

BÁO CÁO
TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2017
VÀ DỰ KIẾN KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2018
(Trình Đại hội đồng cổ đông ngày 24/3/2018)

Phần A : KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH 2017

I/ Môi trường hoạt động:

Bước vào đầu năm 2017, tình hình kinh tế xã hội Việt Nam phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức: chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động và sức cạnh tranh thấp, sự sụt giảm của ngành khai khoáng, và đặc biệt là diễn biến phức tạp của thời tiết, biến đổi khí hậu, thiên tai, bão lũ liên tiếp xảy ra tác động tiêu cực đến sản xuất và đời sống nhân dân.

Tuy nhiên, bối cảnh kinh tế thế giới đang trên đà phục hồi mạnh mẽ đã có những tác động tích cực đến sản xuất trong nước, đồng thời Chính phủ đã có những chỉ đạo quyết liệt các bộ ngành và địa phương tập trung thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp nhằm cải thiện môi trường kinh doanh, thúc đẩy sản xuất, nhờ đó tình hình kinh tế xã hội năm 2017 đã có những chuyển biến tích cực và rõ nét: Tăng trưởng GDP đạt 6,81%, CPI bình quân năm 2017 tăng 3,53%, kim ngạch xuất nhập khẩu đạt mức tăng trưởng cao tới 21%, động lực tăng trưởng chính vẫn là từ khối doanh nghiệp FDI.

Đối với Công viên Hồ Tây – là một khu vui chơi giải trí ngoài trời nên yếu tố thời tiết, khí hậu và tính mùa vụ có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của Công ty, ngoài ra còn một số nhân tố sau:

- Đặc điểm hoạt động của công viên là sử dụng nhiều lao động phổ thông nên chính sách điều chỉnh mức lương tối thiểu vùng trong mấy năm trở lại đây đã làm tăng mạnh chi phí hoạt động của doanh nghiệp.

- Nhiều thiết bị trò chơi đã được đầu tư cách nay đã 17-18 năm nên các chi phí duy tu, SCBD là khá lớn. Ngoài ra công ty cũng phải thường xuyên quan tâm đến việc nâng cấp hạ tầng, cải tạo cảnh quan để đáp ứng nhu cầu, thị hiếu ngày càng cao của khách hàng.

- Áp lực cạnh tranh chia sẻ thị phần ngày càng gay gắt với nhiều khu vui chơi giải trí khác ở Hà Nội và các tỉnh lân cận.

II/ Kết quả kinh doanh chung

1. Một số chỉ tiêu kinh doanh chính:

Đơn vị : Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Thực hiện		Mức biến động so với kỳ trước		Tỉ lệ % so với doanh thu thuần	
		Năm 2017	Năm 2016	Số tiền	Tỉ lệ %	Năm 2017	Năm 2016
1	Tổng Doanh thu	119.436,7	129.699,7	-10.263,0	-7,91	-	-

2	Các khoản giảm trừ	-	-	-	-	-	-
3	Doanh thu thuần	119.436,7	129.699,7	-10.263,0	-7,91	100,00	100,00
4	Giá vốn h/hóa, dịch vụ	72.660,2	84.324,2	-11.664,1	-13,83	60,84	65,01
5	Lợi nhuận gộp	46.776,5	45.375,5	1.401,1	3,09	39,16	34,99
6	Doanh thu tài chính	951,0	637,8	313,2	49,11	0,80	0,49
7	Chi phí tài chính	-	-	-	-	-	-
8	Chi phí bán hàng	19.937,9	21.534,4	-1.596,6	-7,41	16,69	16,60
9	Chi phí quản lý	21.994,0	19.837,4	2.156,7	10,87	18,41	15,29
10	Lợi nhuận thuần	5.795,6	4.641,5	1.154,1	24,87	4,85	3,58
11	Thu nhập khác	581,0	836,7	-255,7	-30,57	0,49	0,65
12	Chi phí khác	-	421,2	-421,2	-100,00	0,00	0,32
13	Lợi nhuận khác	580,9	415,5	165,4	39,81	0,49	0,32
14	Lợi nhuận trước thuế	6.376,5	5.057,0	1.319,5	26,09	5,34	3,90
15	Chi phí thuế TNDN	1.341,3	1.134,7	206,6	18,21	1,12	0,87
16	LN sau thuế TNDN	5.035,2	3.922,3	1.112,9	28,37	4,22	3,02

Trong đó:

- Tổng lượng khách: đạt 501.408 lượt khách, giảm 13.849 lượt khách hay giảm 2,69% so với năm 2016;

- Tổng doanh thu: đạt hơn 119,43 tỷ đồng, giảm 10,26 tỷ đồng hay giảm 7,91% so với năm 2016, trong đó: các hoạt động kinh doanh chính tại Công viên (cả HTKD Sen) đạt 88,63 tỷ đồng - tăng 390,1 triệu đồng hay tăng 0,44% so với năm 2016, hoạt động phát sinh doanh thu ngoài công viên (du lịch lữ hành) đạt 30,8 tỷ đồng – giảm 10,65 tỷ đồng hay giảm 25,7% so với năm 2016. Nếu loại trừ phần doanh thu tour du lịch (phát sinh ngoài công viên) thì tổng doanh thu các hoạt động kinh doanh chính tại công viên (không bao gồm HTKD Sen Tây Hồ) đạt 78,65 tỷ đồng, tăng 1,48 tỷ đồng hay tăng 1,92% so với 2016.

