

Số: 01./2022/BC-BGD

Hà Nội, ngày 5. tháng 4. năm 2022

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022**

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2022
Công ty Cổ phần Khách sạn và Dịch vụ OCH

- Căn cứ Điều lệ Công ty Cổ phần Khách sạn và Dịch vụ OCH;
- Căn cứ Nghị quyết số 01/2021/NQ-ĐHĐCĐ ngày 23/04/2021 của Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2021 Công ty Cổ phần Khách sạn và Dịch vụ OCH ;
- Căn cứ vào kết quả sản xuất kinh doanh năm 2021 và kế hoạch sản xuất kinh doanh của Công ty năm 2022;
- Căn cứ Báo cáo tài chính đã được kiểm toán cho năm tài chính kết thúc ngày 31/12/2021.

Ban điều hành Công ty kính báo cáo Đại hội đồng cổ đông Công ty Cổ phần Khách sạn và Dịch vụ OCH về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2021 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2022 như sau:

I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN NHIỆM VỤ SXKD NĂM 2021

1. Tình hình chung

Năm 2021 tiếp tục là một năm đầy khó khăn và thử thách với nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng với sự xuất hiện và lây lan mạnh của biến chủng Delta và hiện nay là biến chủng mới Omicron, nhanh chóng lan rộng trên phạm vi toàn cầu. Tại Việt Nam, đợt bùng phát dịch lần thứ 4 xảy ra vào giữa tháng 5 tại thành phố Hồ Chí Minh được xác định do biến chủng Delta gây ra, sau đó lây lan mạnh rộng khắp cả nước. Dịch bệnh Covid – 19 tiếp tục diễn biến phức tạp dẫn đến nền kinh tế thế giới suy thoái thêm trầm trọng. Tại Việt Nam, mặc dù chính phủ đã có các phản ứng nhanh chóng và quyết liệt song tốc độ phát triển kinh tế vẫn suy giảm.

Các Công ty con của OCH hoạt động ở các lĩnh vực kinh doanh khách sạn và sản xuất kinh doanh thực phẩm đã và đang bị ảnh hưởng nghiêm trọng từ dịch bệnh Covid-19. Đặc biệt là các công ty kinh doanh khách sạn của OCH hoạt động cực kỳ khó khăn do lệnh giãn cách xã hội và dừng các chuyến bay đón khách quốc tế làm cho hoạt động kinh doanh khách sạn tại các công ty con của OCH trong năm 2021 gần như tê liệt.

Tuy nhiên, nhờ Việt Nam đã nhanh chóng chuyển từ chiến lược “Zero Covid” sang “Thích ứng linh hoạt với Covid”, dần nới lỏng giãn cách và mở cửa nền kinh tế nên bức tranh gam màu tối vẫn ánh lên vài điểm sáng, GDP năm 2021 tăng 2,58%.

Công ty Cổ phần Bánh Givral bị sụt giảm nghiêm trọng doanh thu và lợi nhuận, công ty con của Givral là Công ty CP Kem Tràng Tiền có sự suy giảm nhẹ doanh thu, lợi nhuận. Đó là nhờ sự nỗ lực rất lớn của Hội đồng quản trị, Ban điều hành và toàn thể người lao động cố gắng duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến nguy hiểm, phức tạp như hiện nay.

Thị trường bất động sản năm vừa qua cũng chịu nhiều tác động bởi tình hình dịch bệnh, tuy nhiên đây cũng là năm khẳng định sự thích ứng linh hoạt, đổi mới trong các phương thức tổ chức vận hành, cũng như những nỗ lực hỗ trợ, cải cách từ Chính phủ, tới các đơn vị doanh nghiệp, để từng bước phục hồi trong bối cảnh bình thường mới.

Số lượng dự án bất động sản mới được cấp phép tiếp tục giảm so với các năm 2020 khiến nguồn cung bất động sản, nhà ở đặc biệt là nhà ở dành cho đối tượng thu nhập thấp vẫn còn hạn chế. Nền kinh tế có dấu hiệu của sự giảm phát do ảnh hưởng của đại dịch nhưng giá bất động sản, nhà ở, đất nền vẫn liên tục tăng từ đầu năm. Tính đến cuối năm 2021, giá căn hộ chung cư đã tăng bình quân khoảng 5–7%; giá nhà ở riêng lẻ trong dự án tăng 15–20%; giá đất nền tăng 20–30% so với thời điểm cuối năm 2020, báo hiệu những nguy cơ của tình hình bong bóng bất động sản có thể xảy ra do tình trạng đầu cơ, thổi giá.

2. Kết quả SXKD năm 2021 của OCH và các đơn vị thành viên

Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2021 của OCH đã thông qua kế hoạch SXKD năm 2021 với sự kỳ vọng đại dịch Covid – 19 dần được kiểm soát sau khi tiêm phủ được vaccine và ngành du lịch dần được phục hồi. Hội đồng quản trị OCH luôn tăng cường kiểm tra, giám sát, kiện toàn bộ máy HĐQT và Ban điều hành các đơn vị thành viên, đưa ra những quyết sách, chỉ đạo quyết liệt để có thể hoàn thành kế hoạch SXKD năm 2021 đã đề ra. Ban điều hành OCH luôn chủ động, quyết liệt trong việc thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2021 tại OCH và các đơn vị thành viên. Song với sự diễn biến nhanh, phức tạp, khó lường của dịch bệnh cùng với việc tuân thủ các biện pháp giãn cách xã hội trong quý 2, 3 nên mặc dù kết quả kinh doanh năm 2021 của Công ty mẹ có khả quan: lợi nhuận sau thuế của Công ty mẹ là 5,7 tỷ đồng, đạt 578% kế hoạch năm; nhưng lợi nhuận sau thuế hợp nhất lỗ 78,2 tỷ đồng, tương đương -155% kế hoạch năm sau điều chỉnh.

2.1 Hoạt động Kinh doanh Khách sạn

Từ đầu năm 2021, tình hình dịch bệnh Covid-19 ngày càng trở nên phức tạp, ngành Du lịch tiếp tục bị ảnh hưởng nghiêm trọng hơn so với năm 2020. Đợt dịch Covid-19 bùng phát từ cuối tháng 4 trên phạm vi cả nước với tốc độ lây lan nhanh và mạnh ảnh hưởng hầu như đến các tỉnh thành, khiến ngành du lịch nói chung trên cả nước và việc kinh doanh dịch du lịch nói riêng tại Nha Trang bị chạm đáy. Tại Khánh Hòa, dịch bùng phát mạnh từ tháng 6, đúng vào thời điểm ngành du lịch đang sẵn sàng cho kế hoạch đón du khách dịp hè, vốn là mùa cao điểm đối với khách nội địa trong năm khiến Khách sạn Star City Nha Trang; Sunrise Nha Trang phải đóng cửa hơn 4 tháng theo Chỉ thị giãn cách xã hội.

