

-----  
Hà Nội, ngày 03 tháng 06 năm 2019

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2019  
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2018**

**Kính gửi: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG CÔNG TY CP KHÁCH SẠN VÀ  
DỊCH VỤ ĐẠI DƯƠNG (OCH)**

- Căn cứ Điều lệ tổ chức hoạt động của Công ty CP Khách sạn và Dịch vụ Đại Dương (OCH);
- Căn cứ Nghị quyết số 01/2018/NQ-ĐHĐCĐ ngày 26/6/2018 của Đại hội đồng Cổ đông thường niên OCH về việc phê duyệt kế hoạch SXKD năm 2018;
- Căn cứ Nghị quyết số 01/2019/NQ-HĐQT ngày 17/01/2019 của HĐQT OCH về việc phê duyệt kế hoạch kế hoạch SXKD của OCH;
- Căn cứ Báo cáo tài chính đã được kiểm toán cho năm tài chính kết thúc ngày 31/12/2018;

Ban điều hành Công ty kính báo cáo Đại hội đồng cổ đông Công ty CP Khách sạn và Dịch vụ Đại Dương về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2018 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2019 như sau:

**I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN NHIỆM VỤ SXKD NĂM 2018**

**1. Tình hình chung**

Kinh tế Việt Nam năm 2018 đã duy trì được đà tăng trưởng, hầu hết các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô như: lạm phát, tăng trưởng xuất nhập khẩu, thu hút đầu tư nước ngoài đều đạt và vượt mức kế hoạch đề ra.

Năm 2018 tiếp tục được đánh giá là một năm thành công của du lịch Việt Nam. Theo số liệu báo cáo của Tổng cục Du Lịch, Việt Nam khi đón nhận khoảng 15,6 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ trên 80 triệu lượt khách nội địa.

Bên cạnh thuận lợi chung của thị trường thì các khách sạn của Công ty gặp những khó khăn như thị trường thị trường khách Trung Quốc sụt giảm mạnh do thay đổi điểm đến và tập trung vào các khách sạn giá rẻ; giá bán cho charter Trung Quốc với giá khá thấp, tình hình khách Nga vẫn tiếp tục sụt giảm, hầu hết đã chuyển điểm đến Mũi Né, Phan Thiết và Phú Quốc. Năm 2018 là một năm nở rộ của các dự án khách sạn, khu nghỉ dưỡng hạng sang đi vào hoạt động trên khắp cả nước. Hàng loạt những khu bất động sản ra đời như khách sạn kết hợp trung tâm thương mại, khách sạn kết hợp căn hộ, khách sạn kết hợp khu vui chơi giải trí,...tạo nên cuộc cạnh tranh về giá giữa các khách sạn. Các hãng lữ hành dựa vào đó mà có xu hướng ép giá và tất cả các phân khúc khách sạn nói chung, trong đó có hệ thống khách sạn của OCH. Mặt khác lượng khách đã bị sụt giảm mạnh vào những tháng cuối năm, làm cho công suất phòng bình và giá bán phòng cuối năm 2018 bắt đầu giảm.

Đối với hoạt động thực phẩm: Nền kinh tế tăng trưởng nên các Doanh nghiệp và người tiêu dùng tăng chi tiêu mua sắm các mặt hàng Bánh để làm hội thảo, chăm sóc khách hàng và tiêu dùng nên nhu cầu sử dụng các sản phẩm của công ty tăng. Mặt khác khách hàng Việt Nam vẫn ưu chuộng sản phẩm nước ngoài, đã tạo cơ hội cho các thương hiệu nước ngoài xâm nhập vào Việt Nam trong những năm nay khá nhiều và đã tạo nên một sự cạnh tranh mạnh mẽ và khốc liệt của những công ty bánh.

## **2. Kết quả SXKD năm 2018 của OCH và các đơn vị thành viên**

Trước những thuận lợi và khó khăn chung của nền kinh tế cũng như những khó khăn riêng nội tại của Công ty nhưng ngay từ đầu năm 2018, HĐQT Công ty CP Khách sạn và Dịch vụ Đại Dương đã đề ra nhiệm vụ và các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh đồng thời chỉ đạo Ban Tổng giám đốc tích cực thực hiện các giải pháp triển khai một cách quyết liệt và đồng bộ, phối hợp chặt chẽ với Ban lãnh đạo các đơn vị thành viên, nhờ vậy, Công ty từng bước vượt qua khó khăn, chất lượng sản phẩm, dịch vụ được nâng cao, toàn Công ty đã đạt được một số kết quả đáng ghi nhận trong năm 2018.

