

CÔNG TY CỔ PHẦN DỊCH VỤ DU LỊCH PHÚ THỌ

BÁO CÁO
HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2024
VÀ
KẾ HOẠCH KINH DOANH
NĂM 2025

MỤC LỤC

A. BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2024

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

II. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1. Chi tiết kết quả kinh doanh
2. Phân tích các yếu tố làm công ty không đạt kế hoạch

III. HOẠT ĐỘNG SỰ KIỆN- QUẢNG BÁ TRUYỀN THÔNG

1. Các hoạt động trực tuyến quảng bá
2. Các hoạt động sự kiện tại công viên
3. Các chương trình khuyến mãi
4. Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ
5. Chăm sóc khách hàng
6. Kiểm soát chi phí
7. Chương trình liên kết, hợp tác, phát triển hệ thống Saigontourist

IV. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG, MUA SẮM TRANG THIẾT BỊ

V. LAO ĐỘNG - TIỀN LƯƠNG - ĐÀO TẠO

VI. HOẠT ĐỘNG KHÁC – VĂN PHÒNG

B. PHƯƠNG HƯỚNG – NHIỆM VỤ – GIẢI PHÁP NĂM 2025

I. PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH

1. Tình hình chung:
2. Tình hình du lịch
3. Yếu tố khác

II. CÁC CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2025

III. KẾ HOẠCH DOANH THU

1. CVVH Đầm Sen
2. Khách sạn Phú Thọ
3. KDL Vàm Sát
4. TTDL Đầm Sen

IV. HOẠT ĐỘNG QUẢNG BÁ TIẾP THỊ TRUYỀN THÔNG

1. Mục tiêu
2. Giải pháp
3. Kế hoạch thực hiện

V. GIẢI PHÁP QUẢN LÝ TÀI CHÍNH- KẾ TOÁN

VI. ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CƠ BẢN VÀ MUA SẮM TRANG THIẾT BỊ

VII. LAO ĐỘNG – TIỀN LƯƠNG – ĐÀO TẠO

1. Tiền lương
2. Lao động
3. Đào tạo – tuyển dụng

VIII. HOẠT ĐỘNG KHÁC

1. Công tác môi trường và VSATTP
2. Công tác PCCC
3. Công tác khác

IX KẾT LUẬN – KIẾN NGHỊ

1. Kết luận
2. Kiến nghị

A. BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2024

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

Nền kinh tế năm 2024 có nhiều biến động trong và ngoài nước, thời cơ và thách thức đan xen nhau, tuy nhiên thách thức sẽ nhiều hơn, nền kinh tế thế giới phục hồi chậm, chiến tranh vẫn còn diễn ra ở một số nước,... tiếp tục ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam.

Vì vậy, trong năm 2024 hoạt động kinh doanh của công ty gặp nhiều khó khăn. chúng ta phải luôn luôn đổi mới, nắm bắt xu hướng hiện đại để đem lại sự hài lòng tốt nhất cho du khách khi đến tham quan cũng như trải nghiệm những sản phẩm dịch vụ của công ty.

Năm 2024 là năm có nhiều biến động về kinh tế, khó khăn ảnh hưởng đến cuộc sống và thay đổi thói quen chi tiêu, người dân giảm sức chi tiêu cho các hoạt động giải trí, vui chơi để tập trung cho nhu cầu thiết yếu, điều này đã ảnh hưởng đến việc kinh doanh của ngành dịch vụ, vui chơi giải trí cả nước. Tình hình thời tiết bất thường nắng nóng bão lũ, hay chủ trương hạn chế các hoạt động vui chơi giải trí của thành phố tại vài thời điểm đã ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của công ty. Không chỉ riêng Cty Phú Thọ, mà các đơn vị cùng ngành, đối thủ cạnh tranh trực tiếp cũng có mức sụt giảm về doanh thu khá mạnh.

Việc chưa hoàn công tác quyết toán vốn nhà nước tại thời điểm cổ phần hoá công ty vẫn chưa xong, hay công tác quy hoạch thu hồi đất của địa phương cũng góp phần tạo nên khó khăn cho công ty trong năm qua

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1. Chi tiết kết quả kinh doanh:

CHỈ TIÊU	TH 2023	KH 2024	TH 2024	SS TH 24/ TH 23	SS TH 24/ KH 24
DOANH THU THUẦN (bao gồm doanh thu nội bộ)	223,065,585,282	274,578,481,104	205,422,756,201	92.09%	74.81%
DOANH THU THUẦN (loại trừ doanh thu nội bộ)	212,215,149,864	259,278,481,104	194,075,452,331	91.45%	74.85%
GIÁ VỐN HÀNG BÁN	245,241,455,185	291,710,825,978	243,980,591,387	99.49%	83.64%
LỢI NHUẬN GỘP VỀ BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ	-22,175,869,903	-17,132,344,874	-38,557,835,186	57.51%	44.43%
CHI PHÍ BÁN HÀNG	7,139,776,298	7,328,932,281	5,310,979,013	74.39%	72.47%
CHÍ PHÍ QUẢN LÝ	31,955,834,928	20,443,429,227	23,697,161,749	74.16%	115.92%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	-61,271,481,129	-44,904,706,382	-67,565,975,948	90.68%	66.46%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH	62,855,272,789	47,946,619,873	46,310,902,521	73.68%	96.59%
DOANH THU HĐTC	64,108,564,599	48,146,619,873	47,196,827,704	73.62%	98.03%
CHI PHÍ HĐTC	1,253,291,810	200,000,000	885,925,183	70.69%	442.96%
LỢI NHUẬN KHÁC	748,569,189	45,490,608	502,180,742	67.09%	1103.92%
TỔNG LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	2,332,360,849	3,087,404,099	-20,752,892,685		

1.1. Về doanh thu toàn công ty:

	ĐƠN VỊ	CHỈ TIÊU	THỰC HIỆN NĂM 2023	KẾ HOẠCH NĂM 2024	THỰC HIỆN NĂM 2024	SỐ SÁNH % TH/KH	SỐ SÁNH % TH/CK
			T.TIỀN	T.TIỀN	T.TIỀN		
I		CÔNG VIÊN VĂN HÓA ĐÀM SEN	172,814,571,045	219,778,481,104	161,115,183,945	73.31%	93.23%
	1	DOANH THU VÉ	103,567,827,962	126,800,000,000	85,986,820,814	67.81%	83.02%
	2	DOANH THU LƯU NIỆM	464,243,018				
	3	DOANH THU AT CAFE VƯỜN ĐÁ	13,933,195,637	14,112,000,000	13,164,497,020	93.29%	94.48%
	4	DOANH THU AT CÔNG VIÊN	21,760,106,211	30,988,000,000	23,121,660,775	74.61%	106.26%
	5	DOANH THU AT NH THỦY TẠ	23,292,627,418	35,000,000,000	22,024,265,005	62.93%	94.55%
	6	DOANH THU MẶT BẰNG, HIKD	9,796,570,799	12,878,481,104	16,817,940,331	130.59%	171.67%
II		KHÁCH SẠN PHÚ THO	7,585,443,962	9,600,000,000	5,951,980,315	62.00%	78.47%
	1	ĂN LŨNG	1,025,885,009	1,376,000,000	879,812,583	63.94%	85.76%
	2	KHÁCH SẠN	3,451,794,709	3,650,000,000	2,751,039,338	75.37%	79.70%
	3	MASSAGE	3,107,764,244	4,574,000,000	2,321,128,394	50.75%	74.69%
III		KHU DU LỊCH VÀM SÁT	8,343,653,623	9,200,000,000	8,132,519,682	88.40%	97.47%
	1	BẢO VỆ RỪNG	1,490,893,540	1,490,893,540	1,490,893,542	100.00%	100.00%
	2	THAM QUAN - GIẢI TRÍ	4,404,829,882	4,849,106,460	4,241,049,525	87.46%	96.28%
	3	LƯU TRÚ - CẨM TRẠI	1,558,440	100,000,000	3,835,979	3.84%	246.14%
	4	ĂN LŨNG	2,446,371,761	2,700,000,000	2,396,740,636	86.84%	97.97%
IV		TRUNG TÂM DU LỊCH ĐÀM SEN	34,321,916,652	36,000,000,000	30,223,072,259	83.95%	88.06%
	1	TOUR NỘI ĐỊA	8,740,556,709	7,310,000,000	5,858,600,830	80.15%	67.03%
	2	TOUR NƯỚC NGOÀI	1,527,034,318	1,830,000,000	2,120,292,705	115.86%	138.85%
	3	TOUR ĐÀM SEN	12,435,263,745	17,000,000,000	12,651,038,309	74.42%	101.74%
	4	TOUR VÀM SÁT	459,271,807	1,000,000,000	517,454,075	51.75%	112.67%
	5	VÉ MÁY BAY	11,145,447,274	8,842,000,000	9,075,686,340	102.64%	81.43%
	6	VÉ TÀU, XE	14,342,799	18,000,000	0	0.00%	0.00%
		TỔNG DOANH THU 2024 (I+II+III+IV)	223,065,585,282	274,578,481,104	205,422,756,201	74.81%	92.09%

1.2. Kết quả hoạt động kinh doanh các đơn vị

Năm 2024, toàn công ty đã thực hiện được 205,422,756,201 đồng, trong đó:

- ❖ CVVH Đầm Sen: 161,115 tỷ đạt 73.31% so với kế hoạch năm 2024 là 219,778 tỷ đồng. Tổng lượng khách: 531.130;
- Nhà hàng thủy Tạ: doanh thu 22,024 tỷ đạt 62.93% so với kế hoạch năm 2024.
 - + Lượng bàn tiệc: 3.566 bàn,
 - + Lượng bàn tiệc sân vườn: 150 bàn
- Café Vườn Đá: 13,164 tỷ, phục vụ gần 150.000 lượt khách.
- ❖ Khách sạn Phú Thọ: 5,952 tỷ đạt 62% so với kế hoạch năm 2024 là 9,6 tỷ.
 - + Số phòng bán ra: 3,851 phòng, tỷ suất 30.14%, đơn giá BQ 714.370 đồng/ phòng.
 - + Số suất massage: 9,656 suất, trong đó có 9.052 suất thường và 604 suất VIP.
- ❖ KDL Vàm Sát: 8,133 tỷ đạt 88.4% so với kế hoạch năm 2024 là 9,2 tỷ.
 - + Lượt vé cổng bán ra: 15,350 vé; trong đó 4.507 khách quốc tế và 10.843 khách Việt Nam.
 - + Lượt khách sử dụng dịch vụ ăn uống: 11.159 khách mang về doanh thu 2,396 tỷ.
- ❖ TTDL Đầm Sen: 30,233 tỷ đạt 83.95% so với kế hoạch năm 2024 là 36 tỷ.
 - + Lượng khách từ tour Đầm Sen: 141.215 khách
 - + Lượng khách từ tour nội địa: 1.823 khách; Tour nước ngoài: 129 khách
 - + Lượng vé máy bay, tàu xe: 2.622 vé.

Công ty đã rất nỗ lực trong hoạt động kinh doanh tuy nhiên lượng khách hàng của công ty vẫn giảm dẫn đến không đạt được chỉ tiêu được giao. Năm 2024, công ty gặp khó khăn về việc Cưỡng chế thuế, tỷ lệ lãi suất ngân hàng giảm dẫn đến doanh thu tài chính sụt giảm.

➤ Về Công viên Đầm Sen:

Do ảnh hưởng tình hình kinh tế chung, nhu cầu chi tiêu, mua sắm và giải trí của người dân sụt giảm. Xu hướng giải trí của người dân thay đổi, chuyển sang các trung tâm mua sắm, thương mại có yếu tố miễn phí nhiều hơn, không gian máy lạnh, do thời tiết Sài Gòn ngày càng nóng.

Năm 2024, đánh dấu sự thay đổi các xu hướng của giới trẻ, chú trọng nhiều đến các không gian đẹp, mới lạ để check-in, quay Tiktok hơn là hội nhóm tham quan giải trí tại công viên dẫn đến lượng khách thường nhật của Đầm Sen sụt giảm.

Trong năm 2024, mặc dù công viên đã đầu tư làm mới 1 số trò chơi, tuy nhiên quy mô nhỏ chưa mang lại hiệu quả như mong muốn.

Các hoạt động VHNT công cộng của TPHCM tại phố đi bộ, công viên bờ sông, quảng trường chợ Bến Thành..... trong năm 2024 diễn ra khá nhiều, thu hút lượng khách đông do yếu tố miễn phí.

• Các đối thủ cạnh tranh cùng ngành:

- **VinWonders Grand Park:** VinWonders Grand Park nổi bật với hệ thống trò chơi công nghệ cao và quy mô hoành tráng. Được hỗ trợ bởi hệ sinh thái VinGroup, công viên này có chiến lược định vị thương hiệu mạnh mẽ và ngân sách marketing lớn, thu hút khách du lịch cả trong và ngoài nước.
- **Suối Tiên:** Với diện tích 105ha, Suối Tiên là khu du lịch văn hóa kết hợp giải trí và tâm linh, thu hút đông đảo khách du lịch nội địa. Lợi thế cạnh tranh đến từ việc định vị thương hiệu rõ ràng và sự hoàn thành của tuyến Metro Bến Thành – Suối Tiên, tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển và tăng trưởng khách hàng.

- **Sơn Tiên Amazing Bay:** Sơn Tiên, công viên giải trí tại Đồng Nai với diện tích 380ha, sở hữu công viên nước lớn nhất Đông Nam Á. Đặc biệt, với cơ sở vật chất hiện đại và định hướng phục vụ khách hàng cao cấp, Sơn Tiên nổi bật với chính sách giá vé linh hoạt và nhiều ưu đãi cho đoàn, thu hút khách du lịch từ TP.HCM.
- **Các sự kiện ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong năm 2024:**
 - **Các sự kiện văn hóa, lễ hội:**
 - Lễ hội Đường Hoa Nguyễn Huệ (diễn ra trong dịp Tết Nguyên đán 2024)
 - Hội chợ Du lịch Quốc tế TP.HCM (ITE HCMC) tổ chức từ ngày 5-7/9/2024 tại SECC
 - Tuần lễ Du lịch TP.HCM (diễn ra từ 1-8/12/2024)

➤ **Về Khách sạn Phú Thọ:**

Trong năm 2024, khách sạn sửa chữa gần 6 tháng nên việc kinh doanh lưu trú bị ảnh hưởng.

Dịch vụ massage giảm do nhiều yếu tố khách quan: không chỗ để xe, CSGT lập chốt thời nông độ còn ngay gần khách sạn dẫn đến lượng khách giảm.

➤ **Về KDL Vàm Sát:**

Do thời tiết và khí hậu thay đổi dẫn đến các sản phẩm du lịch thiên nhiên của Vàm sát bị ảnh hưởng: mùa chim làm tổ và dơi bị ảnh hưởng thời tiết nên lượng chim và dơi về rất ít dẫn đến không thu hút khách tham quan. Do đó doanh thu về ẩm thực cũng sụt giảm theo.

Tuyến phà Cần Giờ - Vũng Tàu hoạt động liên tục, cũng khiến du khách lựa chọn phương án du ngoạn Vũng Tàu hơn là dừng chân tại Cần Giờ.

➤ **Về TTDL Đầm Sen:**

Năm 2024, xu hướng du lịch tự túc nên lượng khách đi theo tour, theo đoàn giảm.

Doanh thu tour tham quan, GDTN Đầm Sen từ các công ty du lịch, trường học bằng cùng kì nhưng không đạt kế hoạch đề ra do có nhiều khu vui chơi mới mở tại các tỉnh và địa phương lân cận TP Hồ Chí Minh nên các trường và các công ty du lịch có nhiều sự lựa chọn.

Giá vé máy bay trong năm 2024 khá cao dẫn đến sự cạnh tranh về giá giữa các đại lý vé diễn ra rất gay gắt.

III. HOẠT ĐỘNG SỰ KIỆN – QUẢNG BÁ TRUYỀN THÔNG

1. Các hoạt động trực tuyến - Quảng bá:

Năm 2024, Công ty đã triển khai một loạt các hoạt động truyền thông trực tuyến đa dạng và hiệu quả, bao gồm:

- **Quảng bá trên các kênh truyền thông số:**
 - **Mạng xã hội:**
 - Xây dựng và quản lý nội dung trên các trang mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram, TikTok, Zalo... với nội dung đa dạng, hấp dẫn, phù hợp với từng nền tảng và đối tượng mục tiêu.
 - Tăng cường tương tác với khách hàng thông qua việc tổ chức minigame, cuộc thi, livestream...
 - Sử dụng quảng cáo trả phí trên mạng xã hội để tiếp cận đúng đối tượng khách hàng tiềm năng.
- **Website và SEO:**

- Tối ưu hóa website của các thương hiệu về mặt giao diện, tốc độ tải trang, nội dung... để nâng cao trải nghiệm người dùng và thứ hạng trên các công cụ tìm kiếm.
- Xây dựng nội dung chất lượng, đa dạng (bài viết, hình ảnh, video...) trên website của công viên để thu hút khách hàng và tăng lượng truy cập.
- Thực hiện các chiến dịch SEO (Search Engine Optimization) để website của công viên xuất hiện ở những vị trí cao trên kết quả tìm kiếm của Google và các công cụ tìm kiếm khác.
- **Influencer marketing:**
 - Hợp tác với các influencer (người có ảnh hưởng) trên mạng xã hội để quảng bá về công viên và các dịch vụ, sản phẩm của công viên.
 - Lựa chọn các influencer phù hợp với hình ảnh và đối tượng mục tiêu của công viên để đạt hiệu quả cao nhất.
- **Quảng cáo trực tuyến:**
 - Sử dụng các hình thức quảng cáo hiển thị, quảng cáo tìm kiếm, quảng cáo video trên các nền tảng trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads, Zalo ads... để tiếp cận khách hàng tiềm năng.
 - Đo lường và đánh giá hiệu quả của các chiến dịch quảng cáo để tối ưu hóa ngân sách và đạt được kết quả tốt nhất.
- **Hợp tác với các đối tác trực tuyến:**
- **Các trang web du lịch, OTA (Online Travel Agency):**
 - Hợp tác với các trang website du lịch, OTA nổi tiếng như Booking.com, Agoda, Traveloka, Hotdeal, Funny Life... để quảng bá và bán vé trực tuyến.
 - Cập nhật thông tin về công viên, các chương trình khuyến mãi, sự kiện... trên các trang website của đối tác để thu hút khách hàng.