2. Phân tích Doanh thu theo nguồn khách:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2017		Thực hiện 2016		So sánh 2017/2016	
			Doanh thu	Tỷ trọng (%)	Doanh thu	Tỷ trọng (%)	Tăng/giảm (+/-)	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu từ khách lẻ	Tr.đ	39.534,5	50,26	37.925,8	49,14	1.608,7	4,24
2	Doanh thu tự khai thác	Tr.đ	24.824,2	31,56	25.691,5	33,29	-867,3	-3,38
3	DT các dịch vụ gia tăng	Tr.đ	14.296,3	18,18	13.559,2	17,57	737,2	5,44
	Cộng		78.655,0	100,00	77.176,5	100,00	1.478,5	1,92

(Bảng tổng hợp doanh thu này không bao gồm HTKD Sen Tây Hồ và doanh thu du lịch lữ hành)

Từ bảng số liệu phân tích trên cho ta thấy:

- Doanh thu từ nguồn khách lẻ đạt hơn 39,53 tỷ đồng, tăng ~1,61 tỷ đồng hay tăng 4,24% so với năm 2016; Doanh thu từ nguồn khách tự khai thác đạt 24,82 tỷ đồng, giảm 867,3 triệu đồng hay giảm 3,38% so với năm 2016; Doanh thu từ các dịch vụ gia tăng đạt 14,29 tỷ đồng, tăng 737,2 triệu đồng hay tăng 5,44% so với năm 2016.

- Tỷ trọng doanh thu từ khách lẻ chiếm 50,26%, tăng 1,12% so với năm 2016; Tỷ trọng doanh thu từ nguồn khách tự khai thác đạt 31,56%, giảm 1,73% so với năm 2016; Tỷ trọng doanh thu từ các dịch vụ gia tăng chiếm 18,18%, tăng 0,61% so với năm 2016.

3. Phân tích Doanh thu theo các sản phẩm chủ yếu:

3.1. Công viên Nước:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu CVN	Tr.đ	40.400,6	37.082,2	3.318,4	8,95
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	51,36	48,05	-	-
	- Vé vào cửa trọn gói	Tr.đ	38.600,8	35.356,3	3.244,5	9,18
	- Vé thuê tủ Locker	Tr.đ	1.620,5	1.559,3	61,2	3,93
	- Vé gửi đồ bảo đảm	Tr.đ	179,3	166,6	12,7	7,61
2	Lượt khách	Khách	354.767	339.771	14.996	4,41
	- Khách lẻ	"	297.027	288.104	8.923	3,10
	- Khách đoàn	"	57.740	51.667	6.073	11,75

Doanh thu Công viên nước đạt 40,4 tỷ đồng, tăng ~3,32 tỷ đồng hay tăng 8,95% so với cùng kỳ 2016. Lượng khách mua vé vào Công viên nước đạt 354.767 lượt khách, tăng 14.996 lượt khách hay tăng 4,41% so với cùng kỳ 2016. Doanh thu và lượng khách CVN tăng là do trong năm 2017 vừa qua, công ty đã đẩy mạnh công tác truyền thông quảng bá và áp dụng nhiều chương trình khuyến mại giảm giá vé để thu hút khách lẻ, và đặc biệt là việc dời cổng CVN ra phía ngoài để mở rộng không gian, tăng vẻ đẹp cảnh quan, đã tạo được ấn tượng rất tốt và được khách hàng ghi nhận.

3.2. Công viên Mặt Trời Mới:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu MTM	Tr.đ	10.757,3	11.500,9	-743,6	-6,47
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	13,68	14,90	-	-
	- Vé vào cửa, trò chơi	Tr.đ	10.754,4	11.494,9	-740,5	-6,44
	- Vé gửi đồ bảo đảm	Tr.đ	2,8	5,9	-3,1	-52,29
2	Lượt khách	Khách	146.641	175.486	-28.845	-16,44
	- Khách lẻ	"	78.764	95.988	-17.224	-17,94
	- Khách đoàn	"	67.877	79.498	-11.621	-14,62

