

Số: 01/2020/BC-BGĐ

Hà Nội, ngày 06 tháng 05 năm 2020

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2019
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020**

**Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2020
Công ty Cổ phần 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 01/2019/QĐ-DHĐCD ngày 25/06/2019 của Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019 Công ty Cổ phần Khách sạn và Dịch vụ Đại Dương;*
- *Căn cứ vào kết quả sản xuất kinh doanh năm 2019 và kế hoạch sản xuất kinh doanh của Công ty 2020;*
- *Căn cứ Báo cáo tài chính đã được kiểm toán cho năm tài chính kết thúc ngày 31/12/2019.*

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 2019 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2020 như sau:

I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN NHIỆM VỤ SXKD NĂM 2019

1. Tình hình chung

Kinh tế Việt Nam năm 2019 vẫn duy trì được đà tăng trưởng ấn tượng, tăng trưởng GDP đạt 7,02%, 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 2019 du lịch Việt Nam đã hoàn thành mục tiêu đón 18 triệu lượt khách quốc tế, tăng 16%, đồng thời phục vụ 85 triệu lượt khách nội địa tăng khoảng 6% so với năm 2018, đóng góp vào sự tăng trưởng chung của đất nước.

Bên cạnh thuận lợi như các khách sạn của Công ty có vị trí đẹp, kết hợp nhiều tiện ích du lịch, nghỉ dưỡng, mua sắm, ẩm thực, có khu vực bãi biển riêng thì tình hình kinh doanh khách sạn những tháng cuối năm gặp nhiều khó khăn do sự phát triển quá nhanh của du lịch Khánh Hòa đã dẫn đến những bất cập như quá tải về hạ tầng giao thông; môi trường du lịch bị suy giảm; cơ cấu thị trường khách thiêu hợp lý, tiềm ẩn nhiều rủi ro do lệ thuộc quá mức vào khách Trung Quốc và Nga; lượng phòng lưu trú tăng nhanh (tập trung chủ yếu ở Nha Trang) dẫn đến công suất phòng giảm sút; chưa đa dạng sản phẩm, chưa theo kịp xu hướng tăng tính trải nghiệm, khám phá; những bất hợp lý trong đầu tư, cách thức phát triển du lịch và nguồn nhân lực.... Lượng khách đã bị sụt giảm mạnh vào những tháng cuối năm, làm cho công suất phòng bình quân và giá bán phòng năm 2019 tiếp tục giảm so với năm 2018. Ở Hội An, bình quân ngày khách lưu trú tính cả năm 2019 giảm xuống còn 2.07 ngày trong khi năm 2018 đạt

2.19 ngày, cho thấy, dù số lượng khách đến có tăng nhưng số ngày khách lưu trú lại giảm, đây là dấu hiệu không hề khả quan cho hoạt động kinh doanh khách sạn nghỉ dưỡng.

Đối với hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm: nhìn chung, kinh tế Việt Nam năm 2019 tăng trưởng tốt nên tiêu dùng nội địa và tiêu dùng cá nhân tiếp tục tăng, đời sống của người dân đang ngày càng được nâng cao. Khác với trước kia, bánh kẹo là sản phẩm chỉ xuất hiện trong những dịp lễ, Tết, thì ngày nay nó đã là thực phẩm thường có hàng ngày ở các gia đình. Chính những yếu tố này đã giúp ngành sản xuất kinh doanh thực phẩm của Công ty có thêm một năm tăng trưởng doanh thu. Bên cạnh đó với sự thura hưởng thương hiệu Givral, Kem Tràng Tiền lâu đời và có chỗ đứng nhất định trên thị trường cũng giúp Công ty vẫn giữ được sự ổn định về kinh doanh, các chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận tiếp tục có sự tăng trưởng tốt.

Tuy nhiên, do nhu cầu ưu chuộng sản phẩm nước ngoài của khách hàng Việt vẫn còn cao đã tạo cơ hội cho các thương hiệu nước ngoài xâm nhập vào Việt Nam trong những năm gần đây khá nhiều tạo nên một sự cạnh tranh mạnh mẽ và khốc liệt.

