



KIẾN TẠO DI SẢN LAN TOẢ GIÁ TRỊ

2024 | Báo cáo thường niên

Thư ngỏ

từ Ban lãnh đạo

Kính thưa Quý cổ đông,

Năm 2024 khép lại với nhiều thách thức, và cũng là năm One Capital Hospitality (OCH) khẳng định sự vững vàng và quyết tâm phát triển. Trong bối cảnh kinh tế biến động, OCH chủ động thích ứng với bình thường mới, tìm kiếm hướng đi bứt phá. Vượt qua khó khăn, mảng kinh doanh khách sạn và bất động sản nghỉ dưỡng kết thúc năm 2024 với kết quả khả quan lợi ngược dòng, giúp OCH vượt kế hoạch và duy trì tăng trưởng lợi nhuận dương năm thứ ba liên tiếp.

Năm 2024, OCH đã hoàn thành kế hoạch sản xuất kinh doanh năm. Tổng doanh thu công ty đạt hơn 1.167 tỷ đồng, tăng 13% so với cùng kỳ. Doanh thu từ bán hàng và dịch vụ vượt 1.018 tỷ đồng. Lợi nhuận trước thuế đạt 208 tỷ đồng, tăng 48%, còn lợi nhuận sau thuế đạt 176,735 tỷ đồng, gấp hơn 4 lần so với mục tiêu đề ra.

Trong năm qua, mảng khách sạn của OCH đã xuất sắc lợi ngược dòng. Công ty Cổ phần Sao Hôm Nha Trang ghi nhận công suất phòng tăng 11%, doanh thu phòng tăng 11% và lợi nhuận gộp (GOP) vượt 72% kế hoạch, tăng 85% so với năm 2023. Công ty Cổ phần Tân Việt cũng duy trì đà tăng trưởng, với công suất phòng và doanh thu khách sạn cùng tăng 7%, GOP tăng 61% so với kế hoạch năm 2024, đạt 229% so với cùng kỳ. Đặc biệt, đầu năm 2025, Khách sạn StarCity Nha Trang thuộc công ty Cổ phần Sao Hôm Nha Trang được công nhận đạt chuẩn 5 sao bởi Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, ghi dấu một cột mốc quan trọng trong quá trình phát triển.

Ở mảng tiêu dùng nhanh FMCG, dù gặp nhiều thách thức song cả hai thương hiệu Kem Tràng Tiền và Bánh Givral tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh sản xuất. Trong năm 2024, với quan điểm linh hoạt và nhạy bén bám sát thị trường, Kem Tràng Tiền đã cho ra mắt dòng sản phẩm Bánh Tràng Tiền, với Bánh Cốm dừa và Bánh Phu thê Tràng Tiền, đặc biệt là Bánh Chưng Tràng Tiền đã tạo được tiếng vang lớn, ghi dấu ấn trong lòng người dân thủ đô. Tổng kết năm 2024, dù mảng kinh doanh chính còn nhiều điểm cần cải thiện, nhưng tổng doanh thu Kem Tràng Tiền đã tăng 152%.

Năm 2024 cũng đánh dấu bước đi quan trọng trong chiến lược tái cấu trúc của công ty. Nhằm tối ưu nguồn lực và thu hút các đối tác đầu tư chiến lược, OCH đã chính thức thành lập Công ty Cổ phần One Capital Consumer (OCC). Ở mảng khách sạn và bất động sản nghỉ dưỡng, OCH tiếp tục mở rộng tại các thành phố lớn, sẵn sàng cho giai đoạn phát triển tiếp theo.

Bước sang năm 2025, với nền tảng đã được củng cố, OCH sẽ tiếp tục nâng cao lợi thế cạnh tranh, phát huy tối đa nguồn lực và liên tục đổi mới hướng đến phát triển doanh nghiệp bền vững. Chúng tôi lấy khách hàng làm trung tâm, lấy sự tin tưởng của Quý cổ đông làm động lực để không ngừng cải tiến, nhằm tạo ra những giá trị thiết thực và bền vững.

Thay mặt 1083 cán bộ tập đoàn và các công ty thành viên, chúng tôi xin cảm ơn sự đồng hành và đóng góp của Quý cổ đông trong nhiều năm qua, đặc biệt trong những giai đoạn biến động lớn của thị trường và doanh nghiệp.

Trân trọng,

Thay mặt Ban điều hành OCH



Mục lục

	07	11
	Chương 1	Chương 2
	ĐIỂM NHẤN 2024	TỔNG QUAN
01	08	13
Trang bìa	Điểm nhấn năm 2024	Lịch sử hình thành và phát triển
03	09	14
Thư ngỏ từ Ban điều hành	Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi	Lĩnh vực kinh doanh chính, địa bàn kinh doanh, các công ty thành viên

17

Chương 3

**BÁO CÁO VỀ TÌNH HÌNH
SẢN XUẤT KINH DOANH**

18

Tổng quan kinh tế vĩ
mô 2024 và Dự báo
2025

20

Tổng kết kết quả hoạt
động kinh doanh năm
2024

31

Các thành tựu lớn đã
hoàn thành trong năm
2024

34

Các yếu tố rủi ro trong
hoạt động kinh doanh

38

Nhận định tình hình
vĩ mô năm 2025 &
Kế hoạch 2025, định
hướng phát triển

51

Chương 4

**QUẢN TRỊ
DOANH NGHIỆP**

52

Tổng quan về Mô hình
Quản trị OCH

53

Báo cáo của HĐQT

56

Báo cáo của BKS

58

Báo cáo về tổ chức
nhân sự công ty

59

Cơ cấu cổ đông, thay
đổi vốn đầu tư chủ sở
hữu

61

Chương 5

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

62

Bảng cân đối kế toán

67

Báo cáo lưu chuyển
tiền tệ

69

Báo cáo doanh thu
lợi nhuận



Chương 1

Điểm nhấn 2024

01

Điểm nhấn 2024

02

Tầm nhìn, Sứ mệnh và Giá trị cốt lõi

Điểm nhấn 2024



01

Tổng doanh thu đạt **1.167 tỷ đồng**

Lợi nhuận trước thuế đạt **208 tỷ đồng**

Lợi nhuận sau thuế đạt **176,735 tỷ đồng**, vượt 04 lần kế hoạch năm 2024

02

Sản phẩm đột phá:

Ra mắt dòng sản phẩm mới – **Bánh Tràng Tiền** với các sản phẩm Bánh Cốm dừa, Bánh Phu thê và Bánh Chưng Tràng Tiền, giúp công ty mở rộng danh mục sản phẩm và tiếp cận nhiều phân khúc khách hàng.



03

Tháng 1/2025: Khách sạn Star City nâng cấp cơ sở vật chất và được cấp **Giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn 5*** bởi Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam.



04

Thay đổi **bộ Nhân diện thương hiệu** mới trong năm 2024: Với khát vọng vươn cao, đưa giá trị di sản Việt Nam lên tầm quốc tế, OCH chuyển mình, thực hiện chiến lược định vị thương hiệu để từng bước chuyển đổi, biến đổi tầm nhìn thành hiện thực.



Tầm nhìn, Sứ mệnh và Giá trị cốt lõi



Tầm nhìn: Kiến tạo di sản

OCH tận dụng chất liệu phong phú của văn hóa cổ truyền và di sản Việt Nam, tạo ra những trải nghiệm dịch vụ khác biệt, tái hiện giá trị và di sản của quá khứ bằng một ngôn ngữ đương đại, truyền tải tới cộng đồng qua hệ sinh thái dịch vụ.

Sứ mệnh

Tiên phong trong lĩnh vực dịch vụ gắn liền với di sản văn hóa. Chúng tôi mang đến trải nghiệm tinh tế cho khách hàng và tạo ra giá trị lâu dài, bền vững cho đối tác và cổ đông.

Giá trị cốt lõi:

Trách nhiệm – Hợp tác – Kiến tạo

Trách nhiệm

Làm việc chuyên nghiệp, minh bạch, tôn trọng khách hàng và cổ đông. Luôn hướng tới quyết định đúng đắn và có lợi ích lâu dài.

Hợp tác

Đồng hành cùng khách hàng, đối tác và cổ đông để cùng nhau phát triển, chia sẻ giá trị và thành công.

Kiến tạo

Luôn sáng tạo và cải tiến để tạo ra sự khác biệt, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.



Chương 2

Tổng quan

- 01 Thông tin khái quát
- 02 Lịch sử hình thành và phát triển
- 03 Lĩnh vực kinh doanh chính, địa bàn kinh doanh, các công ty thành viên

Thông tin khái quát



Công ty Cổ phần One Capital Hospitality (OCH) hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh Bất động sản nghỉ dưỡng, tòa nhà văn phòng và thực phẩm. Trải qua hơn một thập kỷ phát triển, OCH đã khẳng định vị thế tiên phong trong việc bảo tồn và tôn vinh di sản Việt, đồng thời kiến tạo hệ sinh thái dịch vụ đẳng cấp.

Tên giao dịch: CÔNG TY CỔ PHẦN ONE CAPITAL HOSPITALITY

Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số: 0800338870

Vốn điều lệ: 2.000.000.000.000 VNĐ

(Hai nghìn tỷ đồng)

Mã cổ phiếu: OCH (niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội – HNX)

Địa chỉ: Tầng 23, Tòa nhà Leadvisors Tower, Số 643 Phạm Văn Đồng, Phường Cổ Nhuế 1, Quận Bắc Từ Liêm, Thành phố Hà Nội

Số điện thoại: (024) 3783.0101

Số fax: (024) 3783.0202

Website: www.och.vn

Lịch sử hình thành và phát triển

07/2006

Công ty Cổ phần One Capital Hospitality (OCH) được thành lập với số vốn điều lệ ban đầu là 10 tỷ đồng

12/2009

OCH được tái cấu trúc và trở thành công ty con của Công ty CP Tập đoàn Đại Dương (OGC)

01/2010

Vốn điều lệ OCH tăng lên 750 tỷ đồng, đến tháng 7/2010, OCH tiếp tục tăng vốn lên 1.000 tỷ đồng

10/2010

Cổ phiếu OCH chính thức được niêm yết trên Sàn giao dịch HNX với mã chứng khoán OCH

08/2013

OCH tăng vốn điều lệ từ 1000 tỷ đồng lên 2000 tỷ đồng

12/2017

Doanh thu OCH chính thức vượt mốc 1000 tỷ đồng

04/2022

OCH đổi tên thành Công ty Cổ phần One Capital Hospitality và bắt đầu quá trình tái cấu trúc

12/2023

OCH thực hiện mua thêm Công ty Cổ phần Kem Tín Phát và Công ty TNHH thực phẩm sạch JP để bổ sung danh mục sản phẩm, mở rộng hệ thống phân phối nhằm phát triển hệ sinh thái F&B sẵn có.

12/2024

Tổng doanh thu: 1.167 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt mức 176,735 tỷ đồng; hoàn thành 3 năm liên tiếp OCH có lợi nhuận sau thuế trên 100 tỷ đồng.

Lĩnh vực kinh doanh

Hiện OCH hoạt động trên hai mảng kinh doanh chính

Mảng khách sạn với nhóm ngành nghề kinh doanh: Dịch vụ lưu trú ngắn ngày; Nhà hàng, dịch vụ ăn uống lưu động; Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, hoặc đi thuê...



Mảng thực phẩm với nhóm ngành nghề kinh doanh: Bán buôn thực phẩm; sản xuất thực phẩm....



Các công ty thành viên, công ty liên kết

STT	Diễn giải	Địa chỉ trụ sở	Lĩnh vực
Công ty con			
1	Công ty Cổ phần Bánh Givral	Tp Hồ Chí Minh	Sản xuất, kinh doanh thực phẩm
2	Công ty Cổ phần Sao Hôm Nha Trang	Khánh Hoà	Kinh doanh khách sạn
3	Công ty Cổ phần Tân Việt	Khánh Hoà	Kinh doanh khách sạn
4	Công ty Cổ phần Viptour – Togi	Hà Nội	Dịch vụ lưu trú
5	Công ty Cổ phần Kem Tràng Tiền	Hà Nội	Sản xuất, kinh doanh thực phẩm
6	Công ty TNHH Thực phẩm sạch JP	Sơn La	Sản xuất, kinh doanh thực phẩm
7	Công ty TNHH Sản xuất Bình Hưng (Công ty con của CTCP Bánh Givral)	Bắc Ninh	Đầu tư Bất động sản
8	Công ty Cổ phần Kem Tín Phát (Công ty con của CTCP Kem Tràng Tiền)	Hà Nội	Sản xuất, kinh doanh thực phẩm
9	Quỹ đầu tư cơ hội đặc biệt Leadvisors	Hà Nội	Quỹ Đầu tư tài chính
Công ty liên kết			
	Công ty Cổ phần IDS Equity Holdings.	Hà Nội	Đầu tư Bất động sản



Chương 3

BÁO CÁO VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH

01

Tổng quan kinh tế vĩ mô 2024 và Dự báo 2025

02

Tổng kết kết quả hoạt động kinh doanh năm 2024

03

Các thành tựu lớn đã hoàn thành trong năm 2024

04

Các yếu tố rủi ro trong hoạt động kinh doanh

05

Nhận định tình hình vĩ mô năm 2025 & Kế hoạch 2025, định hướng phát triển

Tổng quan kinh tế vĩ mô 2024 và Dự báo 2025

Năm 2024, tình hình thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường với nhiều yếu tố rủi ro, bất định. Xung đột quân sự Nga - Ukraine tiếp tục leo thang, cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn diễn ra ngày càng gay gắt, nhiều quốc gia tăng cường chính sách bảo hộ thương mại, nợ công và thâm hụt ngân sách gia tăng, sự tụt dốc của một số nền kinh tế lớn, chuỗi cung ứng toàn cầu đứt gãy cục bộ đã tác động đến hòa bình, ổn định và tăng trưởng kinh tế thế giới (Theo Thời báo Tài chính ngày 25/02/2024).