Doanh thu Công viên MTM đạt hơn 10,7 tỷ đồng, giảm 743,6 triệu đồng hay giảm 6,47% so với cùng kỳ 2016. Lượng khách mua vé vào Công viên MTM đạt 146.641 lượt khách, giảm 28.845 lượt khách hay giảm 16,44% so với cùng kỳ 2016. Doanh thu và lượng khách Công viên MTM giảm là do: Thời tiết nắng nóng vào các tháng cao điểm mùa hoạt động CVN và có nhiều ngày rét đậm rét hại trong quý IV làm cho lượng khách lẻ mua vé vui chơi Công viên MTM giảm mạnh; Đối với khách đoàn tour học sinh, năm nay giảm sút hẳn so với năm 2016 do sản phẩm mới của Công viên chưa đủ sức hấp dẫn vượt trội so với các đối thủ cạnh tranh. Các chương trình Halloween và Noel công ty tổ chức tương đối thành công, thu hút được hàng ngàn lượt khách nhưng cũng không đủ bù đắp được lượng khách sụt giảm nhiều. Doanh thu giảm ít hơn lượng khách là do cơ cấu giá vé trọn gói tăng do áp dụng các chương trình khuyến mại giảm giá để kích cầu.

3.3. Kinh doanh Ẩm thực:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)

1	Doanh thu Ẩm thực	Tr.đ	12.943,4	15.339,3	-2.395,9	-15,62
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	16,46	19,88	-	-
	- Ẩm thực bán lẻ	Tr.đ	5.436,9	4.997,3	439,6	8,80
	- AT khách đoàn, sự kiện	Tr.đ	6.169,8	8.635,3	-2.465,5	-28,55
	- Ẩm thực Tiệc cưới	Tr.đ	1.336,7	1.706,7	-370,0	-21,68

Doanh thu bộ phận kinh doanh ẩm thực đạt 12,94 tỷ đồng, giảm 2,39 tỷ đồng hay giảm 15,62% so với cùng kỳ 2016. Doanh thu ẩm thực giảm là do lượng khách đoàn tour học sinh Công viên MTM giảm, đặc biệt là sự thiếu hụt khách sự kiện của một số khách hàng lớn (VAP, TOYOTA,...) chuyển địa điểm tổ chức sự kiện hoặc không có kế hoạch tổ chức trong năm nay. Riêng ẩm thực bán lẻ tăng là do các quầy hàng bán lẻ đã được bố trí hợp lý hơn, đặc biệt là chất lượng món ăn được đảm bảo với giá cả cạnh tranh và tinh thần thái độ phục vụ đã được cải thiện nhiều cũng góp phần thúc đẩy gia tăng doanh thu của mảng kinh doanh này.

3.4. Kinh doanh Bán lẻ:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu Bán lẻ	Tr.đ	4.874,8	4.384,9	490,0	11,17
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	6,20	5,68	-	-
	- Hàng bán lẻ	Tr.đ	3.917,5	3.358,0	559,4	16,66
	- Cho thuê đồ bơi	Tr.đ	851,6	901,1	-49,5	-5,49
	- Vui chơi có thưởng	Tr.đ	105,8	125,8	-20,0	-15,90

Doanh thu bộ phận bán lẻ đạt hơn 4,87 tỷ đồng, tăng 490 triệu đồng hay tăng 11,17% so với cùng kỳ 2016. Doanh thu bộ phận bán lẻ tăng là do bộ phận đã có nhiều biện pháp thúc đẩy kinh doanh, đa dạng hóa các chủng loại hàng hóa bán lẻ với giá cả phải chăng; tuy nhiên dịch vụ cho thuê đồ bơi bị sụt giảm là do một số khách hàng có tâm lý thắt chặt chi tiêu, tự mang đồ bơi hoặc mua đồ bơi (doanh thu hàng bán lẻ tăng –trong đó có bán đồ bơi) mà không thuê của công viên; Vui chơi có thưởng giảm chủ yếu là do lượng khách đến công viên MTM giảm.

3.5. Kinh doanh trò chơi trong nhà :

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu	Tr.đ	2.306,6	2.368,1	-61,5	-2,60
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	2,93	3,07	-	-
	- Vé trò chơi	Tr.đ	804,0	952,5	-148,4	-15,58
	- Ẩm thực Games	Tr.đ	1.502,6	1.415,6	86,9	6,14

Doanh thu kinh doanh các trò chơi trong nhà đạt 2,3 tỷ đồng, giảm 61,5 triệu đồng hay giảm 2,6% so với cùng kỳ 2016. Doanh thu vé trò chơi giảm là do một số máy trò chơi điện tử tuổi thọ đã 6-7 năm nên hay hỏng hóc, khó kiếm linh kiện thay thế nên phải tạm dừng hoạt động hoặc làm thủ tục thanh lý mà không có máy mới bổ sung, mặt khác lượng khách công viên MTM giảm sút mạnh trong quý IV đã cộng hưởng làm cho doanh thu vé trò chơi của mảng kinh doanh này giảm tới 15,58%. Riêng đối với doanh thu ẩm thực Game có mức tăng 6,14% là do vẫn duy trì được đà tăng của kỳ kinh doanh 9 tháng (tăng tới 27,5%).

