

Số: 01/2024/TL-ĐHĐCĐ

Hà Nội, ngày 15 tháng 04 năm 2024

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023  
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2024**

**Kính gửi: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG**

Ban điều hành Công ty kính báo cáo Đại hội đồng cổ đông Công ty Cổ phần One Capital Hospitality về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2023 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024 như sau:

**I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023**

**1. Tình hình chung**

Trong bối cảnh tình hình kinh tế, chính trị thế giới biến động khó lường, không thuận lợi, nhưng với sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, sự chỉ đạo, điều hành kịp thời, quyết liệt của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và nỗ lực của các cấp, các ngành, các địa phương, cộng đồng doanh nghiệp và nhân dân cả nước, nền kinh tế đạt mức tăng trưởng 5,05%, mặc dù không đạt mục tiêu 6,5% đề ra tại Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2023 và Nghị quyết 01/NQ-CP của Chính phủ nhưng là kết quả tích cực và thuộc nhóm các nước có mức tăng trưởng cao nhất khu vực và thế giới.

Bên cạnh đó, kinh tế vĩ mô trong nước tiếp tục ổn định, lạm phát được kiểm soát ở mức phù hợp; cung cầu hàng hóa thiết yếu được bảo đảm, hoạt động mua sắm hàng hóa, tiêu dùng nội địa duy trì mức khá. Trong bối cảnh đó OCH đã từng bước vượt qua khó khăn chung, ổn định phát triển.

- Hoạt động sản xuất kinh doanh thực phẩm: Công ty Cổ phần Bánh Givral và Công ty Cổ phần Kem Tràng Tiên, hai công ty con của OCH chú trọng vào việc phát triển và đổi mới trong lĩnh vực sản xuất kem và bánh. Sự đa dạng hóa sản phẩm và việc áp dụng công nghệ mới đã đẩy mạnh sự phát triển của công ty, mang lại nhiều cơ hội mới và thu hút được sự quan tâm từ phía khách hàng.

- Hoạt động kinh doanh khách sạn: ngành du lịch Khánh Hòa đẩy mạnh xúc tiến quảng bá du lịch đến các quốc gia để đa dạng hóa dòng khách quốc tế, cũng như tham gia chương trình kích cầu tại các tỉnh thành lớn trên cả nước.

**2. Kết quả SXKD năm 2023 của OCH và các đơn vị thành viên**

Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2023 của OCH đã thông qua kế hoạch SXKD năm 2023 với sự kỳ vọng OCH vượt qua giai đoạn nhiều khó khăn, thách thức đối với nền kinh tế do những ảnh hưởng tiêu cực từ nền kinh tế thế giới lạm phát tăng cao, xu hướng thắt chặt chính sách tiền tệ tại nhiều quốc gia. 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 hiệu



9

quả. Ban Điều hành OCH đã thực hiện tốt các định hướng, chỉ đạo của HĐQT quyết liệt nhưng thận trọng và chắc chắn. Công tác tổ chức, kiểm soát và quản lý đã có nhiều chuyển biến tích cực, đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Hội đồng quản trị ghi nhận sự cải thiện đáng kể về hiệu quả và minh bạch trong việc quản lý tài chính của công ty. Tình hình kinh doanh OCH và các đơn vị thành viên có sự cải thiện đáng kể, nguồn thu từ hoạt động chính bao gồm lĩnh vực dịch vụ thương mại như kinh doanh khách sạn, kinh doanh thực phẩm tiếp tục có sự khởi sắc. Tổng doanh thu hợp nhất năm 2023 của công ty đạt 1.034 tỷ đồng tương đương 86% kế hoạch và bằng 102% so với năm 2022, lợi nhuận sau thuế đạt 119,6 tỷ đồng tương đương 81% kế hoạch và bằng 165% so với năm 2022.

### **2.1 Hoạt động Kinh doanh Khách sạn**

Năm 2023, khách sạn Sunrise Nha Trang và StarCity Nha Trang đã thực hiện tìm kiếm thêm nguồn khách nội địa thông qua các chương trình kích cầu tại các tỉnh thành lớn trên cả nước, đẩy mạnh dịch vụ ăn uống, hội nghị, tiệc cưới để tăng doanh thu. Đồng thời, các công ty cũng áp dụng nhiều biện pháp cắt giảm chi phí hoạt động một cách tiết kiệm và hiệu quả để duy trì hoạt động.