Cùng với đó, thiên tai, thời tiết cực đoan ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống của dân cư và phát triển kinh tế - xã hội. Theo số liệu công bố của Tổng cục Thống kê, GDP cả năm 2024 tăng 7,09% so với năm 2023. Tăng trưởng kinh tế vượt 7% của Việt Nam là điểm sáng trong bối cảnh kinh tế toàn cầu vẫn khó khăn, nhiều nước tăng trưởng thấp. Mức này cũng cao hơn so với dự báo của nhiều tổ chức quốc tế đưa ra trước đó. Về lạm phát, chỉ số giá tiêu dùng bình quân tăng 3,63% so với năm trước đó, đạt mục tiêu Quốc hội đề ra (dưới 4,5%). Dịch vụ vẫn là nhóm đóng góp nhiều nhất vào giá trị tăng thêm của nền kinh tế, trên 49,46%. Theo Tổng cục Thống kê, giá trị tăng thêm khu vực này đạt 7,38% so với năm trước. Trong khi đó, công nghiệp và xây dựng tăng 8,24%, đóng góp 45,17% vào giá trị tăng thêm của nền kinh tế. Còn nông, lâm nghiệp và thủy sản góp 5,37% vào tăng trưởng (theo Báo VNExpress 06/01/2025).

Chỉ số giá nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu dùng cho sản xuất quý IV/2024 tăng 0,74% so với quý trước và tăng 2,86% so với cùng kỳ năm 2023. Tính chung năm 2024, chỉ số giá nguyên nhiên vật liệu dùng cho sản xuất tăng 2,26% so với năm trước, trong đó chỉ số giá nguyên nhiên vật liệu dùng cho sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản giảm 0,08%; dùng cho sản xuất công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 3,79%; dùng cho xây dựng tăng 0,31%.

CPI bình quân quý IV/2024 tăng 2,87% so với cùng kỳ năm trước, CPI bình quân năm 2024 tăng 3,63% so với năm 2023 đạt mục tiêu Quốc hội đề ra. Lạm phát cơ bản tháng 12/2024 tăng 0,25% so với tháng trước, tăng 2,85% so với cùng kỳ năm trước. Bình quân năm 2024, lạm phát cơ bản tăng 2,71% so với năm 2023, thấp hơn mức tăng CPI bình quân chung (3,63%), chủ yếu do giá lương thực, thực phẩm, điện sinh hoạt, dịch vụ giáo dục, dịch vụ y tế là yếu tố tác động làm tăng CPI nhưng thuộc nhóm hàng được loại trừ trong danh mục tính lạm phát cơ bản.

Đối với hoạt động kinh doanh khách sạn, theo báo cáo của Ban Chỉ đạo phát triển du lịch tỉnh, ngoài Hà Nội và TP HCM, các địa phương như Khánh Hòa, Quảng Ninh, Đà Nẵng đều có doanh thu và lượng khách du lịch tăng trưởng ấn tượng trong năm 2024.



Theo Cục Du lịch Quốc gia, năm 2024 Việt Nam ước đón gần 17,5 triệu lượt khách quốc tế và 110 triệu lượt khách nội địa, tổng thu du lịch đạt 840.000 tỷ đồng, tăng khoảng 1,2 lần so với năm 2023.

Khánh Hòa, trong đó có thành phố Nha Trang được biết đến là một trong những điểm đến du lịch biển nổi tiếng không chỉ ở Việt Nam mà còn quốc tế, với bãi biển đẹp, khí hậu dễ chịu và các hoạt động giải trí, nghỉ dưỡng phong phú. Sự nổi bật này đã góp phần tạo nên sức hút bền vững cho du lịch địa phương. Năm 2024, Khánh Hòa đã đón hơn 10,6 triệu lượt khách, tăng 45,5% so với năm 2023.



Số lượng khách quốc tế đến Nha Trang cũng vượt xa so với các “thiên đường” du lịch khác như Đà Nẵng, Quảng Ninh và gấp tới 5 lần Phú Quốc. Tổng thu từ khách du lịch ước đạt gần 52.272 tỷ đồng, tăng 53,9% so với năm trước (vượt 30,4% kế hoạch). Lượng khách và doanh thu du lịch đều vượt xa so với năm 2019 (thời điểm du lịch phát triển nhất). Kết quả này cho thấy, Nha Trang – Khánh Hòa tiếp tục khẳng định được vị thế của mình trên bản đồ du lịch Việt Nam và quốc tế (theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch).



Qua thống kê cho thấy lượng phòng tại Khánh Hòa năm 2024 tăng 72% so với năm 2018 (đặc biệt là lượng căn hộ du lịch và resort tại bán đảo Cam Ranh phát triển mạnh, đáp ứng xu hướng du lịch nghỉ dưỡng hiện đại và thu hút đáng kể lượng khách quốc tế và nội địa) vượt xa nhu cầu của du khách (tổng lượt khách năm 2024 tăng 51% so với năm 2018). Tuy nhiên, tổng đêm phòng bán theo lượt khách năm 2024 giảm 25% so với năm 2018, lượng phòng lưu trú đưa vào kinh doanh lại tăng lên 72%. Điều này đã gây nên sự cạnh tranh rất gay gắt giữa các đối thủ cùng phân khúc trên thị trường và trở thành một thách thức lớn đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ nhà hàng khách sạn như Starcity Nha Trang, Sunrise Nha Trang.

Năm 2025 được dự báo nền kinh tế thế giới và Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn và thách thức khi ngày 5/4/2025, Hoa Kỳ công bố một chính sách mang tính bước ngoặt: áp thuế nhập khẩu 10% đối với toàn bộ hàng hóa từ tất cả các quốc gia, bao gồm cả những đối tác lâu năm như Việt Nam. Động thái này, nằm trong khuôn khổ chính sách thuế đối ứng với hơn 180 đối tác thương mại, đã gây chấn động toàn cầu. Đặc biệt, căng thẳng giữa hai nền kinh tế hàng đầu thế giới – Mỹ và Trung Quốc – có nguy cơ bùng phát thành một cuộc chiến thương mại toàn diện, khi các quốc gia lớn có thể sẽ đáp trả bằng các biện pháp thuế quan tương tự. Hệ quả là nguy cơ suy thoái kinh tế toàn cầu ngày càng hiện hữu: chuỗi cung ứng đứt gãy, dòng đầu tư quốc tế trì trệ, chi phí hàng hóa leo thang trên diện rộng. Trong bối cảnh đó, kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức nghiêm trọng hơn bao giờ hết.



Tổng kết kết quả hoạt động kinh doanh năm 2024

01 Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh

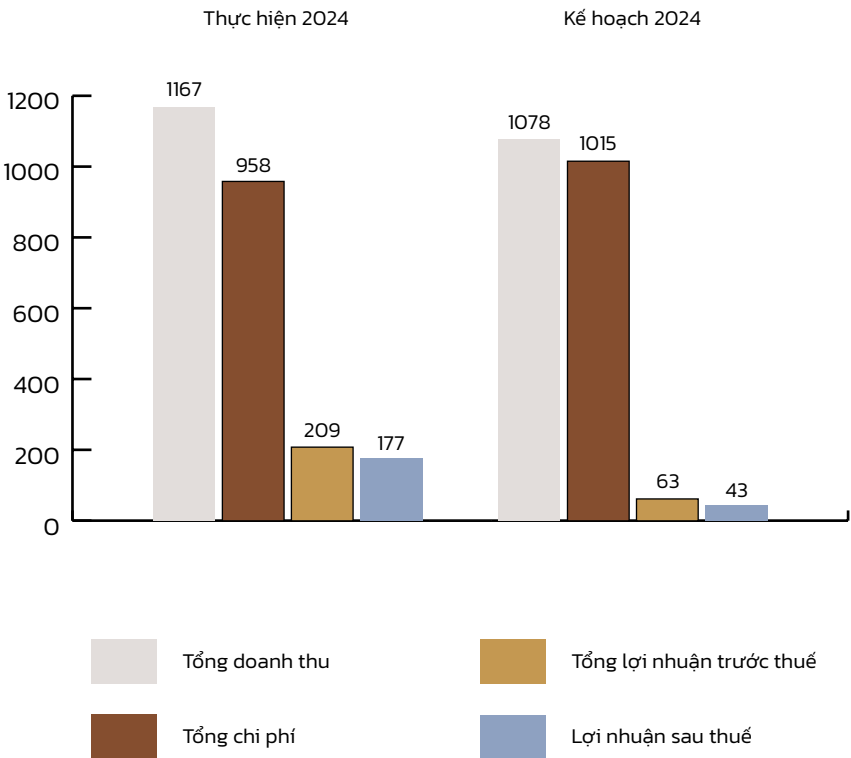
Kết quả hoạt động kinh doanh trong năm:

(Đơn vị: đồng)

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất	Thực hiện 2024 (đã kiểm toán)	Kế hoạch 2024	Tỷ lệ Thực hiện/ Kế hoạch
1	Tổng doanh thu	1.167.010.382.466	1.078.164.318.650	108%
2	Tổng chi phí hoạt động	958.090.785.521	1.014.778.747.876	94%
3	Lợi nhuận trước thuế	208.919.596.945	63.385.570.774	330%
4	Lợi nhuận sau thuế	176.735.589.569	42.658.398.325	414%

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 đã kiểm toán)

Kết quả kinh doanh hợp nhất:

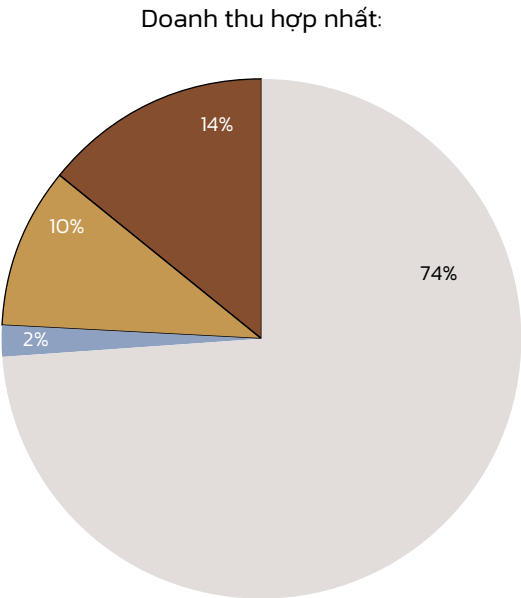


Tổng doanh thu hợp nhất của OCH năm 2024 đạt 1.167 tỷ đồng, vượt 8% kế hoạch năm và bằng 113% so với năm 2023.

Doanh thu này bao gồm các lĩnh vực: Kinh doanh dịch vụ khách sạn; sản xuất kinh doanh thực phẩm; dịch vụ cho thuê nhà xưởng; doanh thu hoạt động tài chính và hoạt động khác.

Cơ cấu doanh thu từng lĩnh vực như sau:

- Kinh doanh thực phẩm: 74%
- Doanh thu tài chính: 2%
- Kinh doanh dịch vụ, khách sạn: 10%
- Hoạt động khác: 14%



Tổng Chi phí hoạt động giảm, đạt 958 tỷ đồng tương đương 94% kế hoạch năm. Lợi nhuận sau thuế đạt 176,7 tỷ đồng, tăng 48% so với cùng kỳ năm trước và gấp hơn 4 lần kế hoạch.