3.6. Tổ chức Sự kiện:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	S/sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ %
1	Tổng doanh thu khai thác	Tr.đ	21.681,5	22.284,6	-603,1	-2,71
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	27,57	28,88	-	-
	- DT cho thuê địa điểm và d/vụ TCSK	Tr.đ	3.788,8	3.013,3	775,5	25,73
	- DV nghệ thuật, kỹ năng sống tour HS	Tr.đ	308,2	462,3	-154,1	-33,33
	- DT từ khách đoàn/sự kiện cho CVN	Tr.đ	5.894,3	5.328,4	565,9	9,60
	- DT từ khách đoàn/sự kiện cho MTM	Tr.đ	3.004,1	2.971,7	32,4	1,09
	- DT từ khách đoàn/sự kiện cho AT	Tr.đ	7.443,2	9.803,3	-2.360,1	-24,07
	- DT từ khách đoàn/sự kiện cho Bán lẻ	Tr.đ	452,6	265,9	186,7	70,21
	- DT từ khách đoàn/sự kiện cho Game	Tr.đ	290,9	286,4	4,5	1,57
	- DT dịch vụ khác	Tr.đ	499,4	153,3	346,1	225,76

Tổng doanh thu khai thác của Phòng kinh doanh thông qua các hợp đồng bán hàng hóa và cung cấp dịch vụ cho khách hàng, đặc biệt là các khách hàng tổ chức sự kiện tại công viên đạt 21,68 tỷ đồng, giảm 603,1 triệu đồng hay giảm 2,71% so với cùng kỳ 2016, trong đó doanh thu trực tiếp do bộ phận tạo ra là doanh thu cho thuê địa điểm và dịch vụ tổ chức sự kiện tăng 775,5 triệu đồng hay tăng 25,73%, doanh thu dịch vụ nghệ thuật và kỹ năng sống của khách đoàn tour học sinh giảm 154,1 triệu đồng hay giảm 33,33%. Doanh thu khai thác giảm chủ yếu là do giảm ở hai mảng kinh doanh sự kiện và khách đoàn tour học sinh.

Đối với mảng kinh doanh sự kiện, trong năm công ty đã tích cực khai thác thêm một số khách hàng mới, nhưng số tăng thêm không đủ bù đắp vào số thiếu hụt do một số khách hàng lớn như VAP, Toyota... không tổ chức sự kiện tại công viên như thường lệ.

Đối với mảng kinh doanh khách đoàn, trong năm qua Ban điều hành công ty cũng đã có những chỉ đạo sát sao cho Phòng kinh doanh đặc biệt quan tâm đến các chương trình tour học sinh, khảo sát nghiên cứu và thiết kế linh hoạt, phù hợp với nhiều lứa tuổi học sinh (Mẫu giáo, Tiểu học, THCS), cùng với cơ sở vật chất khang trang sạch đẹp, các chương trình nghệ thuật đặc sắc, các trò chơi và hoạt động ngoại khóa bổ ích, hấp dẫn để tăng cường thu hút lượng lớn các cháu học sinh đến với công viên. Tuy nhiên sản phẩm mới cho khách đoàn tour học sinh của công ty năm qua chưa đủ sức hấp dẫn vượt trội so với các đối thủ cạnh tranh nên không thu hút được lượng khách như kỳ vọng.

3.7. Các sản phẩm kinh doanh khác tại công viên:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2017	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu Bãi xe	Tr.đ	871,8	950,6	-78,7	-8,28
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	1,11	1,23	-	-
2	Doanh thu Nhà khách	Tr.đ	153,6	112,9	40,7	36,02
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	0,20	0,15	-	-
3	Doanh thu khác	Tr.đ	2.249,8	1.961,9	287,9	14,68
	<i>Tỷ trọng/DT không có SEN</i>	%	2,86	2,54	-	-
4	Doanh thu Sen Tây Hồ	Tr.đ	9.979,5	11.067,9	-1.088,4	-9,83
	<i>Tỷ trọng/Tổng doanh thu</i>	%	8,36	8,53	-	-

Doanh thu bãi xe giảm 8,28% là do điều chỉnh giảm giá vé gửi xe theo quy định của cơ quan quản lý, doanh thu Nhà khách tăng 36,02%, doanh thu khác tăng 14,68%. Riêng

doanh thu hợp tác kinh doanh Sen Tây Hồ giảm 1.088,4 triệu đồng hay giảm 9,83% là do trong năm 2017 phát sinh giảm tiền thuê đất.