### **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 và lợi nhuận chính. OCH hiện sở hữu hai thương hiệu lâu đời là Bánh Givral - thương hiệu danh tiếng của Sài Gòn với hơn 70 năm lịch sử và Kem Tràng Tiền - một thương hiệu ẩm thực nổi tiếng của Hà Nội ra đời từ những năm 1958.

Công ty chú trọng việc nghiên cứu và phát triển các loại kem và bánh mang tính sáng tạo cao, tạo ra những sản phẩm độc đáo, từ việc kết hợp các nguyên liệu tự nhiên cho đến việc áp dụng công nghệ sản xuất tiên tiến. Điều này giúp công ty tạo ra những sản phẩm có hương vị đặc biệt và chất lượng cao, thu hút sự chú ý của người tiêu dùng và tạo ra sự khác biệt đột phá so với các đối thủ cạnh tranh. Tiêu biểu là sản phẩm kem xôi, kem mơ tây, kem ổi hồng mang thương hiệu Kem Tràng Tiền.

Trong năm 2023, Công ty cũng đẩy mạnh hợp tác với một số thương hiệu mạnh có tính lan tỏa trong cộng đồng như: Hợp tác phát triển thương hiệu với đội bóng rổ Hà Nội Buffaloes - Á quân tại mùa giải bóng rổ chuyên nghiệp VBA 2022; Là nhà tài trợ đồng hành cùng sự kiện chạy bộ thường niên Ecopark Marathon 2023; Bánh Givral đồng hành cùng chương trình “Chị Đẹp Đạp Gió Rẽ Sóng”, phim điện ảnh Giao Lộ 8675, tham gia Cuộc thi Bánh mì Baggette nhân Lễ kỷ niệm 50 năm Quan hệ Ngoại giao giữa Pháp và Việt Nam,.. Các hoạt động này đã giúp đưa các sản phẩm của OCH đến gần hơn với các đối tượng trẻ năng động và lan tỏa tới cộng đồng.

### **2.3 Hoạt động đầu tư**

- 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, Quận Ba Đình, Thành phố Hà nội; Tổng mức đầu tư 230 tỷ đồng; Quy mô dự án: Khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao, gồm 3 tầng hầm và 09 tầng nổi tương đương với 20.940 m<sup>2</sup> sàn xây dựng; Tình trạng thực hiện của dự án bắt đầu thi công từ năm 2013, dự án đã xong tầng hầm và bê tông trụ đỡ mái bằng tầng một. Hiện nay Công ty Cổ phần Viptour - Togi đang thực hiện các thủ tục tiếp tục triển khai dự án.

- Dự án Nhà máy Givral: Công ty đang nghiên cứu xây dựng phương án đầu tư nhà máy mới tại Hồ Chí Minh và Hà Nội với mục đích mở rộng sản xuất bánh cung cấp cho thị trường phía Nam và phía Bắc.

- Công ty tiếp tục đẩy mạnh mảng F&B thông qua nhận chuyển nhượng công ty sản xuất kem và công ty thực phẩm thịt đông lạnh. Công ty chú trọng vào đầu tư dây chuyền sản xuất hiện đại, đồng bộ, đáp ứng các yêu cầu về chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm.

### 3. Một số kết quả nổi bật năm 2023

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. Tuy đứng trước khó khăn chung của nền kinh tế, sức tiêu thụ của thị trường vẫn còn hạn chế so với cùng kỳ năm trước nhưng Công ty đã hết sức nỗ lực và tập trung nguồn lực cho các hoạt động sản xuất, đầu tư chất lượng sản phẩm, mở rộng kênh phân phối và xúc tiến bán hàng, đồng thời tiết giảm các loại chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp. Bằng nỗ lực sáng tạo dòng bánh mới **chocolate đậu phộng** và duy trì các dòng bánh nướng truyền thống, ra mắt sản phẩm mới **Kem Gelato** vào giữa năm 2023 để đa dạng hóa sản phẩm bên cạnh việc phân phối các sản phẩm truyền thống kết hợp với chiến lược quảng cáo hiệu quả trên các trang mạng xã hội, website công ty, quảng cáo màn hình LED trong các tòa nhà văn phòng tại TP. HCM và Hà Nội, điểm mới trong năm nay Công ty tích cực đăng bài quảng cáo trên nền tảng TikTok với những video ngắn thể hiện đầy đủ và xúc tích về câu chuyện bánh trung thu Givral.