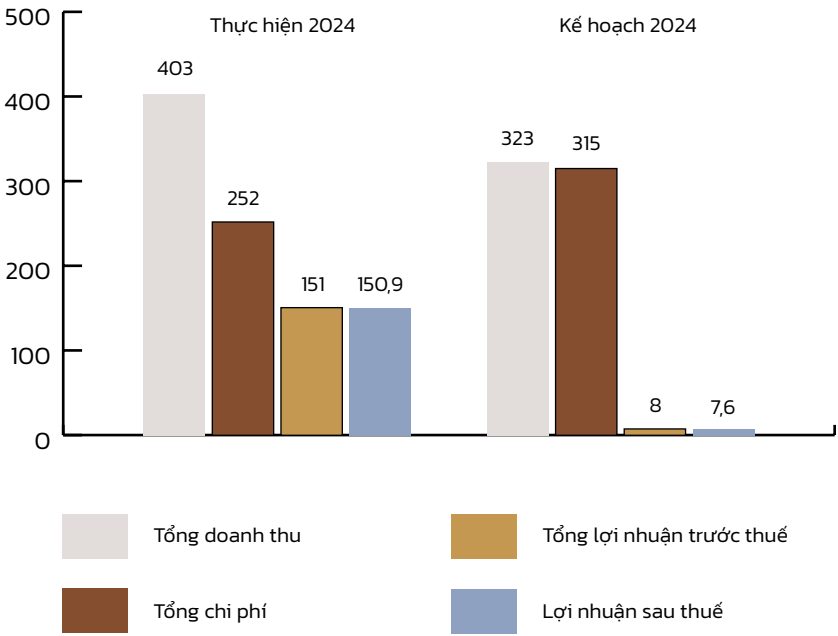
Thực hiện một số chỉ tiêu kế hoạch chủ yếu (Công ty mẹ OCH)

(Đơn vị: đồng)

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất	Thực hiện 2024	Kế hoạch 2024	Tỷ lệ Thực hiện/ Kế hoạch
1	Tổng doanh thu	403.319.205.080	322.698.011.988	125%
2	Tổng chi phí hoạt động	252.418.016.966	315.113.187.323	80%
3	Lợi nhuận trước thuế	150.901.188.114	7.584.824.665	1.990%
4	Lợi nhuận sau thuế	150.901.188.114	7.584.824.665	1.990%

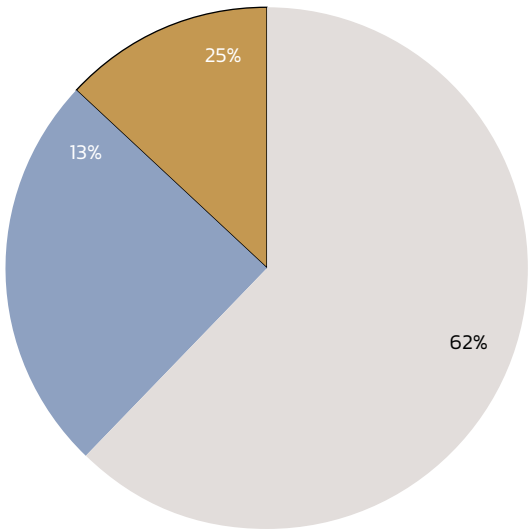
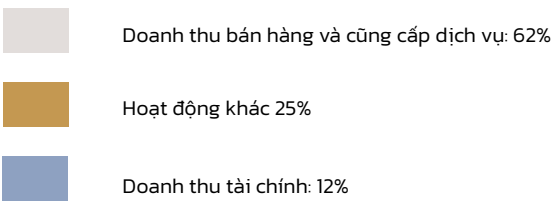
(Nguồn: Báo cáo tài chính riêng năm 2024 đã được kiểm toán)

Kết quả kinh doanh công ty mẹ



Tổng Doanh thu năm 2024 của Công ty mẹ đạt 403,3 tỷ đồng, vượt 25% kế hoạch năm. Cơ cấu doanh thu gồm các lĩnh vực: Kinh doanh thương mại, hoạt động tài chính và hoạt động khác. Trong đó doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn (62%) và đạt 251,7 tỷ đồng. Đáng lưu ý, công ty đã ghi nhận thu nhập từ hoạt động xử lý nợ với số tiền 100 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng gần 25% trong tổng doanh thu.

Tỷ trọng doanh thu



Tổng chi phí hoạt động của Công ty mẹ giảm mạnh chỉ còn 252,4 tỷ đồng giảm 23% so với năm trước và 20% so với kế hoạch năm Qua đó, Lợi nhuận sau thuế công ty mẹ đạt 150,9 tỷ đồng, hoàn thành 1990% kế hoạch năm 2024.

02 Tình hình đầu tư các dự án

Hiện nay, Công ty và các công ty con đang đầu tư một số dự án lớn: Dự án Khách sạn StarCity Westlake do Công ty Cổ phần Viptour-Togi làm chủ đầu tư; Dự án nhà máy Bình Hưng do Công ty TNHH Sản xuất Bình Hưng làm Chủ đầu tư.

Tình hình thực hiện các dự án, các khoản đầu tư được trình bày chi tiết ở mục 06 Hoạt động đầu tư tại Báo cáo đánh giá của Ban Tổng giám đốc trong tài liệu này.

03 Tình hình tài chính

Tình hình tài chính trên Báo cáo tài chính hợp nhất

(Đơn vị: đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2024	Năm 2023	% tăng/giảm
Cơ cấu tài sản			
Tài sản ngắn hạn	628.613.173.938	551.862.629.590	13,9%
Tài sản dài hạn	3.224.643.675.479	3.581.741.119.302	-10,0%
Tổng tài sản	3.853.256.849.417	4.133.603.748.892	-6,8%
Nợ ngắn hạn	589.967.426.483	574.005.066.174	2,8%
Nợ phải trả dài hạn	1.348.804.517.508	1.785.193.357.938	-24,4%
Vốn chủ sở hữu	1.914.484.905.426	1.774.405.324.780	7,9%
Tổng nguồn vốn	3.853.256.849.417	4.133.603.748.892	-6,8%
Tổng doanh thu	1.167.010.382.466	1.034.422.681.077	12,8%
Tổng chi phí hoạt động	958.090.785.52	893.019.827.064	7,3%
Lợi nhuận trước thuế	208.919.596.945	141.402.854.013	47,7%
Lợi nhuận sau thuế	176.735.589.569	119.611.560.856	47,8%

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2024 đã được kiểm toán)

Các chỉ tiêu tài chính hợp nhất

Các chỉ tiêu	Công thức	Năm 2024	Năm 2023
Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
Hệ số thanh toán hiện hành	Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn	1,07	0,96
Hệ số thanh toán nhanh	(Tài sản ngắn hạn- Hàng tồn kho) /Nợ ngắn hạn	0,68	0,57
Hệ số thanh toán bằng tiền	Các khoản tiền và tương đương tiền)/(Nợ ngắn hạn)	0,29	0,29
Các chỉ tiêu về cơ cấu vốn			
Nợ/Tổng tài sản		50%	57%
Nợ/Vốn chủ sở hữu		101%	133%
Chỉ tiêu về năng lực hoạt động			
Vòng quay hàng tồn kho	Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	2,26	3,28
Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
Vòng quay tổng tài sản	Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân	0,25	0,44
Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Tỷ suất lợi nhuận	Lợi nhuận sau thuế/Tổng doanh thu	15%	12%
Tỷ suất sinh lời trên vốn Chủ sở hữu (ROE)	Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	9%	7%
Tỷ suất lợi nhuận trên Tổng tài sản (ROA)	Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	5%	3%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	7%	17%

Hệ số thanh toán hiện hành tăng từ 0,96 lên 1,07 lần, và hệ số thanh toán nhanh tăng từ 0,57 lên 0,68 lần, cho thấy công ty có khả năng thanh toán nợ ngắn hạn tốt hơn.

Tỷ suất lợi nhuận ròng tăng từ 12% lên 15%, cho thấy công ty có biên lợi nhuận tốt hơn.

ROE (Lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu) tăng từ 7% lên 9%, chứng tỏ khả năng tạo lợi nhuận từ vốn chủ sở hữu cải thiện.

ROA (Lợi nhuận trên tổng tài sản) tăng từ 3% lên 5%, nghĩa là hiệu suất sử dụng tài sản tốt hơn.

04 Hoạt động Kinh doanh Khách sạn

Công ty Cổ phần Sao Hôm Nha Trang: Bước ngoặt tái cấu trúc – nền tảng cho tăng trưởng bền vững.

Năm 2024 ghi dấu một giai đoạn chuyển mình quan trọng của Công ty Cổ phần Sao Hôm Nha Trang – đơn vị trực tiếp sở hữu và vận hành Khách sạn Khách sạn StarCity Nha Trang. Trong bối cảnh ngành khách sạn – du lịch tại Khánh Hòa đối mặt với nhiều thách thức như dư cung lưu trú, sụt giảm khách quốc tế, và áp lực cạnh tranh từ các địa phương lân cận, Sao Hôm Nha Trang đã lựa chọn một chiến lược tái cấu trúc toàn diện thay vì duy trì trạng thái cầm chừng như các năm trước.

Dưới sự định hướng và hỗ trợ từ Công ty mẹ OCH, năm 2024 được xác định là năm trọng điểm để thực hiện cải tổ cả về tài chính, vận hành và tổ chức nhân sự. Công ty đã:

Tái cấu trúc tài chính

Thành công đàm phán với các chủ nợ lớn, triển khai phát hành cổ phần hoán đổi nợ, từng bước xử lý các khoản nợ tồn đọng và chuyển hóa thành nguồn vốn dài hạn cho đầu tư.

Nâng cấp vận hành

Áp dụng mô hình quản trị theo triết lý 5S, tích cực ứng dụng công nghệ trong kiểm soát chi phí, quản lý doanh thu và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Tổ chức lại nhân sự

Tăng cường năng lực đội ngũ với các nhân sự trẻ, giàu kinh nghiệm, thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong vận hành hàng ngày.

Kết quả, Khách sạn StarCity Nha Trang đã được nâng cấp đạt tiêu chuẩn 5 sao ngay từ tháng 01/2025 – một cột mốc thể hiện rõ chất lượng dịch vụ và đẳng cấp mới của thương hiệu.

Về hiệu quả kinh doanh, năm 2024 ghi nhận sự phục hồi mạnh mẽ với:

Công suất phòng đạt 111% kế hoạch

Tổng doanh thu đạt 113% kế hoạch

Lợi nhuận gộp (GOP) đạt 172% kế hoạch

(tăng 85% so với năm 2023)

Đây là kết quả trực tiếp từ quá trình tái cơ cấu quyết liệt và bài bản, đồng thời là tiền đề quan trọng để Công ty hướng đến các mục tiêu phát triển bền vững trong trung và dài hạn.

Khách sạn Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa

Đối với khách sạn 5 sao Sunrise Nha Trang Beach Hotel & Spa (được mệnh danh là “tòa lâu đài cổ kính” nhất trong các khách sạn ở Nha Trang) cũng đạt được những kết quả khả quan: công suất phòng vượt 7%, tổng doanh thu vượt 7% và GOP vượt 61% kế hoạch đề ra, bằng 229% so với năm 2023.



05 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 Tiên – một thương hiệu ẩm thực nổi tiếng của Hà Nội ra đời từ năm 1958.

Ngay từ đầu năm 2024, Ban lãnh đạo OCH cùng các đơn vị thành viên đã xác định đây sẽ là năm bản lề, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ về tư duy và hành động trong toàn bộ khối sản xuất thực phẩm. Trong bối cảnh ngành hàng FMCG ngày càng cạnh tranh khốc liệt, người tiêu dùng hiện đại không chỉ dừng lại ở nhu cầu “ăn no, ăn ngon”, mà còn đòi hỏi sản phẩm phải sạch, tinh tế và mang nội hàm văn hóa – tức những giá trị ẩn sâu phản ánh bản sắc và tinh thần dân tộc.

Từ nhận thức đó, OCH đặt trọng tâm vào việc kế thừa, gìn giữ và tái sinh các giá trị di sản, đồng thời chủ động đưa những thương hiệu truyền thống vượt ra khỏi biên giới địa phương, hướng tới chinh phục thị trường quốc tế. Với Kem Tràng Tiên – một biểu tượng gắn liền với lịch sử của Thủ đô – sứ mệnh hôm nay không chỉ là gìn giữ hương vị xưa, mà còn là làm mới bản thân, đáp ứng kỳ vọng của thế hệ người tiêu dùng mới.

Trong tâm thế đó, năm 2024, thương hiệu Kem Tràng Tiên đã áp ủ và phát triển dòng sản phẩm mới mang tên Bánh Tràng Tiên – một bước đi chiến lược nhằm mở rộng không gian văn hóa ẩm thực Hà Nội đến với đông đảo khách hàng trong và ngoài nước. Dòng sản phẩm khởi đầu bằng ba món quà đặc trưng: Bánh Phu Thê và Bánh Cốm Dừa Tràng Tiên – những tinh hoa gắn liền với nếp sống thanh lịch của người Tràng An, cùng Bánh Chưng Tràng Tiên – biểu tượng truyền thống của quốc hồn quốc túy Việt Nam.

Thông qua các sản phẩm mới, OCH không chỉ cam kết về chất lượng và sự tinh túy trong từng hương vị, mà còn mong muốn góp phần kể lại những câu chuyện văn hóa Việt bằng ngôn ngữ ẩm thực – gần gũi, tinh tế và đầy tự hào.



06 Hoạt động đầu tư

Dự án Khách sạn StarCity Westlake: Dự án do Công ty Cổ phần 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 m² sàn xây dựng; Hiện nay Công ty Cổ phần Viptour-Togi đang thực hiện thực hiện các thủ tục tiếp tục triển khai dự án.



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 TNHH Sản xuất Bình Hưng (công ty con của Công ty Cổ phần Bánh Givral) làm Chủ đầu tư. Khu đất có diện tích ~ 1.3ha, nhà xưởng sản xuất ~ 4400 m², thời gian sử dụng đến năm 2057. Hiện nay, phần diện tích nhà xưởng đang được cho thuê 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.