Tỉnh Khánh Hòa đã cho phép một số cơ sở lưu trú được đón khách nội tỉnh và đón khách ngoại tỉnh từ 16/10. Tuy nhiên, du lịch Khánh Hòa chỉ có dấu hiệu phục hồi ở phân khúc du lịch nghỉ dưỡng, với điểm đến là các khu nghỉ/resort ở Bãi Dài và hệ thống lưu trú của Vinpearl Nha Trang – những điểm đến ưu tiên cung cấp dịch vụ lưu trú – vui chơi giải trí khép kín. Lượng khách nghỉ dưỡng cũng chưa nhiều, chủ yếu là khách du lịch nội tỉnh, lượt khách lưu trú là con số rất nhỏ so với số lượng 50.000 buồng phòng phục vụ khách du lịch hiện có tại Khánh Hòa. Dẫn đến công suất phòng năm 2021 của các khách sạn sụt giảm xuống mức rất thấp.

2.2 Hoạt động kinh doanh thực phẩm

Sản xuất kinh doanh thực phẩm vẫn là một trong những lĩnh vực kinh doanh đem lại doanh thu chính. Tuy nhiên do dịch bệnh bùng phát rất mạnh tại Thành phố Hồ Chí Minh đúng vào cao điểm sản xuất, kinh doanh vụ bánh trung thu còn tại Hà Nội là vào cao điểm tiêu thụ kem trong dịp hè nên doanh thu và lợi nhuận của CTCP Bánh Givral bị sụt giảm nghiêm trọng. Tổng doanh thu thực hiện năm 2021 của Bánh Givral đạt 37% kế hoạch năm; Kem Tráng Tiền đạt 82% kế hoạch năm.

2.3 Hoạt động đầu tư

Với phương châm “đi tắt – đón đầu” và chủ trương tăng cường tìm kiếm các Dự án đầu tư bất động sản mới, có tính khả thi tại các địa phương, tỉnh thành trong cả nước phù hợp với năng lực, Công ty đã triển khai các hoạt động đầu tư, phát triển dự án tại một số địa bàn trọng điểm trong cả nước như : Đà Nẵng, Nam Định, Lào cai, Lạng sơn cùng nhiều tỉnh thành khác trong cả nước.

Đối với các Dự án cũ tồn đọng, Ban điều hành Công ty vẫn đang nỗ lực tìm kiếm các giải pháp giải quyết, tuy nhiên do các nguyên nhân chủ quan và khách quan vì vậy các Dự án cũ vẫn chưa thể tiếp tục triển khai. Cụ thể:

- Dự án Saigon Airport Hotel: Dự án do Công ty nhận chuyển nhượng từ Công ty cổ phần đầu tư Việt Liên Á – Phú Hưng Gia; Địa điểm: Số 1 đường Bạch Đằng, phường Bình Tân, Thành phố Hồ Chí Minh; Diện tích khu đất: ~ 3200 m², chiều cao: 13 tầng. Công trình khởi công xây dựng và hoàn thành 02 tầng hầm. Do nhiều nguyên nhân chủ quan và khách quan, công trình tạm dừng thi công từ năm 2014.

- Dự án Khách sạn StarCity Westlake: Dự án do Công ty CP Viptour-Togi (công ty con của OCH) làm chủ đầu tư; Địa điểm: Số 10 Trần Vũ; Diện tích khu đất: ~2200m³, chiều cao 04-08 tầng; Công trình khởi công xây dựng từ năm 2013, tuy nhiên do các nguyên nhân chủ quan và khách quan, công trình tạm dừng thi công từ tháng 11/2014; Công trình đã thi công tầng hầm, đổ bê tông tầng 1 và sàn tầng 2;

Về tình hình thực hiện các dự án đầu tư bất động sản công nghiệp:

- Khu công nghiệp Quang Minh: Địa điểm: thuộc huyện Mê Linh, TP Hà Nội; Do vị trí khu đất không đảm bảo các yếu tố về vệ sinh an toàn thực phẩm, phòng cháy chữa cháy và các yếu tố về môi trường, pháp lý về đất đai, nên không phù hợp với việc xây dựng nhà xưởng sản xuất kem, bánh. Hơn nữa, thời hạn Hợp đồng cho thuê kéo dài đến năm 2033, do vậy Ban điều hành OCH đã tiến hành đàm phán và chuyển nhượng Dự án cho đối tác là Công ty TNHH An Việt – Hà Nội.

- Dự án nhà máy Bình Hưng: Địa điểm: Số 7 đường 7 Khu công nghiệp Vsip – thành phố Từ Sơn, Bắc Ninh; Dự án do Công ty Cổ phần thương mại và dịch vụ Bình Hưng (công ty con của OCH) làm Chủ đầu tư. Khu đất có diện tích ~ 1.3ha, nhà xưởng sản xuất ~ 4400 m² nằm trọn trong khuôn viên Khu công nghiệp sầm uất bậc nhất với thời gian sử dụng đến năm 2057. Hiện nay Dự án được bố trí sử dụng làm nhà xưởng sản xuất bánh và kem, đồng thời thực hiện cho thuê nhà xưởng đối với phần diện tích nhà xưởng nhằm tăng doanh thu. Dự án đang được tiếp tục lập hồ sơ cải tạo và mở rộng giai đoạn 2 để phục vụ việc phát triển sản xuất và cho thuê bất động sản công nghiệp.

- Dự án Nhà máy Givral: Dự án do Công ty Cổ phần bánh Givral (công ty con của OCH) làm Chủ đầu tư. Công ty Cổ phần Bánh Givral đã thuê đất tại lô C5-12, đường N8 khu công nghiệp Tân Phú Trung với diện tích ~ 1,8ha, thời gian sử dụng đến năm 2054; Hiện nay, dự án đang được Ban quản lý các khu chế xuất và công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh thẩm định hồ sơ thiết kế cơ sở.