2. Các hoạt động sự kiện tại công viên:

Các hoạt động đã được tổ chức tại CVVH Đầm Sen trong năm vừa qua như : Tết Nguyên Đán 2024, Giỗ Tổ Hùng Vương, chương trình bắn pháo hoa chào mừng Lễ 30/4 & 1/5, chương trình Khai Mạc Hè 1/6, ra mắt Khu vui chơi nước mới, sự kiện Lễ hội ẩm thực Hương Sắc Phương Nam. Chương trình bắn pháo hoa chào mừng Lễ Quốc Khánh 2/9. Bên cạnh đó, hoạt động truyền thông ra mắt hai show diễn mới trong dịp 30/4 : Diễu hành Sắc Màu Năm Châu & show xiếc nghệ thuật Huyền Sử Rồng Tiên đã thu hút được sự quan tâm của khách hàng và lan toả được sự thích thú khi thưởng thức hai vở diễn tại CVVH Đầm Sen.

Các chương trình khác phối hợp với ban ngành địa phương khác: Liên đoàn lao động thành phố, Sở Y tế, công đoàn Sở giáo dục, Sở Nông nghiệp, Hội nông dân....

3. Các chương trình khuyến mãi:

Các chương trình khuyến mãi được thực hiện suốt các tháng, thay đổi linh động để phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng cũng như thu hút được nhiều sự chú ý của du khách. Các chương trình nổi bật như: hoạt động “Giấy khen trao tay - nhận ngay ưu đãi” & “Tập trắng trao tay” - nhận ưu đãi giảm 50% vé cổng hoặc vé trọn gói đã được thực hiện xuyên suốt từ tháng 6 đến cuối tháng 8/2024, chương trình đã thật

sự thu hút được các đối tượng học sinh, kết quả đạt được với hơn 7000 quyển tập trắng đã được mang đến CVVH Đầm Sen, hơn 10.000 em học sinh tham gia chương trình trong thời gian hoạt động diễn ra.

Các chương trình khuyến mãi khác được tổ chức : giảm 50% vé cổng hoặc vé trọn gói thường xuyên và cập nhật vào mỗi đầu tháng.

Các chương trình kích cầu tiệc tại Nhà hàng Thủy tạ Đầm Sen, bán voucher dịch vụ massage tại khách sạn Phú Thọ.

Các chương trình kích cầu tour du lịch và dịch vụ của khu du lịch vàm sát theo các chương trình của Sở du lịch thành phố.

Chương trình bốc thăm trúng thưởng các tour du lịch nước ngoài, trong nước và các sản phẩm du lịch của công ty dành cho khách tham quan công viên Đầm sen vào dịp tết nguyên đán.

4. Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ:

4.1. Công viên Văn hoá Đầm Sen

Trong năm 2024, mặc dù gặp rất nhiều khó khăn, không thuận lợi, tuy nhiên công ty nỗ lực để đa dạng, bổ sung thêm sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Làm mới lại các điểm bán kinh doanh ẩm thực của Công viên văn hoá Đầm Sen, mở thêm các điểm quán cà phê với phong cách mới, đáp ứng thị hiếu của đối tượng khách trẻ. Các điểm cà phê như Windy tại ven hồ và cà phê Pink đã tạo sự thích thú trong trải nghiệm cho khách hàng khi đến tham quan công viên.
- Sân vườn Thủy Tạ được quy hoạch khu nhà gỗ tạo sự ấm cúng và trang trọng cho khách khi đến dùng ẩm thực tại đây. Sảnh Thanh Sen được làm mới đáp ứng như cầu tiệc cưới và tổ chức các sự kiện.
- Làm mới các trò chơi của công viên và lập trình tự động các trò chơi vượt thác, cá chép, thả bóng bay
- Đầu tư cụm trò chơi trải nghiệm và mạo hiểm Zipline, Highrope, xe đạp trên không và xích đu khổng lồ tại hồ khu B là một định hướng mới của Cty nhằm khai thác tối đa khu B của Công viên Đầm Sen và hướng đến nhóm khách tuổi teen có các hoạt động mạo hiểm , team building.
- Đầu tư khu vui chơi nước, vườn rau để phục vụ chương trình tour học sinh và giáo dục trải nghiệm
- Ra mắt hai show diễn mới trong dịp 30/4 : Diễu hành Sắc Màu Năm Châu & show xiếc nghệ thuật Huyền Sử Rồng Tiên. Đầm sen Âu ơ Show, Bát giới ghẹo hăng... đã thu hút được sự quan tâm của khách hàng và lan toả được sự thích thú khi thưởng thức các chương trình biểu diễn tại CVVH Đầm Sen.
- Nhà xiếc Công viên có thêm nhiều tiết mục để phục vụ khách nhất là các em thiếu nhi: show mascot, show chim...
- Chính trang hạ tầng mặt bằng công viên làm mới các vườn hoa

4.2. Khách sạn Phú Thọ

- Cải tạo toàn bộ hệ thống cấp thoát nước của khách sạn khắc phục tình trạng thấm rò rỉ
- Sửa chữa khối phòng khách sạn, massage, trang bị máy tập gym ...
- Đưa các sản phẩm massage, điểm tâm sáng vào phục vụ khách hàng

4.3. Khu du lịch Vàm sát

- Cải tạo nhà hàng, khu tiếp tân, tháp tang bồng
- Đầu tư cano 24 chỗ để thay thế tàu gỗ hết niên hạn sử dụng
- Thay đổi bàn ghế gỗ cho nhà hàng để phù hợp du lịch sinh thái tạo diện mạo mới cho nhà hàng
- Phát triển sản phẩm ẩm thực catering cho các công ty và ban ngành địa phương

4.4. Trung tâm du lịch Đầm sen

- Đẩy mạnh tour nước ngoài, liên kết tour với các công ty du lịch và đại lý
- Phát triển khai thác tổ chức các sự kiện và hội nghị
- Tăng cường liên kết với các trường đại học tổ chức các tour di sản cho sinh viên ngành du lịch.
- Phối hợp với phòng giáo dục trải nghiệm công viên xây dựng các chương trình tour học tập trải nghiệm và teambuilding cho học sinh.

5. Chăm sóc khách hàng:

Trong năm 2024, Cty cũng đã tổ chức các khoá học “ Giao tiếp và chăm sóc khách hàng “ cho toàn thể cán bộ nhân viên, nhằm nâng cao ý thức trong công tác phục vụ. Các điểm kinh doanh triển khai đường dây nóng phản ánh về thái độ phục vụ cũng như ban điều hành luôn quán triệt cụ thể đến từng cán bộ nhân viên phải niềm nở và phục vụ khách hàng chu đáo.

6. Kiểm soát chi phí:

Trong tình hình khó khăn, việc kinh doanh có nhiều yếu tố bất lợi, Ban điều hành Cty Phú Thọ triển khai các biện pháp kiểm soát và tiết giảm chi phí:

Nhìn chung, hoạt động kinh doanh năm 2024 không đạt về doanh thu và lợi nhuận :

- o Doanh thu thực hiện 2024 là 205,4 tỷ, giảm so với kế hoạch 69,1 tỷ, bằng 74,8%; so với cùng kỳ giảm 17,6 tỷ, bằng 92,1 % cùng kỳ.
- o Lợi nhuận trước thuế thực hiện -20,75 tỷ, giảm 23.8% tỷ so kế hoạch, kế hoạch 2024 là 3,087 tỷ và giảm 23 tỷ so với cùng kỳ. Lợi nhuận giảm do doanh thu trong năm 2024 giảm nhiều so kế hoạch.
- ❖ Nguyên nhân Lợi nhuận trước thuế giảm do doanh thu hoạt động kinh doanh chính và doanh thu hoạt động tài chính giảm so với kế hoạch và cùng kỳ :
 - So cùng kỳ doanh thu hoạt động kinh doanh chính giảm so với kế hoạch 69,1 tỷ, so với cùng kỳ giảm 17,6 tỷ nên ảnh hưởng đến thực hiện lợi nhuận.
 - Doanh thu hoạt động tài chính giảm 16,7 tỷ, do : Lãi suất bình quân tiền gửi Ngân hàng giảm từ 9,2% năm 2023 xuống 6,2% trong năm 2024; bên cạnh đó Công ty tắt toán Tài khoản tiền gửi để nộp tiền truy thu tiền thuê đất 55,5 tỷ trước giai đoạn Cổ phần hoá để gỡ bỏ Quyết định 1320/QĐ-CT-CC của Cục Thuế TPHCM về việc cưỡng chế thi hành quyết định hành chính về quản lý thuế bằng biện pháp ngừng sử dụng hoá đơn.
 - Chi phí sửa chữa lớn, sửa chữa nhỏ tăng so kế hoạch và cùng kỳ. Trong năm 2024 cả 2 khoản chi phí trên tăng do Công ty sửa chữa cải tạo nâng cấp một số hạng mục công trình & trò chơi đưa vào hoạt động kinh doanh cao điểm kinh doanh (cải tạo nâng cấp các điểm bán trong Công viên, di dời nhà gỗ Cà phê Vườn đá, các điểm bán trong Công viên; Sửa chữa nâng cấp các cổng chào cổng Hoà Bình, Nhà hàng Thủy tạ, trò chơi Thảm bay, Du quay

đứng, Vượt thác vv...) tạo diện mạo mới cho Công viên Đầm Sen kinh doanh trong dịp cao điểm Tết.

❖ Bên cạnh chi phí tăng Công ty có giải pháp để tiết giảm một số chi phí, như :

- Chi phí Lễ hội giảm, thực hiện năm 2024 bằng 78% so kế hoạch và tương đương so cùng kỳ. Công ty tự xây dựng và thực hiện, điều chỉnh một số hoạt động sự kiện hợp lý và tăng cường các Show diễn do đội xiếc Công viên Đầm Sen thực hiện, bên cạnh đó cũng chủ động về thời gian, lượng khách vv...
- Chi phí âm thanh Ánh sáng giảm so kế hoạch, và so với cùng kỳ. Hiện nay Công ty đầu tư Âm thanh các điểm hoạt động sự kiện để chủ động trong kinh doanh, cắt giảm thuê ngoài như trước đây.
- Chi phí thuê mặt bằng, tài sản giảm nhiều so kế hoạch và so cùng kỳ; Công ty cắt giảm thuê hệ thống Wifi đã thuê trước đây, chỉ thuê đường truyền Internet, Công ty đầu tư Hạ tầng Wifi mới đã thực hiện và đưa vào hoạt động trong Tết Nguyên đán.
- Chi phí Bảo vệ cơ sở kinh doanh & môi trường giảm so kế hoạch, bằng 86%, so cùng kỳ giảm, bằng 86,4%. Công ty cắt giảm thuê dịch vụ bảo vệ bên ngoài, Nhân viên bảo vệ cơ hữu công ty thực hiện choàng gánh trong các dịp cao điểm Lễ.

7. Chương trình Liên kết, hợp tác phát triển hệ thống SGTG:

a) Các đơn vị khác trong hệ thống:

Liên kết tổ chức và phối hợp triển khai tham gia các chương trình:

- Liên hoan ẩm thực “ Món ngon Saigontourist Group 2024”
- Liên hoan ẩm thực “ Hương Sắc Phương Nam 2024”
- Ngày hội du lịch năm 2024
- Liên hoan ẩm thực Đường phố Sài Gòn 2024

b) Các đơn vị khác ngoài hệ thống:

- Kí kết hợp tác chiến lược với Cty Kỹ nghệ Súc sản Vissan qua đó nâng cao chất lượng sản phẩm ẩm thực phục vụ du khách và hiệu quả truyền thông.

IV. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG, MUA SẮM TRANG THIẾT BỊ:

Năm 2024 công tác đầu tư và mua sắm toàn công ty thực hiện là: 44.636.269.953 đồng. Cụ thể:

A- Công tác đầu tư mua sắm: 5.076.727.122 đồng

B- Công tác Đầu tư xây dựng, duy tu bảo dưỡng: 39.559.542.831 đồng

Công tác đầu tư xây dựng, duy tu bảo dưỡng năm 2024 tập trung chủ yếu duy tu sửa chữa, nâng cấp cơ sở vật chất phục vụ kinh doanh. Cụ thể:

1- Công viên Đầm Sen: 29.599.140.880 đồng

2- Khu Du lịch Vàm Sát: 836.432.019 đồng

3- Văn phòng Công ty: 8.865.167.932 đồng. Đây là chi phí chủ yếu cho công tác xây dựng mới Văn phòng Công ty.

C- **Bảng tổng hợp đầu tư mua sắm năm 2024:**

Tổng các hạng mục đầu tư - mua sắm triển khai trong năm 2024 và thực hiện đến hết năm 2024 như

sau:

Đơn vị tính: đồng

STT	TÊN ĐƠN VỊ	KẾ HOẠCH NĂM 2024	THỰC HIỆN NĂM 2024
A	MUA SẴM CC DC	8,264,810,000	3,430,558,822
01	VĂN PHÒNG CÔNG TY	320,000,000	150,473,001
02	CÔNG VIÊN VĂN HÓA ĐÀM SEN	6,917,900,000	2,994,816,420
03	KHÁCH SẠN NGỌC LAN – PHÚ THỌ	599910000	197,823,400
04	KHU DU LỊCH VẦM SẮT	227,000,000	87,446,001
05	TRUNG TÂM DU LỊCH ĐÀM SEN	200,000,000	
B	MUA SẴM TSCĐ	13,615,900,000	1,646,168,300
01	VĂN PHÒNG CÔNG TY	30,900,000	39,500,000
02	CÔNG VIÊN VĂN HÓA ĐÀM SEN	11,225,000,000	587,668,300
03	KHÁCH SẠN NGỌC LAN – PHÚ THỌ		
04	KHU DU LỊCH VẦM SẮT	2,360,000,000	1,019,000,000
05	TRUNG TÂM DU LỊCH ĐÀM SEN		
C	TSCĐ HÌNH THÀNH TỪ ĐẦU TƯ XDCB	21,777,963,116	16,806,677,208
01	VĂN PHÒNG CÔNG TY	9471407330	8,531,429,467
02	CÔNG VIÊN VĂN HÓA ĐÀM SEN	12,306,555,786	8,275,247,741
03	KHÁCH SẠN NGỌC LAN – PHÚ THỌ		
04	KHU DU LỊCH VẦM SẮT		
05	TRUNG TÂM DU LỊCH ĐÀM SEN		
D	CÁC KHOẢN DUY TU, BẢO DƯỠNG THƯỜNG XUYÊN	54,858,765,333	22,752,865,623
01	VĂN PHÒNG CÔNG TY		333,738,465
02	CÔNG VIÊN VĂN HÓA ĐÀM SEN	47,333,765,333	21,323,893,139
03	KHÁCH SẠN NGỌC LAN – PHÚ THỌ	5,000,000,000	258,802,000
04	KHU DU LỊCH VẦM SẮT	2,525,000,000	836,432,019
05	TRUNG TÂM DU LỊCH ĐÀM SEN		
E	CÁC KHOẢN MỤC KHÁC	5,000,000,000	0
TỔNG CỘNG: (A + B + C + D + E)		103,517,438,449	44,636,269,953

Các công tác tập trung vào sửa chữa làm mới các hạng mục tại công viên Đàm sen, Khách sạn Phú Thọ, Khu du lịch Vầm sát. Đầu tư mới các hạng mục trò chơi nhỏ tại Đàm sen: zipline, highrope, xe đạp trên không, khu vui chơi nước và di dời sửa chữa các hạng mục do làm đường vành đai của quận 11. Năm qua công ty hoàn thành việc di dời trụ sở văn phòng công ty và Trung tâm du lịch về công viên Văn hoá Đàm sen như chủ trương của hội đồng quản trị và đại hội đồng cổ đông công ty.

Công ty chưa hoàn thành kế hoạch đầu tư và mua sắm được thông qua

- Các hạng mục đầu tư lớn hiện chưa thực hiện do tình hình kinh tế khó khăn Công ty cần tiết giảm chi phí. Một số công trình cụ thể như:
 - + Cải tạo bờ kè đảo thanh trúc (dự toán 2 tỷ) – công trình chuyển tiếp từ 2018 đến nay tạm ngưng thực hiện
 - + Sửa chữa sân khấu đảo Ngôi Sao (dự toán 3,7 tỷ)
- Một số hạng mục chờ xin chủ trương của HĐQT chưa triển khai:
 - + Sửa chữa Lâu đài kinh dị (dự toán 2,2 tỷ)
 - + Sửa chữa Playgroud (dự toán 3,7 tỷ)
 - + Làm 5 phòng Vip nhà hàng Thủy Tạ (dự toán 1,8 tỷ)
 - + Đầu tư mới khu trò chơi liên hoàn (dự toán 800 triệu)

- Một số hạng mục mua sắm tại các đơn vị như nhà hàng Thủy Tạ, Cà phê Vườn Đá, Công viên Đầm Sen chưa thực hiện do tình hình kinh tế nhiều khó khăn, công ty cần tiết giảm chi phí nên chưa thực hiện.

V. LAO ĐỘNG - TIỀN LƯƠNG - ĐÀO TẠO

1. Tiền lương

CHỈ TIÊU	THỰC HIỆN NĂM 2023		THỰC HIỆN NĂM 2024		CHÊNH LỆCH 2024 -2023		
	Số lđ bq	Tiền lương	Số lđ	Tiền lương	Số lđ	Tiền lương	TL %
CV Đầm Sen	389	35,104,217,678	373	36,374,458,512	-16	1,270,240,834	103.62
KS Phú Thọ	39	2,218,718,000	36	2,476,919,000	-3	258,201,000	111.64
KDL Vàm Sát	35	3,238,657,000	35	3,549,199,000		310,542,000	109.59
TTDL Đầm Sen	12	1,542,708,000	12	1,629,541,000		86,833,000	105.63
Văn phòng C.Ty	44	8,454,971,000	46	9,224,349,000	2	769,378,000	109.10
Tổng cộng	519	50,559,271,678	502	53,254,466,512	-17	2,695,194,834	105.33

Tháng 8/2024 thực hiện nâng bậc lương cho CBNV theo qui chế Trả lương – trả thưởng Công ty.
Thu nhập bình quân: 9.594.403 đồng/ người/ tháng (tăng 5,07% so với thực hiện năm 2023).