### ***2.1 Hoạt động Kinh doanh Khách sạn và Khu nghỉ dưỡng***

Trước sự cạnh tranh của các tập đoàn lớn hoạt động Kinh doanh Khách sạn và Khu nghỉ dưỡng với những dự án quy mô, có tiềm lực tài chính mạnh và cạnh tranh gay gắt giữa các khách sạn cùng cấp trong khu vực lân cận, OCH và các đơn vị thành viên đã không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, thực hiện các chính sách bán hàng linh động, đẩy mạnh hoạt động marketing các thị trường mới để nỗ lực tìm kiếm các nguồn khách nhằm ổn định doanh thu, đồng thời thực hiện giảm tối đa các chi phí. Công suất phòng các khách sạn duy trì ở mức cao: Khách sạn StarCity Nha Trang 88%; Sunrise Nha Trang là 75%; Sunrise Hội An công suất phòng đạt mức 75% và StarCity Hạ Long Bay là 75%. Bên cạnh đó, kinh doanh ẩm thực gặp nhiều khó khăn do khách hàng cắt giảm chi tiêu và sự phong phú chủng loại và giá cả của các nhà hàng bên ngoài. Tổng doanh của hoạt động khách khách sạn là 474,6 tỷ, đạt 97% so với kết quả thực hiện năm 2017.

### ***2.2 Hoạt động kinh doanh thực phẩm***

Kinh doanh thực phẩm là một trong những lĩnh vực kinh doanh được OCH chú trọng và ưu tiên tập trung. OCH hiện sở hữu thương hiệu thực phẩm là Bánh Givral và Kem Tràng tiên. Trong những năm nay các thương hiệu bánh, kem của nước ngoài xâm nhập vào Việt Nam khá nhiều và đã tạo nên một sự cạnh tranh mạnh mẽ và khốc liệt trên thị trường.

Mặc dù gặp rất nhiều khó khăn và thách thức nhưng kinh doanh thực phẩm của công ty vẫn giữ được sự ổn định trong kinh doanh, tổng doanh thu thực phẩm năm 2018 là 633,7 tỷ đạt 114% so với kết quả thực hiện năm 2017

### ***2.3 Hoạt động quản lý tòa nhà, kinh doanh bất động sản.***

Doanh thu hoạt động quản lý tòa nhà năm 2018 gặp nhiều khó khăn do tòa nhà Fafim đã xuống cấp nghiêm trọng như thấm, ngấm làm ố mốc tường, bong tróc gạch lát, sự cố vỡ ống cấp nước làm ảnh hưởng đến toàn bộ hoạt động của tòa nhà. OCH đã phối hợp với Công ty Fafim xử lý các tồn tại sửa chữa.

Trong năm 2018: Công ty đã bàn giao 8 căn hộ Condotel tại dự án Star City Nha Trang cho khách hàng và ghi nhận lợi nhuận vào kết quả kinh doanh trong kỳ (lũy kế từ thời điểm hoàn thành đến thời điểm này đã bàn giao được 86 căn hộ Condotel).

Doanh thu quản lý tòa nhà, kinh doanh bất động sản năm 2018 là 23,6 tỷ

#### **2.4 Hoạt động đầu tư.**

Dự án Sài Gòn Airport do phía đối tác có tỷ lệ góp vốn 60% gặp khó khăn về tài chính và đề xuất chuyển nhượng. Công ty đã tích cực làm việc với Ngân hàng xin giảm lãi phạt và làm việc với các nhà đầu tư để có thể thu về lợi ích cao nhất cho Công ty.

Dự án StarCity Westlake Hà Nội của Công ty Cổ phần Viptour – Togi, đã dừng thi công, Công ty Cổ phần Viptour – Togi đang làm việc với nhà tàu để hoàn thiện hồ sơ thi công của dự án để ghi tăng Chi phí xây dựng cơ bản dở dang và giảm khoản Trả trước cho người bán.

Năm 2018, một số khách sạn trong hệ thống của OCH đã thực hiện sửa chữa, đầu tư nâng cấp như: Nâng cấp phòng khách sạn, cải tạo nhà hàng, xây mới bể bơi, cải tạo hệ thống điều hòa, cải tạo khu sân vườn .. nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách cũng như cạnh tranh với các đối thủ.

Trong năm Công ty không triển khai đầu tư mới cổ phần, cổ phiếu ở các Công ty khác.

### **3. Một số kết quả nổi bật năm 2018**

#### **3.1 Khách sạn Sunrise Nha Trang**

Năm 2018, Sunrise Nha Trang liên tiếp được đề cử và dành được những giải thưởng danh giá như: giải Spa top 100 khách sạn được khách yêu thích nhất trên Hotels.com - nhà cung cấp dịch vụ đặt phòng hàng đầu thế giới trao tặng; Tháng 9/2018, khách sạn vinh dự đón nhận giải: khách sạn có kiến trúc đẹp nhất – giải thưởng danh giá từ World Luxury Hotel Awards (Khách sạn sang trọng thế giới). Bên cạnh đó, Sunrise Nha Trang còn được Hiệp hội Du lịch Việt Nam đề cử và trao giải “khách sạn có thiết kế đẹp nhất”; Đặc biệt trong suốt 5 năm qua, Sunrise Nha Trang liên tiếp đón nhận giải thưởng khách sạn xuất sắc 2018 của Tripadvisor trao tặng. Đây là minh chứng cho những nỗ lực và sự cố gắng không ngừng nghỉ của Ban lãnh đạo cũng như CBNV khách sạn trong việc đáp ứng và làm hài lòng nhu cầu của khách hàng, khẳng định phong cách dịch vụ đẳng cấp, chuyên nghiệp, luôn làm hài lòng du khách với chất lượng tiêu chuẩn 5 sao. Cũng trong năm 2018, Sunrise Nha Trang tiếp tục được vinh danh tại giải thưởng “khách sạn hướng biển sang trọng” do Tạp chí du lịch Sang Trọng bình chọn.

