CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH THÀNH THÀNH CÔNG	**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**
Số: …/2026/BC-ĐHĐCĐ	*Tp. Hồ Chí Minh, ngày ... tháng ... năm 2026*

DỰ THẢO

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2025 VÀ KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG NĂM 2026 CỦA BAN ĐIỀU HÀNH

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

1. Kinh tế vĩ mô

Kinh tế Thế giới

Năm 2025, kinh tế vĩ mô thế giới tiếp tục duy trì tăng trưởng nhưng với tốc độ chậm hơn và thận trọng hơn so với giai đoạn phục hồi trước đó. Theo IMF, tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2025 được dự báo đạt khoảng 3,0%, trong khi World Bank đưa ra mức 2,7%, cho thấy nền kinh tế thế giới đang bước vào trạng thái tăng trưởng thấp nhưng ổn định hơn. Diễn biến này phản ánh tác động đồng thời của chính sách tiền tệ còn thắt chặt ở nhiều nền kinh tế, bất ổn địa chính trị kéo dài, thương mại toàn cầu tăng chậm và niềm tin đầu tư vẫn chưa phục hồi hoàn toàn. Dù vậy, kinh tế thế giới trong năm 2025 vẫn thể hiện khả năng chống chịu nhất định, đặc biệt tại một số nền kinh tế lớn và nhiều thị trường mới nổi, qua đó góp phần duy trì động lực tăng trưởng chung của toàn cầu.

Về mặt chính sách và các biến số vĩ mô chủ đạo, năm 2025 ghi nhận xu hướng lạm phát tiếp tục hạ nhiệt nhưng vẫn chưa hoàn toàn trở lại mức mục tiêu ở nhiều quốc gia. OECD cho biết lạm phát bình quân khu vực OECD năm 2025 được dự báo ở mức 4,2%, cao hơn ước tính trước đó, cho thấy áp lực giá cả vẫn hiện hữu và quá trình nới lỏng chính sách tiền tệ sẽ diễn ra thận trọng hơn dự kiến. Trong bối cảnh đó, mặt bằng lãi suất toàn cầu dù đã bớt căng thẳng hơn so với giai đoạn cao điểm nhưng vẫn ở mức tương đối cao, tạo áp lực lên chi phí vốn, đầu tư doanh nghiệp, tiêu dùng và khả năng trả nợ của nhiều nền kinh tế. Đồng thời, OECD cũng lưu ý rằng các thay đổi về chính sách thương mại, thuế quan và mức độ bất định chính sách tiếp tục là những yếu tố có thể ảnh hưởng tiêu cực tới tăng trưởng, đầu tư và thương mại quốc tế trong ngắn hạn.

Trong bối cảnh đó, kinh tế vĩ mô thế giới năm 2025 có thể được nhìn nhận là giai đoạn chuyển tiếp từ phục hồi sang tăng trưởng chậm và chọn lọc hơn. Các tổ chức quốc tế đều cho rằng nền kinh tế toàn cầu vẫn duy trì được sự ổn định tương đối, song dư địa tăng trưởng không còn lớn và rủi ro suy giảm vẫn hiện hữu, đặc biệt từ căng thẳng thương mại, biến động tài chính, áp lực nợ công và sự phân hóa giữa các nhóm quốc gia. World Bank nhận định tăng trưởng toàn cầu giai đoạn đến năm 2027 có xu hướng duy trì ở mức thấp nhất trong nhiều thập kỷ, trong khi IMF cho rằng cục diện kinh tế toàn cầu đang được tái định hình trong một môi trường chính sách và thương mại mới. Điều này cho thấy năm 2025 không chỉ là năm kinh tế thế giới tiếp tục tăng trưởng, mà còn là giai đoạn các quốc gia và doanh nghiệp phải thích ứng mạnh mẽ hơn với môi trường vĩ mô nhiều biến động, ưu tiên ổn định tài chính, nâng cao hiệu quả vận hành và củng cố sức chống chịu trong trung và dài hạn.

Kinh tế Việt Nam

Năm 2025, bối cảnh kinh tế vĩ mô Việt Nam nhìn chung tiếp tục duy trì sự ổn định và tăng trưởng tích cực, tạo nền tảng thuận lợi cho các ngành dịch vụ, trong đó có du lịch, lưu trú và ẩm thực. Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới, kinh tế Việt Nam tiếp tục giữ được nhịp tăng

trưởng khả quan trong năm 2025, nhờ sự hỗ trợ từ tiêu dùng trong nước, đầu tư công, dòng vốn đầu tư và hoạt động thương mại. Môi trường vĩ mô ổn định, cùng với nỗ lực điều hành linh hoạt của Chính phủ, đã góp phần củng cố niềm tin của doanh nghiệp và nhà đầu tư, đồng thời tạo điều kiện để thị trường du lịch – dịch vụ phục hồi theo hướng bền vững hơn.

Trong bối cảnh đó, ngành du lịch Việt Nam tiếp tục ghi nhận nhiều tín hiệu khởi sắc trong năm 2025 và trở thành một trong những lĩnh vực phục hồi nổi bật của nền kinh tế. Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong năm 2025 đạt gần 21,2 triệu lượt, mức cao nhất từ trước đến nay, cho thấy sức hấp dẫn ngày càng gia tăng của điểm đến Việt Nam trên bản đồ du lịch khu vực và quốc tế. Bên cạnh sự gia tăng về lượng khách, nhu cầu du lịch nội địa tiếp tục duy trì tích cực, góp phần tạo động lực cho hệ thống khách sạn, khu nghỉ dưỡng, trung tâm hội nghị, nhà hàng và các điểm vui chơi giải trí trên cả nước. Đà phục hồi này không chỉ phản ánh hiệu quả của các chương trình xúc tiến, quảng bá và mở rộng thị trường, mà còn cho thấy xu hướng tiêu dùng dịch vụ du lịch đang từng bước trở lại mạnh mẽ hơn, với yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, trải nghiệm và tính thuận tiện.

Cùng với sự phục hồi của thị trường, ngành du lịch – dịch vụ Việt Nam trong năm 2025 cũng chứng kiến xu hướng cạnh tranh ngày càng rõ nét hơn, khi khách hàng không chỉ quan tâm đến điểm đến mà còn chú trọng nhiều hơn đến chất lượng dịch vụ, trải nghiệm đồng bộ và khả năng cá nhân hóa sản phẩm. Điều này đặt ra yêu cầu cho các doanh nghiệp trong ngành phải tiếp tục đầu tư vào nâng cao chất lượng vận hành, đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng kênh tiếp cận khách hàng và gia tăng khả năng thích ứng với sự thay đổi của thị trường. Đồng thời, trong bối cảnh kinh tế thế giới vẫn tiềm ẩn những yếu tố bất định, việc duy trì nền tảng tài chính lành mạnh, quản trị linh hoạt và định hướng phát triển bền vững sẽ tiếp tục là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp du lịch – khách sạn nâng cao năng lực cạnh tranh và nắm bắt hiệu quả các cơ hội tăng trưởng trong giai đoạn tiếp theo.