2. Kết quả SXKD năm 2019 của OCH và các đơn vị thành viên

Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019 của OCH đã bầu ra Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát nhiệm kỳ 2019 - 2024. Hội đồng quản trị OCH đã kiện toàn Ban điều hành OCH cũng như HĐQT và Ban điều hành các đơn vị thành viên, đưa ra những quyết sách, chỉ đạo quyết liệt cải tổ hoạt động sản xuất kinh doanh tại OCH và các đơn vị thành viên. Ban điều hành OCH luôn chủ động, nỗ lực, sáng tạo trong việc thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2019 tại OCH và các đơn vị thành viên. Kết quả kinh doanh đạt được năm 2019 rất khả quan: lợi nhuận sau thuế của Công ty mẹ là 204,6 tỷ đồng, đạt 415% kế hoạch năm; lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 31,4 tỷ đồng, đạt 243% kế hoạch năm.

2.1 Hoạt động Kinh doanh Khách sạn và Khu nghỉ dưỡng

Do ảnh hưởng của thị trường biến động cung cầu và giá cả cạnh tranh sụt giảm nên doanh thu khách sạn cũng như doanh thu các dịch vụ khác của khách sạn bị giảm so với kế hoạch mặc dù Công ty đã thực hiện cắt giảm chi phí hoạt động, cắt giảm nhân sự. OCH và các đơn vị thành viên kinh doanh khách sạn 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 bù đắp vào lượng khách Trung Quốc, Nga sụt giảm. Tuy nhiên trong năm 2019, công suất phòng các khách sạn giảm so với năm 2018: Khách sạn Star City Nha Trang công suất phòng năm 2019 đạt 92% kế hoạch; Sunrise Nha trang đạt 78% kế hoạch; Star City Hạ Long đạt 80% kế hoạch; Sunrise Premium Resort Hội An công suất phòng đạt mức 106% kế hoạch.

2.2 Hoạt động kinh doanh thực phẩm

Sản xuất kinh doanh thực phẩm là một trong những lĩnh vực kinh doanh đem lại doanh thu và lợi nhuận tốt và luôn được OCH chú trọng và ưu tiên tập trung. OCH hiện sở hữu Bánh Givral, một thương hiệu danh tiếng của Sài Gòn với gần 70 năm lịch sử và Kem Tràng Tiền, một thương hiệu ẩm thực nổi tiếng của Hà Nội ra đời từ những năm 1958. Trong những năm gần đây 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 lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm của công ty vẫn giữ được đà tăng trưởng trong kinh doanh, tổng doanh thu thực hiện năm 2019 của Bánh Givral đạt 115% kế hoạch; Kem Tràng Tiền đạt 124% kế hoạch năm.

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

Doanh thu hoạt động quản lý tòa nhà chỉ đạt 64 % kế hoạch năm do OCH đã chấm dứt việc thuê văn phòng Fafim từ 30/6/2019. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, Công ty đã dừng toàn bộ hoạt động kinh doanh về lĩnh vực quản lý tòa nhà và cho thuê văn phòng do không có hiệu quả. Hiện nay OCH chỉ còn hoạt động cho thuê nhà xưởng tại Khu công nghiệp Quang Minh.

Trong năm 2019: Công ty đã bàn giao 1 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 87 căn hộ Condotel);

2.4 Hoạt động đầu tư.

Dự án Sài Gòn Airport: Hội đồng quản trị Công ty đã phê duyệt chủ trương thoái vốn của Công ty CP Khách sạn và Dịch vụ Đại Dương tại Dự án theo Nghị quyết HĐQT ngày 26/3/2019, Công ty cũng đã tích cực tìm kiếm nhà đầu tư nhưng chưa tìm được đối tác phù hợp nên chưa thực hiện được việc chuyển nhượng;

Trong năm 2019, một số khách sạn trong hệ thống của OCH tiếp tục 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 khả năng cạnh tranh với các đối thủ.

Thực hiện Nghị quyết HĐQT 06/2019/TLNQ-HĐQT 26/3/2019 và Đính chính số 06/2019/ĐCTLNQ-HĐQT ngày 10/04/2019 của HĐQT chủ trương thoái toàn bộ vốn OCH nắm giữ tại Công ty Viptour-Togi, Ban điều hành OCH đã tích cực tìm kiếm đối tác nhận chuyển nhượng nhưng đến nay chưa thực hiện được do chưa tìm được đối tác/mức giá phù hợp.