#### **3.2 Khách sạn Sunrise Premium Resort Hoi An**

Tháng 9/2018: Sunrise Premium Resort & Spa Hoi An vinh dự khi trở thành chủ nhân của danh hiệu Top 5 Star Hotel Partner 2017 (Khách sạn 5 sao uy tín nhất 2017) từ Expedia và giải thưởng 2018 Loved by Guests Most Wanted Award (Khách sạn được du khách yêu thích nhất 2018) từ Hotels.com. Giải thưởng là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng nghỉ của tập thể ban lãnh đạo và đội ngũ nhân viên tại Sunrise Premium Resort & Spa, với hy vọng có thể đem đến cho khách lưu trú những trải nghiệm nghỉ dưỡng đáng nhớ.

#### **3.3 Khách sạn Star City Nha Trang**

StarCity Nha Trang là một trong số những khách sạn nhận được giải thưởng khách hàng bình chọn từ Agoda - trang web đặt phòng trực tuyến phát triển nhanh nhất trên thế giới. Giải thưởng dựa trên các tiêu chí: Nằm trong top 1% khách sạn/ resort tốt nhất trên Agoda; Thường xuyên nhận được các đánh giá của khách lưu trú; Mức giá cạnh tranh; Sự cam kết cung cấp những trải nghiệm tuyệt vời cho khách lưu trú;

Cũng trong năm 2018, StarCity Nha Trang vinh dự nhận giải thưởng “khách hàng yêu thích” từ Hotels.com và tiếp tục đón nhận giải thưởng Guest Review Award 2018 từ Booking.com. Giải thưởng này được dành tặng cho các cơ sở có số lượng lớn các đánh giá tốt về chất lượng dịch vụ cũng như nhận được nhiều đánh giá tốt từ khách lưu trú với mức điểm 8.0 trở lên;

Đặc biệt vào cuối năm 2018, StarCity Nha Trang được Hiệp hội Du lịch Việt Nam bình chọn là “khách sạn có lượng khách đặt phòng trực tuyến nhiều nhất năm 2018”. Đây là minh chứng cho những nỗ lực, cố gắng đem lại những dịch vụ tốt nhất đến với khách hàng của khách sạn StarCity Nha Trang.

#### **4. Kết quả thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2018**

##### **4.1 Kết quả một số chỉ tiêu chính năm 2018 tại công ty mẹ OCH**

*Đơn vị VNĐ*

<b>STT</b>	<b>Kết quả hoạt động kinh doanh</b>	<b>Thực hiện 2018 (sau kiểm toán)</b>	<b>Kế hoạch 2018</b>	<b>TH 2018/ KH 2018</b>
1	Tổng doanh thu	196.935.619.979	210.286.976.684	94%
2	Tổng chi phí hoạt động (chưa dự phòng)	111.450.339.018	101.593.337.566	110%
3	Lợi nhuận trước dự phòng	85.485.280.961	108.693.639.118	79%
4	Chi phí dự phòng	43.401.333.886	79.107.563.194	55%
5	Lợi nhuận trước thuế	42.083.947.075	29.586.075.924	142%
6	Lợi nhuận sau thuế	41.406.629.203	23.577.596.843	176%

##### **4.2 Kết quả một số chỉ tiêu chính hợp nhất**

*Đơn vị VNĐ*

<b>STT</b>	<b>Kết quả hoạt động kinh doanh</b>	<b>Thực hiện 2018 (sau kiểm toán)</b>	<b>Kế hoạch 2018</b>	<b>TH 2018/ KH 2018</b>
1	Tổng doanh thu	1.155.972.972.213	1.195.271.937.644	96,7%
2	Tổng chi phí hoạt động (chưa dự phòng)	1.034.625.801.215	1.061.460.299.401	97,5%
3	Lợi nhuận trước dự phòng	121.347.170.998	133.811.638.243	90,7%
4	Chi phí dự phòng	36.950.630.373	44.461.497.333	83,1%
5	Lợi nhuận trước thuế	84.396.540.625	89.350.140.910	94,5%
6	Lợi nhuận sau thuế	44.057.235.355	35.842.579.869	122,9%

Tổng doanh thu của Công ty mẹ năm 2018 gồm doanh thu bất động sản, dịch vụ quản lý toàn nhà, kinh doanh thương mại và doanh thu tài chính (cổ tức). Tổng doanh thu 2018 thấp hơn kế hoạch chủ yếu do các nguyên nhân sau:

- Doanh thu chuyển nhượng căn hộ Codotel năm 2018 thực hiện là 10,6 tỷ (kế hoạch là hoàn thành bàn giao hết các căn Condotel còn lại với Doanh thu là 26,5 tỷ). Nguyên nhân chính do nhiều dự án Condotel tại Nha Trang chào bán với lượng cung lớn, sản phẩm phong phú, giá cạnh tranh, khách hàng có nhiều sự lựa chọn về sản phẩm, trong khi đó lượng căn hộ Condotel còn lại của OCH ít, không đủ để làm các chương trình bán hàng và quảng bá lớn, vì vậy, ảnh hưởng tiêu cực tới việc thực hiện kế hoạch doanh thu bất động sản của OCH.