Trong thời gian tới, OCH sẽ lập kế hoạch xây dựng và mua bán bất động sản để tăng danh mục khách sạn, tòa nhà văn phòng tại các thành phố lớn thông qua các khoản đầu tư vào các công ty liên kết có thể kể đến như: Dự án Melia Hạ Long Bay, MGallery Ninh Vân Bay, Dusit Hà Nội – Cung điện Từ Hoa, tòa nhà Leadvisors Tower, Leadvisors Place...

07 Tình hình tài chính

Kết quả một số chỉ tiêu chính năm 2024 tại công ty mẹ OCH



Về doanh thu:

Tổng doanh thu năm 2024 của Công ty đạt 403,3 tỷ đồng tương đương với 125% so với kế hoạch năm và bằng 78% so với thực hiện năm 2023. Tổng doanh thu được đóng góp từ các hoạt động chính là doanh thu hoạt động thương mại, doanh thu hoạt động tài chính và thu nhập khác từ việc xử lý nợ, cụ thể:

Doanh thu kinh doanh thương mại chủ yếu từ hoạt động cung cấp nguyên vật liệu, bao bì cho các đơn vị sản xuất, đạt 251,3 tỷ đồng bằng 111% năm 2023.

Doanh thu hoạt động tài chính đạt 51,6 tỷ đồng là lãi tiền gửi, tiền cho vay và cổ tức.

Thu nhập khác đạt hơn 100 tỷ đồng từ việc xử lý nợ phải trả.

Về chi phí:

Giá vốn hàng bán đạt 231,3 tỷ đồng, tăng gần 4% so với năm 2023, tăng tương ứng mức tăng trưởng của doanh thu.

Chi phí tài chính âm 6,4 tỷ đồng do tình hình kinh doanh của khách sạn tăng trưởng tốt, công ty mẹ hoàn nhập chi phí dự phòng đầu tư tài chính.

Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2024 là 27,5 tỷ đồng bằng 88% thực hiện năm 2023.

Về lợi nhuận:

Công ty tiếp tục có lãi trong năm 2024, lợi nhuận sau thuế đạt 151 tỷ đồng gấp 20 lần kế hoạch năm và bằng 81% lợi nhuận năm 2023

08 Kết quả một số chỉ tiêu chính hợp nhất

(Đơn vị: đồng)

STT	Kết quả hoạt động kinh doanh	Thực hiện 2024	Thực hiện 2023	Tỷ lệ 2024/2023
1	Tổng doanh thu	1.167.010.382.466	1.034.422.681.077	113%
2	Tổng chi phí	958.090.785.521	893.019.827.064	107%
3	Lợi nhuận trước thuế	208.919.596.945	141.402.854.013	148%
4	Lợi nhuận sau thuế	176.735.589.569	119.611.560.856	148%

Về doanh thu:

Tổng doanh thu hợp nhất 2024 đạt 1.167 tỷ đồng tương đương 108% kế hoạch năm và bằng 113% so với năm 2023, lợi nhuận sau thuế đạt 176,7 tỷ đồng gấp hơn 3,3 lần kế hoạch năm và tăng 47% so với năm 2023. Kết quả đạt được ở một số hoạt động chính như sau:

Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ đạt 983,7 tỷ đồng, tương đương 93% kế hoạch năm và bằng 101% so với năm 2023.

Doanh thu tài chính hợp nhất năm 2024 đạt 24,8 tỷ đồng tương đương 104% kế hoạch năm và bằng 47% so với năm 2023, chủ yếu Công ty ghi nhận lãi tiền gửi, cho vay.

Về chi phí:

Chi phí bán hàng năm 2024 đạt 180,8 tỷ đồng tương đương 98% kế hoạch năm và bằng 105% so với năm 2023.

Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2024 đạt 130,2 tỷ đồng bằng 93% kế hoạch năm và bằng 88% so với năm 2023.

Chi phí tài chính năm 2024 là 117,9 tỷ đồng bằng 103% kế hoạch năm và gấp 6 lần so với năm 2023 do năm 2024 Công ty ghi nhận chi phí lãi của khoản vay phát sinh từ tháng 12/2023.

Các thành tựu lớn đã hoàn thành trong năm 2024

01 Lĩnh vực kinh doanh bất động sản

Trong năm 2024, OCH không chỉ ghi nhận sự phục hồi mạnh về lợi nhuận mà còn tiếp tục phát triển các mảng kinh doanh chiến lược, bao gồm bất động sản nghỉ dưỡng, khách sạn và ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) mang đậm giá trị văn hóa Việt Nam.

Một trong những mảng kinh doanh quan trọng của OCH trong năm 2024 là bất động sản nghỉ dưỡng và khách sạn, đặc biệt là các dự án tại Nha Trang.

Tháng 12/2024, OCH hoàn thành nâng cấp Khách sạn StarCity Nha Trang, mang đến diện mạo mới cho dòng khách sạn ven biển. Những cố gắng của Ban điều hành đã thành quả khi khách sạn nhận được quyết định công nhận khách sạn StarCity Nha Trang đạt tiêu chuẩn 5 sao từ Cục du lịch quốc gia Việt Nam.

Năm 2024, StarCity Nha Trang đã có một năm thành công khi đạt lợi nhuận hoạt động gộp (GOP) bứt phá tăng 85% so với năm 2023. Dù chi phí cố định như khấu hao tài sản cố định và tiền thuê đất ở mức cao, StarCity Nha Trang vẫn ghi nhận lợi nhuận lên tới 29 tỷ đồng trong năm 2024.

Bên cạnh đó, Sunrise Nha Trang – một dự án khác của OCH, cũng đã ghi nhận kết quả khả quan. Công suất phòng của Sunrise Nha Trang trong năm 2024 vượt mức kế hoạch đề ra 7%. Lợi nhuận hoạt động gộp (GOP) của Sunrise Nha Trang cũng tăng 129% so với năm 2023, và vượt 61% so với mục tiêu đã đề ra trong năm 2024.

Khách sạn 5 sao Sunrise và StarCity Nha Trang tọa lạc tại vị trí đắc địa trên tuyến đường ven biển Trần Phú.



Theo đó, trong 5 năm tới, OCH lên kế hoạch xây dựng và mua bán sát nhập (M&A) để tăng danh mục khách sạn, tòa nhà văn phòng tại các thành phố lớn thông qua các khoản đầu tư vào các công ty liên kết có thể kể đến như: Dự án Melia Hạ Long Bay, MGallery Ninh Vân Bay, Dusit Hà Nội – Cung điện Từ Hoa...

Những thành công rõ nét trong lĩnh vực bất động sản, cùng với kết quả tích cực mà mảng này mang lại cho OCH trong năm 2024 đã phần nào khẳng định rằng chiến lược tập trung đầu tư vào bất động sản không chỉ hướng đi đúng đắn mà còn là hướng đi hợp lý của công ty.



02 Lĩnh vực kinh doanh thực phẩm



Bánh Cốm dừa và Phu thê của thương hiệu Kem Tràng Tiền

Bên cạnh mảng bất động sản, OCH cũng định hướng đầu tư vào ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), đặc biệt là các sản phẩm có giá trị văn hóa cao, mang đậm bản sắc Việt Nam.

Nửa cuối năm 2024, thông qua đơn vị thành viên là Kem Tràng Tiền, OCH đã cho ra mắt dòng sản phẩm mới Bánh Tràng Tiền với các dòng sản phẩm như Bánh Cốm dừa, Bánh Phu thê và mới đây nhất là Bánh Chưng Tràng Tiền.



Hình ảnh sản phẩm Bánh Chưng Tràng Tiền ra mắt vào dịp Tết Nguyên Đán

OCH cũng đầu tư mạnh vào việc xây dựng và phát triển thương hiệu FMCG thông qua việc thành lập Công ty Cổ phần One Capital Consumer (OCC) vào tháng 1/2025. Được thành lập với tầm nhìn trở thành công ty FMCG cao cấp hàng đầu tại Việt Nam, OCC tập trung phát triển các thương hiệu tiêu dùng nhanh (FMCG) có giá trị văn hóa đặc sắc. OCC sẽ quản lý danh mục các thương hiệu FMCG, giúp OCH mở rộng ảnh hưởng và nâng cao giá trị thương hiệu trong ngành hàng tiêu dùng nhanh, qua đó gia tăng sự hiện diện của OCH tại các thị trường trong và ngoài nước.

Các yếu tố rủi ro trong hoạt động kinh doanh

01

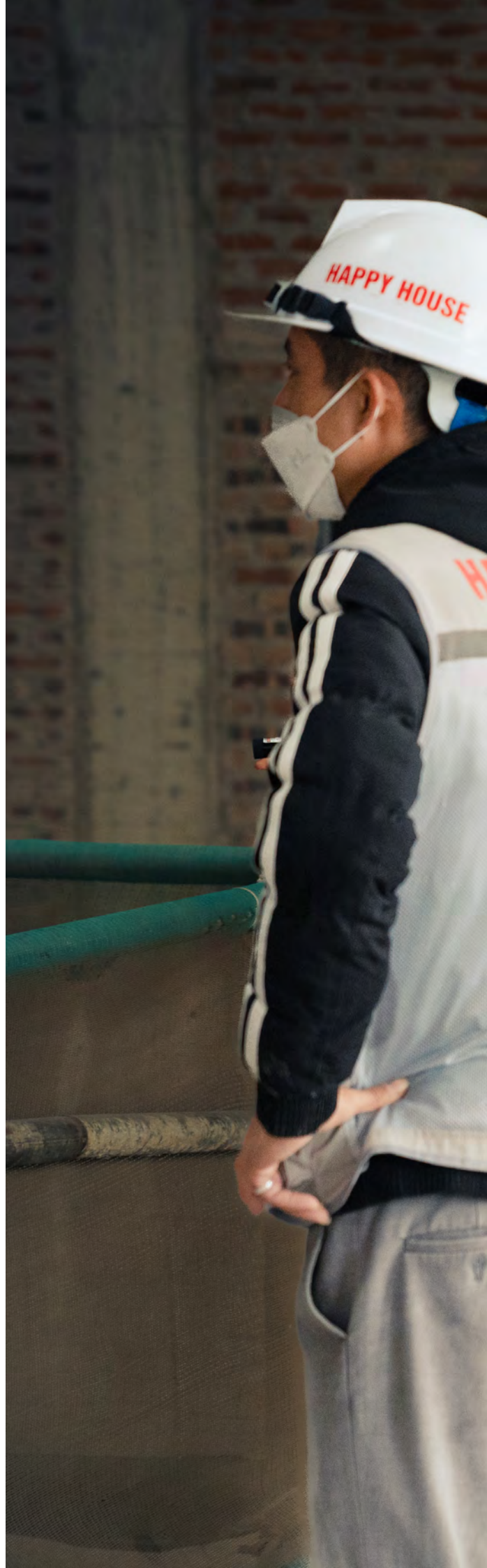
Rủi ro về tình hình địa chính trị – kinh tế

Trong bối cảnh tình hình địa chính trị và kinh tế biến động, các quốc gia đang phải đối mặt với nhiều thách thức nghiêm trọng. Các căng thẳng chính trị, tranh chấp thương mại và những biến động kinh tế vĩ mô không chỉ làm suy giảm niềm tin của nhà đầu tư mà còn lan tỏa tác động đến đời sống xã hội và sự phát triển của nền kinh tế.

Sự thay đổi đột ngột trong chính sách, áp lực từ các biện pháp trừng phạt và những tranh chấp thương mại quốc tế gây gián đoạn chuỗi cung ứng, làm chậm trễ hoạt động sản xuất và ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của doanh nghiệp. Điều này tạo ra áp lực lớn, buộc các doanh nghiệp phải thích ứng nhanh chóng với môi trường kinh doanh đầy rủi ro và không ổn định.

Trong lĩnh vực bất động sản, sự bất ổn về chính trị và kinh tế có thể dẫn đến sự giảm sút giá trị tài sản. Các dự án đầu tư, đặc biệt là những dự án cao cấp hay tại những khu vực nhạy cảm với biến động thị trường, phải đối mặt với nguy cơ giảm nguồn vốn và tăng chi phí tài chính, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến kế hoạch phát triển dài hạn.

Đối với ngành hàng tiêu dùng (FMCG), rủi ro từ các yếu tố địa chính trị và kinh tế thể hiện qua việc biến động nguồn cung nguyên liệu, đặc biệt khi phụ thuộc vào nhập khẩu. Sự tăng giá của nguyên vật liệu cùng với thay đổi trong hành vi tiêu dùng khi người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu đã tác động không nhỏ đến giá thành sản phẩm và doanh thu, đòi hỏi các doanh nghiệp phải điều chỉnh chiến lược kinh doanh một cách linh hoạt để đảm bảo sự ổn định và phát triển bền vững.