2. Tình hình phát triển Du lịch trong năm 2025

Du lịch Thế giới

Năm 2025, thị trường du lịch toàn cầu tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực, phản ánh quá trình phục hồi ngày càng bền vững của ngành trên phạm vi quốc tế. Theo UN Tourism, lượng khách du lịch quốc tế trong năm đạt khoảng 1,52 tỷ lượt, tăng 4% so với năm 2024, tương đương tăng thêm gần 60 triệu lượt khách. Cùng với sự gia tăng về lượng khách, tổng thu từ xuất khẩu du lịch toàn cầu cũng đạt khoảng 2,2 nghìn tỷ USD, cho thấy du lịch tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, thương mại dịch vụ và việc làm tại nhiều quốc gia.

Trên phương diện kinh tế, du lịch tiếp tục khẳng định vị thế là một trong những ngành có sức lan tỏa lớn của thế giới. Theo Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC), tổng đóng góp của ngành Du lịch và Lữ hành toàn cầu trong năm 2025 được dự báo đạt khoảng 11,7 nghìn tỷ USD, trong khi chi tiêu của khách quốc tế lần đầu vượt mốc 2,1 nghìn tỷ USD. Song song đó, ngành hàng không tiếp tục hỗ trợ mạnh mẽ cho đà tăng trưởng của du lịch khi IATA ghi nhận nhu cầu vận chuyển hành khách quốc tế tiếp tục gia tăng, với hệ số tải hành khách toàn cầu duy trì ở mức cao. Những yếu tố này cho thấy nhu cầu đi lại, nghỉ dưỡng và trải nghiệm quốc tế vẫn được duy trì tích cực, tạo nền tảng thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, ẩm thực, vui chơi giải trí và vận tải du lịch.

Bên cạnh xu hướng tăng trưởng về quy mô, năm 2025 cũng cho thấy sự thay đổi rõ nét trong hành vi tiêu dùng du lịch toàn cầu. Du khách ngày càng ưu tiên các trải nghiệm chất lượng cao, cá nhân hóa, thuận tiện trên nền tảng số và gắn với yếu tố phát triển bền vững. Theo các tổ chức quốc tế và báo cáo ngành, đây đang trở thành xu hướng chủ đạo, đồng thời là yếu tố định hình năng lực cạnh tranh mới của doanh nghiệp du lịch – khách sạn. Trong bối cảnh đó, thị trường du lịch toàn cầu không chỉ mở ra nhiều cơ hội tăng trưởng, mà còn đặt ra yêu cầu ngày càng cao về đổi mới sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, tối ưu vận hành và tăng cường khả năng thích ứng trước những biến động của môi trường kinh doanh quốc tế.

Du lịch Việt Nam

Năm 2025, ngành du lịch Việt Nam tiếp tục ghi nhận đà phục hồi mạnh mẽ và tăng trưởng tích cực, khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của du lịch trong cơ cấu kinh tế dịch vụ quốc gia. Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Việt Nam đón gần 21,2 triệu lượt khách quốc tế trong năm 2025, tăng mạnh so với năm 2024 và là mức cao nhất từ trước đến nay. Cùng với đó, lượng khách du lịch nội địa ước đạt khoảng 135,5 triệu lượt, cho thấy nhu cầu du lịch trong nước tiếp tục duy trì ở mức cao, tạo nền tảng quan trọng cho tăng trưởng của toàn ngành. Kết quả này phản ánh hiệu quả của các chính sách kích cầu, xúc tiến quảng bá, mở rộng thị trường và cải thiện năng lực phục vụ tại nhiều điểm đến trên cả nước.

Song song với sự gia tăng về lượng khách, quy mô thị trường và hiệu quả kinh tế của ngành du lịch Việt Nam trong năm 2025 cũng tiếp tục được mở rộng. Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, tổng thu từ khách du lịch trong năm 2025 đã vượt mốc 1 triệu tỷ đồng, phản ánh sức phục hồi rõ nét của hoạt động lưu trú, lữ hành, ăn uống, vận chuyển và các dịch vụ liên quan. Trước đó, trong 11 tháng đầu năm 2025, doanh thu du lịch lữ hành đã ước đạt 85,4 nghìn tỷ đồng, trong khi doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống trong 10 tháng đầu năm đạt khoảng 695,1 nghìn tỷ đồng. Những con số này cho thấy du lịch không chỉ phục hồi về lượng khách mà còn đang gia tăng đóng góp thực chất vào tăng trưởng thương mại dịch vụ, tạo việc làm và thúc đẩy sự phát triển của nhiều ngành kinh tế liên quan.

Bên cạnh tăng trưởng về quy mô, năm 2025 cũng cho thấy du lịch Việt Nam đang chuyển dịch theo hướng chất lượng, chuyên nghiệp và bền vững hơn. Nhiều địa phương, doanh nghiệp và điểm đến đã đẩy mạnh đầu tư vào sản phẩm mới, chuyển đổi số, nâng cao trải nghiệm khách hàng, đồng thời gắn phát triển du lịch với quảng bá văn hóa, bảo tồn tài nguyên và mở rộng kết nối quốc tế. Các hoạt động xúc tiến thị trường, truyền thông điểm đến và thu hút khách từ những thị trường trọng điểm tiếp tục được tăng cường, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam trong khu vực. Trong bối cảnh nhu cầu du lịch toàn cầu tiếp tục phục hồi, những kết quả đạt được trong năm 2025 là cơ sở quan trọng để ngành du lịch Việt Nam tiếp tục bứt phá, hướng tới mục tiêu tăng trưởng cao hơn và phát triển bền vững trong giai đoạn tiếp theo.

II. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2025

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 759 tỷ đồng, đạt 105% so kế hoạch năm, đạt 107% so cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế (LNTT) năm 2025 đạt 40,1 tỷ đồng, đạt 161% kế hoạch năm, đạt 103% 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 312 tỷ đồng đạt 104% so với kế hoạch, đạt 95% so với cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 59.8 tỷ đồng đạt 352% so kế hoạch, tăng 271% 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 31/12/2025 đạt 4.435 tỷ đồng giảm 2% so với đầu năm, tương đương giảm 109 tỷ đồng.