3. Một số kết quả nổi bật năm 2021

Bánh Givral là một thương hiệu bánh danh tiếng của Sài Gòn với bề dày lịch sử hơn 70 năm. Trải qua nhiều thăng trầm, đến nay thương hiệu Givral đã in đậm dấu ấn với người dân Sài Gòn và đang từng bước tiến vào thị trường Hà Nội. Để thực hiện được vụ trung thu 2021 đạt 14% kế hoạch năm trong bối cảnh dịch bùng phát rất mạnh tại thành phố Hồ Chí Minh, Hội Đồng Quản Trị và Ban Tổng Giám Đốc đã chỉ đạo sát sao, cùng sự nỗ lực của toàn thể CBCNV Givral, sản xuất 3 tại chỗ trong điều kiện khó khăn chồng chất, thành phố giãn cách rất nghiêm ngặt, số ca F0 liên tục tăng cao; góp phần vào tổng doanh thu thực hiện đạt 290 tỷ đồng tương đương 37% kế hoạch năm, lợi nhuận trước thuế đạt 11 tỷ đồng tương đương 7% kế hoạch năm.

Thương hiệu Kem Tràng Tiền đã gắn bó với người dân Thủ đô từ năm 1958. Năm 2021, hoạt động SXKD của Kem Tràng Tiền cũng chịu tác động không nhỏ do các quy định giãn cách xã hội khi dịch bệnh bùng phát mạnh cuối quý 2 và quý 3 tại Hà Nội. Tuy nhiên, với phương châm điều hành thích ứng linh hoạt của HĐQT, Ban Giám đốc nên sản lượng, doanh thu của Kem Tràng Tiền có bị suy giảm nhẹ. Tổng doanh thu năm 2021 đạt 82% kế hoạch năm, lợi nhuận sau thuế đạt 68% kế hoạch năm.

Thực hiện chủ trương tìm kiếm các dự án đầu tư mới, khả thi tại các tỉnh trong cả nước, sau quá trình nghiên cứu rà soát đánh giá, Công ty tập trung nghiên cứu trọng điểm các địa bàn tại các tỉnh, thành phố: Đà Nẵng, Nam Định, Lào Cai, Lạng Sơn và một số địa phương khác. Bước đầu, Công ty đã và đang triển khai công tác tài trợ kinh phí nghiên cứu lập quy hoạch một số dự án, từ đó Công ty sẽ tham gia đầu tư theo phương thức đầu thầu lựa chọn nhà đầu tư, đấu giá quyền sử dụng đất đối với các dự án tiềm năng và có tính thanh khoản cao.

4. Kết quả thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2021

4.1 Kết quả một số chỉ tiêu chính năm 2021 tại Công ty mẹ OCH

| STT | Kết quả hoạt động kinh doanh | Kế hoạch 2021 | Thực hiện 2021 (đã kiểm toán) | TH2021/ KH2021 |
|-----|------------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------------|
| 1 | Tổng doanh thu | 243.103.329.948 | 166.290.440.481 | 68% |
| 2 | Tổng chi phí | 242.110.074.363 | 160.550.136.529 | 66% |
| 3 | Lợi nhuận trước thuế | 993.255.585 | 5.740.303.952 | 578% |
| 4 | Lợi nhuận sau thuế | 993.255.585 | 5.740.303.952 | 578% |

4.1.1. Về doanh thu:

Tổng doanh thu năm 2021 của Công ty đạt 166,3 tỷ đồng tương đương 68% so với kế hoạch năm và bằng 52% so với thực hiện năm 2020. Doanh thu bao gồm: kinh doanh thương mại và doanh thu hoạt động tài chính, cụ thể:

Doanh thu kinh doanh thương mại chủ yếu từ hoạt động bán hàng cho Công ty CP Bánh Givral đạt 60 tỷ đồng tương đương 36% kế hoạch năm và giá vốn cũng giảm tương ứng. Nguyên nhân chính do tình hình dịch bệnh Covid 19 bùng phát mạnh tại Thành phố Hồ Chí Minh dẫn đến doanh thu cung cấp bao bì, nguyên vật liệu bánh daily sụt giảm, đặc biệt là doanh thu bán hàng hóa vụ trung thu 2021 giảm rất mạnh.

Doanh thu hoạt động tài chính đạt 89,2 tỷ đồng tương đương 115% kế hoạch năm chủ yếu do thu Cổ tức từ Công ty CP Bánh Givral và lãi hỗ trợ vốn, lãi tiền gửi, lãi đầu tư chứng khoán.

Thu nhập khác được ghi nhận 15,5 tỷ đồng là do Công ty đã khởi kiện Công ty TNHH Kiến Trúc và Xây dựng Tràng An và đã được Tòa án nhân dân TP Hà Nội xử phúc thẩm thắng kiện, buộc Công ty TNHH Kiến Trúc và Xây dựng Tràng An phải bồi thường vi phạm hợp đồng kinh tế giữa hai bên.

Hoạt động kinh doanh của các công ty con trong hệ thống đều gặp khó khăn nên năm 2021 Công ty chỉ ghi nhận 1 phần cổ tức được chia từ lợi nhuận còn lại của Givral năm 2020. Bên cạnh đó, trong năm 2021, hệ thống các ngân hàng liên tục điều chỉnh giảm lãi suất tiền gửi tiết kiệm nên doanh thu hoạt động tiền gửi không đạt kế hoạch đề ra.

4.1.2. Về chi phí:

Giá vốn hàng bán đạt 56 tỷ đồng tương đương 36% so với kế hoạch, mức giảm này tương đương với mức giảm doanh thu bán hàng.

Chi phí tài chính toàn bộ là chi phí trích lập dự phòng tổn thất đầu tư tài chính hơn 72 tỷ đồng tương đương 132% kế hoạch năm. Chi phí tài chính tăng do các công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn bị thua lỗ nhiều hơn kế hoạch, đặc biệt là CTCP Tân Việt phát sinh tiền thuê đất sau khi được ưu đãi giảm 30% vẫn tăng 6 lần, nên Công ty phải trích lập thêm dự phòng đầu tư.

Chi phí quản lý thực hiện 30,7 tỷ đồng tương đương 97% kế hoạch năm bao gồm cả chi phí trích dự phòng phải thu khoản Tràng An và phát sinh các chi phí pháp lý phát sinh khi tiến hành khởi kiện để thu hồi công nợ. Năm 2021 công ty đã thực hiện tiết giảm chi phí để

ứng phó với ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 (CBCNV công ty đã đồng thuận giảm lương trong những tháng dịch bùng phát mạnh để cùng chia sẻ khó khăn với công ty).

4.1.3. Về lợi nhuận:

Lợi nhuận sau thuế năm 2021 đạt 5,7 tỷ tương đương 578% kế hoạch năm và bằng 12% so với năm 2020.