Trong năm 2019, một số khách sạn trong hệ thống của OCH tiếp tục 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 khả năng 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. Công ty đã hoàn thành việc thoái vốn đầu tư tại CTCP Fafim Việt nam và đem lại khoản lợi nhuận tài chính hơn 5 tỷ đồng.

3. Một số kết quả nổi bật năm 2019

3.1 Công ty Cổ phần Bánh Givral

Bánh Givral là một thương hiệu bánh danh tiếng của Sài Gòn với bề dày lịch sử 70 năm. Trải qua những khâu kiểm định nghiêm ngặt từ nguyên liệu đầu vào, quy trình sản xuất, Givral luôn mang đến cho khách hàng những chiếc bánh tươi không sử dụng chất phụ gia, chất bảo quản, an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng. Năm 2019, Givral có thêm một năm tăng trưởng về kinh doanh: tổng doanh thu thực hiện đạt 680 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 195 tỷ đồng, đạt mức tăng trưởng 17% về doanh thu và 12% về lợi nhuận so với năm 2018.

3.2 Công ty Cổ phần Kem Tràng Tiền

Kem Tràng Tiền là một thương hiệu kem nổi tiếng đã có từ năm 1958 ở Hà Nội với bề dày lịch sử hơn 60 năm. Năm 2019 Công ty đã có sự tăng trưởng rõ rệt về doanh thu và lợi nhuận: Tổng doanh thu thực hiện năm 2019 là 117,6 tỷ đạt 124% kế hoạch; lợi nhuận trước thuế là 24,3 tỷ đạt 213% kế hoạch năm. Trong năm, Công ty đã đầu tư cải tạo xưởng sản xuất, cải tạo điểm bán hàng 35 Tràng Tiền và đưa ra một số sản phẩm mới góp phần tăng doanh thu và lợi nhuận.

3.3 Khách sạn Sunrise Nha Trang

Năm 2019, Sunrise Nha Trang tiếp tục được đề cử và dành được những giải thưởng quan trọng được trao bởi Hotels.com, Tripadvisor, Agoda, Booking.com...

Năm 2019 là năm thứ 6 liên tiếp Sunrise Nha Trang đón nhận giải thưởng khách sạn xuất sắc của Tripadvisor trao tặng. Đây là minh chứng cho những nỗ lực và sự cố gắng 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.

3.4 Khách sạn Sunrise Premium Resort Hoi An

Trong năm 2019, Sunrise Premium Resort & Spa Hoi An vinh dự khi trở thành chủ nhân của danh hiệu Traveller Review Awards (Giải thưởng đánh giá của khách du lịch); Giấy chứng nhận xuất sắc của Tripadvisor, Giải khách sạn được yêu mến của Hotels.com và là khách sạn chiến thắng Giải Khách sạn Sang trọng của Khu vực Đông Nam Á. Các giải thưởng trên là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng 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.

3.5 Khách sạn Star City Nha Trang

Tháng 7 năm 2019, Star City Nha Trang đã vinh dự nhận được giải thưởng Best Tourist Hotel do APTTF – Hiệp hội du lịch Châu Á Thái Bình Dương trao tặng, đạt danh hiệu Khách sạn có khách đặt phòng trực tuyến nhiều nhất do Hiệp hội du lịch và Khách sạn Việt Nam trao tặng và nhiều giải thưởng đánh giá chất lượng xuất sắc từ các trang web du lịch trực tuyến Agoda, Booking.com...

Theo đánh giá trên trang web TripAdvisor – cộng đồng du lịch uy tín và lớn nhất thế giới, tính đến cuối năm 2019, StarCity Nha Trang đang xếp thứ 10/362 khách sạn tại Nha Trang. Với đội ngũ nhân viên thân thiện, nhiệt tình với nhiệt huyết của sức trẻ đã tạo nên nét khác biệt, khách hàng luôn cảm thấy gần gũi như trong không gian gia đình khi nghỉ dưỡng tại StarCity Nha Trang.