1. Lao động:

(Số lao động, thu nhập bình quân năm 2024)

STT	NỘI DUNG	CVVH ĐS	PHÚ THỌ	VÀM SÁT	TTDL ĐS	VPCTY	Toàn CT
1	Tổng số người lao động	373	36	35	12	46	502
	- CBNV có HĐLĐ	280	20	33	12	44	389
	- KTV		14				14
	- CTV	93	2	2		2	99
2	Thu nhập bình quân/ NLĐ/ tháng	8,427,723	9,362,000	8,298,467	11,395,392	17,457,990	9,594,403
3	Năng suất lao động	25,948,316	17,103,392	19,045,714	211,350,156		34,560,552

2. Chi phí đào tạo năm 2024: là 162.296.000 đồng cho 482 lượt người, đã tham dự 10 chương trình học sau:

- o Tập huấn Thông tư 06/2024 hướng dẫn việc cung cấp, đăng tải thông tin về lựa chọn nhà thầu và các mẫu hồ sơ đấu thầu và luật đấu thầu 22/2023.
- o Tập huấn Kỹ năng Giao tiếp phục vụ khách hàng.
- o Đào tạo nhân viên trực hồ, cứu hộ.
- o Nghiệp vụ buồng phòng + nghiệp vụ tiếp tân.
- o Nhân viên trực hồ, cứu hộ (tái đào tạo).
- o Tập huấn Luật Bảo hiểm xã hội 2024 số 41/2024/QH15 ban hành ngày 29/6/2024 (Hợp đồng lao động, ký luật lao động và giải quyết tranh chấp phát sinh).

- Thông tư 06/2024/TT-BKHĐT - Hướng dẫn chi tiết thực hành đăng tải thông tin đấu thầu trên hệ thống mạng đấu thầu quốc gia.
- Tập huấn Nghiệp vụ Kỹ thuật xử lý nước thải và vận hành hệ thống xử lý nước thải sinh hoạt và y tế.
- Khóa đào tạo ngắn hạn Pháp luật kinh doanh dành cho nhà quản lý doanh nghiệp.
- Huấn luyện nghiệp vụ An toàn lao động dành cho Nhóm 1, Nhóm 3, Nhóm 4 và Nhóm 5 định kỳ theo quy định.

3. Chi phí tuyển dụng năm 2024 là 14.580.000 đồng

VI. HOẠT ĐỘNG KHÁC – VĂN PHÒNG

Công tác môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, phòng chống cháy nổ đều thực hiện đúng qui định và đạt kết quả tốt

- Kết quả đạt được Công ty và các đơn vị trực thuộc đã được UBND Quận tặng Giấy khen trong tham gia tốt các phong trào tại địa phương, tích cực trong phong trào góp phần giữ gìn An ninh-Quốc phòng trên địa bàn Quận 11.
- Phong tặng danh hiệu “Doanh Nghiệp Đạt Chuẩn Văn Hóa” nhiều năm liền được Quận khen thưởng.

Chuyển đổi giấy phép đăng ký kinh doanh về trụ sở mới cũng như bổ sung thêm ngành nghề, Giấy phép lữ hành quốc tế.

Trong năm 2024, Công viên Đầm Sen và khu du lịch Vàm Sát vinh hạnh được bình chọn là điểm đến du lịch hấp dẫn Thành phố Hồ Chí Minh và 13 Tỉnh, Thành, Đồng bằng sông Cửu Long năm 2024 do Sở Du Lịch Thành phố Hồ Chí Minh và các Sở Du Lịch, Văn Hóa 13 Tỉnh, Thành bình chọn.

Công viên Đầm Sen và Khu Du Lịch Vàm Sát nằm trong danh sách 100 điểm đến tiêu biểu và thú vị của Thành phố Hồ Chí Minh.

B. PHƯƠNG HƯỚNG – NHIỆM VỤ – GIẢI PHÁP NĂM 2025

I. PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH

1. Tình hình chung:

Dự báo cho thị trường du lịch toàn cầu vào năm 2025 cho thấy một xu hướng tăng trưởng ổn định. Theo các báo cáo, quy mô thị trường dự kiến sẽ đạt 11.94 nghìn tỷ USD vào năm 2025, tăng từ 11.45 nghìn tỷ USD năm 2024, với tốc độ tăng trưởng bình quân 5.4% giai đoạn 2025-2037. Nguyên nhân chính cho sự tăng trưởng này bao gồm sự gia tăng thu nhập khả dụng, phát triển công nghệ, và xu hướng du lịch bền vững ngày càng phổ biến trên toàn cầu.

Việc hoàn thiện các tuyến metro như Bến Thành – Suối Tiên, các tuyến đường vành đai 3, 4, cũng như sân bay Long Thành giai đoạn 1 sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho du khách từ các khu vực ngoại thành hoặc các tỉnh lân cận có thể dễ dàng tiếp cận TP.HCM. Bên cạnh đó, tuyến Metro Bến Thành - Suối Tiên cũng tạo nên một số bất lợi khi đây là tuyến đường giúp đi từ trung tâm thành phố đến Công viên Văn hoá Suối Tiên một trong những đối thủ cạnh tranh trực tiếp của Dam Sen Park (Sản phẩm chủ lực của PhuThoTourist).

Ngoài ra còn có, sự kiện ra mắt VinWonder tại Grand Park TP. Thủ Đức ra mắt là một đối thủ cạnh tranh mạnh với Dam Sen Park, khi tập trung vào giải trí hiện đại, phù hợp xu hướng thị trường.

2. Tình hình du lịch:

Tình hình du lịch năm 2024:

Nhìn chung tình hình lượng khách du lịch từ sau dịch Covid 19 có sự tăng trưởng mạnh trong năm 2023 và số lượng này vẫn tiếp tục duy trì và tăng đều đến năm quý 2 năm 2024, tuy nhiên vẫn chưa phục hồi hoàn toàn như giai đoạn trước đại dịch. Tác động của lạm phát và tình hình kinh tế vào năm 2024 đã tác động lớn đến nhu cầu đi du lịch, tình hình tài chính và chi tiêu của du khách.

Việt Nam đạt mốc 14,1 triệu lượt khách quốc tế trong 10 tháng đầu năm 2024, tăng hơn 41% so với cùng kỳ năm 2023. Các thị trường chính bao gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Mỹ và Nhật Bản. Lượng khách nội địa cũng đạt 70 triệu lượt, với phần lớn là khách có lưu trú. Du khách đến Việt Nam thường sử dụng đường hàng không (chiếm hơn 80%), và phần lớn chuyển đi là du lịch nghỉ dưỡng hoặc thăm người thân. TP.HCM, trung tâm kinh tế lớn nhất của Việt Nam, tiếp tục dẫn đầu về lượng khách quốc tế và nội địa, với hơn 40% khách quốc tế chọn đây là điểm đến đầu tiên.

Dự báo tình hình du lịch năm 2025:

Với những biện pháp phục hồi kinh tế, thị trường du lịch tại Việt Nam được kỳ vọng sẽ có sự phục hồi và tăng trưởng trong những năm tiếp theo. Tuy nhiên, thị trường vẫn sẽ chịu tác động bởi những nguyên nhân khách quan như chiến tranh, thời tiết, biến đổi khí hậu,...

Du lịch bền vững sẽ là xu hướng chính trên thế giới và cả thị trường Việt Nam. Trong đó hai xu hướng du lịch được dự đoán sẽ có sự phát triển vượt bậc chính là du lịch sinh thái và du lịch văn hoá.

3. Yếu tố khác:

Các sự kiện ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong năm 2024:

Lễ hội Đường Hoa Nguyễn Huệ (Diễn ra trong dịp Tết Nguyên đán 2024);

Hội chợ Du lịch Quốc tế TP.HCM (ITE HCMC) Tổ chức từ ngày 5-7/9/2024 tại SECC (Trung tâm Hội chợ và triển lãm Sài Gòn);

Tuần lễ Du lịch TP.HCM: Diễn ra từ 1-8/12/2024.

Những sự kiện lễ hội đã có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khi đây đều là điểm thu hút đông đảo du khách nội địa và quốc tế, giúp tăng lượng khách đến TP.HCM.

Xu hướng du lịch và vui chơi giải trí của khách hàng:

Xu hướng khu vui chơi hiện đại, áp dụng công nghệ tiên tiến: Khách du lịch, đặc biệt là Gen Z, ưa chuộng các điểm đến tích hợp công nghệ, trải nghiệm thực tế ảo (VR), và hoạt động giải trí đa dạng. VinWonder và các khu vui chơi tương tự có lợi thế khi đầu tư vào các yếu tố này, gây sức ép lên các mô hình truyền thống như Đầm Sen.

Xu hướng du lịch xanh, du lịch sinh thái sẽ đóng góp một phần lớn vào doanh thu toàn cầu từ du lịch sinh thái, và có thể đạt mức tăng trưởng lên đến 16,8% vào năm 2025, với đặc biệt nhiều sự quan tâm từ khách hàng trẻ tuổi và các tour du lịch nhóm.

II. CÁC CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2025

Căn cứ theo tình hình kinh tế, xã hội và các yếu tố thuận lợi, khó khăn, Kế hoạch kinh doanh năm 2025 toàn công ty như sau:

CHỈ TIÊU	TH 2024	KH 2025	SS KH 2025/TH
DOANH THU THUẦN (bao gồm doanh thu nội bộ)	205,422,756,201	242,520,000,000	118.06%
DOANH THU THUẦN (loại trừ doanh thu nội bộ)	194,075,452,331	227,220,000,000	117.08%
GIÁ VỐN HÀNG BÁN	243,980,591,387	255,631,275,311	104.78%
LỢI NHUẬN GỘP VỀ BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ	-38,557,835,186	-13,111,275,311	294.08%
CHI PHÍ BÁN HÀNG	5,310,979,013	5,784,083,180	108.91%
CHÍ PHÍ QUẢN LÝ	23,697,161,749	16,310,723,000	68.83%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	-67,565,975,948	-35,206,081,491	191.92%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH	46,310,902,521	37,781,254,962	81.58%
DOANH THU HĐTC	47,196,827,704	38,281,254,962	81.11%
CHI PHÍ HĐTC	885,925,183	500,000,000	56.44%
LỢI NHUẬN KHÁC	502,180,742	36,000,000	7.17%
TỔNG LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	-20,752,892,685	2,611,173,471	

III. KẾ HOẠCH DOANH THU

Doanh thu toàn công ty năm 2025: 242,520,000,000đ, dự kiến tăng 18% so với năm 2024.

	ĐƠN VỊ	CHỈ TIÊU	THỰC HIỆN NĂM 2024	KẾ HOẠCH NĂM 2025	SỐ SÁNH % KH/CK
			T. TIỀN	T. TIỀN	T. TIỀN
I		CÔNG VIÊN VĂN HÓA ĐÀM SEN	161,115,183,945	191,020,000,000	118.56%
	1	DOANH THU VÉ	85,986,820,814	105,900,000,000	123.16%
	-	Vé cổng	77,475,233,582	96,025,000,000	123.94%
	-	Vé trò chơi	8,511,587,232	9,875,000,000	116.02%
	2	DOANH THU AT CAFÉ VƯỜN ĐÁ	13,164,497,020	13,750,000,000	104.45%
	3	DOANH THU AT CÔNG VIÊN	23,121,660,775	25,470,000,000	110.16%
	4	DOANH THU AT NH THỦY TẠ	22,024,265,005	30,900,000,000	140.30%
	5	DOANH THU MẶT BẰNG, HTKD	16,817,940,331	15,000,000,000	89.19%
II		KHÁCH SẠN PHÚ THO	5,951,980,315	8,000,000,000	134.41%
	1	ĂN UỐNG	879,812,583	1,011,500,000	114.97%
	2	KHÁCH SẠN	2,751,039,338	3,958,500,000	143.89%
	3	MASSAGE	2,321,128,394	3,030,000,000	130.54%
III		KHU DU LỊCH VÀM SÁT	8,132,519,682	9,000,000,000	110.67%
	1	BẢO VỆ RỪNG	1,490,893,542	1,490,893,537	100.00%
	2	THAM QUAN - GIẢI TRÍ	4,241,049,525	4,739,106,463	111.74%
	3	LƯU TRÚ- CẨM TRẠI	3,835,979	100,000,000	2606.90%
	4	ĂN UỐNG	2,396,740,636	2,670,000,000	111.40%
IV		TRUNG TÂM DU LỊCH ĐÀM SEN	30,223,072,259	34,500,000,000	114.15%
	1	TOUR NỘI ĐỊA	5,858,600,830	6,720,000,000	114.70%
	2	TOUR NƯỚC NGOÀI	2,120,292,705	2,120,000,000	99.99%
	3	TOUR ĐÀM SEN	12,651,038,309	16,000,000,000	126.47%
	4	TOUR VÀM SÁT	517,454,075	800,000,000	154.60%
	5	VÉ MÁY BAY, TÀU XE	9,075,686,340	8,860,000,000	97.62%
		TỔNG DOANH THU 2024 (I+II+III+IV)	205,422,756,201	242,520,000,000	118.06%

1. CVVH ĐÀM SEN

CHỈ TIÊU	TH 2024	KH 2025	KH 2025/TH 2024
DOANH THU	161,115,183,945	191,020,000,000	118.56%
GIÁ VỐN HÀNG BÁN	195,569,476,944	202,689,890,460	103.64%
LỢI NHUẬN GỘP	-34,454,292,999	-11,669,890,460	295.24%
CHI PHÍ BÁN HÀNG	3,174,321,173	3,027,400,000	95.37%
CHÍ PHÍ QUẢN LÝ			
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	-37,628,614,172	-14,697,290,460	256.02%

Doanh thu CVVH Đầm Sen: 191,020,000,000đ chiếm 78.76% doanh thu toàn công ty, cụ thể:

❖ **Doanh thu Vé – Trò chơi: 105,9000,000,000đ, chiếm 55.44% doanh thu CVVH Đầm Sen.**

Giải pháp: Đầu tư xây dựng và làm mới các sản phẩm

- Nghiên cứu chuyển khu Kids Playground trở thành khu Khoa học Công Nghệ Cao cho Thiếu Nhi.
- Trung tu đại tu các trò chơi để đảm bảo phục vụ du khách

- Tiếp tục mở rộng khu liên hoàn trò chơi nước trên mặt hồ khu B, tạo nên sản phẩm mới lạ, tăng tính hấp dẫn cho du khách thích trải nghiệm cảm giác mạnh dưới nước.
 - Phát triển khai thác mảng sự kiện tại công viên. Tăng cường kết nối với các Ban Ngành Đoàn thể, các đối tác thân quen trong việc phối hợp tổ chức các sự kiện thường niên và phát triển kênh đối tác mới để tăng các chương trình chất lượng cho công viên và mang về doanh thu mặt bằng, vé và ẩm thực.
 - Đầu tư lại hệ thống vé điện tử và các giải pháp thanh toán mới tiện ích cho khách hàng và bán vé online
 - Tu sửa hạ tầng, làm mới cảnh quan công viên
- ❖ **Doanh thu Café Vườn Đá: 13,750,000,000đ**, chiếm 7.20% doanh thu CVVH Đầm Sen
- Giải pháp:
- Đầu tư mảng cảnh quan môi trường, trang trí theo mùa, nhằm tạo thể cạnh tranh nổi bật cho café Vườn Đá trong khu vực quận 11 và các quận lân cận.
 - Nâng cao chất lượng sản phẩm, ra mắt sản phẩm mới nước uống và món ăn mới.
 - Nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới: tổ chức liên hoan, tiệc cưới, khai thác mặt bằng và các dịch vụ khác nhằm tối đa hóa doanh thu.
 - Đẩy mạnh công tác huấn luyện và kiểm tra thường xuyên tác phong của nhân viên phục vụ nhằm mang đến trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.
 - Đổi mới loại hình ca nhạc để thu hút khách hàng.
 - Sân chơi cho thiếu nhi khi đến vườn đá cùng cha mẹ.
- ❖ **Doanh thu Ẩm thực công viên: 24,470,000,000đ**, chiếm 13.33% doanh thu CVVH Đầm Sen
- Giải pháp:
- Với chủ trương đẩy mạnh mảng F&B, trong năm 2024, khai thác các mặt bằng để phục vụ tiệc, hội nghị và sự kiện.
 - Trong năm 2025, công viên dự kiến sẽ tiếp tục sửa chữa Đảo Thanh Trúc trở thành khu vực sảnh tiệc lớn, đẹp và có sức chứa từ 500 – 1000 khách, nhằm phục vụ khách đoàn và các công ty sự kiện có nhu cầu thuê mặt bằng tổ chức sự kiện, tiệc cưới có qui mô lớn.
 - Tăng cường rà soát chất lượng sản phẩm, nhằm đảm bảo chất lượng món ăn luôn tươi mới thơm ngon khi ra bàn. Phát triển sản phẩm riêng biệt cho từng nhà hàng trong công viên
 - Phát triển những sản phẩm mới theo xu hướng ẩm thực của giới trẻ và gia đình có con nhỏ.
 - Tham gia các Lễ hội ẩm thực để giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu và tăng doanh thu ẩm thực.
 - Tổ chức Liên hoan Ẩm thực Hương sắc Phương Nam, ẩm thực đường phố Sài Gòn phát triển thương hiệu ẩm thực công viên
- ❖ **Doanh thu Nhà hàng Thủy Tạ: 30,900,000,000đ**, chiếm 16.18% doanh thu CVVH Đầm Sen
- Giải pháp:
- *Nâng cấp cơ sở vật chất:*
 - Tiếp tục nâng cấp các sảnh tiệc trang trí theo chủ đề và xu hướng tiệc mới, nâng cấp 2 thuyền rồng phong cách sang trọng. Làm mới phòng vip để phục vụ khách vắng lai.
 - Thay đổi concept nhà hàng: tên gọi nhà hàng và các sảnh tạo sự đổi mới và hiện đại
 - *Dịch vụ và thực đơn trong tiệc:*

- Làm mới chương trình nghi lễ tiệc cưới với các nghi lễ theo phong cách hiện đại phù hợp với giới trẻ.
- Bổ sung thực đơn tiệc, thuần việt. âu.
- Gia tăng công suất sử dụng các sảnh tiệc với các hoạt động giới thiệu sản phẩm, sự kiện, hội nghị...
- Xây dựng đội ngũ phục vụ chuyên nghiệp. Phân công cụ thể nhân sự chuyên trách thực hiện công tác tư vấn bán hàng trên mạng.
- Khai thác thêm các tiệc ngoài trời tại công viên Đầm sen: quảng trường châu âu, Đảo thanh trúc. Khai thác tiệc catering.
- Thực hiện, tham gia các kế hoạch kinh doanh trong các ngày lễ lớn, tham gia các chương trình do Thành phố, Tổng Công ty và Công ty tổ chức.