Đvt: triệu đồng

STT	NỘI DUNG	31/12/2025	01/01/2025	THAY ĐỔI	% THAY ĐỔI
1	Tổng tài sản	4.435.447	4.544.367	(108.920)	-2.4%

2	Vốn chủ sở hữu	1.133.178	1.123.626	9.552	0.9%
3	Tổng nợ/tổng TS (%)	74%	75%	-1%	-1.1%
4	Tổng nợ/VCSH (%)	291%	304%	-13%	-4.3%
5	Thanh toán ngắn hạn (lần)	0,95	1,01	(0,06)	-6%
6	Thanh toán nhanh	0,95	1,01	(0,06)	-6%

2.2 Các chỉ tiêu trên báo cáo tài chính riêng

Tổng tài sản của công ty đến 31/12/2025 đạt 2.687 tỷ đồng giảm 7% so với đầu năm, tương đương 186 tỷ đồng. 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	31/12/2025	01/01/2025	THAY ĐỔI	% THAY ĐỔI
1	Tổng tài sản	2.685.882	2.873.570	(187.688)	-6.5%
2	Vốn chủ sở hữu	1.258.717	1.218.177	40.540	3.3%
3	Tổng nợ/tổng TS (%)	53%	58%	-4%	-7.8%
4	Tổng nợ/VCSH (%)	113%	136%	-23%	-16.6%
5	Thanh toán ngắn hạn (lần)	1,13	1,08	0,05	4.4%
6	Thanh toán nhanh	1,13	1,08	0,05	4.4%

III. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM

1. Công tác Kinh doanh – Tiếp thị

- Năm 2025 khép lại với những kết quả tích cực, đánh dấu giai đoạn TTC Hospitality chuyển dịch rõ rệt từ tăng trưởng theo quy mô sang tăng trưởng theo chiều sâu và hiệu quả.
- Trong bối cảnh ngành du lịch phục hồi mạnh nhưng cạnh tranh ngày càng cao, Công ty đã chủ động tái cấu trúc mô hình kinh doanh, tập trung vào tối ưu vận hành, kiểm soát chi phí và gia tăng doanh thu trên mỗi khách hàng.
- Kết quả đạt được không chỉ đến từ sự linh hoạt trong điều hành, mà còn thể hiện định hướng đúng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm và trải nghiệm dịch vụ trên toàn hệ thống.

Trong năm 2025, TTC Hospitality triển khai chiến lược với 3 định hướng chính:

- Thứ nhất, tăng cường khai thác khách hàng hiện hữu: Thông qua hệ thống khách hàng

thân thiết và chính sách ưu đãi doanh nghiệp, tỷ lệ khách quay lại tiếp tục tăng trưởng, hướng đến mục tiêu đạt 35–40% trong năm 2026.

- Thứ hai, mở rộng thị trường quốc tế có chọn lọc: Tập trung vào các thị trường gần như ASEAN và Đông Bắc Á, đồng thời từng bước tiếp cận thị trường châu Âu thông qua hợp tác với các đối tác inbound và chương trình famtrip.
- Thứ ba, tối ưu hệ sinh thái "Stay – Play – Dine – Experience": Gia tăng doanh thu trên mỗi khách hàng thông qua bán chéo dịch vụ, combo liên đơn vị và nâng mức chi tiêu trung bình.

Khu vui chơi: Đa dạng trải nghiệm, tối ưu doanh thu

Trong năm 2025, mảng khu vui chơi ghi nhận sự chuyển biến tích cực khi: Áp dụng giá linh hoạt theo mùa và theo phân khúc khách, Tăng tỷ trọng khách đoàn thông qua chính sách doanh nghiệp và trường học , Đẩy mạnh bán vé qua nền tảng số, hướng đến mục tiêu 20–25% doanh thu từ kênh online. Các chương trình sự kiện theo mùa và lễ hội tiếp tục thu hút khách, góp phần duy trì mức độ hài lòng trên 95%.

Khu vui chơi: Tăng trưởng ổn định, tối ưu hiệu quả

Mảng hội nghị và F&B tiếp tục là nguồn doanh thu quan trọng, đặc biệt từ khách doanh nghiệp. Doanh thu từ tiệc và hội nghị tăng trưởng tốt , Sản phẩm được đa dạng hóa: buffet chuyên đề, tiệc trọn gói, sự kiện doanh nghiệp

Tiếp thị và truyền thông: Củng cố thương hiệu, đẩy mạnh chuyển đổi số

Hoạt động marketing tiếp tục được đẩy mạnh theo hướng đa kênh: Tăng trưởng lượng truy cập và tương tác trên nền tảng số , Đẩy mạnh bán hàng trực tiếp nhằm giảm phụ thuộc OTA

Định hướng giai đoạn tới, với nền tảng đã xây dựng trong năm 2025, TTC Hospitality sẽ tập trung vào 4 trụ cột chiến lược: Gia tăng doanh thu trên mỗi khách hàng , Đẩy mạnh phân khúc khách doanh nghiệp và MICE, Tối ưu kênh phân phối và chi phí vận hành, Ứng dụng công nghệ và dữ liệu trong quản trị

2. Đầu tư phát triển công nghệ thông tin

Năm 2025 đánh dấu bước chuyển quan trọng trong chiến lược công nghệ thông tin của TTC Hospitality, khi CNTT chuyển từ giai đoạn ***kiện toàn hệ thống*** sang ***khai thác hiệu quả và bứt phá giá trị***. Trên nền tảng đã được xây dựng vững chắc trong năm 2024 – bao gồm chuẩn hóa PMS, triển khai Data Warehouse giai đoạn 1 và mô hình bảo mật ZeroTrust – năm 2025 tập trung vào ba trụ cột: **Mở rộng nền tảng dữ liệu, Nâng cấp hạ tầng công nghệ, và Gia cố an ninh mạng**, nhằm phục vụ trực tiếp hoạt động vận hành và ra quyết định kinh doanh.

- **Mở rộng Data Warehouse & Hệ thống báo cáo phục vụ vận hành**

  Tiếp nối thành công của Data Warehouse giai đoạn 1 (2024), năm 2025 đã hoàn thành triển khai **giai đoạn 2** với trọng tâm xây dựng hệ thống báo cáo tự động phục vụ trực tiếp hoạt động vận hành và quản trị cấp cao

- **Nâng cấp hạ tầng CNTT tại các Hotel & Resort**

  Nhằm đảm bảo nền tảng vận hành ổn định và sẵn sàng cho các giải pháp công nghệ mới, năm 2025 phòng CNTT đã triển khai các dự án nâng cấp hạ tầng toàn diện tại các đơn vị kinh doanh:

- Nâng cấp hệ thống mạng và WiFi tại các khách sạn/resort, đảm bảo tốc độ và độ ổn định kết nối cho cả khách hàng lẫn hệ thống vận hành nội bộ.
- Nâng cấp server và thiết bị đầu cuối tại các đơn vị, đảm bảo hiệu năng xử lý và giảm thiểu rủi ro gián đoạn.
- Chuẩn hóa hạ tầng mạng theo mô hình thống nhất, tạo điều kiện thuận lợi cho việc quản lý tập trung và triển khai các giải pháp bảo mật đồng bộ..

- **An ninh mạng & Bảo mật nâng cao**

  Trên nền tảng mô hình ZeroTrust đã triển khai từ năm 2024, năm 2025 tiếp tục gia cố hệ thống an ninh mạng với các giải pháp nâng cao:

  - Triển khai hệ thống giám sát an ninh mạng tập trung, cho phép phát hiện và phản ứng sớm các mối đe dọa trên toàn hệ thống.
  - Nâng cấp chính sách bảo mật và kiểm soát truy cập, đảm bảo an toàn dữ liệu khách hàng và dữ liệu kinh doanh.

Tổ chức các chương trình đào tạo nhận thức an ninh mạng cho CBNV, nâng cao ý thức phòng chống rủi ro từ bên trong tổ chức.