3.8. Kinh doanh dịch vụ du lịch

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện Năm 2017	Thực hiện Năm 2016	So sánh 2017/2016	
					Tăng/giảm	Tỷ lệ (%)
1	Tổng doanh thu	Tr.đ	30.802,3	41.455,4	-10.653,1	-25,70
	<i>Tỷ trọng/Tổng doanh thu</i>	<i>%</i>	<i>25,79</i>	<i>31,96</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
	- Tour Nội địa	Tr.đ	6.503,7	16.163,3	9.659,6	-59,76
	- Tour Outbound	Tr.đ	24.298,6	25.726,3	-977,8	-3,87
	- Tour Inbound	Tr.đ	-	15,7	-15,7	-
2	DT mang về cho BP khác	Tr.đ	72,4	433,5	-361,1	-83,29
	- Công viên nước	Tr.đ	69,2	162,6	-93,4	-57,44
	- Ẩm thực	Tr.đ	3,2	270,9	-267,7	98,81
3	Lượt khách đi tour	Khách	3.987	14.922	-10.935	-73,28
	- Tour Nội địa	Khách	3.028	13.953	-10.925	-78,29
	- Tour Outbound	Khách	959	967	-8	-0,83
	- Tour Inbound	Khách	-	2	-	-

Doanh thu tour du lịch đạt 30,8 tỷ đồng, giảm 10,65 tỷ đồng hay giảm 25,7% so với cùng kỳ 2016, trong đó tour du lịch Nội địa giảm 59,76%, tour du lịch Outbound giảm 3,87%. Tổng lượt khách đi tour đạt 3.987 lượt khách, giảm 10.935 lượt khách hay giảm 73,28% so với cùng kỳ 2016, trong đó khách đi tour Nội địa giảm 78,29%, khách đi tour Outbound giảm nhẹ 0,83%.

Đối với tour outbound, với lợi thế sẵn có về cơ sở khách hàng và đối tác cung cấp landtour, công ty vẫn lấy thị trường du lịch Nga là trọng điểm để khai thác, nên mặc dù có sự cạnh tranh gay gắt, nhưng công ty vẫn duy trì được doanh thu và lượng khách tour outbound ở mức tương đối khả quan, doanh thu tour outbound chỉ bị giảm nhẹ so với năm 2016. Việc tăng cường khai thác và mở rộng thị trường tour outbound hiện nay vẫn đang gặp nhiều khó khăn chưa thực hiện được, đặc biệt là khó khăn về nhân sự.

Trong năm qua Công ty cũng đã tập trung đẩy mạnh khai thác mảng kinh doanh tour du lịch Nội địa. Tuy nhiên, lượng khách hàng mới khai thác được chưa nhiều, hơn nữa việc không tái ký được hợp đồng với các Tập đoàn lớn như Sam Sung và Canon đã làm sụt giảm doanh thu 59,76% và lượng khách giảm 78,29% của tour du lịch nội địa năm 2017 so với cùng kỳ năm trước.

4. Công tác duy tu bảo dưỡng, cải tạo cảnh quan và vệ sinh môi trường xanh, sạch, đẹp.

Công tác duy tu bảo dưỡng máy móc thiết bị thường xuyên được quan tâm duy trì, tuân thủ theo quy định của nhà sản xuất. Định kỳ kiểm tra sơn sửa các máng trượt, nạo vét các giếng để đảm bảo nguồn cấp nước ổn định phục vụ sản xuất kinh doanh.

Công tác đảm bảo an toàn trong vận hành máy móc thiết bị: hàng năm thực hiện kiểm định toàn bộ các thiết bị trò chơi theo quy định của cơ quan chức năng, tuân thủ nghiêm ngặt quy trình vận hành của nhà sản xuất, đảm bảo tuyệt đối an toàn cho khách hàng đến vui chơi tại Công viên Hồ Tây.

Công tác vệ sinh và chăm sóc cảnh quan: Thực hiện công tác vệ sinh hàng ngày, hàng giờ, đặc biệt trong những ngày cao điểm đông khách hoặc những ngày diễn ra sự

kiện. Định kỳ cho phun thuốc trừ sâu, diệt muỗi, diệt côn trùng. Trồng tỉa cây xanh, chăm sóc các tiểu cảnh để đảm bảo cho Công viên Hồ Tây luôn có một môi trường xanh, sạch, đẹp.

5. Phân tích một số chỉ tiêu tài chính.

- Về tổng tài sản: Tổng tài sản của công ty tại ngày 31/12/2017 là 123,47 tỷ đồng, tăng 1,01 tỷ đồng hay tăng 0,82% so với cùng kỳ 2016, trong đó: Tiền và các khoản tương đương tiền tăng 900,3 triệu đồng hay tăng 16,44%; Đầu tư tài chính ngắn hạn tăng 5 tỷ đồng hay tăng 90,91%; Các khoản phải thu ngắn hạn tăng 5,27 tỷ đồng hay tăng 164,76% do trong quý IV-2017 công ty đã ký hợp đồng và tạm ứng tiền để nhập khẩu và thay thế hệ thống máng trượt đa làn; Hàng tồn kho tăng 579,4 triệu đồng hay tăng 50,13%; Tài sản ngắn hạn khác giảm 1,39 tỷ đồng hay giảm 73,24% do phân bổ chi phí trả trước ngắn hạn; Tài sản dài hạn giảm 9,35 tỷ đồng hay giảm 8,88% do trích khấu hao và phân bổ chi phí trả trước dài hạn.

