

**DỰ THẢO**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2024 VÀ  
KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG NĂM 2025 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**

Thế giới năm 2024 tiếp tục chứng kiến nhiều biến động, rủi ro địa chính trị tăng cao, thiên tai và hàng loạt cuộc xung đột tại nhiều điểm nóng trở thành rào cản đối với tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, các số liệu cho thấy nền kinh tế toàn cầu về tổng thể đã thể hiện khả năng phục hồi ấn tượng và có nhiều tín hiệu lạc quan

Có thể thấy kinh tế thế giới 2024 đã hứng chịu không ít rủi ro do các cuộc xung đột địa chính trị kéo dài ở Ukraine, Trung Đông...; bất ổn chính trị ở hàng loạt nền kinh tế lớn như Đức, Pháp, Hàn Quốc...; phe cánh hữu và dân túy trỗi dậy sau các cuộc bầu cử nghị viện châu Âu và một số nước ở "Lục địa già"; sự trở lại của tỷ phú Donald Trump và chính sách "Nước Mỹ trước tiên" sau vòng đua giành ghế chủ nhân Nhà Trắng ở Mỹ, kéo theo nguy cơ xảy ra cuộc chiến thương mại mới... Đó còn là xu hướng phân mảnh thị trường và công nghệ thế giới ngày càng rõ rệt, thể hiện qua sự mở rộng của khối BRICS và các biện pháp trừng phạt của Mỹ, làm suy yếu hợp tác quốc tế cũng như hiệu quả của chuỗi cung ứng toàn cầu. Những diễn biến này đặt ra thách thức mới cho sự ổn định và tăng trưởng kinh tế thế giới.

Báo cáo thường kỳ tháng 12 của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) dự báo tăng trưởng toàn cầu năm nay đạt tốc độ 3,1%, thấp hơn một chút so với năm ngoái. Theo báo cáo này, tỷ lệ lạm phát tiếp tục duy trì đà sụt giảm, xuống còn 4,6% và sẽ về mức 3,5% vào năm 2025. Ngoài Mỹ, cuộc chiến chống lạm phát đã không còn quá "nóng" tại một nửa các nền kinh tế phát triển và gần 60% các nền kinh tế thị trường mới nổi. Theo giới phân tích, việc điều chỉnh chính sách tiền tệ, nguồn cung hàng hóa khả quan hơn so với giai đoạn hậu đại dịch và giá năng lượng thấp hơn đang giúp nhiều nước thành công trong nỗ lực kiềm chế lạm phát.

**Kinh tế Việt Nam**

Năm 2024, kinh tế Việt Nam chịu nhiều ảnh hưởng từ biến động toàn cầu như: xung đột khu vực Trung Đông và Ukraine, suy giảm kinh tế ở các nước lớn, thiệt hại do biến đổi khí hậu, thiên tai... Tổng quan trong nước cũng gặp nhiều thách thức. Thị trường tài chính, tiền tệ, và bất động sản gặp khó, tín dụng tăng chậm, giá vàng biến động mạnh và bất động sản mất cân đối. Đặc biệt, cơn bão Yagi gây thiệt hại nặng nề về người và của cũng khiến kinh tế tổn thất hơn 88.700 tỷ đồng, tương đương 0,62% GDP năm 2023, và làm giảm khoảng 0,24% GDP năm 2024.

Mặc dù gặp rất nhiều khó khăn thách thức, năm 2024, Việt Nam vẫn nằm trong nhóm các nước có tăng trưởng kinh tế cao nhất khu vực. Sự quyết liệt sáng suốt trong chỉ đạo, cùng nỗ lực của toàn thể nhân dân đã khiến GDP bứt tốc trong những tháng cuối năm, có thể cán đích tăng trưởng trên 7%, vượt mục tiêu 6,5%-7% do Quốc hội đặt ra.

Đáng mừng hơn, sau nhiều năm lỡ hẹn, năm 2024, Việt Nam có thể đạt được và vượt toàn bộ 15/15 chỉ tiêu kinh tế-xã hội. Mức tăng trưởng GDP trên 7% đảm bảo chỉ tiêu GDP bình

quân đầu người đạt 4.700 USD-4.730 USD. Đặc biệt, theo ước tính, chỉ tiêu tốc độ tăng năng suất lao động năm 2024 ước đạt 5,56%, vượt mục tiêu 4,8%-5,3% do Quốc hội giao.

## **2. Tình hình phát triển Du lịch trong năm 2024**

### **Du lịch Thế giới**

Trang mạng The Nation cho biết Euromonitor International-một công ty chuyên về phân tích dữ liệu và nghiên cứu thị trường có trụ sở tại Anh, mới đây đã công bố danh sách các thành phố đón nhiều du khách nhất trên thế giới trong năm 2024.

Theo đó, thủ đô Bangkok của Thái Lan giành ngôi vị "quán quân" khi đón lượng du khách ở mức kỷ lục: 32,4 triệu lượt người. Con số này vượt xa con số 23 triệu lượt du khách của "á quân" là thành phố Istanbul (Thổ Nhĩ Kỳ). The Nation nhấn mạnh lượng du khách đến Bangkok trong năm 2024 tăng hơn 30% so với năm 2023, cho thấy khả năng phục hồi của ngành du lịch xứ chùa vàng sau đại dịch Covid-19.

"Thành công của thủ đô Bangkok là nhờ chính sách du lịch và sức hấp dẫn nói chung của đất nước Thái Lan. Các chính sách visa (thị thực) thân thiện với du khách của Chính phủ Thái Lan, trong đó có miễn thị thực trong vòng 60 ngày đối với công dân của 93 quốc gia, mở rộng diện được cấp thị thực tại cửa khẩu (visa on arrival) từ 19 lên 31 quốc gia, đóng vai trò quan trọng thúc đẩy sức hấp dẫn của thủ đô Bangkok", The Nation khẳng định.

Cùng với Bangkok và Istanbul, những cái tên còn lại trong топ 10 thành phố đón nhiều du khách nhất trên thế giới trong năm 2024 lần lượt là London (Anh: 21,7 triệu lượt), Hồng Kông (Trung Quốc: 20,5 triệu lượt), Mecca (Saudi Arabia: 19,3 triệu lượt), Antalya (Thổ Nhĩ Kỳ: 19,3 triệu lượt), Dubai (Các tiểu vương quốc Arab thống nhất UAE: 18,2 triệu lượt), Macau (Trung Quốc: 18 triệu lượt), Paris (Pháp: 17,4 triệu lượt), Kuala Lumpur (Malaysia: 16,5 triệu lượt).

Theo The Nation, ngoài danh sách các thành phố đón nhiều du khách nhất trên thế giới trong năm 2024, Euromonitor International cũng nêu những thách thức mà ngành du lịch toàn cầu đang phải đối mặt, trong đó có tình trạng thiếu hụt lao động, căng thẳng địa chính trị và kinh tế suy yếu. Euromonitor International lưu ý tới một xu hướng mới nổi là du khách ngày càng ưa chuộng các điểm đến ít nổi tiếng hơn trong bối cảnh nhiều thành phố trên thế giới triển khai các biện pháp ứng phó với tình trạng quá tải du lịch...

