CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VIỆT NAM – HÀ NỘI	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập – Tự do – Hạnh phúc
Số: 02/2025/BC-HĐQT V/v: Báo cáo kết quả hoạt động năm 2024 và mục tiêu năm 2025	*Hà Nội, ngày 11 tháng 7 năm 2025*

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG NĂM 2024 VÀ PHƯƠNG HƯỚNG, MỤC TIÊU NĂM 2025

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông.

Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần Du lịch Việt Nam – Hà Nội xin báo cáo kết quả hoạt động năm 2024 và phương hướng mục tiêu năm 2025.

I. Kết quả hoạt động kinh doanh năm 2024:

1. Mục tiêu 2024 và thực hiện:

Đại hội đồng cổ đông năm 2024 đã thông qua kế hoạch hoạt động năm 2024, theo đó kết quả thực hiện như bảng dưới đây:

Stt	Nội dung	Mục tiêu	Thực hiện
I	**Hoạt động kinh doanh**		
1	Doanh thu bán hàng	245,675,000,000	270,703,214,152
2	Giá vốn	223,673,250,000	248,847,747,897
3	Lãi gộp	22,001,750,000	21,855,466,255
4	Doanh thu hoạt động tài chính	120,000,000	599,066,969
5	Chi phí tài chính	826,112,068	682,262,906
6	Chi phí quản lý	20,391,094,060	20,780,344,418
7	Chi phí bán hàng		30,181,391
8	Thu nhập khác		732,244,567
9	Chi phí khác		13,794,001
10	Phần lãi lỗ công ty liên doanh liên kết	- 16,730,652	-19,143,720
II	**Lợi nhuận thuần từ kinh doanh**	**887,813,220**	**1,661,051,355**
III	**Hoạt động cho thuê văn phòng**		-
1	Doanh thu từ cho thuê văn phòng	8,056,897,874	7,784,446,825
2	Chi phí	2,447,711,094	2,461,025,129
IV	**Lợi nhuận từ cho thuê VP**	**5,609,186,780**	**5,323,421,696**
V	**Lợi nhuận trước thuế (III)+(IV)**	**6,497,000,000**	**6,984,473,051**

Chi tiết số liệu kinh doanh của các Chi nhánh và công ty con, liên doanh liên kết năm 2024 theo bảng Phụ lục 1 kèm theo.

2. Đánh giá chung kết quả kinh doanh 2024:

2.1. Thị trường Inbound:

Doanh thu : 106.619.897.477 đ

Lợi nhuận : 10.619.707.086 đ

Khối thị trường Inbound có những khó khăn và thuận lợi sau:

Thuận lợi:

- Nhận được sự hỗ trợ đồng lòng từ Ban điều hành công ty về các kế hoạch và phương hướng kinh doanh do khối Sale đề xuất. Nhân Sự khối Sale Inbound ổn định đồng đều trên các phương diện, có trình độ nghiệp vụ và ý thức trách nhiệm trong công việc.
- Uy tín lâu năm của công ty trên thị trường khách quốc tế. Có chủ động chuẩn bị kỹ về mặt sản phẩm, dịch vụ do vậy nhận được sự tin tưởng của khách hàng và nhận được nguồn khách đều.
- Nền kinh tế các thị trường khách đang khai thác tương đối ổn định (Đức, Pháp, Bỉ, Hà Lan, Tây Ban Nha vv).

Khó khăn:

- Chiến tranh giữa Nga và Ukraine, các nước Trung Đông ảnh hưởng đến nguồn khách đến từ các thị trường mà công ty đang khai thác.

2.2. Thị trường Outbound:

Doanh thu : 94.606.196.412 đ

Lợi nhuận : 6.373.209.513 đ

Thuận lợi:

- Bên cạnh các nhân sự có nhiều kinh nghiệm, năm 2024, VNT đã tiếp tục tuyển mới đội ngũ trẻ, năng động, ham học hỏi, nhiệt tình với công việc.
- Trong năm 2024, Trung Quốc đã trở thành thị trường outbound lớn thứ ba đối với khách du lịch Việt Nam, chỉ sau Nhật Bản và Hàn Quốc. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi việc mở rộng các đường bay trực tiếp và các chương trình khuyến mãi du lịch hấp dẫn.

