cho khách hàng... Bên cạnh đó, Ban Tổng Giám đốc đã đặt mục tiêu kiểm soát chi phí chặt chẽ lên hàng đầu, cũng như sắp xếp các mô hình nhân sự, cơ cấu tổ chức phù hợp với tình hình kinh doanh tại từng thời điểm.

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 2023 thực hiện đạt so với kế hoạch ĐHCĐ năm 2022 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 743 tỷ đồng, đạt 94% so kế hoạch năm, đạt 120% so cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế (LNTT) năm 2023 đạt 23 tỷ đồng, đạt 128% kế hoạch năm, đạt 165% 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 352 tỷ đồng đạt 117% so với kế hoạch, đạt 99% so với cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 23 tỷ đồng đạt 167% so kế hoạch, đạt 172% 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 31/12/2023 đạt 3.910 tỷ đồng tăng 27% so với đầu năm, tương đương tăng thêm 1.063 tỷ đồng. Nguyên nhân tăng tổng tài sản chủ yếu do tăng đầu tư khách sạn TTC Imperial Hotel Huế, TTC Vân Phong Bay Resort và đầu tư công ty liên kết. Các chỉ số thanh toán giảm tuy nhiên vẫn lớn hơn 1 (lần), nằm trong vùng an toàn các chỉ tiêu tài chính thanh toán theo quy định.

Đvt: triệu đồng

STT	NỘI DUNG	31/12/2023	01/01/2023	THAY ĐỔI	% THAY ĐỔI
1	Tổng tài sản	3.910.037	2.847.226	1.062.811	37%
2	Vốn chủ sở hữu	1.119.109	1.115.715	3.394	0,3%
3	Tổng nợ/tổng TS (%)	71%	61%	10%	17%
4	Tổng nợ/VCSH (%)	249%	155%	94%	61%
5	Thanh toán ngắn hạn (lần)	1,08	1,23	-0,15	-12%
6	Thanh toán nhanh (lần)	1,07	1,21	-0,14	-12%

2.2 Các chỉ tiêu trên báo cáo tài chính riêng

Tổng tài sản của Công ty đến 31/12/2023 đạt 2.236 tỷ đồng tăng 6% so với đầu năm, tương đương 127 tỷ đồng. Nguyên nhân tăng tài sản chủ yếu là tăng góp vốn

cho công ty con. Các hệ số thanh toán giảm so với đầu năm tuy nhiên các chỉ số thanh toán lớn hơn 1 (lần) và nằm trong vùng an toàn chỉ số tài chính theo quy định.

Đvt: triệu đồng

STT	NỘI DUNG	31/12/2023	01/01/2023	THAY ĐỔI	% THAY ĐỔI
1	Tổng tài sản	2.236.268	2.109.506	126.763	6%
2	Vốn chủ sở hữu	1.214.125	1.195.726	18.398	2%
3	Tổng nợ/tổng TS (%)	46%	43%	3%	6%
4	Tổng nợ/VCSH (%)	84%	76%	8%	10%
5	Thanh toán ngắn hạn (lần)	1,34	1,52	-0,18	-12%
6	Thanh toán nhanh (lần)	1,33	1,52	-0,19	-12%

III. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM

1. Công tác Kinh doanh – Tiếp thị

Trong năm 2023, nhằm tối ưu hóa các nguồn doanh thu và tạo điều kiện để tăng tính chủ động tại các đơn vị kinh doanh, Công ty đã đưa ra các điều chỉnh về mô hình kinh doanh cũng như phân bổ tỉ trọng doanh thu phù hợp với tình hình thực tế. Song song đó, bộ phận kinh doanh tại Công ty và các đơn vị cũng luôn phối hợp cập nhật thường xuyên tình hình thị trường và đối thủ cạnh tranh nhằm đưa ra các điều chỉnh kịp thời.

Công ty cũng đã tổ chức sự kiện khách hàng tại TP. HCM với sự tham gia của 46 đối tác chiến lược với mục đích tri ân và củng cố quan hệ với nhóm Khách hàng truyền thống này. Tổ chức thực hiện các các sự kiện quảng bá Famtrip/ Workshop/ sự kiện khách hàng/ Roadshow/ Expo/ Exhibition nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu, phát triển mối quan hệ đối tác

Đồng thời, để vừa thúc đẩy công tác mở rộng các nguồn khách hàng mới, vừa quảng bá thương hiệu và sản phẩm TTC Hospitality, Công ty cũng thường xuyên tham gia các hoạt động triển lãm, sự kiện trong và ngoài nước (Tradeshow VITM Hanoi, ITE HCMC, ITB Asia,…), các sự kiện xúc tiến du lịch tại địa phương và Hội Doanh Nhân Trẻ tại các thành phố lớn nhằm cập nhật sản phẩm đến thị trường.