4.2 Kết quả một số chỉ tiêu chính hợp nhất

Đơn vị VNĐ

| STT | Kết quả hoạt động kinh doanh | Kế hoạch 2021 | Thực hiện 2021 (đã kiểm toán) | TH2021/KH2021 |
|-----|------------------------------|-----------------|-------------------------------|---------------|
| 1 | Tổng doanh thu | 956.545.703.828 | 434.613.265.406 | 45% |
| 2 | Tổng chi phí | 868.564.243.126 | 508.918.526.020 | 59% |
| 3 | Lợi nhuận trước thuế | 87.981.460.702 | (74.305.260.614) | -84% |
| 4 | Lợi nhuận sau thuế | 50.457.199.245 | (78.226.352.160) | -155% |

Tổng doanh thu trên Báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất kiểm toán năm 2021 đạt 434,6 tỷ đồng tương đương 45% kế hoạch và bằng 37% so với năm 2020, lợi nhuận sau thuế lỗ 78,2 tỷ đồng tương đương -155% kế hoạch năm và bằng -28% so với năm 2020. Kết quả đạt được ở một số hoạt động chính như sau:

Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ đạt 406 tỷ đồng, tương đương 43% kế hoạch năm và giảm 54% so với năm 2020. Doanh thu giảm chủ yếu là do dịch bệnh Covid-19 tái bùng phát lần thứ 4 nên doanh thu bánh Daily bị sụt giảm, đặc biệt là doanh thu bánh trung thu của CTCP Bánh Givral chỉ bằng 14% so với kế hoạch. Đồng thời do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 nên các Công ty con kinh doanh khách sạn của Công ty đã phải đóng cửa khách sạn trong quý 2, quý 3 nên doanh thu phòng năm 2021 đã giảm xuống mức rất thấp.

Doanh thu tài chính hợp nhất năm 2021 đạt 18,8 tỷ đồng tương đương 137% kế hoạch năm và bằng 6,6% so với năm 2020 do trong năm 2020 công ty ghi nhận lợi nhuận từ việc thoái toàn bộ vốn góp tại CTCP Du lịch Khách sạn Suối mơ và thoái một phần vốn góp tại CTCP Dịch vụ Hỗ trợ và Phát triển Đầu tư, trong khi năm 2021 không có hoạt động này.

Công ty TNHH MTV Sao Hôm Nha Trang và Công ty CP Tân Việt, hai công ty con hoạt động kinh doanh khách sạn tiếp tục thua lỗ trong năm 2021. Công ty TNHH MTV Sao Hôm Nha Trang lỗ 46,5 tỷ đồng tương đương lỗ nhiều hơn kế hoạch năm 18%. Công ty CP Tân Việt lỗ 28,5 tỷ đồng tương đương lỗ nhiều hơn kế hoạch năm 40%. Nguyên nhân lỗ nhiều hơn kế hoạch là do Khách sạn Sunrise Nha Trang, Star City Nha Trang đã chịu ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động kinh doanh từ năm 2020 đến nay, mặc dù từ khi xảy ra dịch bệnh, Công ty đã nhanh chóng thực hiện mọi biện pháp nhằm cắt giảm chi phí để ứng phó với tình hình kinh doanh khó khăn do dịch bệnh gây ra. Nhưng lượng khách đã liên tục hủy phòng khi dịch bệnh xảy ra, khách sạn phải đóng cửa phần lớn thời gian do siết chặt giãn

cách xã hội, cũng như sự cạnh tranh rất lớn với lượng khách nội địa ít ỏi trên thị trường làm cho công suất phòng bình quân tiếp tục sụt giảm. Khách sạn Star City Nha Trang công suất phòng năm 2021 chỉ đạt 4,7% trong khi kế hoạch đề ra là 17%; Khách sạn Sunrise Nha Trang chỉ đạt 1,65% trong khi kế hoạch đề ra là 7,5%.

Công ty CP Bánh Givral và công ty con là Công ty CP Kem Tràng Tiền cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh Covid-19 tuy nhiên Kem Tràng Tiền có mức suy giảm doanh thu và lợi nhuận thấp hơn Givral. Công ty CP Bánh Givral đạt tổng doanh thu hợp nhất năm 2021 là 395 tỷ đồng bằng 43% kế hoạch năm và bằng 51% thực hiện năm 2020; lợi nhuận sau thuế Givral hợp nhất năm 2021 đạt 15,7 tỷ đồng bằng 11% kế hoạch năm và bằng 10,5% so với năm 2020.

Công ty CP Viptour - Togi vẫn thua lỗ với mức lỗ gần 1 tỷ đồng bằng 8% kế hoạch năm 2021 là do Công ty được hưởng ưu đãi từ nghị quyết 406/NQ-UBTVQH15 của Ủy ban thường vụ Quốc hội ngày 19/10/2021 về việc hỗ trợ doanh nghiệp chịu tác động của dịch Covid 19. Công ty Viptour - Togi đã ghi giảm chi phí trong kỳ.

Công ty CP Thương mại và Dịch vụ Bình Hưng có Hợp đồng thuê đất số VSIPBN-LA-0714 ngày 04/04/2011 với Công ty TNHH VSIP Bắc Ninh để thuê lô đất 027B, Khu công nghiệp đô thị và dịch vụ VSIP Bắc Ninh, thị xã Từ Sơn, tỉnh Bắc Ninh, diện tích khu đất thuê là 12.885 m², thời hạn thuê đất đến ngày 30/11/2057. Hoạt động chính của Công ty là cho thuê nhà xưởng, tình hình tài chính của Công ty ổn định, không có khoản phải thu cũng như phải trả có giá trị lớn nào.

Công ty CP Truyền thông Đại Dương tiếp tục không phát sinh hoạt động sản xuất kinh doanh trong năm 2021.

Chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp hợp nhất năm 2021 đạt 77 tỷ đồng và 113,3 tỷ đồng đều giảm so với năm 2020 với mức giảm lần lượt là 51% và 5%. Do doanh thu của công ty mẹ và toàn bộ các công ty con đều sụt giảm mạnh nên chi phí bán hàng giảm tương ứng nhưng chi phí quản lý giảm không nhiều do có nhiều khoản chi phí cố định lớn không phụ thuộc vào sự suy giảm doanh thu.

Chi phí tài chính hợp nhất năm 2021 là 14,6 tỷ đồng tương đương 104% kế hoạch và bằng 16% cùng kỳ năm 2020 do năm 2020 Công ty vẫn hợp nhất BCTC của CTCP Dịch vụ Hỗ trợ và Phát triển Đầu tư hết quý I và OCH trích lập dự phòng đầu tư tài chính vào đơn vị khác.