### **Du lịch Việt Nam**

Năm 2024, ngành du lịch Việt Nam phục hồi mạnh mẽ với 17,5 triệu lượt khách quốc tế (tăng 38,9% so với năm 2023) và khoảng 110 triệu lượt khách nội địa, đóng góp 840 nghìn tỷ đồng vào tổng thu từ du lịch (tăng 23,8% so với năm trước). Khách quốc tế chủ yếu đến từ các nước châu Á, chiếm 79,6%, trong đó Hàn Quốc, Trung Quốc và Đài Loan dẫn đầu. Khách từ châu Mỹ đạt 780 nghìn lượt, chủ yếu là thị trường Mỹ.

Hơn 84% khách quốc tế di chuyển bằng đường hàng không, trong khi các điểm đến nổi bật thu hút nhiều du khách gồm Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hạ Long, Nha Trang và Phú Quốc. Xu hướng nổi bật trong năm là du lịch bền vững, gắn kết cộng đồng và ứng dụng công nghệ, giúp nâng cao trải nghiệm và thúc đẩy phát triển bền vững. Đặc biệt, mạng xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút du khách, với 36,5% khách du lịch tìm kiếm ý tưởng qua các nền tảng này. Các công ty du lịch có thể tận dụng mạng xã hội bằng cách triển khai các chiến dịch tiếp thị sáng tạo, hợp tác với các KOLs (người có tầm ảnh hưởng), tạo nội dung video quảng bá điểm đến và cung cấp dịch vụ tư vấn trực tuyến, nhằm tăng khả năng tiếp cận và tương tác với khách hàng.

Các thị trường đang tìm kiếm nhiều nhất về du lịch Việt Nam là Mỹ, Úc, Ấn Độ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Anh, Canada, Đức và Malaysia. Đây cũng là những

thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam ở các khu vực Đông Bắc Á, Đông Nam Á, châu Âu, Bắc Mỹ. Đáng chú ý, hai thị trường lớn là Úc, Ấn Độ có lượng tìm kiếm ở vị trí thứ 2 và thứ 3 cho thấy tiềm năng, dư địa còn rất lớn để tăng trưởng.

## II. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2024

### 1. Kết quả hoạt động kinh doanh

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

Doanh thu thuần đạt 709 tỷ đồng, đạt 93% so kế hoạch năm, đạt 96% so cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế (LNTT) năm 2024 đạt 38,8 tỷ đồng, đạt 169% kế hoạch năm, đạt 169% 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 328 tỷ đồng đạt 93% so với kế hoạch, đạt 91% so với cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 16,1 tỷ đồng đạt 69% so kế hoạch, đạt 161% 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 31/12/2024 đạt 4.544 tỷ đồng tăng 16% so với đầu năm, tương đương tăng thêm 643 tỷ đồng. Nguyên nhân tăng tổng tài sản chủ yếu do cuối năm công ty phát hành thêm trái phiếu riêng lẻ 500 tỷ mục đích thanh toán gốc trái phiếu được phát hành năm 2021 đáo hạn ngày 04/01/2025.

*Đvt: triệu đồng*

STT	NỘI DUNG	31/12/2024	01/01/2024	THAY ĐỔI	% THAY ĐỔI
1	Tổng tài sản	4,544,367	3,910,037	634,330	16%
2	Vốn chủ sở hữu	1,123,626	1,119,109	4,517	0%
3	Tổng nợ/tổng TS (%)	75%	71%	4%	5%
4	Tổng nợ/VCSH (%)	304%	249%	55%	22%
5	Thanh toán ngắn hạn (lần)	1.01	1.08	-0.07	-6%
6	Thanh toán nhanh	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 31/12/2024 đạt 2.873 tỷ đồng tăng 28% so với đầu năm, tương đương 637 tỷ đồng. Nguyên nhân tăng tài sản chủ yếu cuối năm công ty phát hành thêm trái phiếu riêng lẻ 500 tỷ mục đích thanh toán gốc trái phiếu được phát hành năm 2021 đáo hạn ngày 04/01/2025. Các hệ số thanh toán tuy giảm so với đầu năm nhưng vẫn nằm trong vùng an toàn chỉ số tài chính theo quy định.

Đvt: triệu đồng

STT	NỘI DUNG	31/12/2024	01/01/2024	THAY ĐỔI	% THAY ĐỔI
1	Tổng tài sản	2,873,570	2,236,268	637,302	28%
2	Vốn chủ sở hữu	1,218,177	1,214,125	4,052	0%
3	Tổng nợ/tổng TS (%)	58%	46%	12%	26%
4	Tổng nợ/VCSH (%)	136%	84%	52%	61%
5	Thanh toán ngắn hạn (lần)	1.08	1.34	-0.25	-19%
6	Thanh toán nhanh	1.08	1.33	-0.25	-19%

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

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

Năm 2024 khép lại với những thành tựu rực rỡ, đánh dấu một bước tiến ngoạn mục của TTC Hospitality trên hành trình chinh phục thị trường khách sạn và dịch vụ du lịch quốc tế. Bằng sự nỗ lực không ngừng nghỉ, cùng tầm nhìn chiến lược và sự đổi mới sáng tạo, Công ty đã gặt hái được những kết quả vượt trội, củng cố vững chắc vị thế dẫn đầu và khẳng định đẳng cấp của một thương hiệu khách sạn quốc tế. Những thành tựu này không chỉ là minh chứng cho sự cống hiến và chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên, mà còn là lời khẳng định cho cam kết mạnh mẽ của TTC Hospitality trong việc mang đến những trải nghiệm đẳng cấp và khác biệt cho khách hàng và đối tác.

**Chiến lược kinh doanh đột phá: Tăng cường gắn kết, mở rộng thị trường toàn cầu**

TTC Hospitality đã triển khai một chiến lược kinh doanh toàn diện, tập trung vào việc tăng cường gắn kết với khách hàng hiện tại và mở rộng thị trường toàn cầu. Trong năm 2024, Công ty đã triển khai hàng loạt chính sách tri ân khách hàng, bao gồm việc phát hành hơn 7.000 voucher dành riêng cho cán bộ nhân viên tập đoàn và các công ty trong hệ sinh thái TTC, đồng thời trao tặng hơn 200 thẻ TTC Platinum cho khách hàng VIP và bán hơn 500 thẻ TTC Plus cho khách hàng phổ thông.

Theo số liệu thống kê, tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ của Công ty tăng hơn 10% so với năm 2023, cho thấy hiệu quả của các chính sách tri ân và chăm sóc khách hàng.

Bên cạnh đó, TTC Hospitality cũng đẩy mạnh hoạt động xúc tiến và khảo sát, mời các hãng lữ hành quốc tế đến tham quan và trải nghiệm dịch vụ tại các địa điểm chiến lược như Ninh Thuận, TTC Đà Lạt và Huế, mở rộng thị trường quốc tế và tiếp cận nhiều khách hàng tiềm năng từ khắp nơi trên thế giới..

**Khu vui chơi: Đa dạng hóa trải nghiệm, nâng tầm dịch vụ giải trí**

Trong lĩnh vực khu vui chơi, TTC Hospitality đã không ngừng nỗ lực để đa dạng hóa trải nghiệm và nâng tầm dịch vụ giải trí. Công ty đã áp dụng chính sách giá linh hoạt, bao gồm ưu đãi thanh toán trước và chương trình ký quỹ thành công với các công ty, nhằm đảm bảo nguồn thu ổn định và khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ. Đồng thời, Công ty cũng triển khai

các chương trình ưu đãi theo sự kiện độc đáo và hấp dẫn, như Du xuân như ý, Rước lộc về nhà, Yêu thương cảm nhận, và Ưu đãi quốc tế phụ nữ 8/3, thu hút đông đảo khách hàng và tạo không khí lễ hội sôi động.