- Doanh thu tài chính thấp hơn kế hoạch do Công ty Tân Việt chưa thực hiện tạm ứng cổ tức 2018 mà thực tế chi trả cho OCH vào đầu năm 2019.

Về chi phí: Doanh thu OCH bán hàng thương mại năm 2018 tăng so với kế hoạch là 21 tỷ, tương ứng chi phí giá vốn tăng theo. Chi phí dự phòng tại Công ty mẹ năm 2018 giảm do Công ty CP Viptour Togi điều chỉnh giảm tiền phạt chậm nộp tiền sử dụng đất (do thay đổi của chính sách thuế) và Viptour Togi hoàn nhập toàn bộ khoản phải thu từ Hà Thành nên báo cáo riêng của OCH giảm dự phòng đầu tư vào Viptour Togi (chi phí dự phòng trên báo cáo hợp nhất cũng giảm tương ứng).

Năm 2018, khoản công nợ đến hạn lớn nhất hiện chưa cơ cấu xong là khoản nợ vay trái phiếu của Công ty IOC (chủ đầu tư Sunrise Hội An). Ban điều hành OCH và IOC vẫn đang làm việc Ngân hàng, tổ chức tín dụng để cơ cấu khoản nợ này tuy nhiên việc vay vốn, huy động vốn vẫn tiếp tục khó khăn.

Sau 2 năm liên tiếp là 2016 và 2017 liên tục báo lỗ thì đến năm 2018 với sự nỗ lực của Ban điều hành và cán bộ công nhân viên thì Công ty đã có lợi nhuận sau thuế đạt 44 tỉ đồng. Kết quả này là sự nỗ lực lớn của tập thể HĐQT, BDH, CBNV OCH và các đơn vị thành viên. Nhờ đó, cổ phiếu OCH duy trì giao dịch trên sàn giao dịch chứng khoán.

#### **4.3 Phương án phân phối lợi nhuận năm 2018.**

Mặc dù kết quả kinh doanh năm 2018 đã có khả quan nhưng chưa bù đắp được khoản lỗ lũy kế từ các năm trước. Căn cứ điều 132 Luật doanh nghiệp quy định về việc trả cổ tức của cổ phần phổ thông khi “Đã trích lập các quỹ công ty và bù đắp đủ lỗ trước đó theo quy định của pháp luật và Điều lệ công ty”. Như vậy theo quy định Công ty chưa đủ điều kiện để thực hiện chia cổ tức do đang có lỗ lũy kế trên báo cáo tài chính.

## **II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2019**

### **1. Nhận định tình hình**

Năm 2019, dự báo cho nền kinh tế thế giới còn tiềm ẩn nhiều rủi ro, bất lợi như chiến tranh thương mại giữa 2 cường quốc lớn Mỹ - Trung, giá dầu biến động liên tục và giữ xu thế tăng do tình hình căng thẳng tại Trung Đông. Trong nước, kinh tế vĩ mô năm 2019 được dự báo cũng sẽ gặp không ít khó khăn.

Doanh thu bánh kẹo của thị trường Việt Nam dự báo năm 2019 là tăng khoảng 8%. Thị trường bánh ngọt hiện nay cạnh tranh ngày càng khốc liệt với sự đóng góp của rất nhiều thương hiệu trong và ngoài nước. Các thương hiệu trong nước như Đại Phát, Sweethome, ABC bakery đang từng bước phát triển. Đặc biệt sự nổi lên của ABC bakery trong việc cung cấp bánh Trung Thu cho các nhà hàng khách sạn lớn và cũng là nhà cung cấp bánh bun (bánh mì tròn để làm hamburger) cho các thương hiệu fastfood lớn như KFC, Loteria, Jollibee ... Các thương hiệu bánh lớn nổi tiếng của nước ngoài như Tous Les Jours, Paris Bagettes ... với tiềm lực mạnh vẫn tiếp tục đầu tư vào nhưng vị trí lớn và đẹp, trưng bày bánh nhiều, đa dạng, chấp nhận lỗ để chiếm lĩnh thị trường. Bên cạnh đó, mô hình cá nhân tự kinh doanh bánh cũng phát triển khá rầm rộ. Đặc biệt xuất hiện 1 trào lưu mới cho giới trẻ, đó là sản phẩm trà sữa. Trà sữa đang thu hút giới trẻ tại các thành phố lớn trên toàn quốc và làm ảnh hưởng đến sức tiêu thụ của các sản phẩm tiêu dùng khác, trong đó có sản phẩm bánh.