1.1 Nhóm Khách sạn/ Resort

Năm 2023, Công ty đã phối hợp với các khối phòng ban Tập đoàn để hợp tác với các đối tác chiến lược nhằm phát triển song phương cùng có lợi ích qua hệ thống sinh thái của TTC Hospitality: PVI Saigon, Sacombank, FPT, Pjico, Vietnam Airlines. Trao đổi dịch vụ song phương với đối tác chiến lược nhằm kích cầu bán thẻ TTC Plus cho đối tác chiến lược. Tập trung phát triển kênh khách hàng các ngành: Ngân hàng, FMCG, Trường học, khối Airlines và Dược, những công ty có số lượng cán bộ nhân viên lớn. 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 và GSA (Global Sales Agent). Tổ chức famtrip cho 20 công ty du lịch đến Đà Lạt; Xúc tiến mời các

hãng lữ hành quốc tế/ buyers đến tham quan khảo sát (Ninh Thuận tiếp đón 6 công ty Úc, TTC Đà Lạt tiếp đón 20 công ty du lịch bên Malaysia, Huế tiếp đón 11 công ty du lịch Philippines).

1.2 Nhóm Trung tâm Hội nghị/ Nhà hàng

Đối với lĩnh vực F&B, Ban Tổng Giám đốc đã sát sao chỉ đạo các đơn vị trong việc thường xuyên cập nhật xu hướng ăn uống của thị trường, đối thủ để đưa ra các điều chỉnh phù hợp, gia tăng tính cạnh tranh về giá bán, cost tiêu chuẩn. Quan trọng hơn, các đơn vị kinh doanh vẫn định kì cho ra mắt các loại hình ẩm thực mới, đặc trưng vùng miền, góp phần đa dạng hóa được sản phẩm kinh doanh của mình. Tiếp tục phát triển thư viện món ngon TTC, lên kế hoạch xây dựng hoạt động câu lạc bộ Marketing Ngành, 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.

1.3 Nhóm Khu vui chơi

Nhằm tạo những trải nghiệm mới cho khách hàng, các Khu vui chơi của TTC Hospitality vẫn luôn đa dạng hóa sản phẩm, cho ra mắt các chương trình ẩm thực đặc biệt vào dịp Lễ, dịp khai trương, cũng như 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, …

Ngoài ra, năm 2023 cũng là năm mà các Khu vui chơi đã gia nhập xu thế bán hàng đa kênh, kết hợp giữa phân phối sản phẩm và marketing, đặc biệt trên kênh thương mại điện tử, với mục tiêu tiếp cận nguồn khách trực tiếp chủ lực trong tương lai (Khách hàng thuộc thế hệ Millennials, GenZ, GenY). Mở rộng kênh bán hàng, phát triển nhóm khách hàng mới thông qua kênh online trực tuyến Vnpay, Momo, Urbox. Telesales và liên lạc các công ty du lich inbound để chào bán kết hợp vé trong chương trình tour.

1.4 Teambuilding

Năm 2023, tỷ trọng khách ngoài tăng mạnh, trọng yếu đến từ khách hàng VFC và các chi nhánh ngân hàng Sacombank, OCB và một số khách hàng khác đến từ đối tượng trường học. Nguồn khách hàng nội bộ giảm do thực hiện hiện chủ trương tiết giảm chi phí từ Tập đoàn. Linh động trong chiến lược kinh doanh, Công ty đã chủ động thực hiện nghiên cứu, xây dựng các sản phẩm mới: Summer Outing (cho trẻ mầm non, tiểu học), Chương trình du lịch cao niên, Du lịch thiện nguyện cho học sinh, Chương trình hướng nghiệp ngành du lịch (cho học sinh trung học và sinh viên). Phối hợp với ban Xúc tiến kinh doanh Tập đoàn ký kết hợp đồng chiến lược toàn diện với các doanh nghiệp.

2. Công tác Quản lý Chất lượng dịch vụ

Trong năm 2023, dù tiếp tục đối diện với sự biến động của tình hình kinh tế, chính trị nhưng Công ty vẫn lấy phương châm "Khẳng định thương hiệu bằng chất lượng dịch vụ" làm kim chỉ nam cho công tác Chất lượng dịch vụ của toàn ngành, đảm bảo các giá trị, tiêu chuẩn trong từng sản phẩm, dịch vụ luôn là cao nhất. Cụ thể, phòng Chất lượng dịch vụ đã triển khai các hoạt động như:

- Đẩy mạnh công tác chuẩn hóa vận hành thông qua các bộ SOP. Việc nâng cao tầm quan trọng của các bộ SOP đã góp phần không nhỏ trong việc giúp Công ty sẵn sàng để mang đến cho khách hàng những trải nghiệm dịch vụ tốt nhất.
- Tổ chức các buổi đào tạo nhận thức việc tiết kiệm năng lượng, các hội thi tay nghề Kỹ Thuật, Lễ Tân toàn Ngành nhằm chia sẻ kinh nghiệm tối ưu hoá chi phí vận hành và nâng cao giá trị sản phẩm dịch vụ.