Khó khăn:

- Năm 2024 đa số khách chỉ lựa chọn đi tour giá rẻ. Các kế hoạch bán tour giá cao như Nhật, Châu Âu để tăng doanh thu là không khả thi.
- Thời điểm đầu khi Trung Quốc mới mở cửa, việc tìm được Tổng Đại lý/Đại lý Trung Quốc đều tìm cách tự làm, cạnh tranh trực tiếp với VNT, đa số làm việc thiếu nguyên tắc, không chặt chẽ, hay thay đổi nên kế hoạch kinh doanh đôi khi bị ảnh hưởng.

2.3. Thị trường nội địa:

Doanh thu : 23.267.876.891 đ

Lợi nhuận : 2.004.501.120 đ

Năm 2024 là một năm khó khăn đối với thị trường nội địa. Xu hướng du lịch của người dân là tự túc và muốn tự trải nghiệm, giá vé máy bay nội địa tăng cao. Khách đoàn nội địa cũng giảm tương đối. Các công ty, tổ chức phải cân nhắc việc cho người lao động đi du lịch, chương trình tour bị cắt giảm nhiều chi phí. Các khách đoàn của các cơ quan đoàn thể chính quyền giảm đáng kể do ảnh hưởng của việc sáp nhập các đơn vị hành chính. Chính vì vậy, thị trường khách lẻ nội địa có phần vắng vẻ.

2.4. Hiện trạng đầu tư góp vốn đến 31/12/2024:

Nội dung	Giá gốc	Lỗ theo tỉ lệ góp vốn	Tỉ lệ góp vốn	Hiện trạng
1, Đầu tư vào Công ty con	**11,099,272,800**	**-3,722,048,002**		
Công ty Cổ phần Charter Du lịch Việt Nam	10,200,000,000	-2,868,407,452	51%	
Công ty TNHH Du lịch Việt Nam Nhật Bản	899,272,800	-853,640,550	51%	
2, Đầu tư vào Công ty liên doanh, liên kết	**1,312,941,477**	**-1,312,941,477**		
Công ty TNHH Du lịch và Dịch vụ Mega Việt Nam		-	50%	Công ty đã làm thủ tục giải thể tháng 11/2024 nhưng chưa xong thủ tục về thuế - đã thu hồi 100% vốn
Công ty TNHH TWX Việt Nam	1,312,941,477	-1,312,941,477	35%	Công ty đã làm thủ tục giải thể tháng 07/2023 nhưng chưa xong thủ tục về thuế
3, Đầu tư vào đơn vị khác	**24,562,187,677**	-		
Công ty Cổ phần Ngắm cảnh Việt Nam	5,100,000,000	-	11.3%	Tỉ lệ nắm giữ thấp
Công ty Cổ phần Khách sạn Vịnh Hạ Long	19,462,187,677	-	16.1%	Tỉ lệ nắm giữ thấp
Tổng cộng	**36,974,401,954**	**-5,034,989,479**		

II. Phương hướng mục tiêu năm 2025:

1. Kế hoạch hoạt động

- Doanh thu hợp nhất: 292.030.000.000 đ

Trong đó doanh thu hội sở: 220.000.000.000 đ

- Lợi nhuận trước thuế hợp nhất: 6.300.000.000 đ

- Phát triển hạng mục mới, giữ nguyên hạng mục cũ. Tập trung chính vào phương thức liên doanh, liên kết; tiết giảm các hoạt động hội chợ tốn kém, không cần thiết. Chú trọng mở rộng các thị trường mới có nhiều tiềm năng như: Hàn Quốc, Trung Đông. Phát triển mạng lưới đại lý cho thị trường Trung Quốc với lượng khách lớn, doanh thu lớn, tỷ suất lợi nhuận thấp nhưng ổn định. Đồng thời công ty hướng đến phát triển các loại hình MICE.
- Mục tiêu của giai đoạn 2025 là đưa công ty lên mức hoạt động tăng trưởng bền vững, có lợi nhuận để giữ vững kinh doanh lâu dài, tăng thu nhập cho người lao động lên mức trên 15 triệu đồng/tháng; duy trì hợp tác và phát triển thị trường truyền thống kết hợp tìm kiếm đối tác ở các thị trường mới như Nam Phi, Đông Nam Á. Trong đó, thị trường Nam Phi đã có khách đặt tour đến tháng 04/2026. Công ty đang xúc tiến mở rộng thị trường Indonesia.
- Đối với thị trường nội địa và Outbound: các bộ phận tiến hành tìm ra phương thức phát triển kinh doanh mới song song với duy trì lượng khách truyền thống. Các biện pháp mới có thể là bán online, cung cấp sản phẩm cho các nhà mạng, mở đường bay charter riêng, thuê bao những điểm đến để tập trung phát triển những đường tour độc quyền hoặc được ưu tiên, tránh rơi vào tình trạng cạnh tranh về giá như hiện nay. Hội đồng quản trị đã có chỉ đạo Ban điều hành tiến hành xây dựng lại Chi Nhánh Hồ Chí Minh trở lại vững mạnh trong thời gian tới.
- Vẫn ưu tiên các hoạt động nhằm phát triển thương hiệu, hình ảnh công ty, là yếu tố vô cùng quan trọng làm tiền đề cho việc phát triển, liên doanh, liên kết, ký kết hợp tác trong những năm tiếp theo; chú trọng tới công tác khảo sát, đào tạo, lựa chọn hướng dẫn viên; đàm phán giá, kiểm soát dịch vụ để luôn ổn định chất lượng, chi phí hợp lý.