Đặc biệt, việc đầu tư vào các công nghệ giải trí tiên tiến và các trò chơi tương tác đã mang đến những trải nghiệm mới lạ và hấp dẫn cho khách hàng. Theo khảo sát khách hàng, mức độ hài lòng về các dịch vụ giải trí của Công ty đạt 95%, tăng 5% so với năm 2023. Việc mở rộng kênh bán hàng online qua Vnpay, Momo, Urbox, và thực hiện telesales đã giúp Công ty tiếp cận nhiều khách hàng mới từ các kênh phân phối đa dạng, tối ưu hóa doanh thu và nâng cao hiệu quả hoạt động.

**Trung tâm hội nghị/nhà hàng/ẩm thực:** Nâng tầm dịch vụ, kiến tạo trải nghiệm ẩm thực tinh tế

TTC Hospitality đã không ngừng nỗ lực để nâng tầm dịch vụ và kiến tạo những trải nghiệm ẩm thực tinh tế tại các trung tâm hội nghị, nhà hàng và khu ẩm thực của mình. Công ty đã đa dạng hóa sản phẩm, cung cấp các lựa chọn phong phú và sáng tạo, như buffet đồng giá, ưu đãi tất niên, tân niên, đáp ứng nhu cầu đa dạng và khẩu vị tinh tế của khách hàng. Các chương trình khuyến mãi linh hoạt cho hội nghị, sinh nhật cũng được triển khai, tăng cường sự gắn kết và thu hút khách hàng mới.

Với những đầu bếp tay nghề cao và việc luôn sử dụng nguyên liệu địa phương tươi ngon đã giúp hệ thống nhà hàng / trung tâm hội nghị của TTC Hospitality mang đến cho khách hàng những món ăn độc đáo và mang đậm bản sắc văn hóa Việt Nam. Công ty đã hoàn tất hệ thống hóa phần mềm hỗ trợ khách sạn, giúp kinh doanh linh động giá bán và tối ưu hóa quy trình quản lý, nâng cao hiệu quả hoạt động và chất lượng dịch vụ. Việc phát triển các kênh phân phối trực tiếp mới như Urbox, GrabFood, Baemin, Klook cũng giúp mở rộng thị trường và tăng cường sự hiện diện của thương hiệu, mang đến những trải nghiệm ẩm thực đẳng cấp và thuận tiện cho khách hàng.

**Tiếp thị và truyền thông:** Xây dựng thương hiệu đẳng cấp, lan tỏa giá trị

Năm 2024 chứng kiến sự thành công của hàng loạt sự kiện do TTC Hospitality tổ chức và phối hợp tổ chức, bao gồm Hội nghị tổng kết, Tiệc tri ân khách hàng, Famtrip khu vực Bình Thuận, Giải chạy Dalat Ultra Trail. Những sự kiện này không chỉ tạo dấu ấn mạnh mẽ và tăng cường mối quan hệ với khách hàng và đối tác, mà còn là nền tảng để Công ty lan tỏa những giá trị cốt lõi và xây dựng thương hiệu đẳng cấp trên thị trường quốc tế.

TTC Hospitality cũng đẩy mạnh các hoạt động truyền thông đa kênh, tận dụng sức mạnh của các nền tảng kỹ thuật số và mạng xã hội, để giới thiệu những sản phẩm và dịch vụ độc đáo, cũng như những giá trị văn hóa và bản sắc địa phương, đến với khách hàng trên toàn thế giới.

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

**Nâng tầm chất lượng dịch vụ, khẳng định vị thế thương hiệu**

Chất lượng dịch vụ luôn là ưu tiên hàng đầu của thương hiệu TTC Hospitality. Trong năm 2024, Công ty đã tập trung vào việc hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ, nhằm mang đến những trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng và đối tác. Việc triển khai các giải pháp đồng bộ, từ xây dựng tiêu chuẩn vận hành đến tăng cường đào tạo và kiểm soát chất lượng, đã góp phần củng cố vị thế của TTC Hospitality trên thị trường khách sạn và dịch vụ du lịch. Báo cáo thường niên năm 2024 sẽ đi sâu vào những thành tựu nổi bật trong công tác quản lý và phát triển chất lượng dịch vụ, đồng thời đánh giá những thách thức và đề ra các giải pháp cải thiện trong tương lai. Để đảm bảo tính bền vững của các hoạt động này, TTC Hospitality đã đầu tư vào các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, đồng thời xây dựng một văn hóa doanh nghiệp đặt khách hàng làm trung tâm

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

**Báo cáo Dự Án:** Kiến tạo không gian, nâng tầm trải nghiệm

Năm 2024 ghi nhận sự tiến triển vượt bậc trong công tác dự án của TTC Hospitality, với hàng loạt công trình được hoàn thiện và triển khai, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và khẳng định vị thế của doanh nghiệp trên thị trường. Từ việc cải tạo những khu vực hiện hữu đến xây dựng các công trình mới, TTC Hospitality đã minh chứng năng lực và sự chuyên nghiệp trong việc điều hành và triển khai các dự án. Và để bảo đảm sự thành công của các công trình, TTC Hospitality đã chú trọng vào việc gây dựng đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm, vận dụng các công nghệ tân tiến và tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng khắt khe.

#### **Hoàn thiện và cải tạo: Nâng cao chất lượng dịch vụ**

TTC Hospitality đã kết thúc thi công và bàn giao vận hành dự án chính trang, tu bổ khu A Mekong vào ngày 09/02/2024, đem đến một diện mạo mới và nâng cao trải nghiệm cho khách tham quan. Công trình cải tạo khu vui chơi nước Ninh Thuận cũng đã hoàn tất và đưa vào hoạt động chính thức từ ngày 13/06/2024, góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch và giải trí. Những dự án này không chỉ biểu thị sự chuyên nghiệp và cam kết của doanh nghiệp đối với khách hàng, mà còn khẳng định năng lực và sự sáng tạo trong việc phát triển các sản phẩm dịch vụ mới.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng đã hoàn thành kiểm tra và báo cáo nhận xét các phát sinh còn lại của Đại Tín công trình Dốc Lết vào ngày 24/04/2024, đồng thời chuyển Phòng Mua hàng đàm phán để Chủ đầu tư ký phụ lục hợp đồng và quyết toán gói thầu. Việc này không chỉ giúp bảo đảm tiến độ và chất lượng công trình, mà còn tạo ra sự minh bạch và tin tưởng từ phía các đối tác. TTC Hospitality cũng đã hoàn tất tu bổ hệ thống điều hòa không khí cho các tầng của Khách sạn TTC Cần Thơ và tiếp tục thi công các tầng còn lại của Khách sạn TTC Phan Thiết, nhằm đem đến môi trường thoải mái và tiện nghi cho khách hàng.

#### **Xây dựng và phát triển: Mở rộng không gian, kiến tạo giá trị**

Công trình thi công xây dựng phần kết cấu và phần hoàn thiện mặt ngoài Nhà kinh doanh công trình đôi Thống Nhất đã được nghiệm thu và bàn giao vào ngày 04/11/2024. TTC Hospitality đã phối hợp hoàn chỉnh báo cáo DTM và điều chỉnh quy hoạch 1/500 cho công trình này, góp phần nâng cao uy tín và vị thế của doanh nghiệp trên thị trường bất động sản. Sự hoàn tất đúng tiến độ và chất lượng của công trình này đã chứng minh năng lực và sự chuyên nghiệp của doanh nghiệp trong việc triển khai các công trình quy mô lớn.