Tháng 12/2023, chuyên trang Taste Atlas công bố Kem Tràng Tiên thuộc danh sách điểm bán đồ ăn mang tính biểu tượng nhất thế giới 2023/2024, dựa trên các tiêu chí: Lâu đời, uy tín, vị thể mang tính biểu tượng của nhà hàng cũng như các món ăn được phục vụ, đánh giá của thực khách và chuyên gia. Thương hiệu Kem Tràng Tiên không chỉ là biểu tượng ẩm thực của Việt Nam mà đã để lại ấn tượng trong lòng du khách thế giới. Bên cạnh đó, Kem Tràng Tiên liên tục đổi mới để đa dạng hóa sản phẩm, phù hợp với đa dạng khách hàng, đặc biệt là giới trẻ. Năm 2023, công ty đẩy mạnh nghiên cứu và ra mắt các sản phẩm mới như Kem mè đen rong biển, Kem ôi hồng, Kem xôi,...

### 4. Kết quả thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2023

Đơn vị: VND

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh	Kế hoạch 2023	Thực hiện 2023 (đã kiểm toán)	TH2023/KH2023
1	Tổng doanh thu	1.195.890.451.130	1.034.422.681.077	86%
2	Tổng chi phí	994.575.839.066	893.019.827.064	90%
3	Lợi nhuận trước thuế	201.314.612.064	141.402.854.013	70%
4	Lợi nhuận sau thuế	148.284.863.357	119.611.560.856	81%

(\*) Số liệu tại BCTC hợp nhất năm 2023 đã được kiểm toán *p*

Năm 2023 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, nguồn thu từ hoạt động lõi bao gồm lĩnh vực dịch vụ thương mại như kinh doanh khách sạn, thực phẩm duy trì sự ổn định.

#### **4.3 Phương án phân phối lợi nhuận năm 2023**

Mặc dù năm 2023 Công ty Cổ phần One Capital Hospitality có kết quả kinh doanh 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 2024**

### **1. Nhận định tình hình**

Năm 2024 được dự báo là một năm nhiều khó khăn, thách thức đối với nền kinh tế Việt Nam nói chung và hoạt động kinh doanh của OCH nói riêng do những ảnh hưởng tiêu cực từ nền kinh tế thế giới với lạm phát tăng cao, xu hướng thắt chặt chính sách tiền tệ tại nhiều quốc gia. Các khách sạn do các công ty đơn vị thành viên của OCH quản lý đã đi vào hoạt động trở lại nhưng vẫn còn nhiều khó khăn. Để giảm bớt tác động tiêu cực từ những nguyên nhân khách quan, bất khả kháng, Ban điều hành tập trung vào các lĩnh vực như sau:

- Về lĩnh vực kinh doanh khách sạn: Thị trường du lịch Nha Trang vẫn chủ yếu phụ thuộc vào khách du lịch nội địa với sự gia tăng không đồng đều, chỉ đông vào các dịp lễ tết và nghỉ hè. Ngành du lịch Khánh Hòa đang nỗ lực đa dạng hóa nguồn khách, khai mở các thị trường khách mới như Ấn Độ, Nhật Bản, Hàn Quốc... Cạnh tranh trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn ngày càng gắt gao, nhiều chủ cơ sở lưu trú giảm giá để thu hút khách, dẫn đến chất lượng dịch vụ lưu trú giảm theo cũng như ảnh hưởng rất nghiêm trọng tới chính sách giá bán ngày càng giảm so với giai đoạn trước đây.