02 Rủi ro về biến đổi khí hậu

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu gia tăng, quốc gia đang phải đối mặt với nhiều thách thức nghiêm trọng. Nhiệt độ toàn cầu tăng cao, mực nước biển dâng và các hiện tượng thời tiết cực đoan không chỉ ảnh hưởng đến môi trường tự nhiên mà còn gây ra những tác động lan tỏa đến nền kinh tế và đời sống xã hội.

Các hiện tượng thời tiết bất thường như bão, mưa lớn và hạn hán kéo dài làm gián đoạn cơ sở hạ tầng, cản trở hoạt động sản xuất và làm giảm hiệu suất lao động. Điều này tạo ra áp lực lớn cho các doanh nghiệp trong việc đảm bảo hoạt động kinh doanh ổn định và duy trì sự phát triển bền vững. cơn bão Yagi đã là minh chứng sống động cho tác động của biến đổi khí hậu. Trong đợt bão này, hệ thống cơ sở hạ tầng của nhiều khu vực đã bị tổn thất nặng nề, gây ra lũ lụt và phá hủy các công trình quan trọng. Các doanh nghiệp phải đối mặt với gián đoạn chuỗi cung ứng, tăng chi phí bảo trì và tái thiết, cũng như giảm sút hoạt động kinh doanh.

Trong lĩnh vực bất động sản, các tác động của biến đổi khí hậu có thể dẫn đến sự giảm sút giá trị tài sản, đặc biệt là ở các khu vực ven biển hay các khu vực dễ chịu tác động bởi thời tiết cực đoan. Chi phí bảo trì, tái thiết và nâng cấp cơ sở hạ tầng cũng tăng lên, tạo thêm gánh nặng cho các dự án đầu tư.

Đối với ngành FMCG, rủi ro từ biến đổi khí hậu thể hiện qua sự biến động nguồn cung nguyên liệu do điều kiện thời tiết không ổn định, từ đó làm tăng giá thành sản phẩm. Hơn nữa, những thay đổi về hành vi tiêu dùng khi người tiêu dùng ưu tiên các lựa chọn an toàn và tiện lợi trong điều kiện thời tiết xấu cũng có thể ảnh hưởng không nhỏ đến doanh thu của doanh nghiệp trong ngành.



03 Rủi ro trong kinh doanh

Trong năm 2024, ngành du lịch và khách sạn tiếp tục chịu áp lực từ những biến động sau đại dịch. Các thị trường quốc tế truyền thống có thể chưa hoàn toàn hồi phục, dẫn đến sự phụ thuộc lớn vào khách du lịch nội địa. Sự tăng trưởng số lượng phòng lưu trú và dự án khách sạn mới, dù đáp ứng nhu cầu du lịch trong mùa cao điểm như lễ tết hay kỳ nghỉ hè, nhưng cũng có thể tạo ra tình trạng cung vượt cầu. Điều này dẫn đến cạnh tranh gay gắt về giá và chất lượng dịch vụ giữa các đối thủ cùng phân khúc, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận của các doanh nghiệp trong ngành.

Đối với ngành FMCG, đặc biệt là lĩnh vực bánh tươi, kem tươi và các sản phẩm tiêu dùng nhanh, năm 2024 đã chứng kiến sự gia tăng cạnh tranh đáng kể. Sự bùng nổ của các cửa hàng bán lẻ, sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng mua sắm trực tuyến và ứng dụng di động đã mở rộng các kênh tiếp cận khách hàng, tạo ra môi trường cạnh tranh mới. Đồng thời, áp lực từ việc thu hút và giữ chân nhân tài với mức lương cạnh tranh cao càng làm tăng chi phí sản xuất, đòi hỏi doanh nghiệp phải tối ưu hóa hiệu quả vận hành và đổi mới chiến lược kinh doanh để duy trì vị thế trên thị trường.



Nhận định tình hình vĩ mô năm 2025; Kế hoạch 2025 và định hướng phát triển

01 Đánh giá triển vọng kinh tế vĩ mô năm 2025

Năm 2025, nền kinh tế toàn cầu và Việt Nam tiếp tục diễn biến phức tạp với những chuyển động rõ rệt, mang đến cả cơ hội lẫn những thách thức đáng kể cho các doanh nghiệp, đặc biệt trong các lĩnh vực cốt lõi mà công ty OCH đang hoạt động: Thực phẩm cao cấp và quản lý khách sạn 5 sao tại Hà Nội và Nha Trang.

Trên phương diện toàn cầu, tăng trưởng kinh tế năm 2025 dự kiến đạt khoảng 3,2%, một sự phục hồi nhẹ nhưng còn mong manh từ tác động kéo dài của đại dịch COVID-19 và các cuộc xung đột địa chính trị, đặc biệt là cuộc chiến giữa Nga và Ukraina đang bước vào giai đoạn hòa giải tích cực. Điều này dự kiến sẽ thúc đẩy mạnh mẽ nhu cầu du lịch quốc tế, đặc biệt là khách Nga và Ukraina quay trở lại các thị trường quen thuộc như Nha Trang và Hà Nội, mang đến triển vọng phục hồi cho ngành khách sạn và dịch vụ du lịch cao cấp.

Tuy nhiên, căng thẳng thương mại quốc tế và chủ nghĩa bảo hộ gia tăng đang gây ra áp lực lên chuỗi cung ứng toàn cầu, làm tăng chi phí vận chuyển và giá cả nguyên vật liệu sản xuất. Những yếu tố này có thể gây ra biến động mạnh trong ngành thực phẩm, trực tiếp ảnh hưởng đến biên lợi nhuận của các sản phẩm như thịt bò cao cấp, kem và bánh ngọt của công ty.

Trong bối cảnh kinh tế Việt Nam, GDP năm 2025 dự kiến duy trì mức tăng trưởng 6,5% đến 7%. Chính phủ tiếp tục áp dụng chính sách tiền tệ linh hoạt, kiểm soát lạm phát ổn định ở mức 3-4%, tạo môi trường kinh tế thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, với sự mở rộng mạnh mẽ từ các doanh nghiệp nội địa lớn như Vinamilk (ra mắt thịt bò cao cấp), Kido (bánh tươi và bánh trung thu), và các hãng kem quốc tế gia tăng sự hiện diện, công ty chúng tôi đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt, buộc phải tăng cường đầu tư vào đổi mới sản phẩm, nâng cao giá trị gia tăng và cải thiện hiệu quả quản trị chi phí.

Xu hướng tiêu dùng nội địa đang chuyển biến mạnh mẽ theo hướng ưu tiên sản phẩm cao cấp, an toàn và có lợi cho sức khỏe. Đây vừa là cơ hội vừa là thách thức, yêu cầu công ty cần xây dựng chiến lược marketing tập trung rõ nét hơn vào giá trị thương hiệu, nguồn gốc xuất xứ và lợi ích sức khỏe của sản phẩm.

Bên cạnh đó, sự chuyển đổi số và áp dụng công nghệ mới cũng đang thay đổi nhanh chóng bộ mặt các ngành kinh doanh, bao gồm thực phẩm và khách sạn. Công ty chúng tôi cần tích cực đầu tư vào công nghệ, tận dụng dữ liệu lớn (big data), và phát triển các dịch vụ số hóa nhằm tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng và hiệu quả vận hành.

Cuối cùng, các yếu tố như biến đổi khí hậu và thiên tai ngày càng diễn biến khó lường, gây áp lực lớn đối với chuỗi cung ứng và hoạt động kinh doanh thực phẩm. Công ty cần có các kịch bản dự phòng, chiến lược ứng phó linh hoạt và chủ động hơn trước các rủi ro về môi trường.



Tóm lại, năm 2025 được dự báo sẽ có nhiều biến động lớn và đa chiều. Tuy nhiên, bằng sự chủ động, sáng tạo và năng lực thích ứng nhanh nhạy, OCH tự tin sẽ vượt qua thách thức, nắm bắt cơ hội để phát triển bền vững và nâng cao vị thế trên thị trường.

02 Kế hoạch hoạt động năm 2025 của OCH và các đơn vị thành viên

Kế hoạch kinh doanh năm 2025 – Hợp nhất

(Đơn vị: VND)

STT	Chỉ tiêu	Thực hiện 2024	Kế hoạch 2025	Tỷ lệ KH/TH
1	Tổng doanh thu	1.167.010.382.466	1.098.316.307.748	94%
2	Tổng chi phí	958.090.785.521	1.017.226.442.553	106%
3	Tổng lợi nhuận trước thuế	208.919.596.945	81.089.865.195	39%
4	Lợi nhuận sau thuế	176.735.589.569	47.600.761.995	27%

Kế hoạch kinh doanh năm 2025 – Công ty mẹ OCH

(Đơn vị: VND)

STT	Chỉ tiêu	Thực hiện 2024	Kế hoạch 2025	Tỷ lệ KH/TH
1	Tổng doanh thu	403.319.205.080	324.820.104.288	81%
2	Tổng chi phí	252.418.016.966	315.836.741.293	125%
3	Tổng lợi nhuận trước thuế	150.901.188.114	8.983.362.995	6%
4	Lợi nhuận sau thuế	150.901.188.114	8.983.362.995	6%

* Kế hoạch kinh doanh năm 2025 Hợp nhất và công ty mẹ sẽ được trình trong Đại hội đồng cổ đông thường niên 2025.

Trong năm 2025, OCH cũng đầu tư mạnh vào việc xây dựng và phát triển thương hiệu FMCG thông qua việc góp vốn thành lập Công ty Cổ phần One Capital Consumer (OCC) vào tháng 1/2025.

Được thành lập với tầm nhìn trở thành công ty FMCG cao cấp hàng đầu tại Việt Nam, OCC tập trung phát triển các thương hiệu tiêu dùng nhanh (FMCG) có giá trị văn hóa đặc sắc. OCC sẽ quản lý danh mục các thương hiệu FMCG, giúp OCH mở rộng ảnh hưởng và nâng cao giá trị thương hiệu trong ngành hàng tiêu dùng nhanh, qua đó gia tăng sự hiện diện của OCH tại các thị trường trong và ngoài nước.

Các nhóm giải pháp

Để triển khai kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2025, Ban điều hành Công ty sử dụng các biện pháp sau:

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;

Ban điều hành 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...) là chìa khóa để sản xuất hiệu quả và an toàn. Chúng tôi cũng liên tục áp dụng công nghệ vào việc nâng cao năng lực quản lý giám sát, triển khai hệ thống ERP cho doanh nghiệp, tối ưu hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh,...

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 đồng thời 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. Chúng tôi cũng tập trung vào việc đào tạo nhân sự để nâng cao năng lực của đội ngũ nhân viên đồng thời áp dụng các giải pháp quản lý nhân sự hiệu quả để tạo ra môi trường làm việc tích cực và tăng cường sự gắn bó của nhân viên với công ty.

Với cam kết cung cấp dịch vụ hoàn hảo và đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Ban điều hành đã và đang hỗ trợ các đơn vị thành viên triển khai các công nghệ và giải pháp để quản lý và nâng cao trải nghiệm khách hàng nhằm tăng cường sự hài lòng của khách hàng và đưa sản phẩm của OCH đến gần hơn với người tiêu dùng.

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, sản phẩm, 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.



STARCITY

Nha Trang



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

Không đơn thuần là dấu hiệu để nhận biết và phân biệt sản phẩm của doanh nghiệp này với doanh nghiệp khác, thương hiệu chính là uy tín, là danh tiếng, là tài sản vô hình của doanh nghiệp và thể hiện niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm của doanh nghiệp

Sự thành công của thương hiệu phụ thuộc rất nhiều vào chiến lược xây dựng, phát triển thương hiệu của một Công ty. Đối với OCH, sự thành công của One Capital Hospitality không chỉ được đo bằng các thước đo tài chính mà còn bằng sức mạnh và sự cộng hưởng của thương hiệu. Chiến lược thương hiệu đóng vai trò then chốt trong việc định hình bản sắc, nhận thức và định vị thị trường của Công ty trong bối cảnh năng động và cạnh tranh của ngành khách sạn cũng như thực phẩm.

Chiến lược thương hiệu của One Capital Hospitality được xây dựng toàn diện để phản ánh các giá trị cốt lõi, tầm nhìn và các sứ mệnh hướng đến cộng đồng. Nó đóng vai trò như một ngọn hải đăng dẫn đường, điều chỉnh mọi khía cạnh của tổ chức hướng tới một mục đích thống nhất và đảm bảo cung cấp nhất quán những trải nghiệm đặc biệt cho khách hàng của mình

Trên cơ sở đó, Ban Điều hành Công ty xác định trọng tâm của chiến lược thương hiệu của OCH là sự hiểu biết sâu sắc về đối tượng mục tiêu và động lực thị trường. Thông qua nghiên cứu thị trường sâu rộng và hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng trong lĩnh vực thực phẩm và kinh doanh khách sạn, Công ty xác định các xu hướng, sở thích và cơ hội, cho phép Công ty điều chỉnh các dịch vụ của mình để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng một cách hiệu quả.