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

Năm 2025 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 cải tạo TTC Cần Thơ vào 10/2025, nâng cấp diện mạo hiện đại và khẳng định vị thế khách sạn hàng đầu tại thủ phủ miền Tây. Đầu tư, nâng cấp cải tạo hệ thống điều hòa không khí tại TTC Phan Thiết, hoàn thành tháng 07/2025. 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.

4. Công tác Quản lý Chất lượng dịch vụ

❖ **Chuẩn hóa vận hành – Nâng cao trải nghiệm – Gia tăng năng lực cạnh tranh**

- Trong năm 2025, TTC Hospitality tiếp tục xác định chất lượng dịch vụ là yếu tố cốt lõi tạo nên năng lực cạnh tranh và uy tín thương hiệu, đặc biệt trong bối cảnh thị trường du lịch phục hồi nhưng cạnh tranh ngày càng cao.
- Trên nền tảng tiêu chuẩn đã xây dựng trong năm 2024, năm 2025 tập trung vào chuẩn hóa vận hành, nâng cao tính tuân thủ và cải thiện trải nghiệm thực tế của khách hàng tại từng điểm chạm dịch vụ.
- Các hoạt động CLDV được triển khai đồng bộ từ hệ thống Tổng Công ty đến từng đơn vị, góp phần cải thiện hình ảnh thương hiệu TTC Hospitality trên các kênh OTA, mạng xã hội và phản hồi trực tiếp từ khách hàng.

❖ **Nâng cao tính tuân thủ tại đơn vị**

- Trong năm 2025, Phòng Chất lượng Dịch vụ tiếp tục rà soát và hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn vận hành đã ban hành, tập trung vào: chuẩn hóa tiêu chuẩn

setup phòng, khu vực công cộng, F&B, dịch vụ bổ trợ; rà soát, tinh gọn hệ thống SOP để tăng tính thực tế, dễ áp dụng tại đơn vị.

- Song song đó, công tác kiểm tra định kỳ và đột xuất được thực hiện thông qua: kiểm tra thực địa, giám sát hình ảnh/camera, thông tin phản ánh từ khách hàng, kiểm tra nội bộ và đánh giá liên phòng ban. Qua đó giúp đơn vị khắc phục các tồn tại vận hành, hạn chế lỗi tái diễn và nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp trong mắt khách hàng.

❖ **Nâng cao năng lực nhân sự – đảm bảo an toàn và chất lượng phục vụ**

- Trong năm 2025, CLDV tiếp tục đóng vai trò lớp giám sát thứ hai trong mô hình kiểm soát vận hành, phối hợp cùng các đơn vị và Kiểm toán nội bộ để nâng cao hiệu quả kiểm soát.
- Các nội dung trọng tâm gồm: tăng cường đào tạo nghiệp vụ phục vụ, vệ sinh, an toàn thực phẩm; triển khai kiểm tra nhận thức và nghiệp vụ định kỳ đối với các bộ phận phục vụ khách hàng; áp dụng cơ chế Mystery Guest và đánh giá trải nghiệm thực tế nhằm ghi nhận đúng chất lượng dịch vụ tại đơn vị.
- Việc kiểm soát đa lớp giúp nâng cao tính chủ động của đơn vị, giảm phụ thuộc vào các đợt kiểm tra từ bên ngoài, đồng thời góp phần đảm bảo trải nghiệm khách hàng ổn định hơn.

❖ **Lắng nghe khách hàng – cải thiện trải nghiệm thực tế**

- Trong năm 2025, việc ghi nhận và phân tích phản hồi khách hàng được triển khai sâu hơn, tập trung vào trải nghiệm thực tế thay vì chỉ số điểm đánh giá.
- Các hoạt động chính gồm: theo dõi và tổng hợp phản hồi từ các kênh OTA, mạng xã hội và phản hồi trực tiếp tại đơn vị, phân tích nguyên nhân các đánh giá chưa tốt để đưa ra giải pháp cải thiện vận hành, tăng cường hỏi ý kiến khách khi check-out và thực hiện chăm sóc sau lưu trú. Qua đó giúp đơn vị nhận diện sớm các vấn đề tồn tại và điều chỉnh kịp thời, hạn chế phát sinh phản ánh tiêu cực kéo dài.

❖ **5. Cải thiện hình ảnh thương hiệu và mức độ hài lòng khách hàng**

- Trong năm 2025, hình ảnh và mức độ hài lòng của khách hàng đối với hệ thống TTC Hospitality tiếp tục được cải thiện, thể hiện qua hơn 13.000 lượt đánh giá từ khách hàng, trong đó 94% phản hồi tích cực, điểm đánh giá trung bình trên các kênh OTA đạt 8,8/10.
- Một số đơn vị tiếp tục được tái chứng nhận hạng sao, tiêu biểu như TTC Imperial Huế duy trì tiêu chuẩn khách sạn 5 sao và TTC Hotel Ngọc Lan Đà Lạt duy trì tiêu chuẩn 4 sao, góp phần củng cố uy tín thương hiệu trong phân khúc lưu trú trung – cao cấp.
- Bên cạnh đó, hệ thống tiếp tục triển khai các giải pháp vận hành thân thiện môi trường như sử dụng chai nước thủy tinh và các sản phẩm amenities thân thiện môi trường, phù hợp định hướng phát triển bền vững của TTC Hospitality.

5. Công tác Nhân sự

- Trong năm 2025, tỷ lệ lao động nghỉ việc tại các đơn vị kinh doanh tăng cao, chiếm 28% tổng lực lượng lao động, chủ yếu tại các thị trường trọng điểm như Đà Lạt, Khánh Hòa... Trước thực trạng này, TTC Hospitality đã tăng cường hoạt động tuyển dụng và phát triển nhân sự, tuyển dụng gần 400 nhân sự mới và phối hợp tiếp nhận gần 600 sinh viên thực tập, nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng vận hành và bổ sung nguồn lực trẻ, góp phần ổn định lực lượng lao động và tối ưu

hóa chi phí nhân sự.

- Công tác đào tạo và phát triển được đẩy mạnh trong năm 2025 với nhiều chương trình trọng tâm, TTC Hospitality triển khai chương trình trải nghiệm dịch vụ dành cho đội ngũ quản lý và các hoạt động thi đua, sự kiện nội bộ nhằm tạo động lực cho nhân sự. Hơn 6.000 giờ đào tạo nghiệp vụ cùng các lớp kỹ năng chuyên môn và các chương trình đào tạo hợp tác với đối tác được tổ chức nhằm nâng cao năng lực toàn ngành. Bên cạnh đó, TTC Hospitality tổ chức các chương trình Trưởng bộ phận lưu động nhằm tạo điều kiện cho đội ngũ quản lý trẻ rèn luyện và cọ xát thực tế tại nhiều mô hình kinh doanh khác nhau. Đồng thời tiếp tục hoàn thiện quy hoạch nhân sự kế thừa và phát triển đội ngũ giảng viên nội bộ, góp phần đảm bảo nguồn lực chất lượng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