- Về tổng nguồn vốn: Tổng nguồn vốn của công ty tại ngày 31/12/2017 là 123,47 tỷ đồng, tăng 1,01 tỷ đồng hay tăng 0,82% so với cùng kỳ 2016, trong đó: Nợ phải trả tăng 826,2 triệu đồng hay tăng 8,79% là do tăng khoản doanh thu nhận trước của năm 2018; Vốn chủ sở hữu tăng 183,4 triệu đồng hay tăng 0,16% là do Lợi nhuận chưa phân phối tăng so với cùng kỳ 2016.

- Một số chỉ tiêu tài chính khác:

TT	Chỉ tiêu	Năm 2017	Năm 2016
1	Hệ số thanh toán tổng quát [(Tổng tài sản)/(Nợ ngắn hạn + Nợ dài hạn)]	12,07	13,02
2	Hệ số thanh toán nhanh [(Tiền+tương đương tiền)/(Nợ ngắn hạn)]	0,65	0,60
3	Hệ số ROS [LNST/Doanh thu thuần]	4,22	3,02%
4	Hệ số ROA [LNST/TTS bình quân]	4,09	3,10%
5	Hệ số ROE [LNST/VCSH bình quân]	4,45	3,45%
6	Cơ cấu tài sản	100	100,00
	- Tài sản ngắn hạn	22,35	14,08
	- Tài sản dài hạn	77,65	85,92
7	Cơ cấu nguồn vốn	100	100,00
	- Nợ phải trả	8,29	7,68
	- Vốn chủ sở hữu	91,71	92,32

III. Phân tích nguyên nhân đạt được kết quả kinh doanh 2017:

Trong năm 2017, tiếp tục xuất hiện những diễn biến khó lường của biến đổi khí hậu, kéo theo các hiện tượng thời tiết cực đoan đã có ảnh hưởng không nhỏ đến các hoạt động kinh doanh ngoài trời của công ty, đặc biệt là hiện tượng nắng nóng và tần suất mưa bão nhiều trong các tháng cao điểm (tháng 5+6+7) của mùa hoạt động công viên nước. Trước tình hình đó, Ban điều hành công ty đã có những giải pháp kinh doanh linh hoạt, đặc biệt là việc chuyển cổng CVN ra phía ngoài để mở rộng không gian tạo sự thông thoáng cho khách hàng đến vui chơi, kết hợp với các chương trình khuyến mại hấp dẫn vào những ngày nắng nóng hoặc các tuần thấp điểm nên doanh thu và lượng khách Công viên nước năm nay đạt được rất khả quan, tạo điều kiện thúc đẩy gia tăng doanh thu các hoạt động

kinh doanh khác tại công viên. Cụ thể, qua số liệu sơ kết 9 tháng đầu năm cho thấy, doanh thu CVN đạt hơn 40 tỷ đồng (cao nhất trong 4 năm gần đây - kể từ năm 2014), tăng hơn 8,9% so với cùng kỳ năm 2016, và đặc biệt là doanh thu các hoạt động kinh doanh chính tại công viên (không bao gồm du lịch và hợp đồng HTKD Sen Tây Hồ) tăng hơn 6,7 tỷ đồng hay tăng 10,17% so với cùng kỳ 2016.

Tuy nhiên, những thành quả khá tốt của kỳ kinh doanh 9 tháng đầu năm đã không duy trì được đến hết năm do tình hình kinh doanh quý IV/2017 này của công ty rất khó khăn, do sự sụt giảm của một số khách hàng tổ chức sự kiện lớn (TOYOTA, VAP,...) và khách đoàn tour học sinh, ngoài ra hiện tượng mưa rét kéo dài của mùa đông năm nay cũng làm cho lượng khách lẻ đến công viên MTM bị giảm nhiều, dẫn tới lượng khách đến công viên quý IV giảm 26.402 lượt khách hay giảm 39,51%, doanh thu giảm 5,24 tỷ đồng hay giảm 47,42% so với cùng kỳ năm 2016. Hơn nữa, năm nay mảng kinh doanh du lịch của công ty cũng gặp nhiều khó khăn do sự sụt giảm mạnh của tour du lịch nội địa.