➤ *Thực đơn tiệc và alarcate:*

- Bổ sung các món mới hấp dẫn, những món độc đáo giá trị cao, mang lại lợi nhuận tốt.
- Xây dựng bếp riêng cho alarcate và sân vườn, phòng VIP...

➤ *Nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên:*

- Tăng cường nhân sự đủ cho phục vụ bàn, thường xuyên training CTV để đảm bảo qui trình phục vụ chuyên nghiệp.
- Đổi mới đội ngũ bếp và quản lý nhà hàng

➤ *Công tác bán hàng:*

- Phát triển đội ngũ sale chuyên nghiệp, xây dựng chính sách bán hàng, khuyến mãi, hoa hồng
- Thực hiện tốt các công tác hậu mãi sau bán hàng.
- Khai thác tốt khách hàng nội bộ là cán bộ nhân viên, đối tác...

❖ **Doanh thu Mặt bằng, HTKD: 15,000,000,000đ, chiếm 7.85% doanh thu CVVH Đầm Sen**

2. KHÁCH SẠN PHÚ THỌ

CHỈ TIÊU	TH 2024	KH 2025	SS KH 2025/TH 2024
DOANH THU	5,951,980,315	8,000,000,000	134.41%
GIÁ VỐN HÀNG BÁN	8,491,071,603	9,152,800,000	107.79%
LỢI NHUẬN GỘP	-2,539,091,288	-1,152,800,000	220.25%
CHI PHÍ BÁN HÀNG	201,087,089	185,200,000	92.10%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	-2,740,178,377	-1,338,000,000	204.80%

Doanh thu Khách sạn năm 2025: 8,000,000,000đ chiếm 3.3% doanh thu toàn công ty, trong đó:

2.1 Bộ phận Ăn uống

Doanh thu: 1,011,500,000đ, chiếm 12.64 % doanh thu Khách sạn, trong đó:

- Doanh thu tiệc: 241,000,000đ, số lượng là 73 bàn tiệc với giá bình quân: 3,300,000đ/ bàn.
- Doanh thu ăn sáng: 498,041,171đ
- Doanh thu khách vắng lại: 326,648,829đ

Giải pháp:

- Đẩy mạnh kích cầu nội bộ thông qua việc vận động CBNV giới thiệu sử dụng sản phẩm tại đơn vị hoặc các đơn vị trong hệ thống công ty (thời gian qua áp dụng rất hiệu quả).

- Chính sách giá ưu đãi cho các ban ngành Quận 11, Phường 7, CBNV công ty.
- Tích cực đẩy mạnh marketing để bán các tiệc nhỏ (Thôi Nôi, Sinh Nhật, Hẹn Mặt..)
- Làm mới thực đơn bắt mắt, món ăn đa dạng, giá cả hợp lý, khai thác điểm tâm sáng.

2.2 Bộ phận Khách sạn

Doanh thu: 3,958,500,000đ, chiếm 49.48% doanh thu Khách sạn.

Giải Pháp:

- Liên kết với trung tâm du lịch Đầm Sen để bán phòng.
- Chính sách giá ưu đãi cho khách các ban ngành Quận 11, Phường 7 Q11, Bệnh viện Chợ Rẫy, Đại học Bách Khoa nhất là nhà thi đấu Phú Thọ, ... để nhận lượng khách tham gia các sự kiện thể thao, các chương trình hội chợ.
- Chào mời đưa ra ưu đãi cho khách đoàn đã từng lưu trú tại khách sạn: Bóng Ném, Trung tâm Thể dục thể thao Quận 11, Ngân Hàng Đông Á, Ngân hàng Agribank,....
- Mời chào lại khách hàng truyền thống nhất là khách Việt kiều và khách Châu Á.
- Tăng cường bán hàng qua mạng (Traveloka, Agoda, Booking.com ...)
- Khai thác khách lưu trú dài hạn: việt kiều thăm người thân hay khách công tác,...

2.3 Bộ phận Massage:

Doanh thu: 3,030,000,000đ, chiếm 37.85 % Doanh thu Khách sạn

Giải Pháp:

- Kiểm tra đào tạo nâng cao tay nghề cho KTV, ra sản phẩm mới
- Nâng cấp cải tạo mới khu phòng massage và khu phụ trợ
- Kết hợp với nhà hàng để bán combo massage và ăn uống
- Bán vé voucher theo năm để khách sử dụng hoặc làm quà tặng
- Nghiên cứu khoán hoặc thuê quản lý khối massage để gia tăng lợi nhuận

3. KHU DU LỊCH VÀM SÁT

CHỈ TIÊU	TH 2024	KH 2025	SS KH 2025/TH 2024
DOANH THU	8,132,519,682	9,000,000,000	110.67%
GIÁ VỐN HÀNG BÁN	10,534,733,019	10,511,237,181	99.78%
LỢI NHUẬN GỘP	-2,402,213,337	-1,511,237,181	158.96%
CHI PHÍ BÁN HÀNG	62,941,040	88,739,180	140.99%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	-2,465,154,377	-1,599,976,361	154.07%

Doanh thu KDL Vàm Sát: 9,000,000,000đ chiếm 3.71% doanh thu toàn công ty, trong đó:

❖ **Doanh thu Bảo vệ rừng: 1,490,893,537đ** chiếm 16.57% doanh thu KDL Vàm Sát.

- Kết hợp phòng kinh doanh công ty xây dựng đội ngũ sales để vận hành tiếp thị và tổ chức bán hàng.
- Phối hợp TTDL Đầm Sen phát triển tour GDTN, kết hợp các loại hình dịch vụ mới của địa phương, tăng tính đa dạng và độc đáo sản phẩm.
- Tăng cường tổ chức các sự kiện, xây dựng chính sách giá khuyến mãi thích hợp, xây dựng hệ thống truyền thông nội bộ qua các mạng xã hội.
- Có chính sách giá linh hoạt để áp dụng cho các đơn vị lữ hành, các đối tác chiến lược.

- Xây dựng các chương trình khuyến mãi từng tháng, theo từng nhóm đối tượng làm cơ sở kích cầu cho các đơn vị đối tác, các thị trường tiềm năng.
- ❖ **Doanh thu Tham quan - Giải trí: 4,739,106,463đ** chiếm 52.66% doanh thu KDL Vàm Sát.
Giải Pháp:
 - Có chính sách giá linh hoạt để áp dụng cho các đơn vị lữ hành, các đối tác chiến lược.
 - Liên kết các điểm đến trên địa bàn khu du lịch Dầm Xây, Rừng Sác phát triển mô hình liên tuyến trên đường bộ lẫn đường sông.
 - Đề xuất nâng cấp tuyến đường bộ từ gốc tre đến trại cá sấu để đồng bộ với con đường 600m, nâng cao cơ sở vật chất tại KDL.
 - Phát triển sản phẩm: Ngâm chân muối tự nhiên, đờn ca tài tử, tát mương bắt cá, nhà trưng bày muối
 - Phát huy lợi thế khu dự trữ sinh quyển có 2 khu bảo tồn để truyền thông về bảo vệ môi trường và giữ gìn giá trị hệ sinh thái rừng ngập mặn, đẩy mạnh tour học sinh sinh viên.
 - Kết hợp sản phẩm Ocop của đơn vị để là điểm đến của các tỉnh thành đến tham quan học hỏi tại Cần Giờ.
- ❖ **Doanh thu Lưu trú cắm trại: 100,000,000đ** chiếm 1.1% doanh thu KDL Vàm Sát.
Giải pháp
 - Khôi phục lại Khu cắm trại: phục vụ hoạt động trải nghiệm dã ngoại, học tập và huấn luyện đào tạo, phát triển thị trường khách đoàn.
 - Khôi phục lại cung đường đạp xe, đường xuyên rừng, khu vui chơi dành cho thiếu nhi. Lấy sản phẩm trekking làm điểm nhấn cho sản phẩm mới tại Vàm Sát.
- ❖ **Doanh thu Ăn uống: 2,670,000,000đ** chiếm 29.67% doanh thu KDL Vàm Sát.
Giải Pháp:
 - Sản phẩm chiến lược của Vàm Sát vẫn là ẩm thực: Nâng cấp chất lượng và cơ sở vật chất phục vụ ẩm thực, hoàn thiện thực đơn đặc trưng có giá trị thực dưỡng riêng có của vàm sát
 - Tận dụng nguồn nguyên liệu chỉ có tại Vàm Sát để thu hút khách, đào tạo nâng cao tay nghề bổ sung món mới, cải tạo lại không gian ăn uống.
 - Bán hàng lưu niệm : Mật dừa nước, các loại khô, hải sản, muối... Trưng bày các sản phẩm ocop của Cần Giờ.

4. TTDL ĐÀM SEN

CHỈ TIÊU	TH 2024	KH 2025	SS KH 2025/ TH 2024
DOANH THU	30,223,072,259	34,500,000,000	114.15%
GIÁ VỐN HÀNG BÁN	29,385,309,821	33,277,347,670	113.24%
LỢI NHUẬN GỘP	837,762,438	1,222,652,330	145.94%
CHI PHÍ BÁN HÀNG	423,904,641	415,600,000	98.04%
LỢI NHUẬN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	413,857,797	807,052,330	195.01%

Doanh thu năm 2025 của TTDL Đầm Sen là: 34,500,000,000đ, chiếm 13.41% tổng doanh thu cả năm toàn công ty, trong đó

- ❖ **Doanh thu tour Đầm Sen: 16,000,000,000đ** chiếm 46.38% doanh thu TTDL

Giải pháp:

- Xây dựng chính sách kích cầu phù hợp dành cho các công ty du lịch, các công ty sự kiện, các doanh nghiệp, ban ngành đoàn thể.
 - Chủ động và thường xuyên kết nối trao đổi các CTKM, các hoạt động mới hấp dẫn cho các đối tác.
 - Xây dựng các gói combo phù hợp cho từng đối tượng khách hàng, kết hợp việc lồng ghép các sản phẩm dịch vụ mới của công viên để tăng BQTD và tối đa hóa doanh thu.
 - Xây dựng chương trình GDTN mới lạ và theo nhu cầu của các trường, đặc biệt là kênh trường Quốc Tế. Kết nối và phát triển đến kênh trường học trong và ngoài Thành phố.
 - Khai thác tour công nhân đến các khu chế xuất trên địa bàn thành phố và các tỉnh lân cận.
 - Khai thác sản phẩm cho thuê địa điểm, mặt bằng tổ chức các chương trình tổng kết, hội nghị, gala Dinner, Year end Party,...
 - Đa dạng hóa sản phẩm: tour trọn gói học sinh kết hợp GDTN và tour hai điểm đến.
- ❖ **Doanh thu Tour Lữ hành 18,500,000,000đ chiếm 53.62% doanh thu TTDL, trong đó:**
- Doanh thu tour nội địa: 6,720,000,000đ chiếm 19.48% doanh thu TTDL.
 - Doanh thu tour nước ngoài: 2,120,000,000đ chiếm 6.15% doanh thu TTDL
 - Doanh thu tour Vàm Sát: 800,000,000đ chiếm 2.32% doanh thu TTDL
 - Doanh thu Vé máy bay, tàu xe: 8,860,000,000đ chiếm 25.68% doanh thu TTDL
- Phát triển sản phẩm đa dạng: Đa dạng hóa tour theo nhu cầu: tour trải nghiệm văn hóa, tour ẩm thực, tour du lịch sinh thái, tour du lịch mạo hiểm và tour nghỉ dưỡng → thu hút nhiều phân khúc khách hàng.
 - Phát triển và liên kết với các công ty du lịch khu vực miền Trung và miền Bắc.
 - Phát triển nền tảng bán vé trực tuyến: Traveloka, Booking.com, Klook và các kênh OTA khác nhằm tăng kênh phân phối và tối ưu hóa tiếp cận.
 - Chính sách giá linh hoạt: tạo nhiều mức giá từ trung bình đến cao cấp, với các gói khuyến mãi hoặc ưu đãi cho khách hàng đặt sớm, đi theo nhóm hoặc gia đình.
 - Đẩy mạnh kết nối đến các đối tác chiến lược, hợp tác kinh doanh của công ty để triển khai các tour du lịch định kỳ, nghỉ mát,...
 - Mở cửa kinh doanh Đại lý máy bay đường Hòa Bình để tạo thuận lợi cho khách hàng mua trực tiếp.
 - Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu DamSen Travel: profile, brochure, bao da hộ chiếu, nón, ba lô, tag hành lý,... đổi mới hình ảnh theo màu cờ sắc áo của DST. Chuẩn hóa bộ Sales kit gồm: tour Đầm Sen, Vàm Sát, nội địa và quốc tế.
 - Tuyển nhân sự có chuyên môn, nhiệt huyết để đáp ứng tốt nhiệm vụ cho từng bộ phận.

IV. HOẠT ĐỘNG QUẢNG BÁ TIẾP THỊ TRUYỀN THÔNG

1. Mục tiêu:

Hai mục tiêu chính của hoạt động quảng bá tiếp thị truyền thông:

- Nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu của hệ thống PhuThoTourist, đồng thời củng cố lòng trung thành của khách hàng thông qua các chiến lược tiếp cận phù hợp với từng phân khúc du khách tại TP.HCM, trong nước và quốc tế.

- Tối ưu hiệu quả chuyển đổi bằng việc đẩy mạnh hoạt động bán vé trực tuyến, gia tăng lượt khách tham quan và nâng cao giá trị chi tiêu trung bình thông qua trải nghiệm dịch vụ đa dạng và chất lượng.

2. Giải pháp:

Để đạt được mục tiêu tăng cường nhận diện thương hiệu, xây dựng lòng trung thành của khách hàng và thúc đẩy doanh thu, PhuThoTourist cần triển khai các giải pháp Marketing và truyền thông hiệu quả, phù hợp với xu hướng thị trường và hành vi tiêu dùng của du khách. Dưới đây là các đề xuất chiến lược nhằm tối ưu hóa hiệu quả tiếp cận và chuyển đổi.

a) Tăng cường hoạt động trên mạng xã hội:

- **Đa dạng hóa nội dung:**
 - Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông đa dạng, hấp dẫn trên các nền tảng mạng xã hội (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Zalo OA, Google...).
- **Sử dụng KOLs/Influencers:**
 - Hợp tác với KOLs/Influencers trong lĩnh vực du lịch, giải trí để quảng bá trên TikTok.
- **Quảng cáo trên mạng xã hội:**
 - Tận dụng quảng cáo trên Facebook, TikTok và Zalo OA để nhắm đúng đối tượng khách hàng tiềm năng.
 - Xây dựng các chiến dịch nội dung hấp dẫn (video ngắn, chương trình ưu đãi...).
 - Tăng mức độ nhận diện thương hiệu và khuyến khích du khách lên kế hoạch ghé thăm.

b) Tổ chức sự kiện và lễ hội:

- **Sự kiện độc quyền:**
 - Tổ chức các sự kiện, lễ hội độc quyền như Lễ hội Hương Sắc Phương Nam, Lễ hội Âm thực Đường phố Sài Gòn, Lễ hội Bia...
- **Hợp tác tổ chức:**
 - Hợp tác với các đơn vị, tổ chức để tổ chức các sự kiện, hoạt động thu hút khách du lịch.

c) Các giải pháp khác:

- **Quan hệ công chúng:**
 - Tăng cường quan hệ với báo chí, truyền thông để quảng bá hình ảnh, sản phẩm, dịch vụ của Đầm Sen Park.
- **Marketing trực tiếp:**
 - Tổ chức các hoạt động marketing trực tiếp (roadshow, hoạt động trải nghiệm...) để tiếp cận khách hàng tiềm năng.
- **Hợp tác với đối tác:**
 - Hợp tác với các công ty du lịch, lữ hành, khách sạn... để mở rộng kênh phân phối và tiếp cận khách hàng.
 - Hợp tác với các ứng dụng vận chuyển như: Grab, Xanh để tạo ưu đãi cho khách hàng khi đặt điểm đến
- **Nâng cao chất lượng dịch vụ:**
 - Nâng cao chất lượng dịch vụ để tạo trải nghiệm tốt cho khách hàng và tăng cường truyền thông truyền miệng.

3. Kế hoạch thực hiện:

- **Xác định ngân sách:**
 - Xác định ngân sách cho từng hoạt động quảng bá, tiếp thị và truyền thông.
- **Lập kế hoạch chi tiết:**
 - Lập kế hoạch chi tiết cho từng hoạt động, bao gồm mục tiêu, đối tượng, nội dung, thời gian, địa điểm, nguồn lực...
- **Phân công thực hiện:**
 - Phân công nhiệm vụ cho từng bộ phận, cá nhân chịu trách nhiệm.
- **Đo lường và đánh giá:**
 - Thường xuyên đo lường và đánh giá hiệu quả của các hoạt động để điều chỉnh kế hoạch kịp thời.
 - Thu thập ý kiến đánh giá và những phản hồi của khách hàng để cải thiện kế hoạch.