4. Kết quả thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2019

4.1 Kết quả một số chỉ tiêu chính năm 2019 tại công ty mẹ OCH

Đơn vị: VND

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh	Thực hiện 2019 (đã kiểm toán)	Kế hoạch 2019	TH 2019/ KH 2019
1	Tổng doanh thu	354.306.939.975	257.944.760.386	137%

2	Tổng chi phí	149.653.781.074	208.473.788.042	72%
3	Lợi nhuận trước thuế	204.653.158.901	49.470.972.344	414%
4	Lợi nhuận sau thuế	204.556.142.372	49.345.612.501	415%

4.2 Kết quả một số chỉ tiêu chính hợp nhất

Đơn vị VNĐ

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh	Thực hiện 2019 (đã kiểm toán)	Kế hoạch 2019	TH 2019/KH 2019
1	Tổng doanh thu	1.210.363.510.695	1.147.045.628.978	106%
2	Tổng chi phí	1.137.294.527.183	1.130.013.866.420	101%
3	Lợi nhuận trước thuế	73.068.983.512	17.031.762.558	429%
4	Lợi nhuận sau thuế	31.411.615.033	-22.002.930.858	243%

4.2.1 Tổng doanh thu năm 2019 của Công ty mẹ bao gồm: bất động sản, dịch vụ quản lý tòa nhà, kinh doanh thương mại và doanh thu hoạt động tài chính đạt 354,3 tỷ đồng tương đương 137% kế hoạch năm và tăng 80% so với năm 2018, cụ thể:

Doanh thu bất động sản thu được từ hoạt động chuyển nhượng căn hộ Condotel tại Khách sạn Star City Nha Trang thực hiện năm 2019 đạt 1,196 tỷ đồng tương đương 139% kế hoạch năm. Hiện tại OCH còn 6 căn Condotel đưa vào kinh doanh timeshare.

Doanh thu hoạt động quản lý tòa nhà chỉ đạt 64 % kế hoạch năm do OCH đã chấm dứt việc cho thuê văn phòng và dịch vụ quản lý tòa nhà Fafim từ 30/6/2019; tòa nhà VNT từ 31/12/2019.

Hoạt động quản lý khách sạn doanh thu đạt 330 triệu đồng tương đương 25% kế hoạch năm do OCH đã hết hạn hợp đồng quản lý khách sạn Suối Mơ từ 28/2/2019;

Doanh thu kinh doanh thương mại chủ yếu từ hoạt động bán hàng cho Công ty CP Bánh Givral đạt 44,4 tỷ đồng tương đương 60% kế hoạch năm và chi phí cũng giảm tương ứng do năm 2019 Công ty không còn cung cấp bao bì và nguyên vật liệu chính cho vụ trung thu của Givral mà chỉ duy trì một số hợp đồng cho bánh Daily.

Doanh thu hoạt động tài chính đạt 295,9 tỷ đồng tương đương 176% kế hoạch năm do thu Cổ tức từ Công ty CP Bánh Givral và Công ty CP Tân Việt, và lãi tiền gửi ngân hàng, lãi hỗ trợ vốn, chuyển nhượng cổ phần tại Fafim;

4.2.2. Về chi phí:

Chi phí dự phòng đạt 71,04 tỷ đồng tương đương 70% kế hoạch năm, chủ yếu từ giảm chi phí dự phòng phải thu khó đòi 40,29 tỷ đồng do trong Quý III/2019 hoàn nhập được 1 phần khoản phải thu từ Ông Hà Trọng Nam.

Chi phí quản lý thực hiện đạt 12,8 tỷ đồng tương đương 128% kế hoạch năm do trong năm Công ty có đợt điều chỉnh tăng lương cho CBCNV thêm 10% và tăng chi phí bảo hiểm; đồng thời thù lao của HĐQT BKS tăng theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019.

4.2.3. Về lợi nhuận:

Lợi nhuận trước thuế đạt 204,6 tỷ đồng tương đương 414 % kế hoạch năm, tăng 386% so với năm 2018.