6. Công tác Hành chính quản trị

- Trong năm 2025, TTC Hospitality đã triển khai hiệu quả các giải pháp tiết giảm chi phí hành chính, thực hiện tiết giảm 5% kế hoạch đề ra, đồng thời rà soát và điều chỉnh định mức chi phí để sử dụng nguồn lực một cách hợp lý nhất. Công tác kiểm kê tài sản và công cụ dụng cụ được thực hiện đầy đủ; các tài sản không còn nhu cầu sử dụng đã được thanh lý hoặc điều chuyển nội bộ, góp phần nâng cao tính minh bạch và hiệu quả quản lý. Đồng thời, TTC Hospitality tổ chức đánh giá định kỳ cơ sở vật chất, thực hiện bảo trì và bảo dưỡng để đảm bảo trang thiết bị luôn trong tình trạng sẵn sàng phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh.
- Bên cạnh đó, TTC Hospitality tăng cường toàn diện công tác an ninh – an toàn và phòng cháy chữa cháy. Trong năm, lực lượng bảo vệ được kiện toàn và tham gia đào tạo chuyên sâu nhằm chuẩn hóa năng lực, tăng cường hiệu quả diễn tập và phối hợp ứng phó sự cố, đảm bảo hệ thống PCCC vận hành ổn định và sẵn sàng trong mọi tình huống.

KẾT LUẬN

Trên đây là báo cáo về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty trong năm 2025. Trong bối cảnh kinh tế vĩ mô còn nhiều khó khăn và diễn biến chưa thuận lợi, hoạt động kinh doanh của Ngành đã chịu không ít tác động. Tuy nhiên, với tinh thần chủ động, linh hoạt và quyết liệt trong công tác điều hành, Ban Điều hành Tổng công ty đã kịp thời triển khai nhiều giải pháp phù hợp nhằm kiểm soát chi phí, nâng cao hiệu quả vận hành và tối ưu hóa lợi nhuận.

Kính trình Đại hội đồng Cổ đông xem xét. Kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp.

TM.BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

TỔNG GIÁM ĐỐC

Nguyễn Quốc Việt

BÁO CÁO
KẾT QUẢ ĐỊNH HƯỚNG VÀ HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2026

I. DỰ BÁO TÌNH HÌNH VĨ MÔ VÀ NGÀNH DU LỊCH NĂM 2026

1. Kinh tế Thế giới

- Dự báo năm 2026, kinh tế vĩ mô toàn cầu tiếp tục đối mặt với nhiều thách thức và xu hướng tăng trưởng chậm lại trong bối cảnh bất ổn địa chính trị gia tăng. Theo OECD, tăng trưởng GDP toàn cầu năm 2026 được dự báo ở mức khoảng 2,9%, thấp hơn quỹ đạo trước xung đột, do tác động của cú sốc năng lượng và mức độ bất định ngày càng lớn từ diễn biến tại khu vực Trung Đông. Tổ chức này đồng thời nhấn mạnh rằng rủi ro địa chính trị đang làm suy yếu niềm tin thị trường, gia tăng biến động tài chính và tạo áp lực lên hoạt động đầu tư, thương mại cũng như tiêu dùng toàn cầu.
- Một trong những tác động rõ nét nhất của bất ổn địa chính trị trong năm 2026 là áp lực lên giá năng lượng. OECD cho biết xung đột leo thang tại Trung Đông đã gây gián đoạn đáng kể đối với thị trường năng lượng và hàng hóa toàn cầu, trong khi IMF nhận định mọi kịch bản của cuộc chiến tại khu vực này đều dẫn đến giá cả cao hơn và tăng trưởng chậm lại. Nếu tình trạng gián đoạn nguồn cung dầu khí kéo dài, đặc biệt tại các tuyến vận chuyển chiến lược, giá năng lượng có thể duy trì ở mức cao lâu hơn dự kiến, từ đó kéo dài áp lực lạm phát trên phạm vi toàn cầu. Trong bối cảnh đó, các ngân hàng trung ương được dự báo sẽ tiếp tục thận trọng với chính sách tiền tệ, khiến mặt bằng lãi suất khó giảm nhanh như kỳ vọng và làm suy yếu thêm sức mua của người tiêu dùng.
- Áp lực lạm phát và chi phí sinh hoạt cao được dự báo sẽ tiếp tục ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi tiêu dùng trong năm 2026, đặc biệt đối với các khoản chi mang tính tùy chọn như du lịch, nghỉ dưỡng và giải trí. UN Tourism cho biết căng thẳng địa chính trị hiện là một trong những rủi ro gia tăng đối với triển vọng du lịch năm 2026, trong khi nhu cầu du lịch toàn cầu dù vẫn duy trì nhưng đã có dấu hiệu mềm hơn vào cuối năm 2025 trong bối cảnh lạm phát dịch vụ du lịch còn cao. Đối với ngành du lịch, điều này có thể dẫn đến xu hướng khách hàng cân nhắc kỹ hơn về ngân sách, rút ngắn thời gian lưu trú, ưu tiên các điểm đến gần hơn hoặc lựa chọn sản phẩm có giá trị tối ưu hơn. Nhìn chung, năm 2026 được dự báo sẽ là giai đoạn ngành du lịch toàn cầu tiếp tục phục hồi nhưng trong môi trường thận trọng hơn, chịu ảnh hưởng đáng kể từ lạm phát, giá năng lượng và các rủi ro địa chính trị kéo dài.

1. Kinh tế Việt Nam

- Năm 2026, kinh tế vĩ mô Việt Nam được định hướng vận hành trong tinh thần đổi mới mạnh mẽ, quyết liệt hơn về thể chế, điều hành và phân bổ nguồn lực, gắn với kỳ vọng tạo nền tảng cho giai đoạn phát triển mới. Theo Nghị quyết của Quốc hội về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2026 và Nghị quyết 01/NQ-CP của Chính phủ, mục tiêu tăng trưởng GDP năm 2026 được đặt ở mức **10% trở lên**, CPI bình quân khoảng **4,5%**, GDP bình quân đầu người đạt **5.400–5.500 USD**, đồng thời tiếp tục nâng tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP lên khoảng 24,96%. Việc đặt ra các mục tiêu ở mức cao cho thấy định hướng điều hành của Nhà nước trong nhiệm kỳ mới là vừa thúc đẩy tăng trưởng nhanh hơn, vừa giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô và các cân đối lớn của nền kinh tế.
- Song song với các chỉ tiêu tăng trưởng, Chính phủ nhiệm kỳ mới cũng nhấn mạnh yêu cầu điều hành theo hướng thực chất, hiệu quả và tạo chuyển biến rõ nét về chất lượng phát triển. Báo cáo của Chính phủ tại Kỳ họp thứ nhất Quốc hội khóa XVI cho thấy định hướng lớn trong giai đoạn 2026–2030 là tăng tỷ trọng chi đầu tư phát triển lên 40% tổng chi ngân sách nhà nước, đồng thời giảm tối thiểu 30% số dự án đầu tư sử dụng ngân sách so với giai đoạn trước nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư công. Bên cạnh đó, Chính

phủ tiếp tục chỉ đạo phát triển mạnh thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, mở rộng hệ sinh thái thương mại điện tử nội địa và thanh toán không dùng tiền mặt. Các định hướng này phản ánh cách tiếp cận điều hành mới: ưu tiên tăng trưởng gắn với chất lượng, hiệu quả sử dụng vốn, mở rộng động lực từ tiêu dùng nội địa và nâng cao sức chống chịu của nền kinh tế trước biến động bên ngoài.