Năm 2021 mặc dù với sự chỉ đạo quyết liệt của Hội đồng quản trị cùng với sự nỗ lực của Ban điều hành, cán bộ công nhân viên Công ty và các đơn vị thành viên tuy nhiên hoạt động SXKD vẫn khó tránh được ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh Covid-19. Tổng doanh thu hợp nhất của Công ty đã giảm 63% so với năm 2020, lợi nhuận hợp nhất sau thuế lỗ 78,2 tỷ đồng.

4.3 Phương án phân phối lợi nhuận năm 2021.

Mặc dù năm 2021 là năm thứ 4 liên tiếp Công ty Cổ phần Khách sạn và Dịch vụ OCH có kết quả kinh doanh có lãi nhưng chưa bù đắp được khoản lỗ lũy kế từ các năm trước. Căn cứ Điều 135 Luật doanh nghiệp năm 2020 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 2022

1. Nhận định tình hình

Bước sang năm 2022, tình hình dịch bệnh trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng vẫn tiếp tục diễn biến phức tạp với các ca mắc mới liên tục tăng cao do biến chủng Omicron. Trong khi đó, tình hình chiến sự leo thang căng thẳng giữa Nga và Ukraine cùng với các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa Mỹ, Phương Tây và Nga khiến tình trạng lạm phát tăng cao. Những diễn biến phức tạp và căng thẳng nêu trên đã ảnh hưởng mạnh tới hoạt động SXKD của các đơn vị đặc biệt là hệ thống khách sạn vốn đã suy kiệt sau hơn 2 năm bị tác động nghiêm trọng của dịch bệnh Covid-19.

Đối với hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm cả bánh và kem đều chịu tác động không nhỏ khi số ca mắc mới liên tục tăng cao mà sức mua của người dân lại giảm do kinh tế gia đình cũng chịu ảnh hưởng không nhỏ của dịch bệnh nên sản lượng tiêu thụ suy giảm trong những tháng đầu năm.

Đối với hoạt động kinh doanh khách sạn: Theo Ban Chỉ đạo Phát triển Du lịch tỉnh Khánh Hòa, năm 2022, ngành du lịch tỉnh phấn đấu hoàn thành các chỉ tiêu doanh thu du lịch đạt 4.000 tỉ đồng; đón hơn 1,2 triệu lượt khách với hơn 3,4 triệu ngày khách. Trong đó, đón 1,16 triệu lượt khách nội địa với 3,325 triệu ngày khách; đón 40.000 lượt khách quốc tế với 190.000 ngày khách. Trong đó, du lịch nội địa vẫn được xác định là thị trường trọng tâm trong năm 2022. Thị trường khách quốc tế chú trọng Nga, Trung Quốc, Hàn Quốc, Malaysia, Ấn Độ, Nhật Bản, Thái Lan theo phương án thí điểm đón khách du lịch quốc tế có hộ chiếu vắc-xin bằng các chuyến bay thuê chuyến (charter) và thương mại. Tuy nhiên, khách quốc tế đến Nha Trang chủ yếu vẫn là khách Trung Quốc và khách Nga trong khi hiện nay Chính phủ Trung Quốc đang theo đuổi chính sách “Zero Covid” còn Nga hiện đang còn tình hình căng thẳng tại Ukraine nên trong thời gian tới khó có sự tăng trưởng lượng khách như kỳ vọng.

Về tình hình thị trường bất động sản: những tháng cuối năm 2021, trước sự hồi phục khá tích cực của nền kinh tế nói chung, thị trường bất động sản cũng đang có những tín hiệu “vực dậy” đầy mạnh mẽ. Đây là nền tảng, bước khởi đầu đầy thuận lợi trong giai đoạn “bình thường mới”, giúp thị trường bất động sản lấy đà tăng tốc trong năm 2022. Vì vậy theo nhận định chung, năm 2022 sẽ là năm của nhiều khởi sắc và tươi sáng.

Trong thời gian tới nguồn cung bất động sản dự kiến sẽ có sự cải thiện cho cả hai thành phố lớn nhưng về giá bán thì vẫn có những áp lực tăng giá nhất định. Tại TP.HCM sẽ tăng từ 12 - 18%, Hà Nội tăng từ 5 - 10%. Tại các địa phương khác cũng đang ghi nhận các mức tăng khác nhau do nguồn cung vẫn chưa đủ để đáp ứng nhu cầu về nhà ở.

Đối với mảng bất động sản công nghiệp và văn phòng cho thuê hiện nay cũng đang được các nhà đầu tư nước ngoài rất quan tâm. Trong đó, đối với bất động sản công nghiệp khu vực phía Nam tập trung ở các địa phương như Bình Dương, Đồng Nai, Vũng Tàu, Đà Nẵng. Bởi đây là những nơi tập trung nhiều khu công nghiệp nên nhu cầu về nhà ở cho công nhân, chuyên gia, kỹ thuật nước ngoài vào cũng sẽ rất nhiều. Còn khu vực phía Bắc sẽ có

Bắc Ninh, Bắc Giang, Hải Phòng và các thị trường mới nổi như Nam Định, Hà Nam, Hải Dương... đang đón nhận làn sóng đầu tư công nghiệp lớn.

2. Mục tiêu – nhiệm vụ trọng tâm năm 2022

Trước tình hình đó, HĐQT Công ty đã chỉ đạo sát sao Ban điều hành OCH cùng HĐQT và Ban điều hành các đơn vị thành viên xây dựng kế hoạch SXKD năm 2022 với các giải pháp cấp thiết nhằm tiết giảm chi phí, cùng với các giải pháp tổng thể về thị trường, kiện toàn nhân sự cũng như hoạt động của toàn công ty để đối phó với tình hình khó khăn chung của nền kinh tế hiện nay.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nghỉ dưỡng: Với tình hình thị trường hiện nay, dự báo hoạt động kinh doanh các tháng đầu năm 2022 vẫn còn gặp rất nhiều khó khăn và thách thức do tình hình dịch bệnh vẫn còn phức tạp, tỉnh Khánh Hòa mới cho phép tập trung khai thác dịch vụ du lịch cách ly nghỉ dưỡng ở các khu biệt lập ven biển tại Bãi Dài và cần đáp ứng nhiều điều kiện khắt khe, vì thế thị trường cũng chưa thể phục hồi ngay được, trong khi vẫn phải đối mặt với sự cạnh tranh về số lượng phòng cung vượt cầu như hiện nay khi thị trường du lịch được mở cửa đón khách. Mặc dù vậy, Công ty sẽ tiếp tục triển khai công tác bán hàng, xây dựng kế hoạch cho năm tới... để dần đưa khách sạn mở cửa hoạt động trở lại. Cùng với sự hợp tác của Công ty Quản lý Đức Việt, Công ty kỳ vọng sẽ đẩy mạnh hơn hệ thống bán hàng, có chiến lược tiếp thị bán hàng cũng như ý tưởng mới để cải tiến phát triển dịch vụ ẩm thực, đưa thương hiệu Khách sạn Star City Nha Trang, Sunrise Nha Trang sang trọng và độc đáo đến với thị trường khách trong nước và Quốc tế. Ngoài ra, trong năm 2022 Công ty cũng đang đẩy nhanh triển khai việc cải tạo, nâng cấp các hạng mục nội thất, ngoại thất tại khách sạn Starcity Nha Trang nhằm tăng tính nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ tại Khách sạn, đảm bảo kế hoạch kinh doanh đạt hiệu quả tốt nhất.

Trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm: Bánh Givral tập trung ổn định sản lượng bánh Daily và nỗ lực hoàn thành kế hoạch SXKD vụ trung thu 2022. Tiếp tục nghiên cứu sản phẩm mới, phối hợp, hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu uy tín, đối tác nước ngoài về lĩnh vực bánh, kem để đưa ra được các sản phẩm phù hợp nhất tới người tiêu dùng. Mở rộng mạng lưới phân phối và thị phần ra các địa bàn thành phố lớn trong nước. Thị trường kem được dự báo vẫn tiếp tục tăng trưởng 8,2% về doanh thu trong giai đoạn 2022-2027 và có sự cạnh tranh gay gắt giữa các thương hiệu lớn như Kido, Unilever, Vinamilk. Trong năm 2022 nhiều dòng kem nhập của các thương hiệu khác cũng sẽ tham gia nhiều hơn vào thị trường kem Việt Nam. Dòng kem truyền thống mang thương hiệu Kem Tràng Tiền vẫn có thể tiếp tục tăng trưởng 7-10% do có thương hiệu uy tín và có sự đổi mới đột phá về nhận diện thương hiệu, hình ảnh, chất lượng dịch vụ. Ngoài ra cơ hội gia nhập, sản xuất các dòng kem công nghiệp với công nghệ mới, cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường đang mở ra rất lớn khi thực hiện dự án đầu tư xây dựng nhà máy mới của Kem Tràng Tiền.

Mục tiêu trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản:

Về hoạt động cho thuê nhà xưởng: Công ty Bình Hưng tiếp tục hoàn thiện các thủ tục liên quan để triển khai việc cho thuê phần diện tích nhà xưởng đảm bảo sử dụng tối đa hạn mức cho thuê mặt bằng được phê duyệt.

Về hoạt động đầu tư Dự án mới: Ban điều hành tiếp tục chỉ đạo các phòng, ban chuyên môn đánh giá và tìm kiếm các cơ hội đầu tư. Theo đó, Công ty tập trung tìm kiếm các dự án đầu tư bao gồm: dự án đấu giá quyền sử dụng đất; dự án đấu thầu lựa chọn Nhà đầu tư; dự án tiềm năng để triển khai theo hình thức M&A và các dự án đã hình thành và tìm kiếm các đơn vị để liên danh, hợp tác. Đồng thời Công ty đặt mục tiêu tiến hành đầu tư đối với các Dự án bất động sản có quy mô vừa và nhỏ nhưng đảm bảo tính thanh khoản cao.

Hội đồng quản trị, Ban điều hành và toàn bộ cán bộ nhân viên OCH xác định nỗ lực chung sức, đồng lòng cùng chia sẻ khó khăn với các đơn vị thành viên vượt qua giai đoạn đầy thách thức, khó khăn này.

3. Chỉ tiêu kế hoạch năm 2022

3.1 Chỉ tiêu kế hoạch năm 2022 của Công ty mẹ

Đơn vị: VNĐ

| Chỉ tiêu | Thực hiện 2021 | Kế hoạch 2022 | KH 2022/ TH 2021 |
|----------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| Tổng doanh thu | 166.290.440.481 | 282.029.708.974 | 170% |
| Tổng chi phí | 160.550.136.529 | 269.645.960.069 | 168% |
| Lợi nhuận trước thuế | 5.740.303.952 | 12.383.748.905 | 216% |
| Lợi nhuận sau thuế | 5.740.303.952 | 12.383.748.905 | 216% |

3.2 Chỉ tiêu kế hoạch năm 2022 của Công ty hợp nhất

Đơn vị: VNĐ

| Chỉ tiêu | Thực hiện 2021 | Kế hoạch 2022 | KH 2022/ TH 2021 |
|----------------------|------------------|-----------------|---------------------|
| Tổng doanh thu | 434.613.265.406 | 991.012.980.331 | 228% |
| Tổng chi phí | 508.918.526.020 | 936.204.670.271 | 184% |
| Lợi nhuận trước thuế | (74.305.260.614) | 54.808.310.060 | 274% |
| Lợi nhuận sau thuế | (78.226.352.160) | 21.540.086.824 | 228% |

Hiện tại, Ban điều hành OCH đang lập kế hoạch SXKD 2022 dựa trên thực tế hoạt động hiện nay của các đơn vị thành viên hoạt động kinh doanh khách sạn đã và đang bị ảnh hưởng rất nghiêm trọng do dịch bệnh Covid-19 hơn 2 hai năm qua.

Khách sạn Sunrise Nha Trang Thực tế 2 tháng đầu năm 2022 tình hình kinh doanh chưa có khởi sắc mặc dù Chính phủ đã có định hướng “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19”. Công suất phòng tháng 1 chỉ đạt 8%. Trong 10 ngày đầu

tháng 2/2022 (trùng kỳ nghỉ tết nguyên đán) công suất phòng đạt 65%. Tuy nhiên những ngày sau đó, công suất phòng giảm xuống dưới 12%.

Khách sạn Star City Nha công suất phòng chỉ đạt 6,1% trong tháng 1. Trong kỳ nghỉ tết nguyên đán những ngày đầu tháng 2, công suất phòng đạt 49,14%. Tuy nhiên những ngày sau đó công suất phòng giảm chỉ còn dưới 10%.

Với tình hình dịch bệnh diễn biến khó lường bởi những biến chủng mới của virus cùng với việc tăng giá thuê đất, áp lực trả nợ ngân hàng, hoạt động kinh doanh của các khách sạn tiếp tục gặp nhiều khó khăn dẫn đến khả năng thiếu hụt dòng tiền cho hoạt động liên tục của khách sạn là hiện hữu ngay trong năm 2022.