Hơn nữa, OCH nhận thức được tầm quan trọng của tính nhất quán thương hiệu trên tất cả các điểm tiếp xúc. Cho dù đó là thông qua các chiến dịch tiếp thị trên các phương tiện truyền thông đại chúng, trải nghiệm khách hàng tại các điểm chạm với khách hàng, hình ảnh sáng tạo và mọi yếu tố đều được tạo ra một cách chu đáo để củng cố bản sắc và giá trị của thương hiệu.

Trong năm 2025, OCH định hướng tới các đơn vị thành viên tập trung cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm và chất lượng dịch vụ, đồng thời củng cố hình ảnh và tài sản thương hiệu để 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: 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 gia 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.

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 và mở rộng 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. Chất lượng bánh vượt trội cùng phân khúc giá với các đối thủ đứng đầu tại thị trường như Fresh Garden hay Hải Hà Kotobuki sẽ giúp Givral dần dần chiếm được chỗ đứng trong tâm trí người Hà Nội. 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. Năm 2025, 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 Ối Hồng ra mắt vào tháng 9/2023, Kem xôi, Kem mè đen rong biển... đã thể hiện năng lực nghiên cứu và triển khai của đội ngũ R&D. Trong năm 2024, Kem Tràng Tiền sẽ tiếp tục cho ra mắt các dòng sản phẩm Kem phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng nhưng vẫn giữ vẹn nguyên nét truyền thống, đặc biệt dòng sản phẩm Bánh Tràng Tiền mới là Bánh Cốm Dừa, Bánh Phu Thê, Bánh Chưng Tràng Tiền.

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 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 tệp khách hàng 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.

Đẩy mạnh công tác tổ chức sự kiện tiệc cưới trong năm cho khách sạn StarCity 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 gói dịch vụ để kích cầu

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

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. Nhóm giải pháp nguồn vốn, quản lý tài chính

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.

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;

Tiếp tục triển khai kế hoạch đầu tư mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh ở Công ty Cổ phần Bánh Givral và Công ty Cổ phần Kem Tràng Tiền 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

5. 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 do đó OCH đã và đang tiếp tục kiện toàn bộ máy tổ chức theo hướng tinh gọn và hiệu quả cao, bố trí chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban phù hợp để phát huy được tối ưu hiệu quả công việc.

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.

Với các công ty hoạt động kinh doanh khách sạn: Năm 2025 dự kiến thị trường du lịch sôi động trở lại đồng nghĩa với việc các khách sạn cần nhiều nhân lực hơn. Theo đó, định biên nhân sự cũng tăng lên để đáp ứng đủ số lượng nhân viên tối thiểu phục vụ đảm bảo chất lượng dịch vụ.

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 công ty cũng tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho CBCNV và quan tâm, hỗ trợ cho CBCNV có hoàn cảnh khó khăn



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.

03 Các kế hoạch và chiến lược của OCH trong năm 2025



Công ty đã đạt được những kết quả kinh doanh tích cực trong thời gian qua, đặc biệt là trong năm 2022 với doanh thu hợp nhất đạt 228% so với năm 2021 và duy trì liên tục giá trị doanh thu trên 1.000 tỷ đồng từ 2022-2024.

Để tiếp tục đà tăng trưởng này, OCH đã đề ra các kế hoạch và chiến lược cho những năm tiếp theo, trong đó năm 2025 đóng vai trò quan trọng

Mục tiêu tài chính: OCH đặt mục tiêu đạt lợi nhuận 1.000 tỷ đồng trong vòng 5 năm tới.

Điều này đồng nghĩa với việc công ty sẽ tập trung vào việc tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận hàng năm, hướng tới mục tiêu dài hạn này.

Tái cơ cấu và phát triển bền vững:

Năm 2024, OCH dự kiến hoàn thành quá trình tái cơ cấu và xây dựng kế hoạch phát triển cho giai đoạn 5 năm tiếp theo.

Quá trình này nhằm tối ưu hóa hoạt động kinh doanh, nâng cao hiệu quả và đảm bảo sự phát triển bền vững trong tương lai.

Đầu tư vào lĩnh vực khách sạn và bất động sản

OCH tiếp tục mở rộng danh mục đầu tư vào các dự án khách sạn và tòa nhà văn phòng có vị trí đặc địa. Hiện tại, công ty là cổ đông lớn nhất tại nhiều dự án khách sạn, tòa nhà văn phòng có vị trí chiến lược, bên cạnh việc sở hữu các khách sạn 5 sao quốc tế như Sunrise và StarCity tại Nha Trang

Chiến lược này nhằm củng cố vị thế của OCH trong ngành du lịch và khách sạn, đồng thời tạo nguồn thu ổn định và bền vững.

Phát triển mảng kinh doanh thực phẩm:

Mảng kinh doanh thực phẩm, đặc biệt là các thương hiệu như Bánh Givral và Kem Trảng Tiền, tiếp tục được chú trọng. OCH đặt mục tiêu nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Việc tập trung vào mảng này không chỉ đa dạng hóa nguồn thu mà còn giảm thiểu rủi ro từ việc phụ thuộc vào một lĩnh vực kinh doanh duy nhất

Tăng cường quản trị doanh nghiệp và minh bạch tài chính:

OCH đã thực hiện các biện pháp cải thiện quản trị doanh nghiệp và minh bạch tài chính, nhằm nâng cao niềm tin của cổ đông và nhà đầu tư. Việc cổ phiếu OCH được đưa ra khỏi diện hạn chế giao dịch vào ngày 15/12/2022 là minh chứng cho những nỗ lực này.



Trong năm 2025, công ty sẽ tiếp tục duy trì và nâng cao các tiêu chuẩn quản trị, đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả và bền vững.



Chương 4

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

01

Tổng quan về Mô hình
Quản trị OCH

02

Báo cáo của HĐQT

03

Báo cáo của BKS

04

Báo cáo về tổ chức nhân sự
công ty

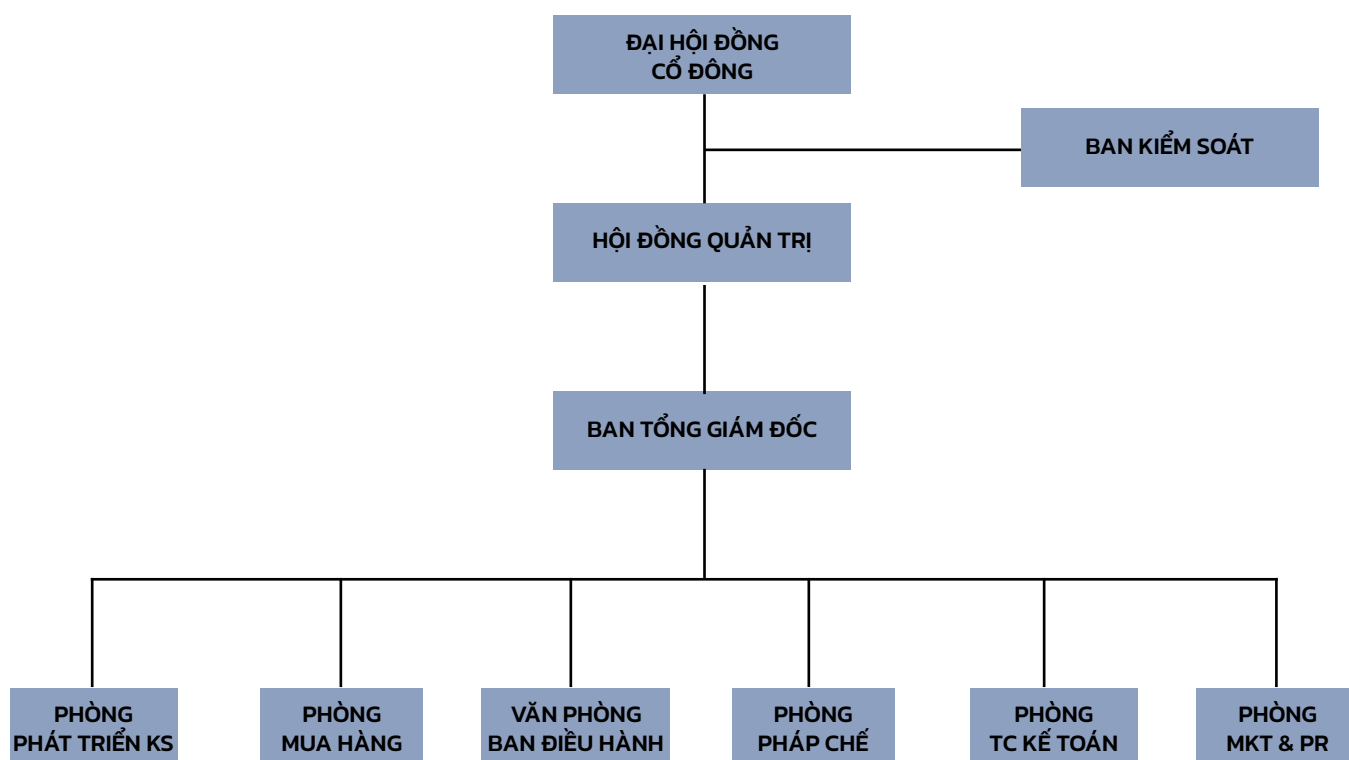
05

Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu
tư chủ sở hữu

Tổng quan về Mô hình Quản trị OCH



Sơ đồ tổ chức
công ty cổ phần One Capital Hospitality



OCH hoạt động theo mô hình quy định tại điểm khoản 1 Điều 137 Bộ luật doanh nghiệp:
Đại hội đồng cổ đông;
Hội đồng Quản trị
Ban kiểm soát
Tổng giám đốc/Ban điều hành.

Báo cáo của HĐQT

01 Thành viên và cơ cấu Hội đồng Quản trị

Hội đồng Quản trị công ty năm 2024 gồm có các ông bà sau:

STT	Thành viên HĐQT	Chức danh
1	Nguyễn Thu Hằng	Chủ tịch Hội đồng Quản trị/Thành viên độc lập HĐQT
2	Đình Hoài Nam	Thành viên độc lập HĐQT
3	Huỳnh Minh Việt	Thành viên HĐQT
4	Nguyễn Dũng Minh	Thành viên HĐQT
5	Hoàng Thị Thùy Vân	Thành viên HĐQT
6	Nguyễn Chính Phương	Thành viên Hội đồng Quản trị (hết nhiệm kỳ từ 15/5/2024)

02 Hoạt động của Hội đồng Quản trị

Về mặt nhân sự, trong năm 2024, Đại hội đồng cổ đông thường niên tổ chức vào ngày 15/5/2024 đã thông qua kết thúc vai trò và nhiệm vụ của Hội đồng Quản trị nhiệm kỳ 2019-2024; bầu Hội đồng Quản trị nhiệm kỳ 2024-2029.

Kết quả hoạt động của Hội đồng quản trị năm 2024 được thể hiện qua các vấn đề, nội dung đã được Hội đồng quản trị xem xét và giải quyết trong năm 2024 thông qua các cuộc họp trực tiếp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản. Chi tiết hoạt động của Hội đồng Quản trị đã báo cáo tại Báo cáo quản trị Công ty năm 2024.

02 Đánh giá của Hội đồng Quản trị về các mặt hoạt động của Công ty

Về tình hình kinh doanh

Trong năm 2024, về cơ bản OCH đã hoàn thành các nhiệm vụ về doanh thu và lợi nhuận, trong đó:

Tổng doanh thu hợp nhất đạt 1.167 tỷ đồng, hoàn thành 108% kế hoạch năm; Lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt 176,735 tỷ đồng, hoàn thành 414% kế hoạch năm 2024; Các chỉ tiêu về hệ số thanh toán, tỷ suất lợi nhuận hợp nhất đều có sự cải thiện đáng kể; Kết quả kinh doanh của công ty mẹ OCH đã có những cải thiện lớn, nổi bật nhất là lợi nhuận sau thuế đạt 150,9 tỷ đồng, đạt 1.990% so với kế hoạch năm 2024.

Năm 2024 cũng là năm thứ 3 liên tiếp OCH có lợi nhuận sau thuế dương. Mặc dù các kết quả kinh doanh vẫn chưa phản ánh đầy đủ tiềm năng của OCH, nhưng phần nào nỗ lực tái cấu trúc định vị OCH được Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành nỗ lực thực hiện từ năm 2022 đã có những kết quả rất khả quan.

Về công tác quản trị

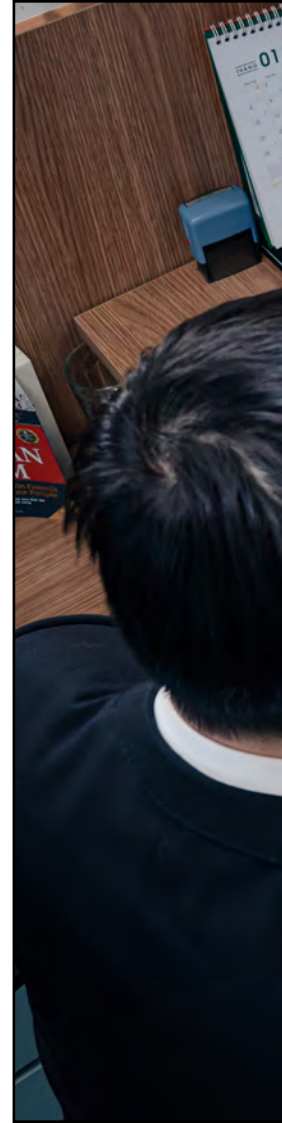
Trong năm 2024, Hội đồng Quản trị đã tiến hành 22 phiên họp, xem xét thông qua các vấn đề thuộc thẩm quyền của Hội đồng Quản trị

Về mặt chủ trương, trong năm 2024, công tác quản trị OCH tiếp tục tập trung vào tăng cường hiệu quả điều hành và kiểm soát chi phí, đồng thời cải thiện quy trình làm việc và áp dụng công nghệ mới để nâng cao hiệu suất công việc.