2. Đối với thị trường inbound tại Hội sở:

Năm 2025, Công ty vẫn duy trì đại diện và lãnh đạo quản lý trực tiếp sống và làm việc tại Châu Âu, tiếp tục bám sát khách hàng cũ, xây dựng sản phẩm phù hợp, tìm kiếm khách hàng mới.

Chiến sự Israel và Iran làm giảm lượng khách tương đối lớn. Bên cạnh đó thị trường inbound gặp thách thức không nhỏ khi chiến tranh Nga – Ukraina không chấm dứt mà còn tiếp diễn làm chi phí đầu vào tăng, lạm phát và suy thoái ở châu Âu dẫn tới thị trường Inbound – khách Âu (vốn là thế mạnh của VNT) không tăng trưởng được nhiều. Với các nguyên nhân khách quan trên, khối thị trường Inbound có kế hoạch như sau:

- Doanh thu: 90.000.000.000 đ
- Lợi nhuận: 10.350.000.000 đ

3. Đối với thị trường Khách Việt Nam tại Hội sở:

- Tiếp tục xây dựng vững mạnh bộ máy để tạo ra các sản phẩm mới và là sản phẩm cố định của Công ty.
- Tiếp tục là nhà bán buôn chuyên nghiệp các sản phẩm Outbound.
- Hợp tác các hãng vận chuyển lớn để có được chỗ và giá tốt.
- Xây dựng thêm các sản phẩm độc quyền. Ngoài các sản phẩm Vietnamtourism đang có thế mạnh từ các năm trước như: Cửu Trại Câu, Trương Gia Giới, Châu Hồng Hà, năm 2025 là Lệ Giang; mục tiêu là tìm thêm các sản phẩm mới của Trung Quốc như Nam Kinh, Thượng Hải và ngoài Trung Quốc để bán buôn.

- Ngoài các sản phẩm bán buôn tính theo số lượng lớn nhưng lợi nhuận thấp vì phải trích hoa hồng cao cho Đại lý, sẽ bổ sung các sản phẩm mới lạ, giá tour cao lợi nhuận tốt, như: Tân Cương, Tây Tạng, Cáp Nhĩ Tân,…
- Mục tiêu năm 2025 của Phòng thị trường khách Việt Nam:
  - Doanh thu: 130.000.000.000 đ
  - Lợi nhuận: 7.250.000.000 đ

III. Kiến nghị, đề xuất:

Hội đồng quản trị xin có những đề xuất sau:

- Công ty có nhận được Thông báo về việc chào bán cổ phần để tăng vốn của Công ty CP Khách sạn Vịnh Hạ Long (Công ty đang sở hữu 16,12% vốn điều lệ). Sau khi cân nhắc, HĐQT đề xuất không mua thêm cổ phần tại Công ty CP Khách sạn Vịnh Hạ Long.

- Đại hội đồng cổ đông thông qua báo cáo kết quả kinh doanh 2024 và kế hoạch hoạt động 2025.

HĐQT kính trình ĐHĐCĐ xem xét và thông qua.

Trân trọng cảm ơn!

Nơi nhận:
-Nt;
-Lưu VP.
Tài liệu kèm theo:
-Phụ lục 1: Chi tiết số liệu kinh doanh của các Chi nhánh và công ty con, liên doanh liên kết năm 2024.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

S.Đ.K.K.D:0100107187-C.T.C.P
CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VIỆT NAM HÀ NỘI
Q.HOÀN KIẾM - TP.HÀ NỘI

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Nguyễn Bá Tiến