Hoạt động ở lĩnh vực SXKD thực phẩm tạm thời khôi phục sau đợt tái bùng phát dịch Covid – 19 lần thứ 4 nhưng chưa thể lường hết ảnh hưởng nếu dịch Covid-19 tiếp tục diễn biến phức tạp kéo dài. Do vậy việc hoàn thành kế hoạch SXKD năm 2022 của OCH và các đơn vị thành viên sẽ phải đối diện với nhiều khó khăn, thử thách.

4. Giải pháp thực hiện:

Để triển khai kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2022, Ban Điều Hành xin đề xuất các giải pháp như sau:

4.1 Nhóm giải pháp quản trị điều hành

- Ban điều hành tiếp tục kiện toàn nhân sự tại các phòng ban chuyên môn, tạo sự phối hợp chặt chẽ trong công việc giữa các phòng, ban, bộ phận.

- Ban điều hành tăng cường phối kết hợp với Ban điều hành các đơn vị thành viên, kịp thời nắm bắt diễn biến, đưa ra các giải pháp thiết thực hỗ trợ các đơn vị thành viên gặp khó khăn.

- Ban điều hành thường xuyên theo sát tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh đã được phê duyệt để có thể triển khai đồng bộ các biện pháp về nguồn vốn, thị trường, tổ chức quản lý, lao động tiền lương nhằm hỗ trợ các đơn vị thành viên tháo gỡ khó khăn, vướng mắc để hoàn thành kế hoạch SXKD đề ra.

- Tăng cường hoạt động kiểm tra, giám sát của Ban kiểm soát tại từng Công ty thành viên nhằm hạn chế rủi ro trong quá trình hoạt động SXKD. 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 hoặc báo cáo đột xuất.

- Tiếp tục kiện toàn hệ thống văn bản, quy chế, quy trình nội bộ... 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. Ban điều hành chỉ đạo phòng pháp chế kịp thời cập nhập các văn bản, chính sách của nhà nước liên quan đến hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Trong năm 2022, Công ty tiếp tục thực hiện các biện pháp đồng bộ nhằm tiết giảm chi phí, tăng lợi nhuận.

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

Sự thành công của thương hiệu phụ thuộc rất nhiều vào chiến lược xây dựng, phát triển thương hiệu của Công ty. Ban Điều Hành định hướng cho các đơn vị thành viên tập trung

nâng cao chất lượng sản phẩm và chất lượng dịch vụ vừa củng cố hình ảnh và tài sản thương hiệu vừa đem hình ảnh thương hiệu thâm nhập và tạo dựng lòng tin nơi khách hàng.

Đối với lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm: Đẩy mạnh phát triển thương hiệu, bảo vệ thương hiệu, các chương trình marketing nhắm vào đối tượng mục tiêu, truyền thông trên các kênh KOL... Vào mùa vụ lớn, các dịp lễ tết, công ty 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, ... 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.

Đối với hoạt động kinh doanh khách sạn trong năm 2022: Duy trì quảng bá sản phẩm, dịch vụ khách sạn trên Facebook, instagram. Mời Famtrip nhằm tái thiết lập mối quan hệ với đối tác đồng thời giới thiệu và ra mắt các sản phẩm mới trong tương lai gần. 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. Nâng cấp chất lượng dịch vụ, cải tạo cơ sở vật chất toàn diện và thay thế các phương tiện, dụng cụ cũ, hòng đồng thời thực hiện việc trang trí, lắp đặt logo mới nhằm tăng tính nhận diện thương hiệu của khách sạn Starcity Nha Trang.

4.3 Giải pháp về thị trường

Đối với hoạt động SXKD thực phẩm:

- Tiếp tục xây dựng, đẩy mạnh chính sách phát triển nhà phân phối, hệ thống đại lý. Tiếp tục tìm kiếm và mở thêm các nhà phân phối có năng lực tại các tỉnh, thành phố lớn. Định hướng ưu tiên phát triển nhà phân có kinh nghiệm trong việc phát triển Kem công nghiệp đối với các kênh bán hàng GT, MT.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của mạng lưới bán hàng, tăng cường giám sát bán hàng, quản lý vùng.

- Tiếp nối thành công của 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.

- Bên cạnh việc phát triển thương hiệu bánh Givral ra thị trường phía Bắc bắt đầu từ Hà Nội thì Kem Tràng Tiên tiếp tục phát triển thị trường tại các tỉnh Miền Trung và Miền Nam. Công ty sẽ quảng bá thương hiệu Kem Tràng Tiên tại Sài Gòn và các tỉnh miền Trung thông qua marketing online và các sự kiện offline nhằm thu hút quan tâm của khách hàng và các đại lý tại các vùng chưa có hiện diện của Kem Tràng Tiên.

- Xây dựng dữ liệu khách hàng làm cơ sở để quảng cáo hình ảnh sản phẩm Givral, kem Tràng Tiên đến các khách hàng tiềm năng.

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

- Tiếp tục 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:

- Đẩy mạnh bán OTA vì chi phí bán hàng thấp, xu thế bùng phát FIT trong năm 2022 và xu thế du lịch hiện nay.

- Chú trọng phát triển thị trường khách nội địa bên cạnh việc xúc tiến thị trường Hàn Quốc, Úc, Ấn Độ.

- Cố gắng đưa thị trường Nhật có trong biz mix của Khách sạn.

- Duy trì chính sách giá ưu đãi dành cho khách Nội địa, đặc biệt các chính sách dành cho khách địa phương, khách returners, khách gia đình, khách VIPs... như chính sách giá phòng ưu đãi, nâng cấp phòng miễn phí, chính sách dành cho trẻ em.

- Đẩy mạnh tiệc cưới trong năm cho khu vực Nha Trang kết hợp dịch vụ hội nghị, hội thảo.

- Tiếp tục triển khai theo dõi giá bán hàng ngày của các đối thủ cạnh tranh trực tiếp cũng như các khách sạn ở các khu vực lân cận nhằm đưa ra chiến lược giá bán linh hoạt nhất có thể.

- Tạo một số package để kích cầu.

- Tích cực tìm kiếm các thị trường bất động sản tiềm năng có tính thanh khoản cao tại các địa bàn trên cả nước.

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:

- Thuê đơn vị độc lập đánh giá giá trị tài sản, vốn chủ sở hữu, giá trị cổ phần tại các công ty con hoạt động kinh doanh khách sạn để báo cáo HĐQT phương án cơ cấu vốn, hỗ trợ vốn cho phù hợp.