- Thực tiễn điều hành trong những tháng đầu năm 2026 cũng cho thấy quyết tâm giữ ổn định vĩ mô song song với thúc đẩy tăng trưởng. Theo Nghị quyết phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 3/2026, kinh tế vĩ mô cơ bản ổn định, lạm phát được kiểm soát, các cân đối lớn được bảo đảm; GDP quý I/2026 ước tăng **7,83%**, CPI bình quân quý I tăng **3,51%**, thấp hơn mục tiêu cả năm, trong khi xuất nhập khẩu và thu ngân sách tiếp tục đạt kết quả tích cực. Cùng với đó, Chính phủ cũng đã bổ sung **8.000 tỷ đồng** cho Quỹ Bình ổn giá xăng dầu để hỗ trợ điều hành giá và giảm áp lực chi phí đầu vào cho nền kinh tế. Nhìn chung, bối cảnh kinh tế vĩ mô Việt Nam năm 2026 được kỳ vọng tiếp tục theo hướng tích cực, với trọng tâm là duy trì ổn định, thúc đẩy tăng trưởng cao hơn, tăng hiệu quả đầu tư và củng cố niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp và nhà đầu tư.

1. Du lịch thế giới năm 2025

- Dự báo năm 2026, du lịch thế giới tiếp tục duy trì xu hướng tăng trưởng, song tốc độ được kỳ vọng sẽ thận trọng hơn so với giai đoạn phục hồi mạnh trước đó. Theo UN Tourism, lượng khách du lịch quốc tế toàn cầu trong năm 2026 được dự báo tăng khoảng **3%–4%** so với năm 2025, với điều kiện khu vực châu Á – Thái Bình Dương tiếp tục phục hồi và bối cảnh kinh tế toàn cầu không suy yếu đáng kể. Triển vọng này cho thấy nhu cầu đi lại quốc tế vẫn được duy trì, đồng thời khẳng định du lịch tiếp tục là một trong những ngành dịch vụ có sức chống chịu tốt trong bối cảnh kinh tế còn nhiều biến động.
- Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng của ngành trong năm 2026 được đánh giá sẽ chịu tác động rõ rệt hơn từ các yếu tố bất định bên ngoài, đặc biệt là căng thẳng địa chính trị, biến động giá năng lượng và áp lực chi phí du lịch. UN Tourism cảnh báo rằng các căng thẳng và xung đột địa chính trị hiện nay đang trở thành rủi ro gia tăng đối với triển vọng du lịch năm 2026. Ở góc độ hàng không, IATA dự báo nhu cầu vận chuyển hành khách toàn cầu năm 2026 vẫn tăng khoảng **4,9%**, nhưng tốc độ này có phần chậm lại do các ràng buộc về năng lực cung ứng, thiếu hụt tàu bay và lao động. Điều này cho thấy thị trường du lịch thế giới vẫn có nền tảng tăng trưởng, nhưng sẽ vận động trong môi trường thận trọng hơn, với chi phí vận hành và khả năng tiếp cận dịch vụ chịu ảnh hưởng bởi nhiều biến số hơn trước.
- Trong bối cảnh đó, xu hướng tiêu dùng du lịch năm 2026 được dự báo sẽ tiếp tục dịch chuyển theo hướng chọn lọc hơn, ưu tiên giá trị, tính thuận tiện và độ an toàn của điểm đến. Một số phân khúc và khu vực vẫn có tiềm năng tăng trưởng tốt, nhưng dòng khách quốc tế có thể phân hóa mạnh hơn giữa các thị trường, đặc biệt tại những nơi chịu ảnh hưởng từ xung đột hoặc gián đoạn kết nối hàng không. WTTC cho biết chỉ riêng xung đột liên quan đến Iran đã làm phát sinh rủi ro đáng kể đối với dòng chi tiêu quốc tế tại Trung Đông trong năm 2026, cho thấy mức độ nhạy cảm của ngành trước các biến động địa chính trị. Nhìn chung, du lịch thế giới năm 2026 được dự báo tiếp tục tăng trưởng, nhưng theo hướng thận trọng hơn, đòi hỏi doanh nghiệp trong ngành phải nâng cao năng lực thích ứng, kiểm soát chi phí và bám sát sự thay đổi của nhu cầu thị trường.

1. Du lịch Việt Nam năm 2026

- Dự báo năm 2026, du lịch Việt Nam tiếp tục duy trì triển vọng tăng trưởng tích cực trên nền tảng phục hồi mạnh của năm 2025, đồng thời bước vào giai đoạn phát triển theo hướng chất lượng, chọn lọc và bền vững hơn. Theo định hướng của ngành, Việt Nam đặt mục tiêu đón khoảng 25 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 150 triệu lượt khách nội địa và đạt tổng thu du lịch khoảng 1,125 triệu tỷ đồng trong năm 2026. Đây là các chỉ tiêu cho thấy kỳ vọng rất lớn đối với vai trò của du lịch trong tăng trưởng dịch vụ, kích cầu tiêu dùng và quảng bá hình ảnh quốc gia, nhất là khi ngành đang chuyển từ trạng

thái "phục hồi" sang "tăng trưởng và nâng cao chất lượng".

- Bối cảnh năm 2026 nhìn chung vẫn mở ra nhiều cơ hội cho du lịch Việt Nam. Nhu cầu đi lại quốc tế tại châu Á tiếp tục phục hồi, Việt Nam vẫn duy trì lợi thế cạnh tranh về tài nguyên thiên nhiên, văn hóa, ẩm thực, chi phí tương đối hợp lý và khả năng tiếp cận nhiều phân khúc khách hàng. Cùng với đó, ngành du lịch tiếp tục đẩy mạnh xúc tiến quảng bá tại các thị trường trọng điểm, phát triển thêm sản phẩm mới và nâng cao chất lượng điểm đến. Nếu tận dụng tốt đà phục hồi của thị trường quốc tế và nhu cầu du lịch nội địa, năm 2026 vẫn có thể là một năm tăng trưởng khả quan của toàn ngành, đặc biệt đối với các doanh nghiệp có hệ thống sản phẩm đa dạng, khả năng bán hàng linh hoạt và năng lực thích ứng nhanh với thị trường.
- Tuy nhiên, triển vọng du lịch Việt Nam năm 2026 cũng đối mặt với không ít khó khăn, trước hết là những thách thức liên quan đến hạ tầng và kết nối hàng không. Việc sân bay Liên Khương tạm đóng cửa từ ngày 4/3/2026 đến hết ngày 25/8/2026 để sửa chữa đường cất hạ cánh, đường lăn và hạ tầng kỹ thuật được dự báo sẽ ảnh hưởng đáng kể đến khả năng tiếp cận của du khách tới Đà Lạt và khu vực Lâm Đồng trong gần nửa năm. Đây là một yếu tố bất lợi đối với du lịch khu vực Tây Nguyên, đặc biệt trong bối cảnh Đà Lạt vẫn là một trong những điểm đến nội địa quan trọng. Việc di chuyển thay thế bằng đường bộ hoặc qua sân bay khác có thể làm kéo dài thời gian hành trình, gia tăng chi phí và ảnh hưởng đến quyết định đi lại của một bộ phận khách du lịch.
- Bên cạnh yếu tố hạ tầng, thị trường du lịch năm 2026 còn chịu áp lực từ biến động của ngành hàng không, đặc biệt là tình trạng thiếu hụt nhiên liệu Jet A-1 trong giai đoạn đầu năm do ảnh hưởng từ chiến sự Trung Đông. Một số hãng hàng không trong nước đã phải cắt giảm hoặc dừng khai thác một số đường bay nội địa vì giá nhiên liệu tăng cao và nguồn cung bị hạn chế; chẳng hạn, Vietnam Airlines đã dừng đường bay Hải Phòng – Cần Thơ từ ngày 1/4/2026 do hiệu quả khai thác không còn được bảo đảm trong điều kiện hiện tại. Dù nguồn cung nhiên liệu đã có dấu hiệu cải thiện đến hết tháng 4/2026, các cơ quan quản lý vẫn đang nghiên cứu cơ chế phụ thu nhiên liệu và phương án điều chỉnh giá trần vé máy bay nội địa, cho thấy áp lực chi phí đầu vào đối với ngành hàng không vẫn còn hiện hữu.