- Tham gia và điều phối giai đoạn tiền khai trương của các dự án mới như TTC Vân Phong Bay Resort, TTC Mekong Aqua Park và Dự án hợp tác với Chủ đầu tư Bến Thành Group - Emerald Hồ Tràm (Quản lý vận hành bởi TTC Hospitality) để đảm bảo chất lượng dịch vụ được đưa vào từ ngay những bước đầu dự án, tạo cơ sở và nền tảng để vận hành bền vững về sau. Đồng thời tham gia cùng các dự án cải tạo nâng cấp tại TTC Hotel Cần Thơ theo tiêu chuẩn 5 sao, hoàn thành vào tháng 4/2023.

3. Công tác đầu tư và phát triển sản phẩm

Trong năm 2023, nhằm nâng cấp các sản phẩm, góp phần tạo các trải nghiệm mới lạ cho du khách, TTC Hospitality đã đầu tư và giới thiệu nhiều mô hình sản phẩm độc đáo như:

- Hoàn thành các dự án và đưa vào hoạt động trong tháng 7/2023: đầu tiên kể đến là TTC Vân Phong Bay Resort với tổ hợp khách sạn – ẩm thực – giải trí đa tiện ích toạ lạc tại bãi biển Dốc lết, một trong 20 bãi biển đẹp nhất Việt Nam. Dự án nổi bật thứ hai là Khu vui chơi nước lớn nhất tại thành phố Bến Tre – TTC Mekong Aqua Park với điểm nhấn là hồ tạo sóng duy nhất tại địa phương và mô hình minizoo, góp phần tăng số lượng khu vui chơi giải trí mang thương hiệu TTC World lên thành 4 đơn vị và tăng độ phủ thương hiệu TTC Hospitality tại khu vực Đồng Bằng Sông Cửu Long.
- Cho ra mắt các hạng mục vui chơi – giải trí – cảnh quan tại các đơn vị kinh doanh như: Bến thuyền mới tại Thung Lũng Tình Yêu; Kid's Zone cho Mekong (khu nhà A); Concept thiết kế cho dự án vườn Chuông Gió cho Tà Cú; Xây dựng gói sản phẩm Yoga / thiền chuông xoay cho tuyến Kê Gà – Tà Cú – chương trình 2 ngày 1 đêm.

4. Công tác Hành chính nhân sự

- Thường xuyên rà soát, tinh gọn các quy trình quy định, cũng như ban hành lại định mức tiết giảm các khoản mục phí (như đồng phục, chi phí dành cho người lao động, công tác phí, tổ chức sự kiện …) nhằm kiểm soát và tối ưu hóa chi phí hoạt động trên toàn Công ty.
- Hoàn tất công tác kiểm kê tài sản – công cụ dụng cụ và triển khai thanh lý, điều chuyển nội bộ các tài sản – công cụ dụng cụ không còn nhu cầu sử dụng sau kiểm kê các đơn vị kinh doanh.
- Lập kế hoạch đào tạo đảm bảo toàn bộ nhân viên bảo vệ phải có chứng chỉ phòng cháy chữa cháy. Tổ chức diễn tập phòng cháy chữa cháy các đơn vị kinh doanh đảm bảo nhân viên bảo vệ có kiến thức và sử dụng thành thạo các thiết bị phòng cháy chữa cháy.
- Triển khai Chương trình "Staff Monthly Gathering" nhằm gia tăng sự gắn kết cán bộ nhân viên.
- Đào tạo kiến thức, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ nhân viên tổng công ty và các khu vực (Hồ Chí Minh, Miền Tây, Bình Thuận, Khánh Hòa – Ninh Thuận, Tây Nguyên, Hồ Tràm) cụ thể: Kỹ năng phối hợp làm việc nhóm; Kỹ năng tư duy và giải quyết vấn đề; Kỹ năng xử lý than phiền; Kỹ năng dẫn giảng nâng cao; Kỹ năng trình bày Power Point; Dịch vụ khách hàng hoàn hảo; Trở thành nhân sự chuyên nghiệp ngành khách sạn; Soạn thảo văn bản lập quy; Xây dựng và kiểm soát kế hoạch ngân sách; kiểm soát năng lượng hiệu quả.
- Rà soát xây dựng hệ thống cấp bậc chức vụ, chức danh toàn ngành phù hợp với sơ đồ tổ chức mới. Xây dựng bộ tiêu chuẩn năng lực cho các chức danh toàn Ngành.