Trước tình hình đó, Ban lãnh đạo Công ty đã rất sát sao trong công tác chỉ đạo điều hành, tăng cường các giải pháp thúc đẩy kinh doanh để tìm kiếm và khai thác khách hàng mới và đặc biệt là các giải pháp tiết kiệm chi phí để duy trì và nâng cao hiệu quả kinh doanh đã đạt được, góp phần làm cho kết quả kinh doanh năm nay của công ty đạt mức kế hoạch mà Đại hội đồng cổ đông đã giao.

- Chi phí giá vốn giảm 11,66 tỷ đồng hay giảm 13,83% so với cùng kỳ 2016.
- Chi phí bán hàng và chi phí quản lý tăng 560,1 triệu đồng hay tăng 1,35% so với năm 2016.
- Doanh thu hoạt động tài chính năm 2017 đạt 951 triệu đồng, tăng 313,2 triệu đồng hay tăng 49,11% so với năm 2016.

Do đó, tổng lợi nhuận trước thuế của công ty đạt 6,376 tỷ đồng, tăng 1,319 tỷ đồng hay tăng 26,09% so với cùng kỳ 2016. Lợi nhuận sau thuế TNDN đạt 5,035 tỷ đồng, tăng 1,113 tỷ đồng hay tăng 28,37% so với cùng kỳ 2016.

Phần B : KẾ HOẠCH KINH DOANH 2018

I/ Dự báo môi trường kinh doanh năm 2018:

Năm 2018 được dự báo môi trường kinh doanh có nhiều tín hiệu khả quan, nhưng vẫn còn chứa đựng nhiều rủi ro và thách thức, bởi lẽ thế giới sẽ còn nhiều biến động và xáo trộn lớn, như giá dầu, xu hướng bảo hộ tự do thương mại... sẽ có tác động mạnh đến sản xuất, thu hút vốn FDI của Việt Nam cũng như các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa. Kinh tế Việt Nam chưa thể thoát ra khỏi giai đoạn khó khăn: thâm hụt ngân sách lớn, nợ công đứng ở mức cao và vẫn đang có xu hướng tăng, năng suất lao động thấp, động lực tăng trưởng phần lớn vẫn phụ thuộc vào khối FDI, ngoài ra các yếu tố về thời tiết, khí hậu, thiên tai, bão lũ cũng vẫn là những trở ngại lớn đối với tăng trưởng kinh tế và đại đa số sinh kế người dân.

Hoạt động kinh doanh của Công ty trong năm 2018 sẽ tiếp tục phải đối mặt với các khó khăn, thách thức sau:

- Yếu tố thời tiết không thể lường trước được: quá nắng nóng, quá rét hoặc mưa bão quá nhiều,... sẽ làm giảm lượng khách đến Công viên vui chơi.
- Thiết bị trò chơi của Công viên Hồ Tây phần lớn đã cũ, đầu tư từ ngày khai trương cách đây đã hơn 17-18 năm.

Việc xây dựng các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2018 mặc dù được cân nhắc theo hướng thận trọng nhưng Ban điều hành vẫn quyết tâm thúc đẩy tăng trưởng ở hầu hết

các hoạt động kinh doanh của công ty để đạt mức tăng trưởng Tổng doanh thu là 5,29% và lợi nhuận ròng tăng ~20% so với năm 2017.

II/ Một số chỉ tiêu hoạt động chủ yếu:

Các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2018 được xây dựng trên cơ sở phân đầu thực hiện như sau:

STT	CHỈ TIÊU	ĐVT	KH 2018	TH 2017	So sánh %
A	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)=(3)/(4)
I.	TỔNG DOANH THU	Tr.đ	125.750,5	119.436,7	105,29
	Tr/đó : 1. Công viên Nước	Tr.đ	42.420,7	40.400,6	105,00
	2. Công viên MTM	Tr.đ	10.757,3	10.757,3	100,00
	3. Kinh doanh Ẩm thực	Tr.đ	13.590,6	12.943,4	105,00
	4. Kinh doanh Bán lẻ	Tr.đ	5.118,6	4.874,8	105,00
	5. Trò chơi trong nhà	Tr.đ	2.421,9	2.306,6	105,00
	6. Kinh doanh Bãi xe	Tr.đ	926,3	871,8	106,24
	7. Kinh doanh Nhà khách	Tr.đ	161,3	153,6	105,00
	8. Dịch vụ sự kiện	Tr.đ	4.301,8	4.096,9	105,00
	9. Kinh doanh khác	Tr.đ	12.169,6	12.229,3	99,51
	10. Dịch vụ du lịch	Tr.đ	33.882,5	30.802,3	110,00
II.	Các khoản giảm trừ	Tr.đ	-	-	-
III.	Doanh thu thuần từ HĐKD	Tr.đ	125.750,5	119.436,7	105,29
IV.	Tổng chi phí	Tr.đ	119.387,2	114.592,1	104,18
V.	Doanh thu tài chính	Tr.đ	847,9	951,0	89,16
VI.	Chi phí tài chính	Tr.đ	-	-	-
VII.	Lợi nhuận thuần từ HĐKD	Tr.đ	7.211,2	5.795,6	124,43
VIII.	Thu nhập khác	Tr.đ	450,0	581,0	77,46
IX.	Chi phí khác	Tr.đ	-	0,1	-
X.	Lợi nhuận khác	Tr.đ	450,0	580,9	77,46
XI.	Tổng lợi nhuận trước thuế	Tr.đ	7.661,2	6.376,5	120,15
XII.	Chi phí thuế TNDN	Tr.đ	1.599,4	1.341,3	119,24
XIII.	Lợi nhuận sau thuế	Tr.đ	6.061,7	5.035,2	120,39
XIV.	Tỷ lệ cổ tức	%	6,0	5,0	120,00