- Tiếp tục triển khai kế hoạch đầu tư mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh ở Công ty CP Bánh Givral và Công ty CP Kem Tràng Tiên từ nguồn vốn tích lũy tại các đơn vị thành viên và nguồn vốn huy động.

- Đẩy mạnh công tác thu hồi công nợ, đưa ra các biện pháp quyết liệt bao gồm tiến hành khởi kiện trong việc xử lý nợ xấu, xây dựng phương án 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, tháo gỡ các vướng mắc đối với các dự án đầu tư của Công ty làm cơ sở cho việc triển khai dự án trên nguyên tắc đảm bảo được quyền tự chủ về tài chính của công ty.

- Đối với các công ty thành viên kinh doanh khách sạn đang chịu ảnh hưởng nghiêm trọng do dịch bệnh Covid – 19 vẫn diễn biến phức tạp:

Sao Hôm Nha Trang vẫn tiếp tục thua lỗ dẫn đến nguồn vốn chủ sở hữu bị suy giảm nghiêm trọng. Trong khi áp lực trả nợ ngân hàng OJB rất lớn cùng với tình trạng cơ sở vật chất đã xuống cấp sau nhiều năm hoạt động mà chưa có sửa chữa lớn nên đề xuất xin hỗ trợ vốn từ công ty mẹ để đầu tư sửa chữa, cải tạo và nâng cấp khách sạn nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Nếu Sao Hôm Nha Trang không được ngân hàng OJB cơ cấu lịch trả nợ trong

033
NG
PH
CH S
ICH
OC
QUAN

quý 2/2022 thì công ty sẽ bị thiếu hụt dòng tiền để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh khách sạn.

Với Tân Việt: Sau khi giải ngân chi phí đầu tư gói Thiết bị nội thất rời và các gói thầu nhỏ (khoảng 10 tỷ đồng) và nộp tiền thuê đất năm 2021 (tăng hơn 6 lần) thì nguồn vốn của Công ty bị sụt giảm nhiều. Nếu phải nộp khoản tiền thuê đất theo đúng thông báo của cơ quan thuế thì dòng tiền sẽ bị thiếu hụt, không đủ trang trải cho hoạt động kinh doanh khách sạn ngay trong quý 2/2022. Với nguồn vốn đang rất eo hẹp, Công ty tiếp tục áp dụng mọi biện pháp cắt giảm chi phí ở mức thấp nhất có thể để tiết kiệm nguồn vốn, tăng cường công tác quản lý các khoản phải thu, hạn chế tối đa lượng vốn bị chiếm dụng, quản lý hàng tồn kho, giảm thiểu chi phí lưu kho cũng như công tác quản trị rủi ro khác.

4.5. Nhóm giải pháp về hoạt động khác:

- Sau khi nhận được văn bản của cơ quan chức năng công ty được tiếp tục giải quyết theo quy định của pháp luật mọi biến động liên quan đến thửa đất số Lô 45-1, KCN Quang Minh, Công ty đang hoàn thiện các thủ tục để thu hồi hết số tiền chuyển nhượng bổ sung nguồn vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của OCH.

- Rà soát, đánh giá hiệu quả các dự án đầu tư hiện nay và xem xét trình cấp có thẩm quyền phê duyệt thoái vốn tại các dự án không hiệu quả như: Công ty CP Viptour - Togi, Công ty TNHH MTV Sao Hôm Nha Trang.

- Đẩy mạnh tìm kiếm và phát triển các dự án bất động sản nhà ở, đô thị, nghỉ dưỡng, CN...thông qua các hình thức đấu thầu, đấu giá, M&A ... nhằm mở rộng mô hình kinh doanh, tăng doanh thu và lợi nhuận.

4.6. Nhóm giải pháp về nhân sự

Nguồn nhân lực là một trong những yếu tố chính cấu thành nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. OCH đã và đang tiếp tục kiện toàn đội ngũ cán bộ nhân viên nòng cốt.

Với các công ty hoạt động kinh doanh khách sạn đang gặp rất nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh, Công ty đã thực hiện mọi biện pháp để cắt giảm nhân sự đến mức tối đa nhất, chỉ duy trì số lượng nhân sự tối thiểu tại các bộ phận, phân công nhân viên lên ca làm việc theo công suất phòng phát sinh hàng ngày. Dự thảo kế hoạch năm 2022 được lập với công suất phòng cao hơn so với thực hiện 2021, theo đó định biên nhân sự cũng sẽ tăng lên để đáp ứng đủ số lượng nhân viên tối thiểu phục vụ đảm bảo chất lượng dịch vụ. Công ty vẫn giữ mức lương hiện tại, chỉ dự trù tuyển dụng đối với một số chức danh còn khuyết và những trường hợp có thể sẽ thấp hơn mức lương tối thiểu (nếu NN điều chỉnh).

Đối với hoạt động sản xuất bánh, kem: Bám sát kế hoạch định biên, định mức lao động, nâng cao năng suất lao động. Tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao tay nghề, nâng bậc thợ nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Triển khai, áp dụng hiệu quả quy chế trả lương, thưởng hiệu suất đảm bảo phù hợp với yêu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh, chi trả lương thưởng hiệu quả, công bằng và cạnh tranh với mức lương thị trường; Tiếp tục hoàn thiện bộ máy, nâng cao hiệu suất và chất lượng lao động.

Hàng năm tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho CBCNV toàn công ty, quan tâm, hỗ trợ cho CBCNV có hoàn cảnh khó khăn do tác động của dịch bệnh Covid-19.

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

Ô nhiễm môi trường không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến hệ sinh thái, sức khỏe con người mà còn ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Muốn phát triển bền vững thì trong sự phát triển phải tính đến yếu tố bảo vệ môi trường. OCH nhất quán chủ trương phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của toàn hệ thống không gây tác động xấu đến môi trường tự nhiên. OCH luôn xác định thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường hướng tới phát triển bền vững là một trong những 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 2021 và kế hoạch kinh doanh năm 2022. Để xứng đáng với sự tin tưởng của Quý cổ đông, của khách hàng, chúng tôi luôn nỗ lực tối đa hóa lợi ích, nâng cao giá trị của công ty cùng với sự hài hòa lợi ích của các 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 2022.

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

Trân trọng!

Nơi nhận:

- Như trên;
- HĐQT, BKS (để b/c);
- Lưu VP.

TM. BAN ĐIỀU HÀNH

TỔNG GIÁM ĐỐC



NGUYỄN QUANG THÀNH