- Về lĩnh vực kinh doanh thực phẩm: Thị trường thực phẩm nói chung và thị trường bánh ngọt, kem nói riêng hiện nay sự cạnh tranh ngày càng gay gắt và khốc liệt, xuất hiện thêm nhiều thương hiệu lớn trong và ngoài nước có tiềm lực tài chính mạnh, vị trí đẹp, sản phẩm đa dạng.

- Về lĩnh vực kinh doanh bất động sản công nghiệp: hiện nay cũng đang được các nhà đầu tư nước ngoài rất quan tâm. Thị trường đất công nghiệp phía Bắc nhờ quy hoạch đồng bộ, bài bản, giá thuê đất cạnh tranh là những thế mạnh để vươn lên dẫn đầu trong việc hấp dẫn các dòng vốn ngoại, thuận lợi đón xu hướng chuyển dịch sản xuất của nhiều công ty FDI đang tiếp diễn vài năm trở lại đây.

### **2. Mục tiêu - nhiệm vụ trọng tâm năm 2024**

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 2024 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 giảm bớt tác động tiêu cực từ những nguyên nhân khách quan, bất khả kháng, đối phó với tình hình khó khăn chung của nền kinh tế hiện nay.

Trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm: Công ty đang sở hữu sở hữu các thương hiệu truyền thống lâu đời, trở thành một phần không thể thiếu trong ký ức của người dân Sài Gòn và Hà Nội như Bánh Givral, Kem Tràng Tiền. Chúng tôi luôn coi trọng việc gìn giữ những hương vị truyền thống, đồng thời phát triển thêm những sản phẩm mới có tính cạnh tranh cao trên thị trường mà vẫn đảm bảo sức khỏe và quyền lợi của người tiêu dùng bằng việc sử dụng nguồn nguyên liệu tự nhiên, an toàn, thân thiện với môi trường. Đội ngũ cán bộ R&D nghiên cứu về thực phẩm được tiếp cận những sản phẩm, nguyên liệu và xu hướng mới của các nước phát triển và có nền ẩm thực tương đồng với Việt Nam.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nghỉ dưỡng: Starcity và Sunrise là hai thương hiệu khách sạn lâu nay đã khẳng định vị thế tại thị trường du lịch tại Nha Trang từ khi ra đời tới nay. Tuy nhiên, với sự cạnh tranh khốc liệt trong bối cảnh có hơn 1.170 cơ sở lưu trú du lịch và hơn 60.000 phòng lưu trú trong đó số lượng khách sạn 3-5\* chiếm gần 50%, công tác nâng cấp làm mới chắc chắn là một nhiệm vụ quan trọng của công ty. Công ty nghiên cứu về cơ hội hợp tác với các doanh nghiệp trong lĩnh vực ẩm thực để đưa các đối tác này vào kinh doanh tại các khách sạn trong hệ thống. Sự phối hợp này sẽ làm giảm chi phí cứng một cách đáng kể, đồng thời gia tăng trải nghiệm đa dạng cho khách lưu trú và doanh thu cho khách sạn. Đồng thời, đưa thương hiệu Starcity và Sunrise vào các hợp đồng hợp tác quốc tế để tăng giá trị và thu hút khách hàng quốc tế.

Trong lĩnh vực hoạt động đầu tư khác: Trong năm 2024, hoạt động đầu tư tài chính tiếp tục đem lại lợi nhuận cho Công ty từ việc sử dụng linh hoạt các hợp đồng tiền gửi có kỳ hạn và cơ cấu các khoản đầu tư. Thị trường văn phòng, khách sạn dự kiến có dấu hiệu hồi phục sau covid 19, Công ty sẽ chủ trương tìm kiếm đầu tư các công ty có quỹ tòa nhà văn phòng/khách sạn/quỹ đất tốt đã và đang đi vào hoạt động tạo dòng tiền ổn định và hiệu quả cho công ty.


Việc hoàn thành kế hoạch SXKD năm 2024 là đầy thách thức, đòi hỏi sự chung sức đồng lòng và nỗ lực từ Hội đồng quản trị, Ban điều hành và toàn bộ cán bộ nhân viên OCH và các công ty thành viên.