4.2.4. Kết quả kinh doanh trên báo cáo tài chính hợp nhất:

Chỉ tiêu lợi nhuận sau thuế trên Báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất năm 2019 lãi 31,4 tỷ đồng trong khi năm 2018 lãi sau điều chỉnh kiểm toán là 42 tỷ đồng, giảm lãi 10,6 tỷ đồng tương ứng tỉ lệ 25% so với năm 2018 nhưng tăng 143% so với kế hoạch năm; cụ thể:

Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng 45 tỷ đồng, tương ứng tăng khoảng 4% so với năm 2018, tăng 6% so với kế hoạch năm 2019. Doanh thu tăng chủ yếu từ hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty CP Bánh Givral và Công ty CP Kem Tràng Tiền với mức tăng trưởng doanh thu lần lượt là 17% và 20%. Để có được mức tăng này, Công ty CP Bánh Givral và Công ty CP Kem Tràng Tiền đồng thời cũng phải chi ra khá nhiều chi phí cho hoạt động bán hàng và các chi phí của giá vốn hàng bán. Năm 2019, lợi nhuận sau thuế của Bánh Givral và Kem Tràng Tiền đã tăng thêm số tiền là hơn 26 tỷ so với năm 2018.

Tuy nhiên, năm 2019 ghi nhận sự suy giảm đáng kể trong kết quả kinh doanh của mảng khách sạn. Cụ thể, Công ty CP Tân Việt và Công ty TNHH MTV Sao Hôm Nha Trang có mức suy giảm doanh thu lần lượt là 26% và 24% so với năm 2018. Theo đó, lợi nhuận sau thuế của hai công ty này cũng suy giảm với số tiền lần lượt là 16,6 tỷ đồng và 25,4 tỷ đồng so với năm 2018. Công ty CP Du lịch khách sạn Suối Mơ doanh thu chỉ đạt 81% kế hoạch, lỗ 1,6 tỷ đồng. Trong khi Công ty CP Dịch vụ Hỗ trợ và Phát triển Đầu tư có doanh thu là 213,6 tỷ đồng tăng 1% kế hoạch; lợi nhuận trước thuế lỗ (40,2) tỷ đồng, giảm lỗ so với kế hoạch 2019 đề ra nhưng hiện nay, khách sạn Sunrise Hội An đang bị Cục thi hành án dân sự tỉnh Quảng Nam kê biên tài sản để đảm bảo thi hành án.

Đồng thời, Công ty CP Viptour – Togi vẫn tiếp tục thua lỗ với mức tăng của lỗ sau thuế là 11,9 tỷ đồng so với năm 2018 (từ mức lỗ 3 tỷ sau thuế năm 2018 lên mức lỗ 15 tỷ đồng của năm 2019).

Công ty CP Truyền thông Đại Dương tiếp tục không phát sinh hoạt động sản xuất kinh doanh trong năm 2019.

Năm 2019 với sự chỉ đạo quyết liệt của Hội đồng quản trị, sự nỗ lực của Ban điều hành cùng cán bộ công nhân viên Công ty và các đơn vị thành viên thì Công ty đã có lợi nhuận hợp nhất sau thuế đạt 31,4 tỷ đồng. Nhờ đó, cổ phiếu OCH tiếp tục duy trì giao dịch trên sàn giao dịch chứng khoán.

4.3 Phương án phân phối lợi nhuận năm 2019.

Mặc dù năm 2019 là năm thứ 2 liên tiếp OCH có kết quả kinh doanh có lãi 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.

Hội đồng quản trị đưa ra phương án trích Quỹ khen thưởng phúc lợi: 1%/Lợi nhuận sau thuế để đảm bảo chính sách chăm lo đời sống của cán bộ nhân viên và khuyến khích người lao động tăng hiệu quả làm việc. Mức trích lập dựa trên cơ sở tham khảo quy định tại Nghị định 91/2015/NĐ-CP ngày 13/10/2015; Nghị định 32/2018/NĐ-CP của Chính Phủ ngày

08/3/2018 và Thông tư số 28/2016/TT-BLĐTBXH ngày 10/9/2016 của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội.