Từ những yếu tố trên, mặt bằng giá vé máy bay năm 2026 được dự báo sẽ tiếp tục duy trì ở mức cao hơn so với kỳ vọng của thị trường, đặc biệt trên các chặng dài và trong mùa cao điểm. Theo phản ánh từ doanh nghiệp lữ hành, nếu phụ thu nhiên liệu tăng thêm 200.000–400.000 đồng mỗi chiều, giá vé khứ hồi trên các chặng dài có thể tăng thêm 400.000–800.000 đồng mỗi hành khách. Giá vé cao không nhất thiết làm nhu cầu du lịch suy giảm mạnh, nhưng có thể khiến người tiêu dùng thận trọng hơn trong chi tiêu, chuyển sang các phương án tiết kiệm hơn như rút ngắn thời gian lưu trú, giảm dịch vụ đi kèm, hạ tiêu chuẩn lưu trú hoặc ưu tiên điểm đến gần hơn có thể tiếp cận bằng đường bộ.

Điều này cho thấy năm 2026, du lịch Việt Nam vẫn có dư địa tăng trưởng nhưng sẽ cạnh tranh hơn, nhạy cảm hơn với chi phí đi lại và đòi hỏi doanh nghiệp trong ngành phải chủ động điều chỉnh sản phẩm, chính sách giá và kênh bán hàng để thích ứng với một thị trường có xu hướng tiêu dùng thực dụng hơn

II. MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2026

Nhằm đạt được các mục tiêu trong năm 2026 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 2026:

- **Báo cáo riêng**
  - Doanh thu thuần : 335 tỷ đồng
  - Lợi nhuận trước thuế : 18 tỷ đồng
- **Báo cáo hợp nhất**

- Doanh thu thuần : 670 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế : 30 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 2026

1. Công tác Kinh doanh – tiếp thị

- Xây dựng và triển khai kinh doanh theo mùa cao điểm và thấp điểm đối với mảng Lưu trú. Cao điểm ưu tiên kênh FIT, Corporate, TA có chọn lọc, đẩy mạnh các sản phẩm trải nghiệm ngắn ngày, gói gia đình, gói cao cấp. Thấp điểm Tập trung bán gói lưu trú dài ngày, wellness, chữa lành; combo phòng – F&B – spa, với kênh khách hàng OTA, khách đoàn, dài ngày…
- Khu vui chơi, chuyển dịch từ mô hình tham quan truyền thống sang du lịch trải nghiệm đa giác quan, gia tăng thời gian lưu trú, mức chi tiêu và khả năng quay lại của khách.
- Điều hành linh hoạt theo mùa và thị trường giúp mảng Nhà hàng – Hội nghị tăng doanh thu cao điểm, ổn định công suất thấp điểm. Xây dựng và triển khai đa dạng các sản phẩm: Tiệc cưới, Hội nghị – MICE, Alacarte, Khách đoàn.
- Đẩy mạnh công tác Marketing nhằm quảng bá hình ảnh sản phẩm, bao gồm:
    - Triển khai xây dựng chuỗi nội dung truyền thông thống nhất cho toàn ngành, đảm bảo tính đồng bộ về hình ảnh, thông điệp và định vị thương hiệu.
    - Thực hiện thiết kế lại giao diện website theo chuẩn Luxury, chú trọng trải nghiệm người dùng (UX) và định hướng Mobile First.
    - Tiếp tục tham gia và phát triển các giải thưởng uy tín trong lĩnh vực du lịch – dịch vụ nhằm nâng cao uy tín thương hiệu
    - Bước đầu triển khai đăng ký đánh giá ESG, xây dựng lộ trình thực hiện ESG trong vòng 5 năm, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030 và từng bước đưa ESG trở thành một nội dung truyền thông thương hiệu.
    - Đẩy mạnh các chương trình ưu đãi độc quyền trên website và fanpage nhằm khuyến khích khách hàng đặt dịch vụ trực tiếp.

- Triển khai 05 chiến dịch lớn theo các chủ đề trọng tâm như: mùa du lịch, gia đình, doanh nghiệp… Mỗi chiến dịch sử dụng một concept chung, triển khai quảng bá đa điểm đến và đa kênh.
- Tổ chức 02 lễ hội du lịch với chủ đề Văn hóa và Du lịch xanh, kết hợp giữa truyền thông thương hiệu, bán sản phẩm và trải nghiệm trực tiếp tại điểm đến.

-

2. Công tác Quản lý chất lượng dịch vụ

Năm 2026 được xác định là năm tạo dấu ấn về trải nghiệm và các điểm chạm cảm xúc, lấy khách hàng làm trung tâm trong toàn bộ hành trình dịch vụ của TTC Hospitality.

- **Điểm check-in nổi bật – "Đến là muốn chụp":** Mỗi khách sạn/nhà hàng/khu vui chơi xây dựng tối thiểu 01 góc check-in đặc trưng, gắn với câu chuyện địa phương, bố cục và ánh sáng phù hợp để tạo hình ảnh đẹp, dễ lan tỏa.
- **Điểm chạm cảm xúc trong hành trình khách:** Chuẩn hóa các điểm chạm chính (chào đón – phục vụ – tạm biệt), tăng yếu tố cá nhân hóa như lời chào thân thiện, thông điệp chào khách, nước uống/khăn mát, quà chúc mừng dịp đặc biệt.
- **Ẩm thực trở thành điểm cộng:** Chuẩn hóa định mức và chất lượng món ăn theo phân khúc; điều chỉnh khẩu vị và trình bày nhằm nâng cao trải nghiệm ẩm thực và giá trị cảm nhận.
- **Trải nghiệm riêng cho trẻ em và gia đình:** Bố trí các góc trải nghiệm đơn giản cho trẻ em (tô màu, đồ chơi gỗ, quà nhỏ khi check-in), tăng tính thân thiện với gia đình, đặc biệt trong các dịp lễ.
- **ESG và vận hành bền vững:** Triển khai các giải pháp ESG gắn với tối ưu chi phí vận hành thông qua sử dụng vật tư, bao bì thân thiện môi trường trong hoạt động dịch vụ hằng ngày.