TTC Hospitality cũng đã hoàn tất công tác hỗ trợ các Chủ đầu tư tổ chức khảo sát, lập hồ sơ mời chào giá, tư vấn lựa chọn Nhà thầu, ký hợp đồng thiết kế và triển khai thiết kế các công trình như Đường trượt Zipline Thung lũng tình yêu, Cải tạo Khách sạn TTC Cần Thơ, và Cải tạo Khách sạn TTC Phan Thiết. Sự chuyên nghiệp và tận tâm của các Ban Quản lý dự án đã giúp các công trình này được triển khai một cách hiệu quả và đúng tiến độ. Đồng thời, để nâng cao tính chuyên nghiệp và minh bạch trong các hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp đã hoàn thiện và chuẩn hóa form mẫu hợp đồng Tư vấn thiết kế, Thi công, Thiết kế & Thi công, tạo ra sự thuận tiện và tin tưởng cho Chủ đầu tư, các đối tác và khách hàng.

#### **4. Công tác Nhân sự**

Trong bối cảnh khó khăn của nền kinh tế, TTC Hospitality đã chủ động rà soát nhân sự, kiểm soát chi phí nhân sự ở mức 31% Doanh thu nhằm tối ưu hiệu quả vận hành. Tuy nhiên tình hình nhân sự gặp nhiều thách thức khi tỷ lệ nghỉ việc gần 35% (hơn 470 nhân sự) ảnh hưởng nhiều đến sự ổn định và phát triển của TTC Hospitality. Để khắc phục tình trạng này TTC Hospitality đã chủ động tuyển dụng gần 360 nhân sự mới bù đắp phần nào lượng nhân sự nghỉ việc đồng thời nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đảm bảo nhu cầu phát triển trong tương lai.

Trong năm 2024, TTC Hospitality đã tổ chức gần 7,500 giờ đào tạo nghiệp vụ nội bộ nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân sự. Bên cạnh đó TTC Hospitality cũng đã tổ chức 15 chương trình đào tạo kỹ năng cho CBNV các khu vực và thời tổ chức 04 cuộc thi Tìm hiểu bản lập quy và SOP để nâng cao nhận thức và tính tuân thủ trong công tác vận hành.

Và để chuẩn bị nguồn lực ổn định và phát triển trong tương lai, TTC Hospitality đã quy hoạch 116 nhân sự kế thừa đồng thời xây dựng Khung năng lực; Tiêu lệnh chức danh nhằm

đảm bảo CBNV đều nắm bắt tiêu chuẩn cần thiết của từng vị trí từ đó triển khai đánh giá năng lực, xây dựng các Chương trình đào tạo, phát triển nhân viên. Những nỗ lực này nhằm mục tiêu phát triển bền vững thông qua việc tối ưu hóa nguồn nhân lực..

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

Năm 2024, TTC Hospitality đã triển khai các giải pháp tiết giảm chi phí hành chính đạt 97% kế hoạch đồng thời tiến hành rà soát, điều chỉnh định mức chi phí hành chính đảm bảo các nguồn lực được sử dụng hợp lý nhất. Bên cạnh đó, TTC Hospitality đã khai thác lấp đầy 98% mặt bằng trống nhằm tối ưu doanh thu và không gian làm việc.

Định kỳ 6 tháng, TTC Hospitality thực hiện việc kiểm kê tài sản – công cụ dụng cụ và tổ chức thanh lý, điều chuyển nội bộ các tài sản – công cụ dụng cụ không còn nhu cầu sử dụng sau kiểm kê nhằm nâng cao tính minh bạch và hiệu quả trong công tác quản lý tài sản.

Hàng quý, TTC Hospitality tổ chức đánh giá cơ sở vật chất, công tác bảo trì, bảo dưỡng tài sản – công cụ dụng cụ định kỳ nhằm đảm bảo cơ sở vật chất luôn trong tình trạng sẵn sàng phục vụ. Bên cạnh đó, TTC Hospitality tổ chức diễn tập phòng cháy chữa cháy (PCCC) đồng thời cử nhân viên bảo vệ tham gia các khóa đào tạo, tập huấn đảm bảo có đầy đủ chứng chỉ PCCC nhằm đảm bảo an toàn công tác PCCC.

Hàng tháng, TTC Hospitality triển khai thực hiện các chuyên đề chấn chỉnh nhằm cải thiện hoạt động hành chính, đảm bảo công tác vận hành.

## **6. 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 2024 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 2024, dự phóng liên tục các kịch bản đề 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 2024 – 2030 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 2024 và các năm tiếp theo trên cơ sở benchmark Ngành để làm việc với nhà đầu tư nước ngoài và ngân hàng.

## **7. Công tác Pháp chế**

Năm 2024, Phòng Pháp chế đã có những đóng góp tích cực khi rà soát, hiệu chỉnh, ban hành mới các VBLQ nhằm nâng cao tính khả thi, phù hợp tình hình thực tiễn. Chủ động 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 đầy nhanh trong công tác hoàn thiện pháp lý các dự án. Phòng Pháp chế đã hoàn tất xây dựng hệ thống phân công phân quyền của Tổng công ty theo định hướng và chủ trương Ban lãnh đạo. Đồng thời, thực hiện tư vấn pháp lý liên quan đến các dự án của công ty đảm bảo phù hợp quy định của pháp luật. Phòng Pháp chế đã tiến hành rà soát, thẩm định các hợp đồng, văn bản theo đề xuất của Đơn vị. Tham vấn, lập báo cáo pháp lý cho ban lãnh đạo với các nội dung liên quan đến việc ký kết và thực hiện hợp đồng đất đai, quản trị, lao động

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

Công tác chuyển đổi số luôn là mục tiêu trọng tâm của TTC Hospitality kể từ sau đại dịch COVID-19. Trong bối cảnh kinh tế còn nhiều thách thức, việc kiểm soát chi phí đầu tư nhưng

vẫn đảm bảo hoàn thành chiến lược và tối ưu hóa vận hành là ưu tiên hàng đầu. Với mục tiêu đó, phòng Công nghệ thông tin (CNTT) đã từng bước kiện toàn các nội dung khác nhau, từ làm sạch hệ thống dữ liệu, chuẩn hóa hệ thống back office, đến triển khai các giải pháp công nghệ tiên tiến, nhằm tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của Công ty.

Công tác xây dựng giải pháp phục vụ kinh doanh và quản trị doanh nghiệp

Trong năm 2024, TTC Hospitality đã hoàn thành việc chuẩn hóa phân hệ Front Office của hệ thống Property Management System (PMS), giúp nâng cao hiệu quả quản lý và vận hành khách sạn. Theo số liệu thống kê, việc chuẩn hóa này đã giúp giảm 20% thời gian check-in và check-out của khách hàng, đồng thời đảm bảo sự chính xác của dữ liệu đầu vào hơn 95%. Dự án Data Warehouse giai đoạn đầu cũng đã được triển khai thành công, xây dựng nền tảng để hoàn thành mục tiêu tự động hóa các nhóm báo cáo kinh doanh, vận hành và tài chính trong những năm tiếp theo. Việc tự động hóa này đã giúp tiết kiệm 30% thời gian lập báo cáo và giảm 10% sai sót so với phương pháp thủ công – chưa kể đến cơ hội để tinh gọn bộ máy xử lý dữ liệu...