5. Công tác Tài chính, Kế toán và Kế hoạch

Đối với Công ty, công tác tài chính-kế hoạch, kế toán đóng vai trò vô cùng quan trọng, đặc biệt là trong năm 2023 khi Hội Đồng Quản trị và Ban Tổng Giám đốc cần phải luôn có những giải pháp và có kế hoạch hành động kịp thời để đảm bảo tình hình dòng tiền hoạt động kinh doanh của Công ty. Vì vậy, phòng Tài chính kế toán đã không ngừng:

- Theo dõi và kiểm soát việc thực hiện kế hoạch năm 2023, dự phóng liên tục các kịch bản để tham mưu kịp thời cho Ban Lãnh đạo đưa ra các quyết định kinh doanh, vận hành.
- Rà soát chiến lược kinh doanh trong giai đoạn 2023 – 2025 của từng đơn vị theo định hướng chung của toàn Công ty, từ đó cơ cấu các danh mục đầu tư và chuẩn bị nguồn lực để mở rộng hoạt động theo chiến lược đề ra.
- Triển khai làm việc với tổ chức tín dụng để giảm lãi, lãi suất đã được điều chỉnh giảm từ 0,5%- 2%.
- Thực hiện rà soát các chỉ số tài chính năm 2023 và các năm tiếp theo trên cơ sở benchmark Ngành để làm việc với nhà đầu tư nước ngoài và ngân hàng.

6. Công tác Pháp chế

- Năm 2023, Phòng Pháp chế đóng vai trò quan trọng trong công tác tham mưu cho Lãnh đạo, thẩm định hồ sơ, hợp đồng đảm bảo đúng tiến độ, trình tự thủ tục, tuân thủ quy định pháp luật đặc biệt phối hợp đẩy nhanh trong công tác hoàn thiện pháp lý các dự án.
- Đồng thời, phòng đã hoàn thành nhiệm vụ tư vấn pháp lý liên quan đến các dự án lớn và nhỏ của Công ty, đảm bảo phù hợp quy định của pháp luật.

7. Công tác Công nghệ thông tin

Với mục tiêu hướng đến 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 4 dự án trọng điểm:

7.1 Hệ thống Data Warehouse (Quý 2/2023): Xây dựng kho dữ liệu trung tâm nhằm gia tăng tính tự động hóa quy trình tổng hợp dữ liệu, đảm bảo được tính chính xác, đầy đủ của các số liệu phục vụ cho nhu cầu quản trị, dự báo, và ra các quyết định kịp thời.

7.2 Hệ thống phần mềm Opera (Quý 3/2023): Đây là phần mềm PMS (Quản lý nhà hàng – khách sạn) tốt nhất trên thế giới hiện nay và công ty đã chọn đơn vị 5 sao TTC Vân Phong Bay Resort để triển khai, tạo tiền đề để phục vụ cho mục tiêu chuyển đổi hệ thống PMS trên toàn Ngành trong giai đoạn 2024 – 2025.

7.3 Hệ thống TA Portal dành cho Khu vui chơi (Quý 4/2023): Nhằm tối ưu hóa doanh thu từ các kênh TA theo định hướng kinh doanh của ban lãnh đạo, phòng Công nghệ thông tin đã kết hợp với đơn vị và đối tác để triển khai phần mềm EzCMT, một nền tảng platform cho phép hơn 200 TA trên toàn quốc có thể dễ dàng truy cập vào kho vé của các khu vui chơi TTC Hospitality để mua trước, xuất vé, và cung cấp cho khách hàng. Giải pháp số hóa này sẽ tạo sự tiện lợi cho các TA, cũng như mở rộng kênh bán của công ty.

7.4 Triển khai hệ thống phần mềm và cơ sở hạ tầng tại các dự án mới (Quý 3-4/2023): Trong năm 2023, TTC Hospitality đã đưa vào hoạt động các dự án trọng điểm như Vân Phong Bay, Mekong Aqua Park và Emerald Hồ Tràm. Phòng Công nghệ thông tin đã phối hợp xuyên suốt cùng ban quản lý dự án để đảm bảo tiến độ thực hiện các công tác set up, cũng như sự chuẩn chỉnh của hệ thống theo đúng quy định của TTC Group nói chung và TTC Hospitality nói riêng.

KẾT LUẬN

Trên đây là kết quả tình hình kinh doanh của Công ty trong năm 2023 vừa qua, tình hình kinh tế vĩ mô suy thoái 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 Đại hội thành công tốt đẹp.

BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

CHÂU THỊ KIM PHƯỚC

BÁO CÁO
KẾT QUẢ ĐỊNH HƯỚNG VÀ HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2024

I. DỰ BÁO TÌNH HÌNH VĨ MÔ VÀ NGÀNH DU LỊCH NĂM 2024

1. Kinh tế Thế giới

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), nền kinh tế toàn cầu trong năm 2024 sẽ chậm lại so với năm 2023. Cụ thể, OECD dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2024 sẽ ở mức 2,4%, thấp hơn so với mức 2,6% trong năm 2023 và có xu hướng tăng lên 3% vào năm 2025.

Theo đó, tăng trưởng của Mỹ sẽ đạt mức 2,4% trong 2023 và xuống 1,5% vào 2024. Nền kinh tế Trung Quốc cũng được dự báo sẽ chậm lại do nước này phải đối mặt với nhiều biến động trong lĩnh vực bất động sản cũng như người tiêu dùng tiết kiệm nhiều hơn trước. OECD dự báo tăng trưởng của Trung Quốc sẽ ở mức 5,2% trong năm 2023 và xuống 4,7% vào năm 2024 nhưng có thể xuống còn 4,2% trong năm 2025.

2. Kinh tế Việt Nam

Năm 2023 kinh tế vĩ mô cơ bản ổn định, lạm phát được kiểm soát, tăng trưởng được thúc đẩy, các cân đối lớn cơ bản được bảo đảm. Tăng trưởng GDP cả năm đạt trên 5,05%. Tăng trưởng kinh tế năm 2023 mặc dù thấp hơn chỉ tiêu đề ra (khoảng 6,5%) nhưng là mức khá cao so với nhiều nước trong khu vực, thế giới.

Năm 2024, tình hình thế giới dự báo tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường; tăng trưởng kinh tế, thương mại, đầu tư toàn cầu tiếp tục xu hướng chậm lại Thủ tướng cho biết mục tiêu tăng trưởng GDP khoảng 6-6,5%. GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4.700-4.730 USD. tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP đạt khoảng 24,1-24,2%. Tốc độ tăng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân khoảng 4-4,5%;

Theo Ngân hàng thế giới (WB) mặc dù cho rằng, tăng trưởng kinh tế của Việt Nam sẽ phục hồi trong 2 năm tới, song cũng chỉ đưa ra con số khiêm tốn 5,5% trong năm 2024 và khoảng 6% trong năm 2025 - thấp hơn đáng kể so với mục tiêu tăng trưởng mà Quốc hội Việt Nam vừa quyết nghị.

Ngay cả Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), mặc dù xếp Việt Nam vào top 20 nền kinh tế tăng trưởng cao nhất thế giới vào năm 2024, cũng chỉ dự báo, tăng trưởng GDP của Việt Nam sẽ đạt 5,8% vào năm 2024 và 6,9% vào năm 2025.

3. Du lịch thế giới năm 2024

Theo hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC) vào năm 2023, ngành tạo ra hơn 9.500 tỷ USD, đạt khoảng 95% so với 2019. Theo đó, sự phục hồi toàn cầu sẽ diễn ra vào 2024. Sự quay trở lại chậm nhưng ổn định của thị trường khách Trung Quốc là một trong những yếu tố giúp ích cho sự phục hồi.

Còn theo số liệu từ Morning Consult, một trong những công ty công nghệ phát triển nhanh nhất Bắc Mỹ, mức độ sẵn sàng đi du lịch ở các khu vực là khác nhau. Xu hướng muốn đi tăng cao ở Hàn Quốc và Tây Âu. Khách du lịch sẽ cắt giảm chi phí đi lại hơn là hủy chuyến đi. Một trong các ví dụ là nhu cầu đi lại trong nước của người Mỹ năm nay đang hạ nhiệt, nhưng họ lại có kế hoạch du lịch nước ngoài thường xuyên hơn.

Du lịch ở châu Á-Thái Bình Dương đã tăng trưởng nhanh trở lại kể từ khi khu vực này mở cửa lại biên giới cho các chuyến du lịch đường dài và khu vực. Tuy nhiên, theo nghiên cứu của công ty du lịch Arival (Thái Lan), phải đến năm 2025 thì "ngành công nghiệp không khói" mới vượt qua mức đỉnh từng đạt được trước khi xảy ra đại dịch Covid-19. Theo nghiên cứu của Arival dự báo rằng ngành du lịch châu Á-Thái Bình

Dương sẽ đạt doanh thu 67 tỷ USD vào năm 2024 và 75 tỷ USD vào năm 2025.