### 3. Chỉ tiêu kế hoạch năm 2024

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	Thực hiện 2023	Kế hoạch 2024	KH 2024/ TH 2023
Tổng doanh thu	1.034.422.681.077	1.078.164.318.650	104%
Tổng chi phí	893.019.827.064	1.014.778.747.876	114%
Lợi nhuận trước thuế	141.402.854.013	63.385.570.774	45%
Lợi nhuận sau thuế	119.611.560.856	42.658.398.325	36%

(\*) Số liệu cột Thực hiện 2023 từ BCTC hợp nhất năm 2023 đã được kiểm toán

Hiện tại, Ban điều hành OCH đang lập kế hoạch SXKD 2024 dựa trên thực tế hoạt động hiện nay của các đơn vị thành viên. 

- Hoạt động kinh doanh của các khách sạn: định hướng tập trung phân khúc khách hàng trong nước và chuẩn bị sẵn sàng các điều kiện kinh doanh để thu hút khách du lịch quốc tế. Đồng thời, Công ty cũng tích cực đàm phán với các chủ nợ cũ nhằm đàm phán lại các khoản lãi vay theo hướng giảm lãi vay, tích cực tìm kiếm các nguồn tài chính mới.

- Hoạt động ở lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm duy trì ổn định. Song song với phát triển sản phẩm, đẩy mạnh công tác R&D cho ra mắt các dòng bánh mới lạ, hiện đại, hấp dẫn nhằm phục vụ nhu cầu đa dạng của khách hàng, công ty tiến hành mở rộng mạng lưới phân phối và kênh bán lẻ trên toàn quốc.

#### **4. Giải pháp thực hiện:**

Để triển khai kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2024, Ban Điều Hành đề xuất các giải pháp như sau:

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

Sự gắn kết và đồng lòng giữa Hội đồng quản trị, Ban điều hành và tập thể người lao động trong năm 2024 sẽ tạo nên những bước chuyển tích cực trong mô hình quản trị và điều hành của OCH. Cụ thể:

- Thông qua việc áp dụng mô hình mua hàng tập trung, hiện đại và tối ưu hóa quá trình sản xuất của Ban điều hành, Công ty đã giảm thiểu được chi phí sản xuất đồng thời tiết kiệm chi phí quản lý doanh nghiệp;

- Tập trung tăng cường năng lực sản xuất của các đơn vị thành viên bằng cách đầu tư vào công nghệ và đào tạo, huấn luyện nhân sự sản xuất trực tiếp. Hiểu biết và kiến thức về các mô hình quản lý sản xuất hiện đại (Kaizen, 5S,..)

- 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 đồng thời tăng cường phối kết hợp với Ban điều hành các đơn vị thành viên.

Bên cạnh đó, 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, 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.

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

Đối với lĩnh vực sản xuất kinh doanh thực phẩm: Công ty đẩy mạnh phát triển thương hiệu, bảo vệ thương hiệu qua hình thức triển khai các chương trình marketing tập trung vào đối tượng mục tiêu, truyền thông rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng. 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 lĩnh vực kinh doanh khách sạn: định hướng vận hành theo hướng quy chuẩn 5 sao với đầy đủ các dịch vụ: lưu trú, MICE, dịch vụ vận động thể thao giải trí, chăm sóc sức khỏe trị

liệu, tham quan du lịch, làm tiền đề cho việc khai thác cho thuê mặt bằng kinh doanh, hợp tác với các doanh nghiệp trong lĩnh vực ẩm thực để đưa các đối tác này vào kinh doanh tại các khách sạn trong hệ thống, đưa thương hiệu Starcity và Sunrise vào các hợp đồng hợp tác quốc tế để tăng giá trị và thu hút khách hàng quốc tế.

### **4.3 Giải pháp về thị trường**

#### **Đối với hoạt động SXKD thực phẩm:**

- Với thương hiệu Bánh Givral Since 1950: Công ty sẽ tiếp tục phát triển thương hiệu bánh Givral ra thị trường phía Bắc tại Hà Nội với các cửa hàng tại các vị trí phù hợp với phong cách thiết kế sang trọng, tinh tế nhưng vẫn đảm bảo theo nhận diện thương hiệu của công ty mẹ Givral Sài Gòn. Ở khu vực phía Nam, Givral tiếp tục phát triển hệ thống cửa hàng bán lẻ để giữ vững vị trí trong top 3 thương hiệu bánh tươi, bánh sinh nhật tại khu vực TP. Hồ Chí Minh.