Bên cạnh đó, Công ty cũng đã phát triển phần mềm Voucher bằng nguồn lực nội bộ, giúp quản lý và phát hành voucher một cách hiệu quả. Phần mềm này đã giúp việc quản lý voucher được thực hiện chặt chẽ hơn so với năm 2023, đồng thời mang lại sự tiện lợi cho các phòng ban như CNTT, kinh doanh, kế toán khi sử dụng dịch vụ. Việc tích hợp thành công phần mềm Ezcloud và Gihotech cũng đã giúp đồng bộ hóa dữ liệu và nâng cao hiệu quả quản lý và vận hành khách sạn, giảm 15% thời gian xử lý yêu cầu của khách hàng.

## **KẾT LUẬN**

Trên đây là kết quả tình hình kinh doanh của Công ty trong năm 2024 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**

**NGUYỄN QUỐC VIỆT**



# **BÁO CÁO**

## **KẾT QUẢ ĐỊNH HƯỚNG VÀ HOẠT ĐỘNG TRONG NĂM 2025**

### **I. DỰ BÁO TÌNH HÌNH VĨ MÔ VÀ NGÀNH DU LỊCH NĂM 2025**

#### **1. Kinh tế Thế giới**

Dự báo tăng trưởng GDP toàn cầu 2025, OECD lạc quan hàng đầu với mức 3,3%, tiếp đến là IMF với 3,2%. Thận trọng hơn, Morgan Stanley và Goldman Sachs đưa ra dự báo lần lượt là 3% và 2,7%. Triển vọng khác nhau đáng kể giữa các khu vực.

Goldman Sachs cho rằng nền kinh tế lớn nhất thế giới mở rộng nhanh hơn các nước phát triển khác trong năm thứ 3 liên tiếp, đạt 2,5%. OECD cho rằng con số này có thể đạt đến 2,4%. Kinh tế Châu Âu dự báo chỉ tăng 1,3%, Nhật Bản 1,5%, Trung Quốc 4,7%, theo OECD. Tuy nhiên, "biến số" còn phụ thuộc vào Mỹ

Lạm phát ở các quốc gia OECD dự kiến sẽ giảm thêm, từ 5,4% trong năm 2024 xuống 3,8% trong năm 2025 nhờ vào chính sách tiền tệ vẫn duy trì tính thắt chặt. Tại Mỹ, lạm phát có thể phục hồi vào cuối 2025 do giá cả và chi phí lao động tăng cao bởi chính sách thuế quan và nhập cư mới của ông Trump. Tại khu vực đồng euro và Anh, lạm phát sẽ giảm dần đều.

Ở châu Á, Nhật Bản - nơi giảm phát là vấn đề kinh tế trong nhiều thập kỷ, Ngân hàng Trung ương (BOJ) đã điều chỉnh dự báo lạm phát cho năm tài chính 2025 từ 2,1% xuống 1,9%. Trong khi đó, Trung Quốc vẫn tiếp tục cuộc chiến chống giảm phát. Các nhà kinh tế của Morgan Stanley dự đoán lạm phát ở nước này khó phục hồi lên mức dương khi nguồn cung dư thừa tái xuất hiện do gián đoạn thương mại.

Theo Kinh tế trưởng Goldman Sachs Research Jan Hatzius, một lý do chính khiến mọi người lạc quan về tăng trưởng toàn cầu là lạm phát giảm nhiều hai năm qua, gián tiếp hỗ trợ các ngân hàng trung ương bình thường hóa chính sách tiền tệ.

Tuy nhiên, các ngân hàng trung ương có thể thực hiện các hành động khác nhau do tình hình đặc thù. Việc nới lỏng của Fed sẽ bị trì hoãn vào giữa năm 2025, trong khi Ngân hàng Trung ương Châu Âu và Ngân hàng Anh có thể tiếp tục cắt giảm. Ngân hàng Nhật Bản sẽ tăng lãi suất hai lần vào 2025, theo Morgan Stanley.....

#### **2. Kinh tế Việt Nam**

Thủ tướng Chính phủ đã giao nhiệm vụ cho Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì, phối hợp các cơ quan liên quan rà soát, xây dựng kịch bản tăng trưởng GDP cả năm 2025 phân đầu ở mức hai con số và đề xuất các nhiệm vụ, giải pháp cụ thể, đột phá, khả thi, hiệu quả để thực hiện thành công mục tiêu này. Các chỉ tiêu kinh tế-xã hội chủ yếu năm 2025:

- Tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước (GDP) khoảng 6,5-7% và phân đầu khoảng 7-7,5%.
- GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4.900 USD.
- Tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP đạt khoảng 24,1%.
- Tốc độ tăng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân khoảng 4,5%.
- Tốc độ tăng năng suất lao động xã hội bình quân khoảng 5,3-5,4%.
- Tỷ trọng lao động nông nghiệp trong tổng lao động xã hội đạt 25-26%.
- Tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt khoảng 70%, trong đó có bằng, chứng chỉ đạt khoảng 29-29,5%.
- Tỷ lệ thất nghiệp ở khu vực thành thị dưới 4%.
- Tỷ lệ hộ nghèo (theo chuẩn nghèo đa chiều) giảm khoảng 0,8-1%.

- Số bác sĩ trên 10.000 dân đạt khoảng 15 bác sĩ.
- Số giường bệnh trên 10.000 dân đạt 34,5 giường bệnh.
- Tỷ lệ tham gia bảo hiểm y tế đạt 95,15%.
- Tỷ lệ số xã đạt chuẩn nông thôn mới khoảng 80,5-81,5%.
- Tỷ lệ thu gom và xử lý chất thải rắn sinh hoạt đô thị bảo đảm tiêu chuẩn, quy chuẩn đạt 95%.
- Tỷ lệ khu công nghiệp, khu chế xuất đang hoạt động có hệ thống xử lý nước thải tập trung đạt tiêu chuẩn môi trường đạt 92%

### **3. Du lịch thế giới năm 2025**

Theo báo cáo xu hướng du lịch của Trang web du lịch Booking.com và Hãng dịch vụ du lịch trực tuyến Expedia, xu hướng du lịch có sự thay đổi lớn khi du khách dần từ bỏ những chuyến đi xa hoa, các điểm nóng du lịch toàn cầu và hướng đến kỳ nghỉ ở những nơi ít ai biết đến, so với việc chi tiêu mạnh tay đến những nơi nổi tiếng như Bali, Rome, London, Paris ở những năm sau đại dịch. 63% trong 25.000 du khách được hỏi từ 19 quốc gia cho biết sẽ đến một nơi ít đông đúc trong chuyến đi tiếp theo. Số lượng tìm kiếm các chuyến bay trên Expedia từ 1/9/2023 đến 31/8/2024 cho thấy top 10 điểm đến du khách ngày càng quan tâm thuộc về các nơi ít người biết như Reims, Brescia, Cozumel hay Waikato.

Một lý do khác khiến khách lựa chọn các điểm đến ít đông đúc hơn, theo Giám đốc thương mại của Expedia Greg Schulze, là những nơi này rẻ hơn, thư giãn hơn. Dịch vụ du lịch đã tăng giá những năm gần đây. Những điểm đến thay thế nơi nổi tiếng sẽ giúp họ có được trải nghiệm tương tự nhưng tuyệt vời hơn và ít tiền hơn. Các KOLs du lịch (những người có ảnh hưởng trên mạng) cũng bắt đầu quan tâm đến địa điểm mới, thay vì review những nơi đã cũ.