4. Du lịch Việt Nam năm 2023

Tại Hội nghị tổng kết công tác năm 2023, triển khai nhiệm vụ năm 2024 diễn ra ngày 29 tháng 12, Cục Du lịch quốc gia Việt Nam đã đặt mục tiêu năm 2024 ngành du lịch Việt Nam phấn đấu đón từ 17-18 triệu lượt khách quốc tế; phục vụ 110 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 840.000 tỷ đồng.

Để thực hiện được mục tiêu này, ngành du lịch cần nỗ lực thực hiện đồng bộ các giải pháp thúc đẩy công tác hoạch định chính sách, quản lý nhà nước trong các lĩnh vực chuyên môn, tăng cường hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch... 4 nhiệm vụ trọng tâm được Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam nêu ra gồm:

Thứ nhất, tiếp tục hoàn thiện thể chế, chính sách, liên kết với các bộ, ngành để kiến tạo chính sách phát triển các loại hình sản phẩm như du lịch nông nghiệp, chuyển đổi số trong du lịch...

Thứ hai, tiếp tục đẩy mạnh công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch. Bên cạnh các công cụ pháp luật, cần tập trung tăng cường công tác thống kê du lịch, chuyển đổi số để nâng cao hiệu quả thống kê, cung cấp số liệu tốt để phục vụ hiệu quả việc hoạch định chính sách phát triển du lịch. Tăng cường công tác quản lý kinh doanh lữ hành, quản lý hướng dẫn viên, cơ sở lưu trú du lịch... theo quy định đã được phân cấp theo chức năng nhiệm vụ của Cục Du lịch quốc gia Việt Nam.

Thứ ba, tăng cường việc đào tạo, bồi dưỡng cho đội ngũ cán bộ đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới, nhất là chuyên môn về ngoại ngữ, công nghệ. Phối hợp các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ để tuyển công chức bổ sung đủ số lượng chỉ tiêu.

Thứ tư, đẩy mạnh công tác xúc tiến quảng bá du lịch trên cơ sở phối hợp chặt chẽ với Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch. Xây dựng kế hoạch xúc tiến quảng bá trong cả năm và chủ động trong việc chuẩn bị và triển khai kịp tiến độ.

Ngoài ra, Quốc hội, Chính phủ đã thông qua chính sách mới về cấp thị thực điện tử cho công dân tất cả các quốc gia, vùng lãnh thổ, chính sách nâng thời hạn tạm trú cho các nước được miễn thị thực đơn phương lên 45 ngày. Đây là chính sách rất quan trọng để tạo bước đột phá thu hút khách quốc tế đến Việt Nam trong thời gian tới.

II. MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2024

Nhằm đạt được các mục tiêu trong năm 2024 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 2024:

- **Báo cáo riêng**
  - Doanh thu thuần : 360 tỷ đồng
  - Lợi nhuận trước thuế : 10 tỷ đồng
- **Báo cáo hợp nhất**
  - Doanh thu thuần : 760 tỷ đồng
  - Lợi nhuận trước thuế : 23 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 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.
- 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 TRỌNG TÂM HOÀN THÀNH MỤC TIÊU CÔNG TY NĂM 2022

1. Công tác Kinh doanh – tiếp thị

1.1. Nhóm Khách sạn/ Resort

- Các công tác trọng tâm của nhóm khách sạn/resort bao gồm: đa dạng hóa các nguồn, phát triển hệ thống kênh GSA (Global Sales Agent) theo khu vực chủ lực quốc tế có đường bay đến Việt Nam: Đông Nam Á, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan, Ấn Độ, Úc, Mỹ, Đức, Hongkong, Singapore, Campuchia.
- Kết nối, tham gia sales call nước ngoài, sales blitz các khu công nghiệp và các hội chợ trong và ngoài nước: VITM Hà Nội, ITE Hồ Chí Minh, ITE Châu Á, ATF, ITB Berlin, ITB Asia, WTM London, Top Resa, MITT,…
- Mở rộng công tác bán hàng đến các đối tác doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh – Hà Nội, tập trung cho thị trường phân khúc MICE.
- Tiếp cận và gia tăng sự nhận diện sản phẩm và thương hiệu cũng như dịch vụ qua các cuộc tiếp cận và TTC showcase, talk show, coffee talk, breakfast table.
- Sẵn sàng mở cửa chào đón các đoàn famtrip trong nước và ngoài nước phối hợp cùng các hãng hàng không và các đối tác chiến lược cùng thực hiện.

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

- 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. Lễ hội trái cây, lễ hội âm thực trong nước và quốc tế.
- 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 TTC Palace Bình Thuận – TTC Hotel Phan Thiết – TTC World Tà Cú để tăng tính đa dạng sản phẩm dịch vụ & khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng.