Khó khăn lớn nhất trong ngành bánh ngọt là các hãng thường xuyên tung ra rất nhiều sản phẩm mới trên thị trường, trong khi số lượng sản phẩm mà khách hàng trung bình mua sắm không tăng nhanh bằng số lượng sản phẩm mới ra đời. Việc tung quá nhiều sản phẩm mới sẽ gây khó khăn trong việc quản lý hiệu quả kinh doanh và làm tăng chi phí đầu tư. Do đó, sẽ làm cho việc cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn, không chỉ cạnh tranh trong cùng một

ngành hàng mà còn giữa các ngành hàng khác nhau, buộc các nhà sản xuất phải không ngừng cải tiến. Sự cạnh tranh khốc liệt giữa các thương hiệu bánh trên thị trường đòi hỏi công ty Givral, Kem tràng tiền luôn nỗ lực trong quá trình sản xuất lẫn kinh doanh để đem đến những giá trị tốt nhất cho khách hàng.

Đối với hoạt động kinh doanh Khách sạn và Khu nghỉ dưỡng: Thị trường khách Trung Quốc sụt giảm mạnh do thay đổi điểm đến và tập trung vào các khách sạn giá rẻ. Tình hình khách Nga vẫn tiếp tục sụt giảm, hầu hết đã chuyển điểm đến Phan Thiết Mũi Né và Phú Quốc. Bên cạnh đó, chuỗi khách sạn 5 sao của tập đoàn VinGroup liên tục mở ra và bán voucher (full board) với giá hấp dẫn cộng thêm các tiện ích giải trí hấp dẫn khác. Thị trường trong năm 2019 dự đoán vẫn còn nhiều biến động khó lường vì có nhiều khách sạn 4-5 sao liên tục khai trương, ngoài yếu tố tạo sự cạnh tranh về giá không lành mạnh, còn là mối đe dọa về mất nguồn nhân lực. Cuộc chiến khốc liệt về giá sẽ mạnh lên khi lượng cung nhiều hơn cầu. Các công ty lữ hành chỉ ưu tiên bán sản phẩm của các khách sạn mới đầu tư để có giá tốt và cơ sở vật chất mới trong kế hoạch bán hàng.

Thực tế trong tháng đầu năm 2019, Các khách sạn của chúng ta buộc phải điều chỉnh giảm giá thì mới có thể cạnh tranh được, điều đó đã làm cho giá phòng bình quân bị giảm so với kế hoạch đã lập từ đầu năm.

## **2. Mục tiêu – nhiệm vụ trọng tâm năm 2019**

Với mục tiêu phát triển bền vững lâu dài, HĐQT của công ty chỉ đạo Ban giám đốc tiếp tục tập trung phát triển lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đầu tư phát triển lĩnh vực kinh doanh khách sạn, khu nghỉ dưỡng và đẩy mạnh hoạt động kinh doanh thương mại. Công ty luôn luôn lấy chất lượng của sản phẩm và dịch vụ là thế mạnh cạnh tranh; lấy sự hài lòng của khách hàng là thước đo thành công của doanh nghiệp.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nghỉ dưỡng: tiếp tục đầu tư nâng cấp về cơ sở vật chất, trang thiết bị nội thất, đảm bảo tính thẩm mỹ và hiệu quả nhằm đem đến cho khách hàng những trải nghiệm mới mẻ, hấp dẫn, khiến khách sạn trở thành điểm đến trong kỳ nghỉ dưỡng, du lịch của khách hàng chứ không chỉ là nơi lưu trú ngắn hạn; hoàn thiện nâng tầm về phong thái, phương thức, chăm sóc, phục vụ khách hàng để thực sự đem đến cho khách hàng sự hài lòng, thư thái..

Hiện tại, do chưa xác định được thời điểm Khách sạn Sunrise Hội An bị xử lý tài sản và phương thức xử lý tài sản, nên tạm thời Ban điều hành vẫn đặt mục tiêu và kế hoạch dựa trên giá định Sunrise Hội An vẫn hoạt động bình thường trong năm tới.

Trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm lấy chất lượng sản phẩm, sức khỏe của người tiêu dùng là mục tiêu tối thượng; nâng cao cách phục vụ cho người dùng bằng cách thêm các giá trị dịch vụ bên cạnh sản phẩm chính. Ngoài dòng bánh đã làm nên thương hiệu, tiếp tục nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, phù hợp với thị hiếu và nhu cầu thị trường, liên tục mở rộng thị phần.

OCH đẩy mạnh hoạt động thương mại là cung cấp nguyên vật liệu, bao bì để chủ động đầu vào cho Bánh Givral và một số khách sạn.