II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020

1. Nhận định tình hình

Bước sang năm 2020, dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp Covid – 19 đã trở thành đại dịch lan khắp toàn cầu khiến cho nền kinh tế thế giới suy thoái nghiêm trọng và nền kinh tế Việt Nam cũng bị ảnh hưởng sâu, rộng. OCH và các đơn vị thành viên đang hoạt động trên nhiều lĩnh vực nên việc bị ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất kinh doanh là khó tránh khỏi. Đặc biệt là mảng kinh doanh khách sạn đã bị ảnh hưởng rất nghiêm trọng từ đầu tháng 2/2020.

Đối với hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm cá bánh và kem đều chịu tác động lớn từ những biện pháp giãn cách xã hội như đóng cửa các trường học, hạn chế đi lại chỉ được ra đường trong trường hợp thực sự cần thiết...nên sản lượng tiêu thụ đã có chiều hướng giảm trong những tháng đầu năm.

Đối với hoạt động kinh doanh Khách sạn và Khu nghỉ dưỡng: bắt đầu từ tháng 2 đến nay dịch bệnh Covid – 19 đã gây ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của các Khách sạn: doanh thu sụt giảm mạnh, khách du lịch ở các nước bị nghiêm cấm đi lại, dẫn đến công suất phòng giảm mạnh, khách đặt phòng và đã thu hồi đặt cọc do bất khả kháng v.v...dẫn đến kinh doanh của khách sạn không như kế hoạch đã trình trước đây.

2. Mục tiêu – nhiệm vụ trọng tâm năm 2020

Để đối phó với tình hình dịch bệnh Covid-19 đang diễn biến hết sức phức tạp như hiện nay, giảm bớt những thiệt hại do dịch bệnh, HĐQT Công ty đã chỉ đạo sát sao Ban điều hành OCH cùng HĐQT và Ban điều hành các đơn vị thành viên nhanh chóng đưa ra các biện pháp tổng thể về thị trường, nhân sự cũng như hoạt động của toàn công ty.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nghỉ dưỡng: tạm thời giảm bớt nhân sự, có kế hoạch tạm đóng cửa khách sạn trong 2 tháng do công suất phòng đã giảm xuống mức rất thấp. Trong thời gian khách sạn đóng cửa, đội ngũ kinh doanh sẽ theo dõi sự chuyển biến nhu cầu du lịch của khách hàng để có các biện pháp tiếp thị phù hợp sau khi khách sạn hoạt động trở lại.

Trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm luôn đảm bảo chất lượng sản phẩm, sức khỏe của người tiêu dùng là mục tiêu hàng đầu; công tác vệ sinh an toàn thực phẩm là nhiệm vụ trọng tâm. Tuy hoạt động sản xuất kinh doanh đang bị ảnh hưởng xấu của dịch bệnh nhưng vẫn tiếp tục nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và nhu cầu thị trường sau khi dịch bệnh được kiểm soát trong thời gian tới.

OCH xác định luôn đồng hành chia sẻ khó khăn với các đơn vị thành viên, Công ty tổ chức bộ máy nhân sự hoạt động theo hướng “gọn, nhẹ, chuyên sâu” đảm bảo năng suất lao động, nâng cao hiệu quả công việc.

3. Chỉ tiêu kế hoạch năm 2020

3.1 Chỉ tiêu kế hoạch năm 2020 của Công ty mẹ

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	Thực hiện 2019	Kế hoạch 2020	KH 2020/T H 2019
Tổng doanh thu	354.306.939.975	164.287.558.755	46%
Tổng chi phí	149.653.781.074	124.648.235.550	83%
Lợi nhuận trước thuế	204.653.158.901	39.639.323.205	19%
Lợi nhuận sau thuế	204.556.142.372	39.639.323.205	19%

3.2 Chỉ tiêu kế hoạch năm 2020 của Công ty hợp nhất

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	Thực hiện 2019	Kế hoạch 2020	KH 2020/TH 2019
Tổng doanh thu	1.210.363.510.695	997,662,628,674	82%
Tổng chi phí	1.137.294.527.183	780,983,104,080	69%
Lợi nhuận trước thuế	73.068.983.512	216,679,524,594	297%
Lợi nhuận sau thuế	31.411.615.033	192,671,106,958	613%

Trong quý 1 năm 2020, OCH đã hoàn thành việc thoái toàn bộ vốn góp tại Công ty CP Du lịch Khách sạn Suối Mơ và thoái 3,6 triệu cổ phần đang nắm giữ tại IOC. Tại thời điểm lập kế hoạch 2020, Ban điều hành đang hợp nhất kế hoạch kinh doanh của IOC đến hết quý 1 năm 2020. Do được hoà nhập khoản hợp nhất lỗ lũy kế của IOC từ các năm trước nên lợi nhuận trước thuế kế hoạch hợp nhất của Công ty tăng 297% so với thực hiện năm 2019.