1.3. Nhóm Khu vui chơi

- Đa dạng hóa sản phẩm, các chương trình hoạt náo, ẩm thực đặc biệt vào các ngày lễ, dịp khai trương dịch vụ mới, 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, và cho người cao tuổi, các cựu chiến binh, lão thành,…

1.4. Lữ hành

Tiếp tục đẩy mạnh các dịch vụ/sản phẩm có nhiều cơ hội chủ động tăng doanh số, tỉ trọng lãi: Dịch vụ visa/nhập cảnh, tour trọn gói – Mice, voucher du lịch và các sản phẩm đặc thù.

- Dịch vụ Visa: Xây dựng các combo thủ tục cho khách hàng doanh nghiệp với các gói sản phẩm đi kèm (bảo hiểm du lịch, fast-track, VIP services và khách sạn, xe).
- Tour trọn gói – Mice: Tiếp tục phát triển các sản phẩm du lịch MICE đang có, xây dựng thêm nhiều concept mới lại. Triển khai xây dựng 1-2 tour ghép lẻ mỗi quý nhằm mở rộng thêm nguồn khách hàng FIT, tăng độ nhận diện thương hiệu TTC Travel.
- Xây dựng các sản phẩm đặc thù, khác biệt: Tour adventure, sản phẩm dành cho giới trẻ (sự kiện âm nhạc, lễ hội…), sản phẩm thể thao (golf, bóng đá, đua xe F1), sản phẩm theo mùa, du lịch an dưỡng, du lịch Hòn Dừa, du lịch chữa lành, du lịch thiện nguyện dành cho học sinh, sản phẩm combo lưu trú dài hạn cho khách inbound….

2. Công tác Quản lý chất lượng dịch vụ

- Ban hành các KPI liên quan đến chất lượng dịch vụ cho các đơn vị, nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ toàn Ngành.
- 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 2024, kế hoạch vệ sinh và bảo trì – bảo dưỡng của các đơn vị trong năm 2024 với mục tiêu đảm bảo cơ sở vật chất luôn ở tình trạng tốt nhất để phục vụ khách hàng với tiêu chí tiết kiệm chi phí và môi trường xanh.
- Làm việc trực tiếp với các đơn vị về việc tiết kiệm năng lượng để đảm bảo chi phí năng lượng thấp nhất nhưng không ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ toàn Ngành.
- 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.
- Tập trung nguồn lực để khai trương thành công dự án Bến Thành Hồ Tràm; Phối hợp với dự án để khai trương thành công dự án giai đoạn 2 ở Dốc Lết.
- Tập trung nguồn lực chuyên môn và phối hợp với dự án để hoàn thiện tất cả các hạn mục cải tạo để nâng giá trị dịch vụ của tất cả các đơn vị với tiêu chí tiết kiệm và môi môi trường xanh (Cần Thơ, Phan Thiết, Ngọc Lan, Ninh Thuận, Huế…)
- 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

- Cùng với đầu tư mở rộng nguồn khách, tăng cường công tác tiếp thị để quảng bá thương hiệu và tăng hiệu quả kinh doanh, thì phát triển sản phẩm và đầu tư dự án cũng là công tác được chú trọng, không nằm ngoài chiến lược phát triển của TTC Hospitality.
- Trong năm 2023, Công ty sẽ đưa vào vận hành các dự án trọng điểm và phát triển

sản phẩm mới, góp phần đem lại những trải nghiệm mới mẻ cho khách hàng như: Triển khai tiếp công tác thiết kế, thi công giai đoạn 2 dự án khu nghỉ dưỡng Mekong (sửa chữa khu A đưa khu vui chơi tầng 1 vào khai thác trước Tết âm lịch và hoàn thành phân kỳ đầu tư 04 căn villa của phần lưu trú khu B trong tháng 6/2024);Triển khai dự án hoàn tất các hạng mục giai đoạn đầu dự án Đồi Thống Nhất.

- Tham gia góp ý, phối hợp trong công tác thiết kế ý tưởng concept đối với các dự án đang giai đoạn nghiên cứu phân tích hiệu quả đầu tư như dự án khu vui chơi Dốc Lết (giai đoạn 2); cải tạo khách sạn Ngọc Lan; cải tạo khu vui chơi nước Ninh Thuận; cải tạo Khách sạn Cần Thơ; cải tạo Khách sạn TTC Phan Thiết.