V. GIẢI PHÁP QUẢN LÝ TÀI CHÍNH- KẾ TOÁN

- Theo dõi, kiểm tra hạch toán chính xác doanh thu phát sinh tại các đơn vị trực thuộc;
- Đưa ra quy định về thời gian luân chuyển chứng từ giữa các bộ phận, đơn vị với phòng kế toán, đặc biệt là chứng từ phát sinh từ các hoạt động dịch vụ phát sinh tại các đơn vị nhằm tập hợp chi phí đúng kì kế toán và báo cáo chính xác, trong năm 2025 Phòng Kế toán phối hợp các đơn vị như TTLH quyết toán Tour kịp thời, nhanh chóng để dòng tiền hoạt động hiệu quả.
- Tổ chức, điều hành và quản lý công việc kế toán của toàn Công ty, hiện phòng đã triển khai Nhân viên phụ trách, giám sát các đơn vị cho hoạt động kế toán để có báo cáo hàng tháng kịp thời, đúng thời gian qui định.
- Kiểm soát các khoản chi phí của toàn công ty, khảo sát, so sánh giá thị trường để kiểm tra giá của các nhà cung cấp đảm bảo tính hợp lý về giá cả và chất lượng sản phẩm dịch vụ. Để làm tốt công tác trên, trước hết thành lập kho tổng về vật tư, hàng hoá có thủ kho theo dõi, ghi nhận nhập xuất vật tư hàng hoá. Sớm tái cấu trúc nhân sự phòng kế toán, phân công hợp lý giám sát đến từng bộ phận trong đơn vị, như CVĐS. Đồng thời hàng tháng theo dõi, giám sát từng khoản mục chi phí phát sinh theo KH mà HĐQT duyệt. Do vậy yêu cầu các đơn vị có KH chi phí sát với thực tế phát sinh.
- Chỉ đạo, giám sát việc thực hiện các công việc kế toán hàng ngày: thu, chi, xuất nhập tồn, bán hàng, ngân hàng, kế toán, lưu trữ chứng từ, xử lý các công việc phát sinh trong phòng đảm bảo đúng quy định hiện hành.
- Tổng hợp, phân tích số liệu, tài chính về hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp liên tục, hàng tháng để phục vụ cho Ban lãnh đạo, đồng thời giúp Ban lãnh đạo xây dựng phương án kinh doanh tối ưu nhất trong từng thời điểm, xây dựng các quy định về quản lý ngân sách trong doanh nghiệp trình Hội đồng quản trị công bố.
- Thực hiện tốt chỉ đạo của Tổng Giám Đốc trong việc tham mưu cân đối nguồn tiền, đề xuất gởi tiền, vay tiền đáp ứng nhu cầu kinh doanh, đẩy mạnh doanh thu hoạt động tài chính.
- Thực hiện kế hoạch đào tạo, giáo dục, nâng cao trình độ, xây dựng đội ngũ kế toán viên.

VI. ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CƠ BẢN VÀ MUA SẴM TRANG THIẾT BỊ

❖ **Công tác đầu tư mua sắm:**

Theo số liệu từ các đơn vị thực hiện xây dựng kế hoạch năm 2025. Tổng mức kế hoạch đầu tư mua sắm và xây dựng duy tu năm 2025 toàn công ty dự kiến là **52.487.779.062 đồng**

Đvt: 1000 đồng

Stt	Tên đơn vị	Thực hiện năm 2024	Kế hoạch Năm 2025
A	Mua sắm cc dc	3,430,558,822	3,609,734,640
01	Văn phòng công ty	150,473,001	380,000,000
02	Công viên văn hóa đầm sen	2,994,816,420	2,606,400,000
03	Khách sạn ngọc lan – phú thọ	197,823,400	404,334,640
04	Khu du lịch vầm sát	87,446,001	164,000,000
05	Trung tâm du lịch đầm sen	0	55,000,000
B	Mua sắm tsct	1,646,168,300	1,780,000,000
01	Văn phòng công ty	39,500,000	0
02	Công viên văn hóa đầm sen	587,668,300	980,000,000
03	Khách sạn ngọc lan – phú thọ	0	40,000,000
04	Khu du lịch vầm sát	1,019,000,000	760,000,000
05	Trung tâm du lịch đầm sen	0	0
C	Tsct hình thành từ đầu tư xdcb	16,806,677,208	13,043,545,632
01	Văn phòng công ty	8,531,429,467	0
02	Công viên văn hóa đầm sen	8,275,247,741	13,043,545,632
03	Khách sạn ngọc lan – phú thọ	0	0
04	Khu du lịch vầm sát	0	0
05	Trung tâm du lịch đầm sen	0	0
D	Các khoản duy tu, bảo dưỡng thường xuyên	21,651,900,959	34,054,498,790
01	Văn phòng công ty	333,738,465	0
02	Công viên văn hóa đầm sen	21,323,893,139	33,404,498,790
03	Khách sạn ngọc lan – phú thọ	258,802,000	0
04	Khu du lịch vầm sát	836,432,019	650,000,000
05	Trung tâm du lịch đầm sen	0	0
E	Các khoản mục khác	0	5,085,000,000
Tổng cộng: (a + b + c + d + e)		44,636,269,953	52,487,779,062

Đề xuất giải pháp:

- Hoàn thiện xây dựng quy chế lựa chọn nhà thầu và trình HĐQT phê duyệt, ban hành để tiết kiệm thời gian trong việc thực hiện hồ sơ, thủ tục khi triển khai các công trình.
- Thực hiện đầu tư mua sắm tình hình hoạt động kinh doanh, đảm bảo hiệu quả đầu tư với chi phí hợp lý, tiết kiệm.
- Chủ động và phối hợp với các đơn vị phòng ban triển khai các công trình theo kế hoạch đã được phê duyệt

VII. LAO ĐỘNG – TIỀN LƯƠNG – ĐÀO TẠO

1. Tiền lương:

CHỈ TIÊU	THỰC HIỆN NĂM 2024		KẾ HOẠCH NĂM 2025		CHÊNH LỆCH 2025 -2024		
	Số ld bq	Tiền lương	Số ld	Tiền lương	Số ld	Tiền lương	TL %

CV Đầm Sen	373	36,374,458,512	380	38,650,000,000	7	2,275,541,488	106.26
KS Phú Thọ	36	2,476,919,000	41	2,892,162,000	5	415,243,000	116.76
KDL Vàm Sát	35	3,549,199,000	35	3,779,500,000	0	230,301,000	106.49
TTDL Đầm Sen	12	1,629,541,000	14	2,039,150,000	2	409,609,000	125.14
Văn phòng Công ty	46	9,224,349,000	49	11,499,050,000	2	2,085,651,000	122.61
Tổng cộng	502	53,254,466,512	518	58,670,812,000	16	5,416,345,488	110.17

Thu nhập bình quân: 10.458.647 đồng/ người/ tháng (tăng 9.01% so với thực hiện năm 2024)

Năng suất lao động: 39.705.305 đồng/ người/ tháng (tăng 14.89% so với thực hiện năm 2024)

2.Lao động:

STT	NỘI DUNG	CVVHĐS	PHÚ THỌ	VÀMSÁT	TTDLĐS	VPCTV	Toàn CT
1	Tổng số NLĐ hiện tại (tháng 12/2024)	387	36	35	12	47	517
	- CBNV có HĐLĐ	294	21	33	12	46	406
	- KTV		13				13
	- CTV (bình quân)	93	2	2		1	98
2	Tổng số NLĐ kế hoạch 2025	380	41	35	14	48	518
	- CBNV có HĐLĐ	300	21	34	14	47	416
	- KTV		18				18
	- CTV	80	2	1		1	84

3.Đào tạo, tuyển dụng

3.1 Đào tạo:

Chi phí đào tạo năm 2025 dự kiến là: 191.000.000 đồng, gồm các chương trình học sau:

- + Nâng cao kỹ năng quản lý cấp cao/ cấp trung.
- + Kỹ năng giao tiếp ứng xử.
- + Kỹ năng soạn thảo văn bản – Công tác quản lý, lưu trữ văn thư.
- + Nghiệp vụ nhà hàng, Bếp, buồng phòng.
- + Kỹ năng đào tạo và huấn luyện nhân viên.
- + Huấn luyện định kỳ công tác an toàn lao động, vệ sinh lao động.

Các chương trình đào tạo trên sẽ được tổ chức vào thời điểm phù hợp với tình hình kinh doanh của công ty (kinh doanh thấp điểm của Công viên Đầm Sen từ sau Lễ 2/9 đến 20/12 hàng năm).

3.2 Tuyển dụng:

Chi phí tuyển dụng năm 2025 dự kiến là: 50.000.000 đồng

* Kênh tuyển dụng:

- Website tuyển dụng Viectop
- Vieclam 24 giờ
- TopCV, Vietoi, Chotot,...
- Hợp tác tuyển dụng, thực tập với các trường

- Trang mạng Công ty, giới thiệu của CBNV, CTV.

**Chú trọng công tác tuyển dụng: tuyển dụng tốt sẽ mang đến cho doanh nghiệp nhân sự chất lượng, tiết kiệm được thời gian và chi phí, đồng thời cũng hạn chế tình trạng nhân viên mới “nhảy việc”.*

3.3 Giải pháp về nhân sự:

- Thực hiện Quy chế đánh giá mức độ Hoàn thành công việc trong công tác quản lý nhân sự (Trình HĐQT ngày 14/08/2024).
- Điều động, luân chuyển nhân sự nhằm tạo điều kiện đặc biệt cho nhân viên phát triển, tăng tính sáng tạo, chủ động trong công việc và tăng năng suất lao động.
- Thành lập các tổ sale, marketing, sự kiện, kế hoạch tổng hợp với lao động có chuyên môn, kinh nghiệm,... nhằm đẩy mạnh công tác bán hàng.
- Phòng Nhân sự trực tiếp quản lý, kiểm soát chi phí cộng tác viên (các bộ phận làm việc trực tiếp với phòng Nhân sự về số lượng, chi phí CTV theo tình hình thực tế kinh doanh, từng sự kiện, tour,...).
- Bổ sung nhân sự có năng lực cho Công ty: tuyển dụng lao động có tay nghề, chuyên môn cao (kỹ thuật bếp, quản lý cấp cao NH Thủy Tạ,...).
- Chú trọng vào việc bồi dưỡng nhân sự: phát hiện, đào tạo và sắp xếp nhân tài đúng vị trí là điểm mạnh của họ sẽ tạo kết quả cao về hiệu suất làm việc.
- Trẻ hóa lực lượng lao động để phát huy được năng suất lao động cao.
- Tạo điều kiện học tập, nâng cao kiến thức cho nhân viên, khuyến khích nhân viên nâng trình độ. Đặc biệt chú trọng đào tạo kỹ năng giao tiếp, nghiệp vụ nghề (bàn, bếp, hướng dẫn...), kỹ năng quản lý điều hành đội nhóm,...
- Đào tạo huấn luyện tại chỗ: tổ chức Câu lạc bộ (do CBQL hướng dẫn) để người lao động chia sẻ kinh nghiệm, học hỏi kiến thức mới lẫn nhau (Bộ giáo trình do Công ty Phú Thọ và Trường Trung cấp Du lịch và Khách sạn Saigontourist phối hợp soạn thảo: nghiệp vụ Bàn, Buồng, Bếp, công tác an toàn vận hành,...).

3.4 Khen thưởng, kỷ luật:

- Đánh giá mức độ hoàn thành việc của nhân viên theo KPI. Kết quả đánh giá sẽ giúp công ty xác định được năng suất làm việc của nhân viên. Từ đó, sẽ đưa ra chế độ khen thưởng hoặc kỷ luật phù hợp.
- Ban hành các qui định để xử lý vi phạm (áp dụng Quy chế Đánh giá Mức độ hoàn thành công việc: khi được HĐQT thông qua)

VIII. HOẠT ĐỘNG KHÁC

1. Công tác môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm:

- Tiếp tục triển khai các công tác về môi trường, thu gom và xử lý rác thải theo đúng qui trình và qui định.
- Tiếp tục triển khai chặt chẽ qui trình nhập hàng, qui trình cấp hàng và bảo quản thực phẩm.
- Đảm bảo nguồn hàng có giá cả và chất lượng tốt, thực phẩm được bảo quản đúng qui trình sẽ luôn tươi mới đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm cho người dùng.

2. Công tác PCCC

- Kết hợp với Công An PCCC triển khai huấn luyện cho cán bộ nhân viên về công tác PCCC.

- Thường xuyên kiểm tra bảo dưỡng các vật dụng PCCC nhằm đảm bảo an toàn khi có sự cố cháy xảy ra.
- 3. Công tác khác:**
 - Cùng các ban ngành để thực hiện hoàn tất công tác Cổ phần hóa của Công ty.
 - Hoàn tất các công tác liên quan Pháp lý, đất đai của Công ty.

IX. KẾT LUẬN – KIẾN NGHỊ

1. Kết luận:

Năm 2025 được dự báo là một năm có nhiều cơ hội và thách thức đối với ngành du lịch nói chung và công ty Phu Tho Tourist nói riêng. Công ty đã đạt được những kết quả đáng khích lệ trong năm 2024, tuy nhiên vẫn còn nhiều vấn đề cần được cải thiện. Kế hoạch kinh doanh năm 2025 đã đề ra các mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp cụ thể để công ty có thể tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức và đạt được sự phát triển bền vững.

2. Kiến nghị:

Để kế hoạch kinh doanh năm 2025 được thực hiện hiệu quả, công ty Phu Tho Tourist cần chú trọng các vấn đề sau:

- **Nâng cao năng lực cạnh tranh:**
 - Nghiên cứu thị trường, phân tích đối thủ cạnh tranh để đưa ra các sản phẩm, dịch vụ khác biệt, hấp dẫn.
 - Đầu tư vào công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm chi phí và tăng trải nghiệm khách hàng.
 - Xây dựng thương hiệu mạnh, tạo dựng uy tín trên thị trường.
- **Phát triển nguồn nhân lực:**
 - Tuyển dụng nhân sự chất lượng cao, có kinh nghiệm và tâm huyết với công việc.
 - Đào tạo, bồi dưỡng nhân viên để nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng.
 - Tạo môi trường làm việc tốt để thu hút và giữ chân nhân tài.
- **Tăng cường quản lý tài chính:**
 - Quản lý chặt chẽ chi phí, đảm bảo hiệu quả sử dụng vốn.
 - Tìm kiếm các nguồn vốn đầu tư để mở rộng hoạt động kinh doanh.
 - Xây dựng hệ thống báo cáo tài chính minh bạch, chính xác.
- **Đẩy mạnh hoạt động marketing:**
 - Xây dựng chiến lược marketing hiệu quả, phù hợp với từng đối tượng khách hàng.
 - Sử dụng đa dạng các kênh truyền thông để quảng bá sản phẩm, dịch vụ.
 - Tăng cường quan hệ với đối tác để mở rộng kênh phân phối.
- **Đảm bảo an toàn và vệ sinh:**
 - Tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về an toàn lao động, vệ sinh môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm.
 - Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng để đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.

3. Đề xuất Hội đồng quản trị:


Kính trình Hội đồng quản trị xem xét và phê duyệt các vấn đề sau:

- **Thông qua kế hoạch kinh doanh năm 2025:**

- Phê duyệt các mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp đã được đề ra trong kế hoạch.
- Duyệt ngân sách đầu tư cho các hoạt động.
- **Phê duyệt các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh:**
 - Cho phép công ty đầu tư vào công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động
 - Phê duyệt kế hoạch xây dựng thương hiệu mạnh.

TP. Hồ Chí Minh 4 tháng 4 năm 2025

TỔNG GIÁM ĐỐC



[Signature]

Hoàng Văn Bá

PHU THO TOURIST SERVICE JOINT STOCK COMPANY

**2024 BUSINESS PERFORMANCE REPORT
AND
2025 BUSINESS OPERATION PLAN**

TABLE OF CONTENTS

A. 2024 BUSINESS PERFORMANCE REPORT

I. GENERAL OVERVIEW

II. BUSINESS OPERATIONS RESULTS

1. Business performance details
2. Analysis of the factors leading to the Company's failure to meet the plan

III. EVENT ACTIVITIES – MARKETING & PROMOTION

1. Online promotional activities
2. Event activities at the park
3. Promotion programs
4. Diversification of products and services
5. Customer care
6. Cost control
7. Collaboration programs, partnerships, and Saigontourist system development

IV. STATUS OF CAPITAL INVESTMENTS AND EQUIPMENT PROCUREMENT:

V. HUMAN RESOURCES – SALARIES – TRAINING

VI. OTHER ACTIVITIES – OFFICE OPERATIONS

B. ORIENTATION – TASKS – SOLUTIONS FOR 2025

I. SITUATION ANALYSIS

1. General overview
2. Tourism overview
3. Others

II. 2025 BUSINESS PLAN TARGETS

III. REVENUE PLAN

1. Dam Sen Cultural Park
2. Phu Tho Hotel
3. Vam Sat Ecopark
4. Dam Sen Travel

IV. MARKETING & MEDIA STRATEGY

1. Objectives
2. Solutions
3. Implementation plan

V. FINANCIAL AND ACCOUNTING MANAGEMENT SOLUTIONS

VI. INVESTMENT IN CONSTRUCTION AND EQUIPMENT PROCUREMENT

VII. HUMAN RESOURCES – SALARIES – TRAINING

1. Salaries
2. Labour force
3. Training and recruitment

VIII. OTHER ACTIVITIES

1. Environmental protection and food safety
2. Fire prevention and control
3. Others

IX CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

1. Conclusion
2. Recommendations

A. 2024 BUSINESS PERFORMANCE REPORT

I. GENERAL OVERVIEW

The global and domestic economy in 2024 experienced numerous fluctuations, presenting both opportunities and challenges, though challenges were more prevalent. The slow recovery of the global economy, ongoing wars in some regions, and various economic pressures continued to impact Vietnam's economy.

As a result, the company's business operations faced many difficulties in 2024. It was necessary to constantly innovate and keep up with modern trends to ensure the highest satisfaction for visitors, providing them with exceptional experiences through our products and services.