Tại công ty mẹ, việc tuyển dụng và phát triển một đội ngũ nhân viên trẻ, đầy năng động và sáng tạo, kết hợp với việc nâng cao năng lực và gắn kết đội ngũ thông qua các hoạt động đào tạo kết hợp team building, tạo lập nên một môi trường làm việc đoàn kết và hiệu quả

Tại các đơn vị thành viên, Hội đồng Quản trị bầu, cử, giới thiệu các nhân sự cấp cao có năng lực, chuyên môn nghiệp vụ tốt được bầu, bổ nhiệm vào Ban lãnh đạo công ty thành viên đảm bảo quyết định quản lý được thực hiện kịp thời và chính xác mà, thúc đẩy việc triển khai chương trình đào tạo một cách toàn diện và hiệu quả.

Tổng kết, trong năm 2024, OCH đã thành công trong việc tối ưu hóa quản trị và điều hành, kiểm soát chi phí, cải thiện quy trình làm việc, áp dụng công nghệ mới và đẩy mạnh đào tạo, từ đó tạo ra sự đồng nhất và nâng cao chất lượng quản lý trên toàn hệ thống, đồng thời tối ưu hóa lợi nhuận và giá trị cho cổ đông.





Kết quả giám sát của Hội đồng Quản trị đối với Ban Điều hành

Trong năm 2024, Hội đồng Quản trị đã thực hiện việc kiểm tra, giám sát hoạt động của Ban Điều hành trong việc điều hành kinh doanh và triển khai các nghị quyết ĐHĐCĐ và HĐQT trong năm 2024.

Hội đồng quản trị đánh giá cao nỗ lực vượt khó, sáng tạo trong quản trị điều hành của Ban Điều hành. Các Nghị quyết của HĐQT, ĐHĐCĐ đã được triển khai quyết liệt, nhanh chóng nhưng thận trọng và chắc chắn

Công tác tổ chức, kiểm soát và quản lý đã có nhiều chuyển biến tích cực đã đem lại hiệu quả kinh tế cao, hoàn thành kế hoạch do Đại hội đồng Cổ đông đặt ra.

Với những kết quả đạt được trong năm 2024, về cơ bản Ban Điều hành đã thực hiện tốt các định hướng, chỉ đạo của HĐQT, thực hiện quyền và nhiệm vụ được giao theo đúng quy định của Luật Doanh nghiệp, Điều lệ công ty và các quy định của pháp luật. Điều này đảm bảo lợi ích hợp pháp của Công ty và các cổ đông được bảo vệ và đảm bảo.

Tuy nhiên, để tiếp tục phát triển và đạt được những thành công mới, Ban Điều hành cần tiếp tục đẩy mạnh công tác tổ chức, kiểm soát và quản lý, đồng thời nâng cao chất lượng báo cáo tài chính và đảm bảo minh bạch trong việc quản lý tài sản của Công ty.

Báo cáo của Ban Kiểm soát

01 Thành viên và cơ cấu của Ban Kiểm soát

STT	Kiểm soát viên	Chức danh
1	Dương Thị Mai Hương	Trưởng Ban Kiểm soát
2	Lê Thị Bích Hạnh	Kiểm soát viên
3	Trần Thị Kim Oanh	Kiểm soát viên

02 Hoạt động của Ban Kiểm soát trong năm 2024

Trong năm 2024, Ban kiểm soát đã thực hiện nhiệm vụ Đại hội đồng cổ đông giao và hoạt động một cách chủ động theo quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty, cụ thể như sau:

Tham gia đầy đủ các cuộc họp của HĐQT.

Giám sát việc điều hành hoạt động SXKD của HĐQT, Ban Điều hành theo Nghị quyết của Đại Hội đồng cổ đông

Có ý kiến về các nội dung các tờ trình, báo cáo của Ban Điều hành gửi tới HĐQT Công ty.

Có ý kiến về các báo cáo tổng kết tài chính, kinh doanh.

Thảo luận với kiểm toán viên độc lập về việc kiểm toán báo cáo tài chính soát xét giữa kỳ và kiểm toán hàng năm liên quan đến những vấn đề khó khăn, tồn tại và các vấn đề mà kiểm toán viên độc lập muốn bàn bạc.

Ban Kiểm soát đã thực hiện việc giám sát HĐQT, Ban Điều hành trong việc quản lý và điều hành Công ty theo quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty.

Tổ chức các cuộc họp định kỳ và bất thường của Ban Kiểm soát để thảo luận, về hoạt động của Ban Kiểm soát và hoạt động của Công ty.

Yêu cầu Công ty cung cấp tài liệu để thực hiện hoạt động kiểm tra theo yêu cầu của cổ đông, nhóm cổ đông

Các công việc khác theo chức năng nhiệm vụ của Ban Kiểm soát.



03

Phối hợp hoạt động giữa Ban Kiểm soát với hoạt động của Hội đồng Quản trị, Ban Điều hành

Ban Kiểm soát phối hợp chặt chẽ với Hội đồng quản trị, Ban Điều hành nhưng vẫn duy trì sự độc lập của mình. Các cuộc họp định kỳ và bất thường của Hội đồng quản trị có Ban Kiểm soát tham dự nhằm nâng cao chất lượng cũng như tính độc lập của hoạt động kiểm soát.

Hội đồng quản trị và Ban Điều hành đã cung cấp tài liệu hợp, các nghị quyết, quyết định của mình cho Ban Kiểm soát.

Hội đồng quản trị đã đẩy mạnh công tác giám sát hoạt động của Ban Điều hành và các bộ phận quản lý nhằm đảm bảo thực hiện triển khai các Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, của Hội đồng quản trị tuân thủ đúng theo quy định của pháp luật và Điều lệ Công ty.

04

Các giao dịch, các khoản thù lao, lương, thưởng, các khoản lợi ích của Hội đồng Quản trị, Ban Điều hành, Ban Kiểm soát

Các nội dung này đã được thể hiện đầy đủ và chi tiết trong Báo cáo Quản trị công ty.

Báo cáo về tổ chức nhân sự Công ty

Số lượng CBNV trong hệ thống tính đến ngày 31/12/2024

1083 người

Trong đó, nhân sự Công ty Cổ phần One Capital Hospitality là

27 người

Chính sách đối với Người lao động trong năm 2024:

Chế độ và Điều kiện làm việc

Người lao động trong công ty đều có hợp đồng lao động theo đúng luật Lao động và được hưởng đầy đủ các chế độ theo quy định hiện hành của pháp luật như các khoản trợ cấp, thưởng, được tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp đầy đủ

Công ty trang bị đầy đủ các trang thiết bị, phương tiện hiện đại cho nhân viên sử dụng làm việc và luôn cố gắng tạo điều kiện cơ sở vật chất tốt nhất cho người lao động. Văn phòng, môi trường làm việc được thiết kế khang trang, ngăn nắp, đảm bảo vệ sinh, an toàn lao động.

Chính sách đào tạo:

Công ty luôn chú trọng công tác đào tạo bồi dưỡng chuyên môn, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ và chất lượng dịch vụ cho đội ngũ Cán bộ Nhân viên thông qua các chương trình đào tạo tại chỗ, các khóa đào tạo ngắn ngày nội bộ, nội dung đào tạo:

Đào tạo định hướng:

Công ty sẽ cung cấp chương trình đào tạo có định hướng cho những CBNV mới vào làm việc. Chương trình đã cung cấp các thông tin cần thiết cho người lao động về cơ cấu tổ chức, chính sách nhân sự, chế độ đãi ngộ, quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động. Đồng thời chương trình cũng giúp nhân viên mới làm quen với văn hóa và những giá trị, định hướng, chiến lược phát triển của Công ty, giúp nhân viên mới nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc mới

Đào tạo nghiệp vụ chuyên môn:

Tùy từng vị trí cụ thể, tính chất công việc, người lao động sẽ được tham gia khóa đào tạo nghiệp vụ chuyên môn. Chương trình này nhằm cung cấp các thông tin cần thiết để thực hiện công việc phải đảm nhiệm thông qua các quy định, nguyên tắc và hướng dẫn cụ thể của công việc đó. Chương trình đào tạo nghiệp vụ chuyên môn có thể được đào tạo định kỳ theo kế hoạch.

Chính sách tuyển dụng:

Với phương châm nguồn nhân lực là nền tảng quan trọng nhất tạo nên thành công cho Công ty, trong năm qua OCH đã xây dựng một môi trường làm việc thân thiện và cởi mở, chuyên nghiệp cùng với những chính sách đãi ngộ, đề bạt thỏa đáng để thu hút nhân sự có năng lực cũng như xây dựng một tập thể vững mạnh. Bên cạnh đó, phòng nhân sự của công ty cũng hỗ trợ tuyển dụng nhân sự cho các đơn vị thành viên nhằm tăng chất lượng nhân sự trong Tập đoàn.

Các hoạt động công đoàn, hoạt động tập thể luôn được Công ty quan tâm, hỗ trợ và ưu tiên nhằm tạo dựng cho

người lao động một tinh thần làm việc tốt, môi trường làm việc thân thiện cũng như gắn kết người lao động với các Phòng Ban để phối hợp làm việc hiệu quả hơn.

Công ty luôn chú trọng phát triển Văn hóa doanh nghiệp, phát huy, gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống. Tạo dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp và đáng tin cậy để phát huy tài năng và sức sáng tạo lao động của mỗi cá nhân trong Công ty qua đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Mỗi cá nhân là một mắt xích quan trọng góp phần vào thành công và phát triển kế hoạch sản xuất kinh doanh của Doanh nghiệp.

Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu

Cơ cấu

Tính đến ngày 31/12/2024, vốn điều lệ của Công ty như sau:

*Vốn điều lệ: 2.000.000.000.000 VNĐ (Hai nghìn tỷ đồng).

Cơ cấu cổ đông

STT	Diễn giải	Năm 2024	
		Số Cổ đông	Tỷ lệ nắm giữ (%)
I	Cổ đông trong nước và nước ngoài	1.336	100
1	Cổ đông trong nước	1.227	99,99
2	Cổ đông nước ngoài	9	0,01
II	Cổ đông nhà nước và các cổ đông khác	1.336	100
1	Cổ đông nhà nước	1	2,99
2	Cổ đông khác	1.335	97,01

(Nguồn: Danh sách cổ đông chốt tại tháng 4/2024)



Chương 5

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

- 01 Bảng cân đối kế toán
- 02 Báo cáo lưu chuyển tiền tệ
- 03 Báo cáo doanh thu lợi nhuận

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Số cuối kỳ	Số đầu năm
TÀI SẢN			
A- TÀI SẢN NGẮN HẠN	100	628,613,173,938	551,862,629,590
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	169,749,007,919	168,490,954,691
1. Tiền	111	66,949,007,919	58,900,954,691
2. Các khoản tương đương tiền	112	102,800,000,000	109,590,000,000
II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	120	26,034,992,071	44,333,105,230
1. Chứng khoán kinh doanh	121	172,559	172,559
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh	122	(79,359)	(79,359)
3. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	26,034,898,871	44,333,012,030
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130	185,581,624,762	94,557,009,960
1. Phải thu ngắn hạn của khách hàng	131	21,691,223,141	15,625,176,894
2. Trả trước cho người bán ngắn hạn	132	66,637,766,798	63,626,141,896
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	133	-	-
4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	134	-	-
5. Phải thu về cho vay ngắn hạn	135	10,400,000,000	8,500,000,000
6. Phải thu ngắn hạn khác	136	264,547,268,098	178,487,888,929
7. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	137	(179,687,028,788)	(173,669,927,263)
8. Tài sản Thiếu chờ xử lý	139	1,992,395,513	1,987,729,504
IV. Hàng tồn kho	140	228,885,001,731	225,992,112,660