Đối với khoản nợ của Công ty IOC, Ban điều hành OCH và IOC tiếp tục thực hiện đàm phán, tìm phương án tối ưu hoàn trả nợ cho Ngân hàng, xin miễn giảm tối đa các khoản lãi cho Công ty IOC. Trong trường hợp không được Ngân hàng chấp thuận phải thực hiện thi hành án là Khách sạn Sunrise Hội An thì Công ty IOC sẽ làm việc với các bên có liên quan để có giá trị thi hành án phù hợp nhất, mang lại tối đa lợi ích cho Công ty IOC.

Về mặt tổ chức hoạt động Công ty, duy trì bộ máy nhân sự theo hướng “gọn, nhẹ, chuyên sâu” nhằm tăng năng suất lao động, kỷ luật lao động, nâng cao hiệu quả SXKD, nâng cao thu nhập cho người lao động.

### **3. Chỉ tiêu kế hoạch năm 2019**

#### **3.1 Chỉ tiêu kế hoạch năm 2018 của Công ty mẹ**

Đơn vị: VNĐ

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Thực hiện 2018</b>	<b>Kế hoạch 2019</b>
Vốn góp của chủ sở hữu	2.000.000.000.000	2.000.000.000.000
Tổng doanh thu	196.935.619.979	257.944.760.386
Tổng chi phí	154.851.672.904	208.473.788.042
Lợi nhuận trước thuế	42.083.947.075	49.470.972.344

#### **3.2 Chỉ tiêu kế hoạch năm 2019 của Công ty hợp nhất**

Đơn vị: VNĐ

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Thực hiện 2018</b>	<b>Kế hoạch 2019</b>
Vốn góp của chủ sở hữu	2.000.000.000.000	2.000.000.000.000
Tổng doanh thu	1.155.972.972.213	1.147.045.628.978
Tổng chi phí	1.071.576.431.588	1.130.013.866.420
Lợi nhuận trước thuế	84.396.540.625	17.031.762.558

Dự án Sài Gòn Airport thì OCH đang sở hữu 40% dự án và Pegasus Thăng Long sở hữu 60% dự án nhưng dự án đang được thế chấp tại OJB. HĐQT quản trị đã có nghị quyết về việc chuyển nhượng dự án này nhưng chưa thực hiện bán được do cổ đông lớn phản đối việc chuyển nhượng. Vì vậy, kế hoạch năm 2019 chưa tính đến doanh thu và lợi nhuận từ việc chuyển nhượng Dự Án Sài Gòn Airport.

Tháng 12/2018 Khách sạn Sunrise Hội An bị cục thi hành án dân sự kê biên để xử lý khoản nợ tại Công ty IOC. Việc kê biên, xác định phương thức xử lý, thời điểm xử lý và kết quả xử lý tài sản có thể ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của OCH trong năm 2019.

#### **4. Giải pháp thực hiện:**

Trong thời gian qua với sự nỗ lực của toàn thể nhân viên Công ty, niềm tin nơi đối tác và bạn hàng đã dần được khôi phục, tuy nhiên việc hoạt động vẫn gặp rất nhiều khó khăn. Để triển khai KHSXKD năm 2019, Ban Điều Hành đề xuất các giải pháp như sau:

##### **4.1 Nhóm giải pháp quản trị điều hành**

- Tiếp tục duy trì cơ cấu nhân sự, phân công lại, điều chuyển giữa các nhân sự cấp cao để nâng cao năng suất lao động và tạo ra sự thay đổi linh hoạt hơn.

- Ban lãnh đạo tăng cường mối liên kết, hỗ trợ cũng như giám sát tại các đơn vị thành viên để kịp thời nắm bắt, tháo gỡ khó khăn, tìm giải pháp, hỗ trợ đơn vị hoạt động;

- Công ty thường xuyên bám sát kế hoạch kinh doanh đã được phê duyệt, triển khai đồng bộ các biện pháp tăng doanh thu, kiểm soát chi phí, tăng cường công tác tiết kiệm, chú trọng chất lượng dịch vụ, đảm bảo đạt chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận kế hoạch. .

- Tăng cường hoạt động của ban kiểm soát tại từng Công ty nhằm hạn chế rủi ro trong quá trình hoạt động. Ban điều hành giám sát hoạt động kinh doanh thông qua việc tiếp nhận và đánh giá báo cáo định kỳ hàng tháng, quý, bán niên, năm.

- Tiếp tục kiện toàn hệ thống văn bản, quy chế, quy định... trình cấp có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện trong Công ty tạo sự thống nhất, chặt chẽ theo quy chuẩn. Kịp thời cập nhập các văn bản, chính sách của nhà nước liên quan đến hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Trong thời gian qua, các chi phí của Công ty đã được tiết giảm ở mức rất thấp. Trong năm 2019, Công ty tiếp tục duy trì việc tiết giảm chi phí theo hướng tiếp kiệm chi phí hoạt động, chi phí quản lý, chi phí tài chính nhằm tăng lợi nhuận.