The year 2024 was marked by economic instability, financial difficulties affecting people's livelihoods, and changes in consumer spending habits. People reduced discretionary spending on entertainment and leisure activities, focusing instead on essential needs. This directly impacted the entire entertainment and recreation sector in Vietnam. Additionally, extreme weather conditions, including heatwaves, storms and floods, coupled with temporary restrictions on entertainment activities imposed by local authorities, significantly affected the company's business performance. Not only Phu Tho Tourist Service Joint Stock Company, but also competitors and industry peers experienced a substantial decline in revenue.

Additionally, the unfinished state capital settlement process from the company's privatization, along with local land planning and recovery policies, further contributed to the company's challenges throughout the year.

II. BUSINESS OPERATIONS RESULTS

1. Business performance details:

INDICATORS	Actual 2023	Plan 2024	Actual 2024	Comparison Actual 24/ Actual 23	Comparison Actual 24/ Plan 24
NET REVENUE (including internal revenue)	223.065.585.282	274.578.481.104	205.422.756.201	92,09%	74,81%
NET REVENUE (excluding internal revenue)	212.215.149.864	259.278.481.104	194.075.452.331	91,45%	74,85%
COST OF GOODS SOLD	245.241.455.185	291.710.825.978	243.980.591.387	99,49%	83,64%
GROSS PROFIT FROM SALES AND SERVICE PROVISION	-22.175.869.903	-17.132.344.874	-38.557.835.186	57,51%	44,43%
SELLING EXPENSES	7.139.776.298	7.328.932.281	5.310.979.013	74,39%	72,47%
ADMINISTRATIVE EXPENSES	31.955.834.928	20.443.429.227	23.697.161.479	74,16%	115,92%
BUSINESS OPERATING PROFIT	-61.271.481.129	-44.904.706.382	-67.565.975.948	90,68%	66,46%
FINANCIAL PROFIT	62.855.272.789	47.946.619.873	46.310.902.521	73,68%	96,56%
FINANCIAL REVENUE	64.108.564.599	48.146.619.873	47.196.827.704	73,62%	98,03%
FINANCIAL EXPENSES	1.253.291.810	200.000.000	885.925.183	70,69%	442,96%
OTHER PROFIT	748.569.189	45.490.608	502.108.742	67,09%	1103,92%
TOTAL PROFIT BEFORE TAX	2.332.360.849	3.087.404.099	-20.752.892.685		

1.1. Company's total revenue:

	UNIT	INDICATORS	ACTUAL 2023	PLAN 2024	ACTUAL 2024	COMPARISON % ACTUAL/ PLAN	COMPARISON % ACTUAL/ YOY
			AMOUNT	AMOUNT	AMOUNT		
I		DAM SEN CULTURAL PARK	172.814.571.045	219.778.481.104	161.115.183.945	73.31%	93,23%
	1	Ticket Sales	103.567.827.962	126.800.000.000	85.986.820.814	67,81%	83,02%
	2	Souvenir Sales	464.243.018				
	3	Vuon Da Café F&B Revenue	13.933.195.637	14.112.000.000	13.164.497.020	93,29%	94,48%
	4	Park F&B Revenue	21.760.106.211	30.988.000.000	23.121.660.775	74,61%	106,26%
	5	Thuy Ta Restaurant F&B Revenue	23.292.627.418	35.000.000.000	22.024.265.005	62,93%	94,55%
	6	Rental & Business Cooperation Revenue	9.796.570.799	12.878.481.104	16.817.940.331	130,59%	171,67%
II		PHU THO HOTEL	7.585.443.962	9.600.000.000	5.951.980.315	62.00%	78,47%
	1	Food & Beverage	1.025.885.009	1.376.000.000	879.812.583	63,94%	85,76%
	2	Hotel Services	3.451.794.709	3.650.000.000	2.751.039.338	75,37%	79,70%
	3	Massage Services	3.107.764.244	4.574.000.000	2.321.128.394	50,75%	74,69%
III		VAM SAT ECOPARK	8.343.653.623	9.200.000.000	8.132.519.682	88.40%	97,47%
	1	Forest Conservation Revenue	1.490.893.540	1.490.893.540	1.490.893.542	100,00%	100,00%
	2	Sightseeing & Entertainment	4.404.829.882	4.849.106.460	4.241.049.525	87,46%	96,28%
	3	Accommodation &	1.558.440	100.000.000	3.835.979	3,84%	246,16%

	UNIT	INDICATORS	ACTUAL 2023	PLAN 2024	ACTUAL 2024	COMPARISON % ACTUAL/ PLAN	COMPARISON % ACTUAL/ YOY
			AMOUNT	AMOUNT	AMOUNT		
		Camping					
	4	Food & Beverage	2.446.371.761	2.760.000.000	2.396.740.636	86,84%	97,97%
IV		DAM SEN TRAVEL	34.321.916.652	36.000.000.000	30.223.072.259	83,95%	88,06%
	1	Domestic Tours	8.740.556.709	7.310.000.000	5.858.600.830	80,15%	67,03%
	2	International Tours	1.527.034.318	1.830.000.000	2.120.292.705	115,86%	138,85%
	3	Dam Sen Tours	12.435.263.745	17.000.000.000	12.651.038.309	74,42%	101,74%
	4	Vam Sat Tours	459.271.807	1.000.000.000	517.454.075	51,75%	112,67%
	5	Airline Ticket Revenue	11.145.447.274	8.842.000.000	9.075.686.340	102,64%	81,43%
	6	Train & Bus Ticket Revenue	14.342.799	18.000.000	0	0,00%	0,00%
		TOTAL REVENUE 2024 (I+II+III+IV)	223.065.585.282	274.578.481.104	205.422.756.201	74,81%	92,09%

1.2. Business Performance by Units

In 2024, the Company recorded total revenue of VND 205.422.756.201 including:

- ❖ Dam Sen Cultural Park: VND 161,115 billion, achieving 73,31% of the 2024 target of VND 219,778 billion. Total visitors: 531.130.
- Thuy Ta Restaurant: Revenue of VND 22,024 billion, reaching 62,93% of the 2024 target.
 - + Banquet tables served: 3.566 tables
 - + Garden banquet tables served: 150 tables
- Vuon Da Café: VND 13,164 billion, served nearly 150.000 guests.
- ❖ Phu Tho Hotel: VND 5,952 billion, achieving 62% of the 2024 target of VND 9,6 billion.
 - + Rooms sold: 3.851; Occupancy rate: 30,14%; Average room rate: VND 714.370/room.
 - + Massage services: 9.656 customers, including 9.052 regular and 604 VIP sessions.
- ❖ Vam Sat Ecopark: VND 8,133 billion, reaching 88,4% of the 2024 target of VND 9,2 billion.
 - + Gate tickets sold: 15.350; including 4.507 international visitors and 10.843 Vietnam visitors.
 - + Visitors using F&B services: 11.159 guests, generating revenue of VND 2,396 billion.
- ❖ Dam Sen Travel: VND 30,233 billion, achieving 83,95% of the 2024 target of VND 36 billion.
 - + Visitors via Dam Sen tours: 141.215 visitors.
 - + Domestic tours: 1.823 guests; International tours: 129 guests
 - + Air and ground transportation tickets: 2.622 tickets.

Despite the Company's significant efforts in business operations, the declining number of customers resulted in unmet targets. In 2024, the Company faced challenges due to tax enforcement and declining bank interest rates, which affected financial income.

➤ About Dam Sen Cultural Park:

The general economic downturn has led to a decline in consumer spending, shopping, and entertainment demand. People's entertainment habits have shifted toward shopping malls and commercial

centers that offer more free activities and air-conditioned spaces, especially as Saigon's weather becomes increasingly hot.

The year 2024 marked a shift in youth trends, with a stronger focus on aesthetically pleasing and unique spaces for check-ins and TikTok videos, rather than traditional group excursions to amusement parks. As a result, Dam Sen's daily visitor numbers dropped.

Although the park invested in refurbishing a number of attractions in 2024, the scale of these upgrades was still limited and did not meet the desired results.

Public cultural and artistic activities organized by Ho Chi Minh City at pedestrian streets, riverside parks, and areas like Ben Thanh Market square were held frequently in 2024 and attracted large crowds due to being free of charge.

- **Competitors in the same industry:**

- **VinWonders Grand Park:** VinWonders Grand Park stands out with its high-tech attractions and grand scale. Backed by the VinGroup ecosystem, the park has a strong brand positioning strategy and a large marketing budget, attracting both domestic and international tourists.
- **Suoi Tien:** Covering 105 hectares, Suoi Tien is a cultural, spiritual amusement park which draws a large number of local visitors. Its competitive edge lies in its well-defined branding and the completion of the Ben Thanh – Suoi Tien Metro line, which greatly improves accessibility and customer growth.
- **Son Tien Amazing Bay:** Located in Dong Nai, this 380-hectare amusement park features the largest waterpark in Southeast Asia. With modern facilities and a focus on high-end customers, Son Tien stands out with flexible ticket pricing and various group discounts, appealing to visitors from Ho Chi Minh City.

- **Events impacting business performance in 2024:**

- **Major cultural and tourism events:**

- Nguyen Hue Flower Street Festival (held during Lunar New Year 2024)
- Ho Chi Minh City International Travel Expo (ITE HCMC) from 5-7/9/2024, at SECC
- Ho Chi Minh City Tourism Week (held from 1-8/12/2024)

- **About Phu Tho Hotel**

In 2024, the hotel had nearly six months for renovations, which significantly impacted its lodging business.

Massage service revenue also declined due to several objective factors: lack of parking space and frequent sobriety checkpoints set up by the traffic police right near the hotel, which discouraged customer visits.

- **About Vam Sat Ecopark:**

Due to changes in weather and climate conditions, Vam Sat's nature-based tourism products were negatively affected. The bird nesting and bat seasons were impacted by the weather, resulting in a significantly lower number of birds and bats returning, which in turn reduced tourist interest. Consequently, revenue from food and beverage services also declined.

In addition, the continuous operation of the Can Gio – Vung Tau ferry route has led tourists to prefer traveling directly to Vung Tau rather than stopping at Can Gio.

➤ **About Dam Sen Travel:**

In 2024, the trend of self-guided travel led to a decline in the number of tourists joining packaged tours or group tours.

Revenue from Dam Sen tours and educational activities from travel agencies and schools remained similar to the same period last year but failed to meet targets. This was due to the opening of many new amusement destinations in provinces and areas near Ho Chi Minh City, providing more options for schools and travel agencies.

Airfare prices in 2024 were relatively high, resulting in intense price competition among ticket agents.

III. EVENTS AND MARKETING ACTIVITIES

1. Online marketing activities:

In 2024, the company implemented a wide range of diverse and effective digital marketing activities, including:

- **Promotion on digital platforms:**
 - **Social media:**
 - Developed and managed content across popular platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, and Zalo, ensuring it was engaging, diverse, and tailored to each platform's target audience.
 - Boosted customer interaction through minigames, contests, livestreams, etc.
 - Used paid advertising to effectively reach the right target customer segments.
- **Website and SEO:**
 - Optimized the websites of affiliated brands in terms of interface design, page load speed, and content to improve user experience and search engine ranking.
 - Created quality, diversified content (articles, images, videos,..) to attract customers and increase traffic.
 - Implemented SEO (Search Engine Optimization) campaigns to ensure the park's website ranked high on Google and other search engines.
- **Influencer marketing:**
 - Collaborated with influencers on social media to promote the park and its products/services.
 - Carefully selected influencers whose image and audience matched the park's branding to maximize effectiveness.
- **Online advertising:**
 - Utilized display ads, search ads, and video ads across platforms such as Google Ads, Facebook Ads, and Zalo Ads,... to reach potential customers.
 - Measured and analyzed campaign performance to optimize budget use and improve results.
- **Partnerships with online platforms:**
- **Travel website, OTA (Online Travel Agency):**
 - Collaborated with well-known online travel agencies (OTAs) such as Booking.com, Agoda, Traveloka, Hotdeal, and Funny Life to promote and sell tickets online.

- Regularly updated partner websites with information about the park, promotional programs, and events to attract more customers.

2. Event Activities at the Park:

Dam Sen Cultural Park organized a variety of events, including: Lunar New Year (Tết) 2024, Hung Kings' Commemoration Day, a fireworks display celebrating the Reunification Day and Labor Day (30/4 & 1/5), the Summer Opening Program on 1/6, the grand opening of a new water play area, and the “Southern Flavors” Culinary Festival. A fireworks show was also held in celebration of National Day on 2/9. Additionally, the park launched two new shows during the 30/4 holiday: the “Colors of the Continents Parade” and the “Legend of the Dragon and Fairy” circus performance, both of which attracted significant customer interest and generated excitement among park visitors.

Other programs were organized in coordination with various local departments and organizations, including: the City Labor Federation, Department of Health, the Trade Union of the Department of Education, Department of Agriculture, Farmers’ Association, ...

3. Promotion Programs

Promotional programs were implemented throughout the months, flexibly adjusted to suit various customer segments and to attract significant attention from visitors. Notable programs included: the “Merit Certificate for Instant Rewards” and “Notebook Exchange for Discounts” campaigns, offering a 50% discount on entrance tickets or full-package tickets. These campaigns ran continuously from June to the end of August 2024 and successfully attracted a large number of students. The results were impressive, with over 7.000 blank notebooks brought to Dam Sen Cultural Park and more than 10.000 students participating during the promotion period.

Other promotional programs were also implemented, including regular 50% discounts on entrance or full-package tickets, with updates at the beginning of each month.

Incentive programs were also run for party bookings at the Thuy Ta Restaurant, massage service vouchers at Phu Tho Hotel.

Promotional tour packages and services for Vam Sat Ecopark aligned with campaigns by the City Department of Tourism

Lucky draw programs offering international and domestic tour packages, as well as tourism products of the Company, for visitors to Dam Sen Park during the Lunar New Year holiday.

4. Diversification of Products and Services:

4.1. Dam Sen Cultural Park:

Despite many challenges in 2024, the company actively worked to diversify and expand its offerings to better meet customer needs.

- Refreshed the food and beverage kiosks within the park and introduced new café spots with trendy designs targeting younger audiences. Café Windy by the lake and Pink Café became customer favorites.
- Renovated Thuy Ta Garden, including the construction of wooden huts for a cozy and elegant dining atmosphere. Thanh Sen Hall was upgraded to accommodate weddings and special events.

- Refurbished several amusement rides and automated systems for attractions such as the rapid river ride, carp game, and flying carpet ride.
- Invested in an adventure activity cluster at Lake Zone B, featuring zipline, high ropes, aerial biking, and a giant swing which aimed at teens and team-building groups to maximize the utilization of Zone B.
- Developed a new water play area and vegetable garden to support school tours and experiential education programs.
- Launched new shows during 30/04, including “Colors of the Five Continents” parade and “Legend of the Dragon and Fairy” circus, as well as shows like “Au O Show” and “Bat Gioi teasing Hang,” which captivated audiences and enhanced the performance experience at the park.
- The park's circus added more performances to cater especially to children, such as mascot shows and bird performances.
- Upgraded park infrastructure and renovated flower gardens.

4.2. Phu Tho Hotel:

- Renovated the hotel's entire water supply and drainage system to resolve leakage issues.
- Repaired and refurbished hotel rooms and massage areas; installed gym equipment,..
- Introduced new service offerings including massage packages and breakfast options for guests.

4.3. Vam Sat Ecopark

- Renovated the restaurant, reception area, and Tang Bong Tower.
- Invested in a new 24-seat canoe to replace wooden boats that had exceeded their service life.
- Replaced wooden tables and chairs in the restaurant to better suit the ecotourism theme, giving the restaurant a refreshed appearance.
- Developed catering food service products for companies and local government departments.

4.4. Dam Sen Travel

- Expanded outbound tour offerings and partnered with travel agencies and tour operators.
- Developed and organized event and conference services.
- Strengthened partnerships with universities to organize heritage tours for tourism students.
- Coordinated with the park's experiential education department to design study tours and teambuilding programs for students.

5. Customer Care:

In 2024, the Company organized "Communication and Customer Service" training courses for all staff to improve service awareness. Business units implemented hotline systems to receive customer feedback on service attitude, while the management team consistently reminded employees to be welcoming and attentive in serving guests.

6. Cost Control:

Facing an unfavorable business climate in 2024, Board of Management of Phu Tho Tourist Services Joint Stock Company implemented cost control and reduction measures:

Overall business results in 2024 fell short of both revenue and profit targets:

- Actual revenue in 2024 was VND 205,4 billion, a decrease of VND 69,1 billion compared to the target which equivalent to 74,8% of the target and a decrease of VND 17,6 billion which 92,1% compared to the previous year
- Profit before tax reached negative VND 20,75 billion, a shortfall of VND 23,8 billion compared to the 2024 plan which was VND 3,087 billion and a decrease of VND 23 billion compared to the previous year.
- ❖ The decline in profit before tax was due to a decrease in revenue from core business activities and financial income compared to both the planned target and the same period last year:
 - Compared to the same period, revenue from core business activities fell short of the plan by VND 69,1 billion and declined by VND 17,6 billion year-over-year, which negatively impacted profit performance.
 - Financial income decreased by VND 16,7 billion, primarily due to: the average bank deposit interest rate falling from 9,2% in 2023 to 6,2% in 2024; additionally, the Company liquidated deposit accounts to pay a land rent arrears of VND 55,5 billion prior to the equitization process, in order to lift Decision No. 1320/QĐ-CT-CC issued by the Ho Chi Minh City Tax Department regarding enforcement measures for tax administration through suspension of invoice usage.
 - Major and minor repair expenses increased compared to both the plan and the same period last year. In 2024, both types of expenses rose due to the Company undertaking renovations and upgrades to various infrastructure and amusement facilities for peak business seasons (upgrading retail stalls in the park, relocating the wooden house of Vuon Da Cafe, renovating entrance gates such as Hoa Binh Gate, Thuy Ta Restaurant, and amusement rides such as the Flying Carpet, Ferris Wheel, Log Flume,... to revamp the appearance of Dam Sen Park for the Lunar New Year peak season.
- ❖ Despite the rise in certain expenses, the Company implemented several cost-saving strategies:
 - Festival expenses reduced to 78% of the planned budget in 2024 and equivalent to the previous year. The Company organized and executed events internally, optimized event activities, and increased performances by the Dam Sen Park circus team. This allowed for better control over scheduling, visitor volume,...
 - Sound and Lighting expenses reduced compared to both the plan and the previous year. The Company invested in its own audio equipment for event areas to gain autonomy in operations, thereby cutting down on outsourcing costs.
 - Venue and asset rental costs significantly decreased from both the plan and the previous year. The Company ceased renting previously leased Wi-Fi systems, opting instead to only lease internet transmission lines while investing in a new internal Wi-Fi infrastructure, which was put into operation during the Lunar New Year holiday.
 - The cost of security and environmental services reduced to 86% of the plan and 86,4% of the previous year. The Company minimized outsourced security services, assigning internal security staff to cover high-demand periods, such as holidays.