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Số cuối kỳ	Số đầu năm
1. Hàng tồn kho	141	331,138,228,504	328,245,339,433
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149	(102,253,226,773)	(102,253,226,773)
V. Tài sản ngắn hạn khác	150	18,362,547,455	18,489,447,049
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151	4,647,983,605	3,215,357,661
2. Thuế GTGT được khấu trừ	152	5,415,954,617	6,975,480,155
3. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước	153	8,298,609,233	8,298,609,233
4. Giao dịch mua bán lại trái phiếu Chính phủ	154	-	-
5. Tài sản ngắn hạn khác	155	-	-
B. TÀI SẢN DÀI HẠN	200	3,224,643,675,479	3,581,741,119,302
I. Các khoản phải thu dài hạn	210	202,884,004,359	499,775,321,316
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	211	-	-
2. Trả trước cho người bán dài hạn	212	-	-
3. Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc	213	-	-
4. Phải thu nội bộ dài hạn	214	-	-
5. Phải thu về cho vay dài hạn	215	30,227,733,073	32,227,733,073
6. Phải thu dài hạn khác	216	172,656,271,286	467,547,588,243
7. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi	219	-	-
II. Tài sản cố định	220	482,842,470,131	512,672,371,098
1. Tài sản cố định hữu hình	221	427,179,420,965	454,592,094,558
- Nguyên giá	222	829,407,529,197	826,247,179,329
- Giá trị hao mòn lũy kế	223	(402,228,108,232)	(371,655,084,771)
2. Tài sản cố định thuê tài chính	224	-	-
- Nguyên giá	225	-	-
- Giá trị hao mòn lũy kế	226	-	-
3. Tài sản cố định vô hình	227	55,663,049,166	58,080,276,540

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Số cuối kỳ	Số đầu năm
- Nguyên giá	228	75,202,950,065	75,138,473,786
- Giá trị hao mòn lũy kế	229	(19,539,900,899)	(17,058,197,246)
III. Bất động sản đầu tư	230	21,178,712,553	22,383,906,237
- Nguyên giá	231	36,155,810,460	36,155,810,460
- Giá trị hao mòn lũy kế	232	(14,977,097,907)	(13,771,904,223)
IV. Tài sản dở dang dài hạn	240	181,946,261,390	179,192,832,166
1. Chi phí sản xuất, kinh doanh dở dang dài hạn	241	-	-
2. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242	181,946,261,390	179,192,832,166
V. Đầu tư tài chính dài hạn	250	2,085,000,000,000	2,095,967,038,638
. Đầu tư vào công ty con	251	-	-
2. Đầu tư vào công ty liên kết, liên doanh	252	-	2,085,000,000,000
3. Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	253	2,101,423,700,000	90,664,700,000
4. Dự phòng đầu tư tài chính dài hạn	254	(16,423,700,000)	(79,697,661,362)
5. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	255	-	-
VI. Tài sản dài hạn khác	260	250,792,227,046	271,749,649,847
1. Chi phí trả trước dài hạn	261	218,416,769,457	231,525,774,424
2. Tài sản thuê thu nhập hoãn lại	262	241,943,120	407,547,919
3. Thiết bị, vật tư, phụ tùng thay thế dài hạn	263	-	-
4. Tài sản dài hạn khác	268	-	-
5. Lợi thế thương mại	269	32,133,514,469	39,816,327,504
TỔNG CỘNG TÀI SẢN	270	3,853,256,849,417	4,133,603,748,892
NGUỒN VỐN		-	-
C. NỢ PHẢI TRẢ	300	1,938,771,943,991	2,359,198,424,112
I. Nợ ngắn hạn	310	589,967,426,483	574,005,066,174
1. Phải trả người bán ngắn hạn	311	25,589,927,836	19,980,006,135

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Số cuối kỳ	Số đầu năm
2. Người mua trả tiền trước ngắn hạn	312	6,347,429,299	4,831,163,489
3. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	313	229,110,392,979	230,485,289,186
4. Phải trả người lao động	314	11,303,329,565	20,310,744,105
5. Chi phí phải trả ngắn hạn	315	13,117,056,461	11,410,550,150
6. Phải trả nội bộ ngắn hạn	316	-	-
7. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	317	-	-
8. Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	318	8,063,976	24,267,679
9. Phải trả ngắn hạn khác	319	135,421,065,960	133,651,726,714
10. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	155,296,663,881	140,288,028,779
11. Dự phòng phải trả ngắn hạn	321	3,386,672,199	4,383,521,053
12. Quỹ khen thưởng phúc lợi	322	10,386,824,327	8,639,768,884
13. Quỹ bình ổn giá	323	-	-
14. Giao dịch mua bán lại trái phiếu Chính phủ	324	-	-
II. Nợ dài hạn	330	1,348,804,517,508	1,785,193,357,938
1. Phải trả người bán dài hạn	331	2,625,664,458	3,363,621,314
2. Người mua trả tiền trước dài hạn	332	-	-
3. Chi phí phải trả dài hạn	333	-	-
4. Phải trả nội bộ về vốn kinh doanh	334	-	-
5. Phải trả nội bộ dài hạn	335	-	-
6. Doanh thu chưa thực hiện dài hạn	336	-	-
7. Phải trả dài hạn khác	337	36,672,970,938	209,647,824,515
8. Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	338	1,270,000,000,000	1,532,331,166,911
9. Trái phiếu chuyển đổi	339	-	-
10. Cổ phiếu ưu đãi	340	-	-
11. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	39,505,882,112	39,850,745,198

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Số cuối kỳ	Số đầu năm
12. Dự phòng phải trả dài hạn	342	-	-
13. Quỹ phát triển khoa học và công nghệ	343	-	-
D.VỐN CHỦ SỞ HỮU	400	1,914,484,905,426	1,774,405,324,780
I. Vốn chủ sở hữu	410	1,914,484,905,426	1,774,405,324,780
1. Vốn góp của chủ sở hữu	411	2,000,000,000,000	2,000,000,000,000
- Cổ phiếu phổ thông có quyền biểu quyết	411a	2,000,000,000,000	2,000,000,000,000
- Cổ phiếu ưu đãi	411b	-	-
2. Thặng dư vốn cổ phần	412	-	-
3. Quyền chọn chuyển đổi trái phiếu	413	-	-
4. Vốn khác của chủ sở hữu	414	4,984,000,000	4,983,002,620
5. Cổ phiếu quỹ	415	-	-
6. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	416	-	-
7. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417	-	-
8. Quỹ đầu tư phát triển	418	14,419,362,244	14,414,221,829
9. Quỹ hỗ trợ sắp xếp doanh nghiệp	419	-	-
10. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	420	6,329,814,592	6,329,814,592
11. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421	(484,413,899,284)	(626,910,505,151)
- LNST chưa phân phối lũy kế đến cuối kỳ trước	421a	(628,319,372,540)	(749,173,446,433)
- LNST chưa phân phối kỳ này	421b	143,905,473,258	122,262,941,282
12. Nguồn vốn đầu tư XDCB	422	-	-
13. Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429	373,165,627,874	375,588,790,890
II. Nguồn kinh phí và quỹ khác	430	-	-
1. Nguồn kinh phí	431	-	-
2. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ	432	-	-
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440	3,853,256,849,417	4,133,603,748,892

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Lũy kế từ đầu năm đến cuối quý này (Năm nay)	Lũy kế từ đầu năm đến cuối quý này (Năm trước)
I. Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh			
1. Lợi nhuận trước thuế	01	208,919,596,945	141,402,854,013
2. Điều chỉnh cho các khoản		-	-
- Khấu hao TSCĐ và BĐSĐT	02	47,709,569,719	62,271,417,422
- Các khoản dự phòng	03	5,020,252,671	13,420,280,348
- Lãi, lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	04	(8,586,053)	(10,337,502)
- Lãi, lỗ từ hoạt động đầu tư	05	(14,810,240,297)	(54,189,929,976)
- Chi phí lãi vay	06	107,769,515,970	20,207,091,779
- Các khoản điều chỉnh khác	07	-	-
3. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước thay đổi vốn lưu động	08	354,600,108,955	183,101,376,084
- Tăng, giảm các khoản phải thu	09	202,030,429,492	102,979,105,225
- Tăng, giảm hàng tồn kho	10	(2,892,889,071)	2,043,229,861
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn - Tăng, giảm các khoản phải trả (Không kể lãi vay phải trả, thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp)	11	(145,395,230,571)	(130,498,682,692)
- Tăng, giảm chi phí trả trước	12	11,676,379,023	9,284,988,510
- Tăng, giảm chứng khoán kinh doanh	13	-	-
- Tiền lãi vay đã trả	14	(108,743,378,982)	(615,155,552)
- Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15	(46,271,537,511)	(23,440,453,436)
- Tiền thu khác từ hoạt động kinh doanh	16	-	-

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Lũy kế từ đầu năm đến cuối quý này (Năm nay)	Lũy kế từ đầu năm đến cuối quý này (Năm trước)
– Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17	(1,027,988,066)	(1,712,032,566)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20	263,975,893,269	141,142,375,434
II. Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư		–	–
1. Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ và các tài sản dài hạn khác	21	(10,117,789,351)	(18,156,344,747)
2. Tiền thu từ thanh lý, nhượng bán TSCĐ và các tài sản dài hạn khác	22	208,767,675	1,340,965,339
3. Tiền chi cho vay, mua các công cụ nợ của đơn vị khác	23	(21,771,886,841)	(642,301,542,030)
4. Tiền thu hồi cho vay, bán lại các công cụ nợ của đơn vị khác	24	40,170,000,000	197,600,000,000
5. Tiền chi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	25	(200,138,972,800)	(2,085,000,000,000)
6. Tiền thu hồi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	26	905,000,000	1,710,000,000
7. Tiền thu lãi cho vay, cổ tức và lợi nhuận được chia	27	24,107,812,735	25,369,331,765
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30	(166,637,068,582)	(2,519,437,589,673)
III. Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính		–	–
1. Tiền thu từ phát hành cổ phiếu, nhận vốn góp của chủ sở hữu	31	2,007,386	320,000,000,000
2. Tiền trả lại vốn góp cho các chủ sở hữu mua lại cổ phiếu của doanh nghiệp đã phát hành	32	–	–
3. Tiền thu từ đi vay	33	375,730,636,096	1,533,911,411,696
4. Tiền chi trả nợ gốc vay	34	(471,822,000,994)	(12,523,382,917)
5. Tiền trả nợ gốc thuê tài chính	35	–	–
6. Cổ tức, lợi nhuận đã trả cho chủ sở hữu	36	–	(8,918,104)
7. Tiền thu từ vốn góp của cổ đông không kiểm soát	37	–	–
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40	(96,089,357,512)	1,841,379,110,675
Lưu chuyển tiền thuần trong kỳ (50 = 20+30+40)	50	1,249,467,175	(536,916,103,564)
Tiền và tương đương tiền đầu kỳ	60	168,490,954,691	705,396,720,753
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ	61	8,586,053	10,337,502
Tiền và tương đương tiền cuối kỳ (70 = 50+60+61)	70	169,749,007,919	168,490,954,691

Báo cáo doanh thu lợi nhuận hợp nhất

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Năm nay	Năm trước
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	1,018,575,978,807	989,181,985,895
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	02	34,838,638,846	14,490,636,911
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 01 - 02)	10	983,737,339,961	974,691,348,984
4. Giá vốn hàng bán	11	513,925,928,945	521,776,048,319
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	20	469,811,411,016	452,915,300,665
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	24,828,175,340	53,090,457,240
7. Chi phí tài chính	22	117,971,026,571	18,449,877,764
- Trong đó: Chi phí lãi vay	23	107,769,515,970	20,207,091,779
8. Phần Lãi lỗ trong công ty liên doanh, liên kết	24	-	-
9. Chi phí bán hàng	25	180,844,467,757	171,669,932,077
10. Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	130,209,016,383	147,776,652,619
11. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30=20+(21-22) + 24 - (25+26)}	30	65,615,075,645	168,109,295,445
12. Thu nhập khác	31	158,444,867,165	6,640,874,853
13. Chi phí khác	32	15,140,345,865	33,347,316,285
14. Lợi nhuận khác (40=31-32)	40	143,304,521,300	(26,706,441,432)
15. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50=30+40)	50	208,919,596,945	141,402,854,013
16. Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	32,363,265,663	45,354,601,617
17. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	52	(179,258,287)	(23,563,308,460)

Chỉ tiêu	Mã chỉ tiêu	Năm nay	Năm trước
18. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp(60=50-51-52)	60	176,735,589,569	119,611,560,856
19. Lợi nhuận sau thuế của công ty mẹ	61	177,788,446,056	130,104,919,538
20. Lợi nhuận sau thuế công ty mẹ không kiểm soát	62	(1,052,856,487)	(10,493,358,682)
21. Lãi cơ bản trên cổ phiếu(*)	70	889	604
22. Lãi suy giảm trên cổ phiếu (*)	71		

Báo cáo tài chính đã được kiểm toán của Công ty và các giải trình của Công ty đối với các ý kiến của Kiểm toán viên đã được công bố công khai trên website của Công ty: https://och.vn/quan_he_co_dong/och_cbtt_bao-cao-tai-chinh-hop-nhat-kiem-toan-2024/.



CÔNG TY CỔ PHẦN ONE CAPITAL HOSPITALITY
TỔNG GIÁM ĐỐC

NGUYỄN ĐỨC MINH



**CÔNG TY CỔ PHẦN
ONE CAPITAL HOSPITALITY**

A: Tầng 23, tòa nhà Leadvisors Tower,
643 Phạm Văn Đồng, Cổ Nhuế 1,
Bắc Từ Liêm, Hà Nội.

P: +84 24 3783 0101

E: info@och.vn

F: +84 24 3783 0202