4. Công tác Hành chính nhân sự

Năm 2023 kết thúc với nhiều giải pháp nhân sự được P. HCNS chủ động triển khai ứng phó nhằm phát triển nội lực tạo nền tảng vững chắc cho năm 2024. Với mục tiêu tinh gọn bộ máy, linh hoạt biến đổi nhằm chuyển hóa đội ngũ nhân sự theo định hướng của Công ty, P. HCNS đã đề ra các giải pháp nhằm tối ưu hóa chi phí, nâng cao hiệu suất đội ngũ CBNV và kết nối, chuyển hóa nhân sự. Cụ thể:

- Kiểm soát, tiết giảm chi phí hành chính đảm bảo hiệu quả hoạt động Ngành. Tiếp tục khai thác lấp đầy mặt bằng trống tại các đơn vị kinh doanh. Tìm kiếm đối tác thuê Casino, Kios, bảng hiệu quảng cáo.
- Kết hợp với phòng Công nghệ thông tin 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. Triển khai kiểm kê, đánh giá tài sản – công cụ dụng cụ và thực hiện thanh lý, điều chuyển nội bộ các tài sản – công cụ dụng cụ không còn nhu cầu sử dụng sau kiểm kê.
- Triển khai các đơn vị tuân thủ quy định, đảm bảo an toàn phòng cháy chữa cháy.
- Tổ chức các hoạt động cộng đồng hướng đến tiêu chuẩn xanh như ra quân vệ sinh môi trường, trồng cây xanh, thu gom xử lý chất thải bên cạnh việc tuyên truyền chiến dịch bảo vệ môi trường.
- Rà soát định biên nhân sự phù hợp với mô hình vận hành và hiệu quả hoạt động.
- Xây dựng ngân hàng tài liệu đào tạo dưới các hình thức: Bài giảng kỹ năng nghiệp vụ; video clip hướng dẫn.
- Đào tạo các kỹ năng bổ trợ công việc cho đội ngũ cán bộ nhân viên tại các đơn vị kinh doanh.
- Cử nhân sự tham gia các khóa đào tạo nhằm đáp ứng tiêu chuẩn vận hành cụ thể: Tham gia các khóa đào tạo cấp bằng GM/Trưởng bộ phận khách sạn nhằm đáp ứng yêu cầu cấp sao đối với nhân sự quản lý cơ sở lưu trú. Tham gia các khóa đào tạo cấp bằng về an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy, cứu hộ cứu nạn, sơ cấp cứu, vệ sinh an toàn thực phẩm…
- 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.
- Rà soát và hoàn thiện bộ tiêu chuẩn năng lực và xây dựng lộ trình thăng tiến cho cán bộ nhân viên toàn Ngành.
- Xây dựng các chương trình thi đua khuyến khích tập thể, cá nhân tăng năng suất, hiệu quả công việc.

5. Công tác Kế toán, Tài chính và Kế hoạch

- Tiếp tục tinh gọn bộ máy nhân sự thông qua tinh gọn quy trình, phối hợp CNTT đưa các giải pháp tự động hóa, hạn chế rủi ro trong quản lý vận hành.
- Thực hiện việc chuyển đổi báo cáo tài chính theo tiêu chuẩn IFRS theo đúng lộ trình đã đề ra.
- Tiếp tục làm việc với tổ chức tín dụng để xin điều chỉnh giảm lãi suất, cơ cấu lại những khoản nợ có lãi suất cao. 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.

6. Công tác Quản lý hệ thống

Trong năm 2024, phòng Công nghệ thông tin tiếp tục triển khai các kế hoạch hành động nhằm hoàn thành mục tiêu chuyển đổi Số của Công ty. Cụ thể:

- Chuyển đổi phần mềm PMS (Quý 3/2024): Đây là công tác trọng tâm trong những năm vừa qua, và phòng Công nghệ thông tin có nhiệm vụ tìm kiếm đối tác phù hợp nhất với nội tại của công ty, bao gồm: chi phí tốt, cấu trúc dữ liệu hoàn thiện, đảm bảo vận hành theo mô hình chuỗi.
- Hệ thống TA Portal dành cho khách sạn (Quý 3/2024): Nhằm đáp ứng nhu cầu thúc đẩy doanh thu đến từ kênh TA.
- Hệ thống Loyalty Program (Quý 4/2024): Với tiền đề là hệ thống CDP của Mobio, sang năm 2024 phòng Công nghệ thông tin sẽ làm việc với đối tác để hoàn thiện hệ thống khách hàng thân thiết, góp phần tăng tính trải nghiệm của khách hàng và tạo cơ hội cho các nguồn doanh thu mới thông qua chính sách cho khách hàng thân thiết.

KẾT LUẬN

Năm 2024, Ngành du lịch được dự báo vẫn gặp nhiều khó khăn. Tuy nhiên, Ban điều hành sẽ nỗ lực hơn nữa trong công tác điều hành, hoàn thiện hơn sản phẩm dịch vụ của ngành, 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 2024 của Ngành, kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp.

BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

CHÂU THỊ KIM PHƯỚC