7. Collaboration programs, partnerships, and Saigontourist system development:

a) Collaboration with other units within the group:

The Company co-organized and participated in the following programs:

- “Saigontourist Group’s Culinary Delights Festival 2024”
- “Southern Flavors Festival 2024”
- Tourism Day 2024
- Saigon Street Food Festival 2024

b) Partnerships outside the group:

- Signed a strategic cooperation agreement with Vissan Joint Stock to enhance the quality of food products and improve communication effectiveness in serving tourists.

IV. STATUS OF CAPITAL INVESTMENTS AND EQUIPMENT PROCUREMENT:

In 2024, the total investment and procurement by the Company amounted to VND 44.636.269.953, including:

A- Investment and Procurement Activities: VND 5.076.727.122

B- Capital for Construction and Maintenance: VND 39.559.542.831

These capital for construction and maintenance activities in 2024 focused primarily on repairs and upgrades to physical facilities for business operations. Specifically:

1- Dam Sen Park: VND 29.599.140.880

2- Vam Sat Ecopark: VND 836.432.019

3- Company Headquarters: VND 8.865.167.932 — mainly for the construction of a new office building.

C- Summary Table of Investments and Procurement in 2024:

The total investment and procurement items implemented in 2024 and completed by year-end are as follows:

Unit: VND

NO.	ORGANIZATION NAME	PLAN 2024	ACTUAL 2024
A	PROCUREMENT OF TOOLS AND EQUIPMENT	8.264.810.000	3.430.558.822
01	COMPANY OFFICE	320.000.000	150.473.001
02	DAM SEN CULTURAL PARK	6.917.900.000	2.994.816.420
03	NGOC LAN – PHU THO HOTEL	599.910.000	197.823.400
04	VAM SAT ECOPARK	227.000.000	87.446.001
05	DAM SEN TRAVEL	200.000.000	
B	PROCUREMENT OF FIXED ASSETS	13.615.900.000	1.646.168.300
01	COMPANY OFFICE	30.900.000	39.500.000
02	DAM SEN CULTURAL PARK	11.225.000.000	587.668.300
03	NGOC LAN – PHU THO HOTEL		
04	VAM SAT ECOPARK	2.360.000.000	1.019.000.000
05	DAM SEN TRAVEL		

NO.	ORGANIZATION NAME	PLAN 2024	ACTUAL 2024
C	FIXED ASSETS FORMED FROM CAPITAL CONSTRUCTION INVESTMENT	21.777.963.116	16.806.677.208
01	COMPANY OFFICE	9.471.407.330	8.531.429.467
02	DAM SEN CULTURAL PARK	12.306.555.786	8.275.247.741
03	NGOC LAN – PHU THO HOTEL		
04	VAM SAT ECOPARK		
05	DAM SEN TRAVEL		
D	REGULAR MAINTENANCE AND REPAIRS	54.858.765.333	22.752.865.623
01	COMPANY OFFICE		333.738.465
02	DAM SEN CULTURAL PARK	47.333.765.333	21.323.893.139
03	NGOC LAN – PHU THO HOTEL	5.000.000.000	258.802.000
04	VAM SAT ECOPARK	2.525.000.000	836.432.019
05	DAM SEN TRAVEL		
E	OTHERS	5.000.000.000	0
TOTAL: (A + B + C + D + E)		103.517.438.449	44.636.269.953

The Company's construction and renovation efforts in 2024 focused primarily on refurbishing and upgrading facilities at Dam Sen Cultural Park, Phu Tho Hotel, and Vam Sat Ecopark. New investments included smaller-scale attractions at Dam Sen such as zipline, highrope, aerial bicycle rides, and water play zones. Additionally, some renovation works were carried out due to road construction projects which was ring road in District 11. During the year, the Company successfully relocated its head office and the Travel center to Dam Sen Cultural Park, in line with the resolutions of the Board of Directors and the General Meeting of Shareholders.

However, the Company did not fully implement the approved investment and procurement plan:

- Due to economic challenges requiring cost reduction, the following items were either postponed or not yet executed:
 - + Renovation of Thanh Truc Island embankment (estimated budget: VND 2 billion) – an ongoing project since 2018, currently suspended.
 - + Renovation of the Star island stage (estimated budget: VND 3,7 billion).
- Projects pending approval from the Board of Directors, including:
 - + Renovation of the Haunted Castle (estimated budget: VND 2,2 billion).
 - + Playground renovation (estimated budget: VND 3,7 billion).
 - + Construction of 5 VIP rooms at Thuy Ta Restaurant (estimated budget: VND 1,8 billion).
 - + Investment in a new integrated play area (estimated budget: VND 800 million).
- Some planned procurements at business units such as Thuy Ta Restaurant, Vuon Da Café, and Dam Sen Park were not carried out due to ongoing financial difficulties, requiring continued cost-cutting.

V. HUMAN RESOURCES – SALARIES – TRAINING

1. Salaries

INDICATORS	ACTUAL 2023		ACTUAL 2024		DIFFERENCE 2024 - 2023		
	Average Number of employees	Salary	Number of employees	Salary	Number of employees	Salary	Salary %
Dam Sen Park	389	35.104.217.678	373	36.374.458.512	-16	1.270.240.834	103,62
Phu Tho Hotel	39	2.218.718.000	36	2.476.919.000	-3	258.201.000	111,64
Vam Sat Ecopark	35	3.238.657.000	35	3.549.199.000		310.542.000	109,59
Dam Sen Travel	12	1.542.708.000	12	1.629.541.000		86.833.000	105,63
Company Office	44	8.454.971.000	46	9.224.349.000	2	769.378.000	109,10
Total	519	50.559.271.678	502	53.254.466.512	-17	2.695.194.834	105,33

In August 2024, the Company implemented a salary grade increase for all employees in accordance with the internal Salary–Bonus Regulation.

Average monthly income per employee: VND 9.594.403 (increase of 5,07% compared to 2023).

1. Labour force:

(Number of employees and average income in 2024)

NO.	CONTENTS	DAM SEN PARK	PHU THO HOTEL	VAM SAT ECOPARK	DAM SEN TRAVEL	COMPANY OFFICE	TOTAL
1	Total employees	373	36	35	12	46	502
	<i>Employee with labour contract</i>	280	20	33	12	44	389
	- Therapist		14				14
	- Collaborators	93	2	2		2	99
2	Average monthly income/ Employee	8.427.723	9.362.000	8.298.467	11.395.392	17.457.990	9.594.403
3	Labor productivity	25.948.316	17.103.392	19.045.714	211.350.156		34.560.552

2. Total training expenses in 2024 amounted to VND 162.296.000 for 482 participants across 10 training programs, including:

- Training on Circular 06/2024 on the provision and publication of information related to contractor selection and bidding documents under Bidding Law No. 22/2023.
- Customer service and communication skills training.
- Lifeguard and pool supervision training.
- Housekeeping and front office service training.
- Pool Attendant, Lifeguard (retrained)
- Training on the 2024 Social Insurance Law No. 41/2024/QH15 issued on 29/6/2024 (covering labor contracts, labor discipline, and dispute resolution).
- Circular 06/2024/TT-BKHĐT – Practical guidance on publishing bidding information on the national bidding network system.

- Technical training on wastewater treatment operations for both domestic and medical systems.
 - Short-term Business Law course for corporate managers.
 - Periodic occupational safety training for Groups 1, 3, 4, and 5 in accordance with legal regulations.
3. Recruitment in 2024 costs total VND 14.580.000.

VI. OTHER ACTIVITIES – OFFICE OPERATIONS

Environmental protection, food safety and hygiene, and fire prevention were implemented in strict compliance with regulations and achieved good results.

- The Company and its subsidiaries received certificates of merit from the District People's Committee for active participation in local movements and contributions to maintaining national defense and security in District 11.
- The Company has continuously been recognized with the title "Culturally Standardized Enterprise" by the District 11 authorities.

Updated the business registration certificate to reflect the new head office address and added new business lines, including the international travel business license.

In 2024, Dam Sen Park and Vam Sat Ecotourism Site were honored to be recognized as attractive tourist destinations of Ho Chi Minh City and the 13 provinces and cities in the Mekong Delta. This recognition was awarded by the Ho Chi Minh City Department of Tourism in coordination with the Departments of Tourism and Culture of the 13 provinces and cities.

Dam Sen Cultural Park and Vam Sat Ecopark were also recognized in the list of 100 Outstanding and Interesting Tourist Destinations in Ho Chi Minh City.

B. ORIENTATIONS – TASKS – SOLUTIONS FOR 2025

I. SITUATION ANALYSIS

1. General overview

The global tourism market in 2025 is projected to grow steadily. According to reports, the market size is expected to reach USD 11,94 trillion by 2025, up from USD 11,45 trillion in 2024, with a compound annual growth rate of 5,4% during the 2025–2037 period. Key drivers include rising disposable incomes, technological advancements, and the increasing trend toward sustainable travel on global.

/ In Vietnam, the completion of infrastructure projects such as Ben Thanh – Suoi Tien Metro, ring roads 3 and 4, and Long Thanh Airport Phase 1 will improve accessibility for tourists traveling from suburban areas or neighboring provinces to Ho Chi Minh City. However, the Ben Thanh – Suoi Tien Metro Line also poses a challenge, as it provides direct access to Suoi Tien Cultural Theme Park - a major competitor of Dam Sen Park (the core product of Phu Tho Tourist).

Additionally, the launch of VinWonders at Grand Park in Thu Duc City has introduced a strong new competitor, focusing on modern entertainment that aligns well with current market trends.

2. Tourism Overview:

2024 Review:

Since the COVID-19 pandemic, tourism has seen a strong rebound, with significant growth in 2023 and continued momentum into Q2 of 2024. However, full recovery to pre-pandemic levels has yet to be achieved. Inflation and the economic landscape in 2024 have impacted travel demand, affecting tourists' finances and spending behavior.

Vietnam welcomed 14,1 million international visitors in the first 10 months of 2024, an increase of over 41% compared to the same period in 2023. Key markets included China, South Korea, the US, and Japan. Domestic tourism reached 70 million visits, with the majority involving overnight stays. International arrivals came by air (over 80%) with most traveling for leisure or visiting relatives. Ho Chi Minh City remained the most visited destination, attracting over 40% of all international arrivals.

2025 Prediction:

With continued economic recovery efforts, the tourism market in Vietnam is expected to rebound and grow in the coming years. However, it will remain vulnerable to external factors such as wars, weather, climate change,..

Sustainable tourism will continue to be a dominant global trend, including in the Vietnamese market. Among the key segments, ecotourism and cultural tourism are expected to experience the most significant growth.

3. Others:

Key events impacting business operations in 2024 included:

Nguyen Hue Flower Street Festival (held during Lunar New Year 2024);

Ho Chi Minh City International Travel Expo (ITE HCMC), held from 5-7/9/2024 at SECC (Saigon Exhibition and Convention Center);

Ho Chi Minh City Tourism Week: held from 1-8/12/2024.

These events had a positive impact on the Company's business operations by attracting a large number of domestic and international visitors, thereby increasing tourist traffic to Ho Chi Minh City.

Tourism and Entertainment Trends:

Modern amusement parks with advanced technology: Tourists, especially Gen Z, favor destinations with integrated technology, virtual reality (VR) experiences, and a wide range of entertainment activities. Parks such as VinWonders, which focus heavily on these elements, pose increasing pressure on more traditional models like Dam Sen Park.

Green tourism and ecotourism will significantly contribute to the global tourism revenue in 2025, with a projected growth rate of up to 16,8%. These forms of travel are gaining strong interest from young travelers and group tours.

II. 2025 BUSINESS PLAN TARGETS

Based on the current economic and social context, as well as the assessment of favorable and challenging factors, the company has set forth the following overall business targets for 2025:

INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	COMPARISON PLAN 2025/ PLAN 2024/
------------	-------------	-----------	--

			ACTUAL 2024
NET REVENUE (including internal revenue)	205.422.756.201	242.520.000.000	118,06%
NET REVENUE (excluding internal revenue)	194.075.452.331	227.220.000.000	117,08%
COST OF GOODS SOLD	243.980591.387	255.631.275.311	104,78%
GROSS PROFIT FROM SALES AND SERVICE PROVISION	-38.557.835.186	-13.111.275.311	294,08%
SELLING EXPENSES	5.310.979.013	5.784.083.180	108,91%
ADMINISTRATIVE EXPENSES	23.697.161.749	16.310.723.00.	68,83%
BUSINESS OPERATING PROFIT	-67.565.975.948	-35.206.081.491	191,92%
FINANCIAL PROFIT	46.310.902.521	37.781.254.962	81,58%
FINANCIAL REVENUE	47.196.827.704	32.781.254.962	81,11%
FINANCIAL EXPENSES	885.925.183	500.000.000	56,44%
OTHER PROFIT	502.180.742	36.000.000	7,17%
TOTAL PROFIT BEFORE TAX	-20.752.892.685	2.611.173.471	

III. REVENUE PLAN

Total company revenue in 2025: VND 242.520.000.000, representing an expected increase of 18% compared to 2024.

	UNIT	INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	COMPARISON % ACTUAL/
			AMOUNT	AMOUNT	YOY
I		DAM SEN CULTURAL PARK	161.115.1183.945	191.020.000.000	118,56%
	1	TICKET SALES	85.989.820.814	105.900.000.000	123,16%
	-	GATE TICKETS	77.475.233.582	96.025.000.000	123,94%
	-	ATTRACTION TICKETS	8.511.587.232	9.875.000.000	116,02%
	2	VUON DA CAFÉ F&B REVENUE	13.614.497.020	13.750.000.000	104,45%
	3	PARK F&B REVENUE	23.121.660.775	25.470.000.000	110,16%
	4	THUY TA RESTAURANT F&B REVENUE	22.024.265.005	30.900.000.000	140,30%
	5	RENTAL & BUSINESS COOPERATION REVENUE	16.817.940.331	15.000.000.000	89,19%
II		PHU THO HOTEL	5.951.980.315	8.000.000.000	134,41%
	1	FOOD & BEVERAGE	879.812.583	1.011.500.000	114,97%
	2	HOTEL SERVICES	2.751.039.338	3.958.500.000	143,89%
	3	MASSAGE SERVICES	2.321.128.394	3.030.000.000	130,54%
III		VAM SAT ECOPARK	8.132.519.682	9.000.000.000	110,67%
	1	FOREST CONSERVATION REVENUE	1.490.893.542	1.490.893.537	100,00%
	2	SIGHTSEEING & ENTERTAINMENT	4.241.049.525	4.739.106.463	111,74%
	3	ACCOMMODATION & CAMPING	3.835.979	100.000.000	2606,90%
	4	FOOD & BEVERAGE	2.396.740.636	2.670.000.000	111,40%

	UNIT	INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	COMPARISON % ACTUAL/
			AMOUNT	AMOUNT	YOY
IV		DAM SEN TRAVEL	30.233,072.259	34.500.000.000	114,51%
	1	DOMESTIC TOURS	5.858.600.830	6.720.000.000	114,70%
	2	INTERNATIONAL TOURS	2.120.292.705	2.120.000.000	99,99%
	3	DAM SEN TOURS	12.651.038.309	16.000.000.000	126,74%
	4	VAM SAT TOURS	517.454.075	800.000.000	154,60%
	5	AIRFARE AND TRAIN TICKET REVENUE	9,075,686,340	8.860.000.000	97,62%
		TOTAL REVENUE 2024 (I+II+III+IV)	205.422.756.201	242.520.000.000	118,06%

1. DAM SEN CULTURAL PARK

INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	PLAN 2025/ ACTUAL 2024
NET REVENUE	161.115.183.945	191.020.000.000	118,56%
COST OF GOODS SOLD	195.569.467.944	202.689.890.460	106,64%
GROSS PROFIT	-34.454.292.999	-11.669.890.460	295,24%
SELLING EXPENSES	3.174.321.173	3.027.400.000	95,37%
ADMINISTRATIVE EXPENSES			
BUSINESS OPERATING PROFIT	-37.628.614.172	-14.697.290.460	256,02%

Revenue from Dam Sen Cultural Park: VND 191.020.000.000, accounting for 78,76% of the Company's total revenue, with details as follows:

❖ **Ticketing and Attractions Revenue: VND 105.900.000.000** accounting 55,44% of Dam Sen Park's revenue

Solution: Invest in the development and renovation of products and services

- Study converting the Kids Playground into a High-Tech Science Zone for children.
- Overhaul and major maintenance of existing rides to ensure guest safety and service continuity.
- Continue expanding the water adventure zone on Lake B to develop distinctive attractions that cater to thrill-seeking visitors who enjoy high-adrenaline water activities.
- Develop and expand the event business within the park. Strengthen partnerships with local government organizations and long-standing partners to co-host annual events and establish new collaborations, thereby increasing revenue from rental, ticketing, and F&B.
- Invest in upgrading the e-ticketing system and implement new, convenient payment solutions, including online ticket sales.
- Renovate infrastructure and refresh the park's landscaping.

❖ **Vuon Da Cafe Revenue: VND 13.750.000.000** accounting 7,20% of Dam Sen Park's revenue.

Solution:

- Invest in landscaping and seasonal decor to create a distinctive competitive edge in District 11 and surrounding areas.
- Improve product quality and introduce new drinks and food items.