#### **4.2. Tăng cường chiến lược xây dựng thương hiệu, chất lượng dịch vụ**

Nhận thức rõ rằng chất lượng tạo nên thương hiệu, thương hiệu tạo ra giá trị, niềm tin của khách hàng, cổ đông và nhà đầu tư, Ban Điều hành định hướng cho các đơn vị thành viên tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm và chất lượng phục vụ, đặc biệt, với nhóm ngành thực phẩm và dịch vụ nghỉ dưỡng, chất lượng của sản phẩm dịch vụ là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc tồn tại, phát triển.

Đối với hoạt động thực phẩm: Tiếp tục phát huy những thành công trong việc quảng bá hình ảnh thương hiệu thông qua sử dụng digital marketing. Vào mùa vụ lớn như Trung Thu, công ty sẽ đẩy mạnh quảng cáo trên công cụ tìm kiếm Google, quảng cáo trên Google Ads (trên các trang báo điện tử lớn, có nhiều độc giả), Youtube, Facebook, ... những công cụ này sẽ giúp hình ảnh công ty tiếp cận nhanh đến khách hàng cũng như khách hàng dễ tìm kiếm và tương tác với công ty, đồng thời tăng giúp tăng định vị thương hiệu. Thường xuyên đổi mới trang web, hình ảnh để quảng bá, giới thiệu sản phẩm, thu hút khách hàng và tạo thuận lợi cho khách hàng trong việc đặt hàng trực tuyến.

Hoạt động khách sạn trong năm 2019: Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông Online để tăng mức độ nhận biết thương hiệu và tăng doanh số cho các outlet, đánh mạnh vào nhóm đối tượng khách hàng tiềm năng của từng hạng mục kinh doanh của từng đơn vị địa phương. Triển khai các công tác marketing online: Facebook ads, tăng độ nhận diện thương hiệu trên kênh OTAs: Tripadvisor, Agoda, Mytour và qua Website của từng khách sạn.

Tăng cường chất lượng từng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách: Nghiên cứu văn hoá du khách các nước được dự báo đến Việt Nam ngày càng tăng, nhất là năm 2019. Tăng cường kiểm soát, giám sát thường xuyên việc tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, dịch vụ trong từng hoạt động, đồng thời đánh giá và xử lý phản hồi của khách hàng, khắc phục các trường hợp vi phạm tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, dịch vụ.

#### **4.3 Giải pháp về thị trường**

Tập trung đầu tư đẩy mạnh công tác nghiên cứu, khảo sát, đánh giá nhu cầu thị trường để có những sản phẩm, dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- Đối với hoạt động thực phẩm:

+ Công ty sẽ tiếp tục duy trì phương thức quảng bá sản phẩm thông qua Internet, quảng cáo trên màn hình LED trong các thang máy của tòa nhà và trung tâm thương mại. Đây là cách tiếp cận nhanh đến các khách hàng mục tiêu của công ty.

+ Tiếp tục phát triển mạnh R&D để tạo ra các dòng sản phẩm mới, đặc biệt liên quan đến thực phẩm sạch, xanh, bổ sung sức khỏe phù hợp với nhu cầu khách hàng. Tiếp tục duy trì và phát triển các sản phẩm bánh mùa hè và bánh mùa thu đã có những thành công nhất định từ



năm trước. Luôn cập nhật những xu hướng bánh mới nhất để tạo ra những sản phẩm mới nhằm đa dạng hóa sản phẩm công ty.

- + Phát triển những kênh bán Bánh sỉ như hệ thống nhà hàng – khách sạn lớn, trường học và cửa hàng cà phê trong thành phố.

- + Kết hợp kinh doanh với các đối tác nước ngoài thông qua việc gia công bánh cho họ để nâng cao hình ảnh thương hiệu cũng như cập nhật những kỹ thuật sản xuất bánh mới.

- Đối với hoạt động Khách sạn:

- + Đa dạng hóa nguồn khách, quốc tịch khách bằng cách hợp tác quảng bá các chương trình khuyến mãi các sản phẩm của Khách sạn qua các kênh truyền thông Hàn Quốc nhằm xây dựng hình ảnh trong việc phát triển thị trường này. Tiếp tục tham gia brochure của các hãng lữ hành, công ty du lịch, trong đó chú trọng hơn đến các công ty chuyên thị trường châu Âu, Úc và Đông Bắc Á (Hàn Quốc, Nhật Bản) để duy trì nguồn khách truyền thống.

- + Tận dụng ưu thế của các kênh bán hàng online trực tiếp từ trang web của các công ty như Sunrise, Starcity cùng các kênh OTA đang phổ biến và tiện dụng như Ctrip, expedia, agoda, booking.com....., để giảm chi phí trung gian (phí giao dịch, hoa hồng);

- + Tham gia chương trình quảng bá thương hiệu trên tạp chí quảng cáo từ các công ty du lịch hàng đầu như Hotelplaner, FIT, Flight Center Global, Travel Indochina, Odeon, Hotelbed Group, Luxury Travel, Diethelm Travel, Vido Tour.

- + Thường xuyên cập nhật hình ảnh và sản phẩm dịch vụ mới: các đoạn phim về các sự kiện, tiệc của khách sạn trên trang điện tử của khách sạn và trong phòng của khách.