Trong năm 2020, các công ty thành viên đang kinh doanh khách sạn tiếp tục phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt của thị trường. Có rất nhiều khách sạn mới cùng phân khúc tiếp tục được đưa vào kinh doanh, đặc biệt sự giảm sút của thị trường khách Trung Quốc đã ảnh hưởng trực tiếp đến công suất phòng, giá bán phòng khách sạn từ năm 2019. Đặc biệt hoạt động kinh doanh của các khách sạn đang bị ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh Covid - 19, mặc dù các công ty đều đã lên kế hoạch cắt giảm nhân sự, tiết kiệm tối đa chi phí nhưng doanh thu và lợi nhuận bị sụt giảm sâu là không thể tránh khỏi. Do vậy việc hoàn thành kế hoạch SXKD năm 2020 của OCH và các đơn vị thành viên cũng đầy thách thức.

4. Giải pháp thực hiện:

Để triển khai kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2020, Ban Điều Hành xin đề xuất các giải pháp như sau:

4.1 Nhóm giải pháp quản trị điều hành

- Phát huy tối đa năng suất lao động từ nguồn nhân lực hiện có của Công ty đồng thời tạo ra sự thay đổi linh hoạt hơn trong việc phối hợp công việc giữa các phòng, ban, bộ phận.

- Ban điều hành tăng cường kết nối, thường xuyên giám sát để kịp thời nắm bắt, tháo gỡ khó khăn, tìm giải pháp, hỗ trợ các đơn vị thành viên vượt qua khó khăn;

- Ban điều hành thường xuyên bám nắm tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh đã được phê duyệt, triển khai đồng bộ các biện pháp nhằm tiết giảm chi phí, hỗ trợ chia sẻ với

các đơn vị thành viên cùng vượt qua giai đoạn khó khăn trong đại dịch Covid-19 và phuong án phục hồi hoạt động kinh doanh sau đại dịch.

- Tăng cường hoạt động của ban kiểm soát tại từng Công ty thành viên 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 phê duyệt, ban hành và tổ chức thực hiện trong Công ty và các đơn vị thành viên 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 năm 2020, 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

Khi công ty xây dựng được thương hiệu chính là tạo nên bản sắc riêng đồng thời một thương hiệu mạnh sẽ tạo ra giá trị sản phẩm, dịch vụ gia tăng. Từ đó, 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 lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm: Quảng bá hình ảnh thương hiệu của công ty thông qua hàng loạt các hoạt động marketing như luôn xây dựng mới website công ty; quảng cáo trên đội xe giao hàng bằng những banner hình ảnh sản phẩm, việc quảng cáo này sẽ rất hiệu quả cũng như tiết kiệm chi phí, giúp tiếp cận hình ảnh Công ty đến khách hàng khá tốt; quảng cáo trong các thang máy của các trung tâm thương mại và tòa nhà lớn tại HCM và Hà Nội thông qua công ty Goldsun Media. Tăng cường kênh bán hàng online, qua ứng dụng Grab, kênh cộng tác viên, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong việc đặt hàng trực tuyến.

Đối với hoạt động kinh doanh khách sạn trong năm 2020: 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 hóa 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 ngay sau khi thị trường khởi sắc.

- Đối với hoạt động thực phẩm:

+ Quảng bá hình ảnh thương hiệu thông qua sử dụng digital marketing, đây là 1 công cụ quảng cáo rất hiệu quả để tiếp cận khách hàng và rất được nhiều khách hàng đón nhận. 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 giúp tăng định vị thương hiệu công ty.