Báo cáo từ Booking công bố hôm 16/10 chỉ ra năm 2025 du khách sẽ có "những nhu cầu ngày càng tăng về trải nghiệm khác lạ, đích thực". Khảo sát này được ứng dụng đặt phòng có trụ sở ở Hà Lan thực hiện với gần 28.000 người, đến từ 33 quốc gia và vùng lãnh thổ. 67% người được hỏi cho biết sẽ chọn các điểm ít đông đúc.

10 điểm đến thịnh hành được khách của Booking lựa chọn cho năm sau gồm Tam Á, Trung Quốc; Trieste, Italy; Joao Pessoa, Brazil; Tromsø, Na Uy; Willemstad, Curaçao; Tignes, Pháp; San Pedro de Atacama, Chile; Naha và Okinawa, Nhật Bản; Villajoyosa, Tây Ban Nha; Houston, Mỹ.

### **4. Du lịch Việt Nam năm 2024**

Năm 2025 được xác định là năm du lịch Việt Nam tăng tốc, bứt phá, tháo gỡ khó khăn, vượt qua thách thức, tạo tiền đề, nền tảng vững chắc để góp phần cùng đất nước bước vào kỷ nguyên mới. Ngành du lịch hướng đến đón 22 - 23 triệu lượt khách quốc tế, 120 - 130 triệu lượt khách nội địa, đạt doanh thu từ 980.000 tỷ đồng đến 1,05 triệu tỷ đồng và tạo 5,5 triệu việc làm.

Đến năm 2030, ngành du lịch phấn đấu trở thành kinh tế mũi nhọn, đón 35 triệu lượt khách quốc tế, 160 triệu lượt khách nội địa

Để đạt được mục tiêu này, theo các chuyên gia, du lịch Việt Nam cần tiếp tục khơi thông nhiều điểm nghẽn và có những chính sách quyết liệt, đột phá hơn nữa.

Liên quan chính sách visa, chính sách visa của Việt Nam tiến bộ, nhưng chưa đột phá. Trong khi đó, “đổi thủ” của du lịch Việt Nam là Thái Lan đã miễn visa 2 - 3 lần, lại miễn visa hoàn toàn cho các thị trường trọng điểm như Trung Quốc, Ấn Độ, mở rộng thị trường được miễn visa và liên tục tung ra các chính sách ưu đãi..., nên khách tăng trưởng vượt trội. Đơn cử, nhờ các biện pháp miễn thị thực và cho phép lưu trú lên tới 60 ngày, có hiệu lực từ ngày 15/7/2024, cũng như hợp tác với các hãng hàng không mở đường bay, Thái Lan đã đón 2 triệu lượt khách Ấn Độ trong năm 2024, gấp khoảng 4 lần lượng khách Ấn Độ tới Việt Nam.

Ngoài chính sách thị thực, hạ tầng du lịch của Việt Nam còn nhiều hạn chế khi các sân bay như Tân Sơn Nhất, Nội Bài... đều quá tải, khách phải xếp hàng chờ cả tiếng để làm thủ tục. Việc mở đường bay trực tiếp đến Đà Nẵng, Quảng Nam, Khánh Hòa... giúp lượng khách trải đều ra các vùng miền, nhưng với các “hub” (điểm đến tích hợp các yếu tố nghỉ dưỡng - du lịch - giải trí phức hợp) thì vẫn tắc nghẽn

Ngoài ra, để phát triển du lịch Việt Nam nhanh và bền vững, cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch quốc gia, trong đó đánh giá thị trường khách, quy hoạch phát triển sản phẩm du lịch cho từng thị trường mục tiêu, sau đó mới xây dựng các chiến lược quảng bá điểm đến, sản phẩm du lịch.

Để đạt được mục tiêu tăng trưởng thị trường quốc tế, ngành du lịch Việt Nam sẽ lựa chọn thị trường theo các tiêu chí: thị trường được miễn thị thực nhập cảnh; có kết nối đường bay thuận lợi; có tiềm năng, khả năng tăng trưởng cao, đồng thời, phối hợp với các bên liên quan để tháo gỡ những nút thắt về thể chế phát triển, những điểm nghẽn trong đầu tư phát triển du lịch.

Ngành du lịch cũng sẽ tập trung khai thác, mở rộng nhiều thị trường trọng điểm và tiềm năng; xây dựng nhiều sản phẩm mới chất lượng cao như du lịch hội nghị (MICE), du lịch golf...; đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong công tác quản lý, xây dựng sản phẩm để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam.

## **II. MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2025**

Nhằm đạt được các mục tiêu trong năm 2025 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 2025:**

#### **➤ Báo cáo riêng**

- Doanh thu thuần : 300 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế : 17 tỷ đồng

#### **➤ Báo cáo hợp nhất**

- Doanh thu thuần : 720 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế : 25 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, 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 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 2025**

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

Tiếp cận công ty du lịch và Top accounts trong nước: Đẩy mạnh việc tiếp cận các công ty du lịch chủ chốt và Top accounts trong nước Mở rộng các thị trường TA nội địa mới (chiếm 11%), TA inbound mới (5%) và khai thác các TA chưa hoạt động hiệu quả (5%).

Mở rộng mạng lưới hợp tác với các hãng hàng không quốc tế và đối tác chiến lược: Kết nối với các hãng hàng không quốc tế có văn phòng tại Việt Nam để giới thiệu gói sản phẩm tại khách sạn của hệ thống, đặc biệt là các nhóm khách charter. Đồng thời, tích cực làm việc với các đối tác đã ký hợp đồng hợp tác chiến lược để duy trì và phát triển mối quan hệ.

Tham gia hội chợ quốc tế và tổ chức famtrip: hội chợ quốc tế theo nhiều hình thức khác nhau như VITM Hà Nội, ITE Hồ Chí Minh, ITE Châu Á, ATF, ITB Berlin, ITB Asia, WTM London, Top Resa, MITT,... để mở rộng mạng lưới khách hàng, đặc biệt là các TA phụ trách thị trường khách inbound. Song song đó, Phòng cũng sẽ kết hợp với đơn vị để tổ chức famtrip cho các công ty du lịch đến khảo sát tại các đơn vị trọng điểm như Imperial Huế, Vân Phong Bay, Cần Thơ, Đà Lạt, Phan Thiết nhằm tăng cường hợp tác và quảng bá sản phẩm.

Mở rộng khai thác trường khách corporate thông qua TTC Travel: Phòng Kinh doanh và TTC Travel sẽ tiếp cận thị trường khách corporate thông qua các hiệp hội như câu lạc bộ doanh nhân, hội doanh nhân trẻ, các khu công nghiệp, ngân hàng... nhằm giới thiệu các gói sản phẩm như teambuilding, ưu đãi dành cho cán bộ nhân viên, thẻ/voucher. Khai thác danh sách các công ty trong các hội nhóm doanh nghiệp để mở rộng mạng lưới khách hàng.