- Explore additional services: hosting parties and weddings, renting space, and other services to maximize revenue.
 - Strengthen staff training and regularly monitor service quality to ensure excellent customer experiences.
 - Renew music performance formats to attract customers.
 - Create a children's play area to enhance family-friendly appeal.
- ❖ **Park F&B Revenue: VND 24.470.000.000** accounting 13,33% of Dam Sen Park's revenue
- Solution:
- Focus on expanding the F&B segment by utilizing existing spaces for parties, conferences, and events.
 - In 2025, renovate Thanh Truc Island into a grand banquet venue with a capacity of 500–1.000 guests to cater to tour groups and large events, weddings
 - Intensify quality control to ensure food freshness and consistency. Develop unique menu offerings tailored to each restaurant within the park.
 - Introduce trendy new food offerings to appeal to younger visitors and families with children.
 - Participate in food festivals to promote culinary products and strengthen brand awareness.
 - Organize signature events such as the Southern Flavors Food Festival and Saigon Street Food Festival to promote the park's culinary brand.
- ❖ **Thuy Ta Restaurant Revenue: VND 30.900.000.000** accounting 16,18% of Dam Sen Park's revenue
- Solution:
- *Facility Upgrades:*
 - Continue upgrading banquet halls with modern themed decorations; refurbish two luxury dragon boats and VIP dining rooms.
 - Rebrand the restaurant and banquet halls for a refreshed, modern look.
 - *Services and Banquet Menus:*
 - Modernize wedding programs with contemporary ceremonial elements appealing to younger customers.
 - Expand the banquet menu with Vietnamese and European cuisine.
 - Increase banquet hall usage for product launches, events, and conferences,...
 - Build a professional service team and assign dedicated online sales consultants.
 - Explore outdoor banquet offerings within Dam Sen Park: European Square, Thanh Truc Island, and catering services.
 - Actively participate in major events and promotional programs organized by the City, the parent corporation and the company.
 - *A La Carte and Banquet Menus:*
 - Introduce premium, high-value dishes to boost profitability.
 - Establish dedicated kitchens for à la carte, garden dining, and VIP services.
 - *Employee Service Quality Enhancement:*
 - Ensure sufficient staffing for table service and provide continuous training for collaborators to maintain professional service standards.
 - Refresh the kitchen and restaurant management team.

➤ *Sales & Customer Engagement:*

- Develop a skilled sales team, build attractive sales policies, promotional offers, and commission structures.
- Provide excellent after-sales support.
- Leverage internal customer base (employees, partners, etc.) effectively.

❖ **Rental & Business Cooperation Revenue VND 15,000,000,000** accounting 7,85% of Dam Sen Park's revenue

2. PHU THO HOTEL

INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	PLAN 2025/ ACTUAL 2024
NET REVENUE	5.951.980.315	8.000.000.000	134,4%
COST OF GOODS SOLD	8.491.071.603	9.152.800.000	107,79%
GROSS PROFIT	-2.539.091.288	-1.152.800.000	220,25%
SELLING EXPENSES	201.087.089	185.200.000	92,10%
BUSINESS OPERATING PROFIT	-2.740.178.377	-1.338.000.000	204,80%

Hotel Revenue for 2025: VND 8,000,000,000, accounting for 3,3% of total company revenue, broken down as follows:

2.1 Food & Beverage Department

Revenue: VND 1,011,500,000, accounting for 12,64% of the Hotel's total revenue, including:

- Banquet revenue: VND 241,000,000, with 73 banquet tables served at an average price of VND 3,300,000 per table.
- Breakfast revenue: VND 498,041,171
- Walk-in customer revenue: VND 326,648,829

Solution:

- Strengthen internal demand stimulation by encouraging staff to refer and use products and services offered by their own unit or other units within the company system (a strategy that has proven highly effective in recent periods).
- Apply special pricing policies for District 11 authorities, Ward 7, and the company's staff.
- Actively market small-scale banquets such as baby showers, birthday parties, and informal gatherings.
- Renew the menu with attractive visuals, diverse dishes, and reasonable pricing, especially promoting the breakfast offering.

2.2 Hotel Department

Revenue: VND 3,958,500,000, accounting for 49,48% of the Hotel's total revenue.

Solution

- Partner with Dam Sen Travel to sell room packages.
- Offer preferential pricing for guests from District 11 authorities, Ward 7, Cho Ray Hospital, Ho Chi Minh City University of Technology, and Phu Tho Sports Complex to capture demand during sports events and trade shows.

- Provide special offers for repeat group guests such as Handball Federation, District 11 Sports Center, DongA Bank, Agribank,
- Reconnect with traditional customers, especially overseas Vietnamese and guests from Asia.
- Strengthen online sales via platforms such as Traveloka, Agoda, and Booking.com.
- Target long-stay guests, including overseas Vietnamese visiting family or business travelers.

2.3 Massage Department

Revenue: VND 3.030.000.000, accounting for 37,85% of the Hotel's total revenue.

Solution:

- Conduct skills training and regular assessments for therapists; launch new service offerings.
- Upgrade massage rooms and supporting facilities to improve service quality.
- Develop combo packages combining massage and dining services.
- Promote the sale of annual voucher packages for personal use or gifting.
- Research outsourcing or management contracting options for the massage division to improve profitability.

3. VAM SAT ECOPARK

INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	PLAN 2025/ ACTUAL 2024
NET REVENUE	8.132.519.682	9.000.000.000	110,67%
COST OF GOODS SOLD	10.534.733.019	10.511.237.181	99,78%
GROSS PROFIT	-2.402.213.337	-1.511.237.181	158,96%
SELLING EXPENSES	62.941.040	88.739.180	140,99%
BUSINESS OPERATING PROFIT	-2.465.154.377	-1.599.976.361	154,07%

Revenue from Vam Sat Ecopark: VND 9.000.000.000, accounting for 3,71% of the company's total revenue, including:

- ❖ **Forest Conservation Revenue: VND 1.490.893.537, accounting for 16,57% of Vam Sat's total revenue.**
 - Collaborate with the company's Business Department to establish a sales team to carry out marketing and sales activities.
 - Coordinate with Dam Sen Travel to develop environmental education tours, combining with local new services to enhance product diversity and uniqueness.
 - Increase the organization of events, build attractive promotional pricing policies, and establish internal communications through social media platforms.
 - Implement flexible pricing strategies for travel agencies and strategic partners.
 - Develop monthly promotional programs targeting specific customer segments to support demand stimulation for partners and potential markets.
- ❖ **Sightseeing and Entertainment Revenue: VND 4.739.106.463, accounting for 52,66% of Vam Sat's total revenue.**

Solution:

- Apply flexible pricing policies for travel companies and strategic partners.

- Collaborate with nearby destinations in Dan Xay and Rung Sac to develop interlinked tour models by road and waterway.
 - Propose to upgrade the road from the bamboo roots to the crocodile farm to synchronize with the existing 600-meter road and improve overall infrastructure.
 - Develop new products: herbal foot soak, traditional Southern Vietnamese music performances, fish-catching in canals and a salt exhibition space.
 - Leverage the site's status as a biosphere reserve with two conservation zones to promote environmental protection and the value of the mangrove ecosystem, especially for student tours.
 - Integrate OCOP (One Commune One Product) items to position Vam Sat as a learning destination for delegations from other provinces visiting Can Gio.
- ❖ **Accommodation and Camping Revenue: VND 100.000.000**, accounting for 1,1% of Vam Sat's total revenue.
- Solution:
- Restore the camping area to support outdoor experience activities, educational and training programs and expand the group tour market.
 - Reopen cycling trails, forest-crossing paths, and play zones for children. Promote trekking experiences as a highlight of new offerings at Vam Sat.
- ❖ **Food and Beverage Revenue: VND 2.670.000.000**, accounting for 29,67% of Vam Sat's total revenue.
- Solution:
- Continue to prioritize cuisine as Vam Sat's strategic product: improve both service quality and infrastructure and develop a signature menu featuring nutritional and local specialties.
 - Utilize locally-sourced ingredients exclusive to Vam Sat to attract visitors, offer new dishes and upgrade the dining area.
 - Offer souvenir products such as nipa palm sugar, dried seafood, salted products, and display Can Gio's OCOP items for sale.

4. DAM SEN TRAVEL

INDICATORS	ACTUAL 2024	PLAN 2025	PLAN 2025/ ACTUAL 2024
NET REVENUE	30.22.072.259	34.500.000.000	114,15%
COST OF GOODS SOLD	29.385.309.821	33.277.347.670	113,24%
GROSS PROFIT	837.762.438	1.222.652.330	145,94%
SELLING EXPENSES	423.904.641	415.600.000	98,04%
BUSINESS OPERATING PROFIT	413.857.797	807.052.330	195,01%

Revenue of Dam Sen Travel: VND 34.500.000.000, accounting for 1,41% of the Company's total revenue.

- ❖ **Dam Sen tour Revenue: VND 16.000.000.000**, accounting for 46,38% of Dam Sen Travel's total revenue.

Solution:

- Develop effective stimulus policies for travel agencies, event companies, enterprises and government organizations.
 - Proactively and regularly engage with partners to exchange information on promotional programs and introduce new, attractive activities.
 - Design appropriate combo packages for different customer segments, integrating new service products from the park to increase average revenue per visitor and maximize income.
 - Develop innovative educational tour programs tailored to the needs of schools, especially international schools. Expand connections with educational institutions both within and outside of Ho Chi Minh City.
 - Promote worker tour packages targeting export processing zones within the city and neighboring provinces.
 - Utilize event space rentals for corporate year-end parties, conferences, gala dinners, ...
 - Diversify products such as all-inclusive student tours combining education and entertainment and multi-destination tours.
- ❖ **Travel services revenue: VND 18.500.000.000**, accounting for 53,62% of Dam Sen Travel's revenue, including:
- Domestic tours: VND 6.720.000.000, accounting for 19,48% of Dam Sen Travel's revenue.
 - International tours: VND 2.12.000.000, accounting for 6,15% of Dam Sen Travel's revenue.
 - Vam Sat tours: VND 800.000.000, accounting for 2,32% of Dam Sen Travel's revenue.
 - Airfare, railway and bus ticket sales: VND 8.860.000.000, accounting for 25,68% of Dam Sen Travel's revenue.
- Diversify tour products based on customer needs: cultural exploration, gastronomy, eco-tourism, adventure tourism, and leisure tourism to appeal to various customer segments.
 - Strengthen collaboration with travel companies in the Central and Northern regions.
 - Develop an online ticketing platform (Traveloka, Booking.com, Klook, and other OTAs) to expand distribution channels and improve customer reach.
 - Implement flexible pricing: offering various price levels from mid-range to premium, with discounts for early bookings, groups, or families.
 - Strengthen partnerships with key business clients for recurring tours and corporate retreats.
 - Launch a physical airline ticket office on Hoa Binh Street to provide convenience for direct buyers.
 - Create a full Dam Sen Travel brand identity kit: profile, brochure, passport holders, caps, backpacks, luggage tags, etc., with Dam Sen Travel color branding. Standardize sales kits for all Dam Sen, Vam Sat, domestic and international tours.
 - Recruit qualified and passionate staff for each specialized department.

IV. MARKETING & MEDIA STRATEGY

1. Objectives:

The marketing and efforts of Phu Tho Tourist focus on two main objectives:

- **Enhance service quality:**
 - Focus on delivering excellent customer experiences to build strong word-of-mouth marketing and organic brand promotion.

3. Implementation plan:

- **Budget planning:**
 - Allocate a specific budget for each marketing, promotion and communication activity.
- **Detailed scheduling:**
 - Create comprehensive plans for each campaign, including goals, target audience, content, timeline, location, and required resources.
- **Task assignment:**
 - Assign responsibilities clearly to each team and individual in charge of implementation.
- **Performance measurement and evaluation:**
 - Monitor and evaluate campaign effectiveness regularly to make timely adjustments.
 - Gather customer feedback to refine strategies and enhance future plans

V. FINANCIAL AND ACCOUNTING MANAGEMENT SOLUTIONS

- Monitor and verify the accurate accounting of revenue generated at all affiliated units;
- Establish clear timelines for the circulation of accounting documents between departments and the Accounting Department, particularly those related to service activities at the units to ensure timely cost accumulation in the correct accounting period and accurate financial reporting. In 2025, the Accounting Department will collaborate with business units such as the Travel center to finalize tour settlements in a timely and efficient manner to optimize operational cash flow.
- Organize and oversee the company-wide accounting system. The Accounting Department has already assigned staff to supervise each business unit's accounting operations and ensure monthly financial reports are submitted on time and in accordance with regulations.
- Cost control across the entire company: survey and compare market prices to verify the reasonableness of supplier prices and ensure the cost-effectiveness and quality of goods and services. To support this, the company will first establish a central warehouse for materials and inventory with designated warehouse staff to monitor all incoming and outgoing goods. The Accounting Department will be restructured, with personnel assigned to monitor specific departments, example: Dam Sen Park. Additionally, the company will monitor and supervise all cost items monthly based on the cost plan approved by the Board of Directors. Hence, all units are required to prepare cost plans that reflect actual projected expenses.
- Direct and supervise daily accounting activities, including receipts, payments, inventory movements, sales, banking, general accounting, document storage, and handling of operational tasks to ensure compliance with current regulations.
- Consolidate and analyze financial data monthly to support executive decision-making and help management formulate optimal business plans in each period. Develop internal financial policies for budgeting and submit them to the Board of Directors for issuance.
- Advise the CEO on liquidity management: provide recommendations on cash balances, propose savings and borrowing strategies to meet business needs and enhance financial income.

INDICATORS	ACTUAL 2024		PLAN 2025		DIFFERENCE 2025 - 2024		
	Average Number of employees	Salary	Number of employees	Salary	Number of employees	Salary	Salary %
Dam Sen Park	373	36.374.458.512	380	38.650.000.000	7	2.275.541.488	106,26
Phu Tho Hotel	36	2.476.919.000	41	2.892.162.000	5	415.243.000	116,76
Vam Sat Ecopark	35	3.549.199.000	35	3.779.500.000	0	230.301.000	106,49
Dam Sen Travel	12	1.629.541.000	14	2.039.150.000	2	409.609.000	125,14
Company Office	46	9.224.349.000	49	11.499.050.000	2	2.085.651.000	122,61
Total	502	53.254.466.512	518	58.670.812.000	16	5.416.345.488	110,17

Average income: VND 10.458.647/person/month (increase of 9,01% compared to 2024 actual performance)

Labor productivity: VND 39.705.305/person/month (increase of 14,89% compared to 2024 actual performance)

2. Labour force:

NO.	CONTENTS	DAM SEN PARK	PHU THO HOTEL	VAM SAT ECOPARK	DAM SEN TRAVEL	COMPANY OFFICE	TOTAL
1	Total employees (December, 2024)	387	36	35	12	47	517
	Employee with labour contract	294	21	33	12	46	406
	Therapists		13				13
	Collaborators (average)	93	2	2		1	98
2	Total employees (2025 Plan)	380	41	35	14	48	518
	Employee with labour contract	300	21	34	14	47	416
	Therapists		18				18
	Collaborators	80	2	1		1	84

3. Training and recruitment

3.1 Training

The estimated training budget for 2025 is VND 191.000.000, covering the following programs:

- + Advanced management skills for senior and middle managers.
- + Communication and interpersonal skills.
- + Document drafting – administrative management and archival skills.
- + Restaurant, kitchen, and housekeeping operations.
- + Employee coaching and training skills
- + Periodic training on occupational safety and hygiene

These training programs will be scheduled during the Company's off-peak business season, particularly for Dam Sen Cultural Park (from after National Day – 02/09 to 20/12 annually).

3.2 Recruitment

- Continue to strictly implement the procedures for goods receipt, food distribution, and storage.
- Ensure supply sources offer good pricing and quality; food must be stored in accordance with proper procedures to remain fresh and meet hygiene and food safety standards for consumers.

2. Fire Prevention and Control

- Coordinate with the Fire Protection Police Department to organize fire prevention and fighting training for company staff.
- Regularly inspect and maintain firefighting equipment to ensure safety in case of fire incidents.

3. Others

- Collaborate with relevant authorities to finalize the company's equitization process.
- Complete all legal procedures related to the company's land and legal matters.

IX. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

1. Conclusion

The year 2025 is forecasted to present both opportunities and challenges for the tourism industry in general and Phu Tho Tourist in particular. While the company achieved encouraging results in 2024, there remain areas that require improvement. The 2025 business plan outlines specific goals, tasks, and solutions aimed at helping the company seize opportunities, overcome challenges, and pursue sustainable growth.

2. Recommendations

To ensure the effective implementation of the 2025 Business Plan, Phu Tho Tourist should focus on the following key areas:

- **Enhancing Competitive Capacity:**
 - Conduct market research and competitor analysis to develop differentiated and attractive products and services
 - Invest in technology to improve operational efficiency, reduce costs, and enhance customer experience.
 - Build a strong brand and establish credibility in the market.
- **Developing Human Resources:**
 - Recruit high-quality, experienced, and dedicated staff.
 - Provide training and development programs to enhance professional qualifications and skills.
 - Create a positive working environment to attract and retain talent.
- **Strengthen financial management:**
 - Strictly control costs to ensure efficient capital use.
 - Seek investment capital to expand business operations.
 - Develop a transparent and accurate financial reporting system.
- **Expanding Marketing Activities:**
 - Develop effective marketing strategies tailored to different customer segment.
 - Leverage diverse media channels to promote products and services.

- Strengthen partnerships to broaden distribution networks.
- **Ensuring Safety and Hygiene:**
 - Strictly comply with regulations on occupational safety, environmental sanitation, and food hygiene.
 - Establish a quality management system to ensure customer satisfaction.

3. Proposal to the Board of Directors

We kindly submit to the Board of Directors for review and approval of the following matters:

- **Approval of the 2025 Business Plan:**
 - Approve the proposed objectives, tasks, and solutions outlined in the plan.
 - Approve the investment budget for planned activities.
- **Approval of Solutions to Enhance Competitive Capacity:**
 - Authorize investment in technology to improve operational efficiency.
 - Approve the strategic plan for brand development.

Ho Chi Minh City, 04 April 2025

GENERAL DIRECTOR



Hoàng Văn Ba