- Với thương hiệu Kem Tràng Tiền since 1958: OCH đã triển khai các giải pháp ổn định lại sản xuất nhằm đảm bảo sản lượng cung ứng tốt vào dịp cao điểm mùa hè. Với hệ thống máy POS cho phép thanh toán bằng QRCode cũng như có quầy tự thanh toán và nhận kem riêng đã đi vào hoạt động từ giữa 2023. Kem Tràng Tiền cũng đang từng bước số hóa các hoạt động kinh doanh và đưa thêm các trải nghiệm độc đáo cho khách hàng khi thưởng thức Kem tại các cửa hàng.

- Tiếp nối thành công của việc ra mắt các sản phẩm mới, Kem Tràng Tiền sẽ tiếp tục phát triển thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm và kênh tiêu thụ. Sản phẩm Kem Ôi Hồng, Kem xôi... đã thể hiện năng lực nghiên cứu và triển khai nhanh của đội ngũ R&D. Công ty luôn đẩy mạnh đầu tư cho hoạt động R&D, lấy con người là trọng tâm. Thường xuyên cho đội ngũ cán bộ nghiên cứu về thực phẩm được tiếp cận những sản phẩm, nguyên liệu và xu hướng mới của các nước phát triển và có nền ẩm thực tương đồng với Việt Nam. Trong năm 2024, Kem Tràng Tiền sẽ tiếp tục cho ra mắt các dòng sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng nhưng vẫn giữ vẹn nguyên nét truyền thống.

Bên cạnh đó công ty cũng tập trung xây dựng dữ liệu khách hàng tập trung trên nền tảng số làm cơ sở để quảng cáo hình ảnh sản phẩm Bánh Givral, Kem Tràng Tiền đến các khách hàng tiềm năng và tổ chức các lớp huấn luyện nâng cao kỹ năng bán hàng và phục vụ chuyên nghiệp.

Ngoài ra, công ty đẩy mạnh 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:**

- Các khách sạn trong hệ thống của OCH đẩy mạnh bán hàng qua kênh OTA - kênh bán phòng trực tuyến thứ 3 để có thể bán phòng hiệu quả đồng thời quảng bá thương hiệu, marketing khách sạn. Đây cũng là xu thế trong ngành kinh doanh khách sạn, du lịch hiện nay.

- Chú trọng phát triển thị trường khách nội địa bằng cách gặp gỡ trực tiếp với các đại lý du lịch lớn tại TP Hà Nội, TP Hồ Chí Minh bên cạnh việc xúc tiến thị trường Hàn Quốc, Úc, Ấn Độ;

- Tìm các phương án để đưa thị trường Nhật vào 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 quay lại, khách gia đình, khách VIPs, khách công vụ, khách ở dài hạn... như chính sách giá phòng ưu đãi, nâng cấp phòng miễn phí, chính sách dành cho trẻ em;

- 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;

- Linh hoạt chính sách chi hoa hồng cho người đặt dịch vụ dao động tùy theo yêu cầu của khách hàng xác định phù hợp với kinh doanh để duyệt mức hoa hồng;

#### **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 trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn để báo cáo HĐQT phương án cơ cấu vốn, hỗ trợ vốn cho phù hợp;

- 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;

#### **4.5. Nhóm giải pháp về nhân sự**

Tuyển bổ sung những nhân sự giỏi cho các vị trí nghiệp vụ. Tăng cường công tác đào tạo về nghiệp vụ, kỹ năng quản lý, kỹ năng mềm đối với cán bộ quản lý, nhân viên nghiệp vụ.

Hàng năm công ty cũng tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho CBCNV và quan tâm, 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**


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.

#### **4.7. Nhóm giải pháp về hoạt động khác**


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.



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  
  
LÊ ĐÌNH QUANG

CP