Phát triển các sản phẩm đa dạng và đặc thù, Ngoài ra, với chiến lược Linh Động trong năm 2025, đưa ra chính sách giá phòng ưu đãi ngày trong tuần vào mùa thấp điểm để tiếp cận nguồn khách mới như nhóm công nhân, hội cựu chiến binh, hội phụ nữ, trường học, vv... Từng nhóm đối tượng khách hàng khác nhau sẽ có những đặc thù, thói quen, và tính cách khác nhau, vì vậy các sản phẩm cũng sẽ được thiết kế một cách phù hợp; điều này sẽ góp phần đảm bảo công suất phòng và doanh thu trong cả năm

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

Trong năm 2025, TTC Hospitality sẽ tập trung vào việc giảm chi phí năng lượng bằng cách thay thế các đèn không tiết kiệm điện bằng các loại đèn tiết kiệm năng lượng. Công ty sẽ điều chỉnh thời gian tắt mở đèn hợp lý theo kế hoạch đã định, nhằm tránh lãng phí điện năng trong các khoảng thời gian không cần thiết. Việc quản lý giờ sử dụng tải lớn trong các giờ cao điểm sẽ được thực hiện để tối ưu hóa việc sử dụng năng lượng, giảm thiểu chi phí điện năng trong các giờ cao điểm. Ngoài ra, việc bảo trì định kỳ các thiết bị theo kế hoạch đã đề ra sẽ được thực hiện nghiêm túc để đảm bảo hiệu suất hoạt động tối ưu và kéo dài tuổi thọ của thiết bị. TTC Hospitality cũng sẽ cải tạo hệ thống khởi động trực tiếp thành khởi động mềm để giảm năng lượng tiêu thụ khi khởi động các thiết bị lớn. Cuối cùng, công ty sẽ thay thế các vòi nước cảm biến cho tất cả các thiết bị vệ sinh công cộng nhằm tiết kiệm nước và năng lượng, đồng thời nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Để thực hiện chuyển đổi ESG, TTC Hospitality sẽ triển khai các biện pháp giảm thiểu rác thải nhựa bằng cách chuyển đổi các mặt hàng amenities sang vật liệu thân thiện với môi trường. Công ty sẽ hạn chế sử dụng chai nước nhựa trong phòng và thay thế bằng các giải pháp bền vững như bình nước thủy tinh hoặc hệ thống lọc nước tại chỗ. Ngoài ra, TTC Hospitality sẽ khuyến khích khách hàng và nhân viên tham gia vào các chương trình tái chế và giảm thiểu rác thải, nhằm tạo ra một môi trường làm việc và nghỉ dưỡng xanh, sạch và bền vững.

#### **Duy trì chất lượng dịch vụ**

Để duy trì chất lượng dịch vụ, TTC Hospitality sẽ thực hiện kiểm tra định kỳ hàng tuần và kiểm tra đột xuất các công tác về chất lượng dịch vụ như bảo trì, lễ tân, PCCC, và ATVSTP. Các cuộc kiểm tra này sẽ giúp phát hiện kịp thời các vấn đề và đảm bảo rằng các tiêu chuẩn

dịch vụ luôn được tuân thủ. Các trường hợp vi phạm quy định và tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ sẽ được lập biên bản và xử lý nghiêm túc để duy trì kỷ luật và nâng cao chất lượng dịch vụ. Công ty cũng sẽ áp dụng công nghệ giám sát như camera an ninh và hệ thống quản lý chất lượng để theo dõi và đánh giá chất lượng dịch vụ liên tục, giúp phát hiện và khắc phục kịp thời các vấn đề. Đồng thời, TTC Hospitality sẽ khuyến khích khách hàng cung cấp phản hồi ngay sau khi sử dụng dịch vụ thông qua các công cụ khảo sát trực tuyến hoặc hộp thư góp ý. Việc thu thập ý kiến khách hàng sẽ giúp công ty hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, từ đó cải thiện dịch vụ một cách hiệu quả.

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

Cùng với định hướng phát triển những mô hình sản phẩm mới và tiếp tục triển khai các dự án trọng tâm trong thời gian tới, công tác phát triển sản phẩm và đầu tư dự án cũng được TTC Hospitality đặc biệt chú trọng.

Một trong những trọng tâm đầu tiên là tăng cường đào tạo cho nhân sự cơ hữu nhằm nâng cao năng lực đa năng và đa nhiệm cũng như chuyên môn. Đồng thời xây dựng các quy trình làm việc của bộ phận phát triển dự án và liên kết chặt chẽ với các phòng ban chuyên môn liên quan nhằm đảm bảo triển khai hiệu quả công việc.

Bên cạnh đó, TTC Hospitality cũng sẵn sàng triển khai một loạt các hoạt động cho giai đoạn tiếp theo của các dự án. Cụ thể, bộ phận phát triển dự án hỗ trợ ban quản lý dự án và đơn vị chủ đầu tư để hoàn thành phần sửa chữa khu A và đưa khu vui chơi tầng 1 vào khai thác trước Tết âm lịch của dự án Khu nghỉ dưỡng Mekong; đặt ra mục tiêu hoàn thành phân kỳ đầu tư 04 căn villa của phần lưu trú khu B vào tháng 6/2024, đảm bảo tuân thủ thời gian của giấy chứng nhận đầu tư.

Ngoài ra, bộ phận phát triển dự án cũng tham gia vào quá trình góp ý và phối hợp trong công tác thiết kế ý tưởng concept cho các dự án đang ở giai đoạn nghiên cứu phân tích hiệu quả đầu tư. Các dự án này bao gồm khu vui chơi Dốc Lết (giai đoạn 2), cải tạo TTC Hotel - Ngọc Lan, cải tạo khu vui chơi nước tại TTC Resort - Ninh Thuận, cải tạo TTC Hotel - Cần Thơ và TTC Hotel - Phan Thiết. Đặc biệt, bộ phận phát triển dự án cũng cam kết tiếp tục đóng góp ý kiến và nỗ lực phối hợp để đảm bảo thành công của những dự án này và tạo ra giá trị bền vững cho Ngành.

### **4. Công tác Nhân sự**

Năm 2025, TTC Hospitality triển khai đồng bộ các giải pháp kiểm soát chi phí hành chính để đảm bảo công tác vận hành hiệu quả và tối ưu hóa doanh thu thông qua việc tập trung khai thác và lấp đầy các mặt bằng trống.

TTC Hospitality tổ chức các chương trình, sự kiện, hoạt động cộng đồng nhằm tăng cường gắn kết CBNV, thúc đẩy sự phát triển bền vững cũng như tiếp tục triển khai công tác chấn chỉnh hoạt động đảm bảo công tác vận hành hiệu quả, đúng quy định.

Bên cạnh đó, TTC Hospitality sẽ thường xuyên tổ chức các đợt kiểm tra, đánh giá tài sản cũng như công tác bảo trì, bảo dưỡng để đảm bảo tài sản luôn trong tình trạng tốt nhất.

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

Năm 2025, TTC Hospitality sẽ tập trung thực hiện nhiều giải pháp quan trọng nhằm tối ưu bộ máy nhân sự, nâng cao năng suất lao động thông qua việc rà soát, đổi mới và tinh gọn bộ máy. Song song đó xây chính sách lương - thưởng kinh doanh nhằm khuyến khích kinh doanh, góp phần gia tăng doanh thu.

Đối với công tác tuyển dụng, TTC Hospitality xây dựng chuẩn hóa công cụ tuyển dụng, đảm bảo tuyển đúng người, đúng vị trí đồng thời phối hợp với các trường đại học tổ chức giao lưu, tư vấn nghề nghiệp, tạo nguồn ứng viên tiềm năng.