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

Công tác đầu tư dự án năm 2026 tập trung đào tạo và nâng cao năng lực đội ngũ nhân sự cơ hữu theo hướng đa năng, đa nhiệm, đáp ứng yêu cầu vừa thực hiện công tác nội nghiệp, vừa giám sát thi công hiệu quả.

- Tiếp tục triển khai thi công hoàn tất các hạng mục công viên nước Dốc Lết, phấn đấu hoàn thành và đưa vào vận hành vào dịp Tết Âm lịch năm 2026.
- Thực hiện hoàn tất hồ sơ nghiệm thu, quyết toán các hạng mục đã thi công tại các dự án Khách sạn Cần Thơ, Khách sạn Phan Thiết và các dự án liên quan.

Triển khai các công tác thiết kế, lựa chọn nhà thầu và thi công xây dựng mới hoặc cải tạo các hạng mục, công trình theo kế hoạch ngân sách hằng năm, bao gồm cải tạo bungalow Dốc Lết, cải tạo phòng tại Khách sạn Ngọc Lan, TTC Đà Lạt, Phan Thiết và Cần Thơ.

4. Công tác Nhân sự

- Tăng cường kiểm soát chi phí nhân sự, duy trì tỷ lệ chi phí nhân sự trên doanh thu ở mức 26%, đảm bảo phù hợp với định hướng nâng cao hiệu quả tài chính.
- Xây dựng và triển khai các giải pháp nâng cao năng suất lao động, phấn đấu đạt bình quân 725 triệu đồng/CBNV, tăng 13% so với năm 2025.

- Tập trung xây dựng văn hóa gắn kết và môi trường làm việc tích cực, qua đó giảm tỷ lệ nghỉ việc xuống dưới 28%.
- Thiết lập và duy trì quan hệ chiến lược với các cơ sở đào tạo, tiếp nhận trên 600 sinh viên thực tập nhằm chủ động nguồn nhân lực kế thừa.
- Chuẩn hóa năng lực quản lý, phát triển đội ngũ kế thừa và nâng tỷ lệ bổ nhiệm từ nguồn nội bộ lên mức 83%.
- Đẩy mạnh đào tạo toàn diện cho CBNV về nghiệp vụ, kỹ năng và xu hướng mới; tăng cường đào tạo nội bộ, đảm bảo thời gian đào tạo của cán bộ quản lý tối thiểu 13 giờ/quý.
- Thúc đẩy đào tạo chéo giữa các bộ phận, phấn đấu tỷ lệ nhân sự tham gia đào tạo chéo đạt 12%.

5. Công tác Hành chính quản trị

- Tăng cường kiểm soát chi phí hành chính, thực hiện các biện pháp tiết giảm nhằm giảm tối thiểu 5% chi phí so với kế hoạch được phê duyệt.
- Tối ưu khai thác mặt bằng tại các đơn vị, nâng cao hiệu quả sử dụng và duy trì tỷ lệ lấp đầy tối thiểu 95% đối với diện tích mặt bằng trống.
- Đảm bảo 100% đơn vị kinh doanh tuân thủ đầy đủ các quy định về phòng cháy chữa cháy; đồng thời duy trì vận hành ổn định 100% hệ thống camera giám sát theo quy định.

6. Công tác Tài chính

- 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

- Rà soát và thống nhất các quy trình xử lý công việc pháp lý trong toàn hệ thống. Quy định rõ trách nhiệm, đầu mối phối hợp và thời gian xử lý để nâng cao hiệu quả và tính tuân thủ.
- Xây dựng và chuẩn hóa các mẫu hợp đồng, văn bản pháp lý áp dụng thống nhất. Giảm thời gian rà soát, hạn chế sai sót và chồng chéo trong quá trình thực hiện.
- Thường xuyên theo dõi, tổng hợp các văn bản pháp luật mới, kịp thời tham mưu, hướng dẫn áp dụng phù hợp với hoạt động thực tế của Công ty.
- Phối hợp với các đơn vị ngay từ khâu chuẩn bị để nhận diện và kiểm soát rủi ro pháp lý. Hạn chế phát sinh vướng mắc về sau; phối hợp với Pháp chế Tập đoàn khi cần thiết.
- Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn và kỹ năng nghiệp vụ.
- Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý hồ sơ, văn bản và quy trình pháp lý

nhằm tăng tính minh bạch, thuận tiện và hiệu quả trong công tác pháp chế.

8. Công tác Công nghệ thông tin

- Triển khai dự án quản lý khách hàng thân thiết (App Loyalty mobile), tạo nền tảng kết nối, chăm sóc và gia tăng trải nghiệm khách hàng trong toàn hệ thống.
- Thực hiện nâng cấp Website TTCHospitality, đồng thời chuẩn hóa và tự động hóa hệ thống báo cáo Tài chính, Kế toán, Kinh doanh và Marketing, phục vụ hiệu quả công tác quản trị và điều hành.
- Nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin tại Michellia GD2, đảm bảo tính ổn định, an toàn và đáp ứng yêu cầu vận hành thực tế.
- Nâng cấp và tối ưu việc sử dụng các phần mềm nghiệp vụ PMS, BO – Gihotech; song song đó triển khai nâng cấp hạ tầng CNTT tại TYMM nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và khai thác hệ thống.
- Hoàn thiện nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin tại Resort Ninh Thuận, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu vận hành và phát triển trong giai đoạn tiếp theo.

KẾT LUẬN

Năm 2026 được xác định là năm bản lề, tạo động lực tăng tốc cho ngành du lịch Việt Nam trong quá trình phục hồi, bứt phá và nâng cao năng lực cạnh tranh trong nhiệm kỳ 2026 - 2030. Đây cũng là giai đoạn quan trọng để ngành tiếp tục tháo gỡ khó khăn, vượt qua thách thức, tạo nền tảng vững chắc nhằm đồng hành cùng sự phát triển chung của đất nước trong giai đoạn mới. Trong bối cảnh đó, Ban Điều hành sẽ tiếp tục phát huy tinh thần chủ động, linh hoạt và quyết liệt trong công tác quản trị, điều hành; đồng thời tập trung hoàn thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ, nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng cường kiểm soát chi phí nhằm tối ưu hóa lợi nhuận, phấn đấu hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch do Hội đồng Quản trị và Đại hội đồng Cổ đông giao.

Trên đây là báo cáo định hướng hoạt động năm 2026 của Ngành. Kính trình Đại hội đồng Cổ đông xem xét và thông qua. Kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp.

TM.BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

TỔNG GIÁM ĐỐC

Nguyễn Quốc Việt