- + Bao quát các chương trình chạy trên Apps cho các thành viên đối tác của như mobile phone, thẻ tín dụng Ngân Hàng vv...

- + Tăng cường các hoạt động ẩm thực, tạo nét mới lạ độc đáo như các buffet nướng hàng ngày, Pizza Việt Nam, các chương trình Cocktail giờ vàng,... nhằm thu hút khách địa phương cũng như tạo thêm nhiều dịch vụ cho khách lưu trú thường thức.

#### ***4.4 Nhóm giải pháp nguồn vốn, quản lý tài chính***

Để có thể triển khai được các dự án mới và cơ cấu lại các khoản công nợ lớn theo kế hoạch, ngoài nguồn vốn đã tích lũy, Ban Điều hành dự kiến các giải pháp về nguồn vốn gồm:

- Tập trung tái cơ cấu danh mục đầu tư theo hướng tinh gọn hiệu quả, thoái vốn ở các công ty mà OCH không giữ cổ phần chi phối, hoặc không trong lĩnh vực chủ chốt (thực phẩm, khách sạn) nhằm bổ sung vốn lưu động hoàn thiện các dự án còn dở dang và thanh toán một số khoản vay và các khoản phải trả các công ty đã tới hạn.

- Xây dựng kế hoạch đầu tư hiệu quả từ nguồn vốn tích lũy tại các công ty thành viên/liên kết.

- Triển khai xây dựng mục tiêu và kế hoạch ngân sách của đơn vị, công ty theo quy trình xây dựng kế hoạch, thiết lập cơ sở dữ liệu từ các báo cáo của đơn vị, công ty.

- Đẩy mạnh công tác thu tiền bán hàng, thu hồi công nợ/ tái cơ cấu các khoản công nợ phải trả đến hạn;

- Hoàn thiện các thủ tục pháp lý đối với các dự án đầu tư của Công ty làm cơ sở huy động vốn của các tổ chức tín dụng, các nhà đầu tư trong và ngoài nước để huy động vốn triển khai các dự án mới cũng như nâng cấp các tài sản hiện có nhằm mang đến lợi ích tốt nhất cho Công ty, trên nguyên tắc đảm bảo được quyền tự chủ của công ty.

#### ***4.5. Tập trung phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao***

Bộ máy nhân sự chất lượng cao là chìa khóa để công ty phát triển bền vững. OCH đã cố gắng duy trì, bổ sung đội ngũ cán bộ nhân viên nòng cốt trong thời gian vừa qua. Đồng

thời, hoàn thiện chính sách lương, thưởng và chế độ nhân sự để mỗi thành viên trong gia đình OCH là những người giỏi về chuyên môn, giàu đam mê và nhiệt huyết gắn bó với công ty, cùng công ty tiếp tục vượt qua khó khăn và hướng tới sự phát triển trong tương lai.

Thường xuyên cử cán bộ tham gia các chương trình huấn luyện hay tham gia cách hội thảo để nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ.

Chú trọng đến công tác đào tạo tại chỗ và đào tạo nâng cao cho nhân viên và đội ngũ quản lý, chú trọng đến công tác đào tạo ngoại ngữ, kỹ năng ứng xử và quy trình phục vụ khách nhằm đáp ứng yêu cầu dịch vụ ngang tầm với tiêu chuẩn .

Hàng năm tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho CBCNV toàn công ty, chăm lo, hỗ trợ cho CBCNV có hoàn cảnh khó khăn.

#### ***4.6. Thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường, hướng tới phát triển bền vững***

Để xứng đáng với sự tin tưởng của khách hàng, cổ đông và cộng đồng, OCH cam kết tiếp tục đầu tư vào các hoạt động bảo vệ môi trường, tiếp tục sử dụng có hiệu quả nguồn năng lượng xanh, tăng cường bảo vệ bãi biển Cửa Đại - nguồn tài nguyên vô giá mà thiên nhiên ban tặng. OCH xác định thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường là một việc làm cần thiết, thể hiện quyết tâm trở thành doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm.

Trên đây là Báo cáo của Ban Điều Hành OCH về kết quả kinh doanh năm 2018 và kế hoạch kinh doanh năm 2019. Chúng tôi luôn ý thức được trách nhiệm của mình đối với Quý vị cổ đông và Công ty, luôn nỗ lực tối đa vì lợi ích của OCH và của mỗi cổ đông. Chúng tôi rất mong tiếp tục nhận được sự tin tưởng và ủng hộ của Quý cổ đông đối với OCH, để có thể hoàn thành nhiệm vụ kinh doanh của năm 2019.

Cuối cùng chúc toàn thể Quý vị sức khỏe. Chúc Đại hội thành công tốt đẹp.

Trân trọng!

**Nơi nhận:**

- Như trên;
- HĐQT, BKS;
- Lưu VP.

**TM. BAN ĐIỀU HÀNH**

**TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

**Nguyễn Thị Lan Hương**