Đối với công tác đào tạo, TTC Hospitality tập trung quy hoạch đội ngũ Giảng viên nội bộ để triển khai các chương trình đào tạo SOP, tổ chức đào tạo chéo để nâng cao kiến thức, tay

nghe cho đội ngũ CBNV. Bên cạnh đó TTC Hospitality cũng chú trọng tổ chức các khóa đào tạo bổ sung kỹ năng cho CBNV đảm bảo đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ.

Ngoài ra, TTC Hospitality thường xuyên giám sát và cải tiến hoạt động thông qua việc triển khai các Chương trình chấn chỉnh, Chương trình lưu động, tổ chức các cuộc thi kiểm tra kiến thức, chuẩn hóa nghiệp vụ CBNV cũng như xây dựng các chương trình thi đua nhằm tăng năng suất và hiệu quả công việc.

Tiếp đến TTC Hospitality chú trọng công tác quy hoạch và đào tạo đội ngũ nhân sự kế thừa nhằm đảm bảo nguồn nhân sự ổn định có khả năng tiếp quản những vị trí trọng yếu khi cần thiết, không những giảm thiểu rủi ro thiếu hụt nhân sự quản lý mà còn tạo điều kiện cho CBNV gắn bó và phát triển lâu dài, bền vững với tổ chức

Và cuối cùng, TTC Hospitality thực hiện rà soát và hoàn thiện Bộ tiêu chuẩn năng lực nhằm đánh giá và xây dựng lộ trình phát triển cho CBNV nhằm cải thiện hiệu suất làm việc cũng như thúc đẩy nhân viên phát triển.

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

Tập trung tái cấu trúc Báo cáo tài chính, thu hồi và xử lý công nợ nội bộ. Đảm bảo cung cấp thông tin Báo cáo tài chính cho cơ quan ban ngành đúng quy định

Tiếp tục tinh gọn bộ máy nhân sự thông qua tinh gọn quy trình, phối hợp CNTT đưa các giải pháp tự động hoá, hạn chế rủi ro trong quản lý vận hành

Thực hiện việc chuyển đổi BCTC theo tiêu chuẩn IFRS theo đúng lộ trình đã đề ra

Phối hợp với Phòng Kinh doanh đưa ra các giải pháp bán hàng để thúc đẩy doanh thu đảm bảo thanh khoản Ngành. Kiểm soát chi phí hoạt động của Ngành

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.

## **7. Công tác Pháp chế**

Trong năm 2024, Phòng Pháp chế tiếp tục đẩy mạnh việc hợp tác cùng các đơn vị khác nhằm kiểm tra, đôn đốc, hướng dẫn và giải quyết các vấn đề pháp lý phát sinh, nhất là trong việc mở rộng đầu tư. Phòng cũng thường xuyên tham vấn ý kiến cho Ban Lãnh đạo, từ Tổng công ty đến các Công ty con nhằm hỗ trợ trong quản lý doanh nghiệp và giải quyết các vấn đề pháp lý liên quan đến mở rộng đầu tư.

Song song đó, Phòng cũng chịu trách nhiệm tư vấn và hỗ trợ đối với các vấn đề pháp lý phát sinh tại các công ty con, công ty thành viên và các chi nhánh; cam kết hoàn tất các công việc còn lại trong kế hoạch mục tiêu năm 2024 và đánh giá pháp lý toàn ngành, đồng thời tham vấn hướng hoàn thiện cho Ban Lãnh đạo, nhằm đảm bảo hoạt động của Ngành được thực hiện một cách hiệu quả và tuân thủ đúng luật pháp.

## **8. Công tác Quản lý hệ thống**

### **Nâng cấp hệ thống PMS và Central BO**

Trong năm 2025, TTC Hospitality sẽ nâng cấp hệ thống PMS hiện tại để đáp ứng nhu cầu phát triển của công ty. Việc nâng cấp các tính năng của hệ thống PMS và kết nối với ERP sẽ là ưu tiên hàng đầu, nhằm đảm bảo cấu trúc dữ liệu của toàn công ty được quản lý một cách hiệu quả. Hệ thống PMS mới sẽ giúp cải thiện quy trình quản lý và vận hành, đồng thời tăng cường khả năng phân tích và báo cáo dữ liệu. Việc nâng cấp này sẽ giúp công ty tối ưu hóa quy trình làm việc, giảm thiểu sai sót và nâng cao hiệu quả hoạt động.

### **Triển khai hệ thống TA Portal và CDP**

TTC Hospitality sẽ triển khai hệ thống TA Portal và CDP để quản lý dữ liệu khách hàng

một cách hiệu quả. Hệ thống này sẽ giúp công ty thu thập, phân tích dữ liệu khách hàng và khai thác tối đa nguồn thu từ các kênh khách như TA. Việc đảm bảo luồng dữ liệu xuyên suốt từ FO đến BO sẽ giúp cải thiện quy trình làm việc và tăng cường khả năng phục vụ khách hàng. Hệ thống TA Portal và CDP sẽ cung cấp các công cụ mạnh mẽ để quản lý và tối ưu hóa dữ liệu khách hàng, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh. Công ty sẽ có thể tạo ra các chiến lược tiếp thị và chăm sóc khách hàng dựa trên dữ liệu, giúp tăng cường sự hài lòng và trung thành của khách hàng.

### **Tự động hóa quy trình**

Tự động hóa quy trình là một yếu tố quan trọng trong chiến lược chuyển đổi số của TTC Hospitality. Công ty sẽ tập trung vào việc tự động hóa công tác xuất báo cáo, nhằm tiết giảm nguồn lực và thời gian. Việc tự động hóa sẽ giúp cải thiện độ chính xác và hiệu quả của các quy trình làm việc, đồng thời giảm thiểu sai sót và tăng cường khả năng phản ứng nhanh chóng với các thay đổi trong môi trường kinh doanh. Tự động hóa cũng sẽ giúp công ty tối ưu hóa nguồn lực, giảm bớt khối lượng công việc thủ công và tập trung vào các hoạt động có giá trị gia tăng cao hơn.

### **Đào tạo tư duy Chuyển Đổi Số**

Đào tạo và truyền thông về tư duy Chuyển Đổi Số sẽ là một phần quan trọng trong chiến lược công nghệ thông tin của TTC Hospitality. Công ty sẽ tổ chức các chương trình đào tạo và truyền thông cho Ban Lãnh đạo và người dùng cuối, nhằm thay đổi tư duy và hỗ trợ quá trình chuyển đổi số. Việc đào tạo sẽ giúp nhân viên hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của chuyển đổi số và cách áp dụng các công nghệ mới vào công việc hàng ngày, từ đó nâng cao hiệu quả làm việc và chất lượng dịch vụ. Công ty cũng sẽ xây dựng các chương trình đào tạo chuyên sâu về các công nghệ mới, giúp nhân viên nắm vững kiến thức và kỹ năng cần thiết để thực hiện các dự án chuyển đổi số.

### **KẾT LUẬN**

Năm 2025 được xác định là năm du lịch Việt Nam tăng tốc, bứt phá, tháo gỡ khó khăn, vượt qua thách thức, tạo tiền đề, nền tảng vững chắc để góp phần cùng đất nước bước vào kỷ nguyên mới. 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 2025 của Ngành, kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp.

**BAN TỔNG GIÁM ĐỐC**

**NGUYỄN QUỐC VIỆT**