+ Quảng cáo trên màn hình LED trong các thang máy của tòa nhà, trung tâm thương mại siêu thị và các sân bay lớn. Công ty sẽ tiếp tục duy trì phương thức quảng cáo này vì nó giúp tiếp cận nhanh đến các khách hàng mục tiêu của công ty.

+ 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 hè đã có những thành công nhất định trong những năm qua. Luôn cập nhật những xu hướng bánh mới nhất để tạo ra những sản phẩm mới nhằm đa dạng hóa sản phẩm công ty.

+ Tiếp tục hoàn thiện và phát triển bộ phận đào tạo và chăm sóc khách hàng để hỗ trợ các cửa hàng chăm sóc khách hàng ngày càng chuyên nghiệp hơn.

+ Tổ chức các lớp huấn luyện nâng cao kỹ năng bán hàng và phục vụ chuyên nghiệp.

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

- Đối với hoạt động Khách sạn:

+ Tiếp tục khảo sát, theo dõi tình hình thị trường trên nền tảng công cụ hỗ trợ của phần mềm báo cáo STR (thay thế cho công cụ OTA Insight) để đưa ra các chiến lược giá khuyến mãi phù hợp nhất, đúng thời điểm nhất so với các đối thủ cạnh tranh tùy theo sự linh động nhu cầu biến đổi của thị trường.

+ 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);

+ 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 dang và thanh toán công nợ sắp tới hạn.

- Xây dựng kế hoạch đầu tư hiệu quả từ nguồn vốn tích lũy tại các đơn vị thành viên.

- Đẩy mạnh công tác thu hồi công nợ, đưa ra các biện pháp quyết liệt trong việc xử lý nợ xấu, tái cơ cấu các khoản công nợ phải trả đến hạn ở một số đơn vị thành viên;

- Hoàn thiện các thủ tục pháp lý đối với các dự án đầu tư của Công ty làm cơ sở cho việc triển khai dự án; 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.

- Đối với các công ty thành viên kinh doanh khách sạn đang chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh Covid – 19 không mua sắm công cụ dụng cụ trừ những công cụ thực hiện tiết kiệm chi phí, khách sạn cũng không thực hiện mua sắm TSCĐ ngoại trừ một số hạng mục bảo trì tòa nhà như hệ thống cháy, máy phát điện, thang máy. Còn lại những chi phí khác sẽ tăng hoặc giảm theo tỷ lệ doanh thu

4.5. Nhóm giải pháp về nhân sự

Bộ máy nhân sự chất lượng cao là chìa khóa để công ty phát triển bền vững. Trong thời gian vừa qua OCH đã cố gắng duy trì, kiện toàn đội ngũ cán bộ nhân viên nòng cốt. Trong thời gian hoạt động sản xuất kinh doanh của toàn hệ thống suy giảm do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, các khách sạn phải tạm dừng hoạt động và thực hiện cắt giảm nhân sự, Công ty vẫn ưu tiên nguồn tài chính hỗ trợ cho người lao động phải chấm dứt hợp đồng và duy trì thu nhập hợp lý đảm bảo đời sống cho cán bộ nhân viên đang làm việc cùng công ty tiếp tục vượt qua khó khăn và hướng tới sự phát triển trong tương lai.

Đối với hoạt động sản xuất bánh, kem bị suy giảm, tạm thời giải quyết cho người lao động nghỉ theo nguyện vọng, nghỉ việc riêng không hưởng lương; thực hiện giảm giờ làm việc tiết kiệm chi phí.

Bên cạnh đó, Công ty tiếp tục 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

Bảo vệ môi trường là trách nhiệm của toàn xã hội, hướng tới phát triển bền vững là yêu cầu cấp thiết trong kế hoạch phát triển kinh tế xã hội. Hoạt động sản xuất kinh doanh của toàn hệ thống OCH cũng không thể nằm ngoài các hoạt động bảo vệ môi trường, hướng tới phát triển bền vững. 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 2019 và kế hoạch kinh doanh năm 2020. Để xứng đáng với sự tin tưởng của Quý cổ đông, của khách

hàng chúng luôn nỗ lực tối đa vì lợi ích của Công ty 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 2020.

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 GIANG NAM