- Chỉ tiêu Tổng doanh thu năm kế hoạch 2018 đạt **125,75** tỷ đồng, tăng 5,29% so với Tổng doanh thu thực hiện năm 2017.
- Chỉ tiêu Lợi nhuận trước thuế TNDN là 7,66 tỷ đồng, tăng 20,15% so với 2017.
- Chỉ tiêu Lợi nhuận sau thuế TNDN là 6,06 tỷ đồng, tăng 20,39% so với 2017.
- Chỉ tiêu Cổ tức năm 2018 là 6%/mệnh giá cổ phiếu hay 600 đồng/cổ phần, tăng 20% so với 2017.

III/ Biện pháp thực hiện kế hoạch:

1) Công tác quản trị điều hành:

- Tích cực thực hiện các chỉ đạo định hướng của Hội đồng quản trị về các vấn đề:

- + Nghiên cứu và đề xuất phương án vận hành Công viên Mặt trời mới để nâng cao hiệu quả kinh doanh;
- + Tái cấu trúc nguồn nhân lực của công ty theo hướng tinh gọn, hiệu quả;
- + Tìm kiếm và lựa chọn đối tác có năng lực để tổ chức các chương trình sự kiện lớn, khai thác tối đa lợi thế về vị trí, không gian và cảnh quan ngay cạnh Hồ Tây của Công viên.
- Phân công nhiệm vụ cho từng thành viên Ban điều hành phụ trách từng lĩnh vực hoặc từng mảng hoạt động, phù hợp với năng lực của từng thành viên trên cơ sở các nguyên tắc và nề nếp làm việc, để đảm bảo công tác quản trị điều hành được thông suốt, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động.
- Duy trì các buổi giao ban định kỳ hàng tuần của Ban điều hành với các trưởng phòng/ban, tổ chức các buổi họp chuyên đề hoặc họp triển khai các chương trình/sự kiện mang tính đột xuất để giải quyết các công việc phát sinh.
- Tiếp tục hoàn thiện các quy chế, quy trình, quy định làm việc của từng đơn vị/bộ phận và của công ty.

2) Nhóm giải pháp thúc đẩy kinh doanh:

- Đẩy mạnh tiếp thị khách hàng tại các tỉnh phụ cận và Hà Nội nhân dịp Công viên đầu tư đường trượt đa làn mới để tăng lượng khách lẻ trong mùa hoạt động Công viên nước 2018. Đồng thời đẩy mạnh bán hàng sự kiện và khách đoàn, bám vào mùa hoạt động Công viên nước để tận dụng sản phẩm thế mạnh của Công ty.
- Đến mùa thấp điểm, tận dụng lợi thế về vị trí địa lý của Công viên để thu hút sự kiện của các khách hàng lớn cũng như các Lễ hội do thành phố tổ chức tại Công viên.
- Tăng cường công tác khai thác khách tổ chức sự kiện, đặc biệt là sản phẩm “ngày hội gia đình” để phát huy tối đa lợi thế cạnh tranh về vị trí địa lý. Qua đó, có điều kiện gia tăng doanh thu từ trò chơi dưới nước, trò chơi trên cạn, trò chơi trong nhà, ẩm thực và hàng hóa bán lẻ sẽ thu được từ các sự kiện. Đẩy mạnh công tác tiếp thị bán hàng tiệc cưới với lợi thế không gian lãng mạn, chỗ để xe chuyên dụng rộng rãi, giá cả cạnh tranh.
- Đẩy mạnh công tác tiếp thị bán hàng các sản phẩm tour du lịch, đặc biệt là tour nội địa và tour outbound, tiếp cận một số kênh tiềm năng để khai thác và phát triển nguồn khách tour Inbound, thường xuyên nghiên cứu xây dựng và cải tiến sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu thị hiếu từng đối tượng khách hàng.
- Tiếp tục nghiên cứu và lựa chọn áp dụng các chương trình khuyến mãi hấp dẫn, hiệu quả, có hiệu ứng tốt đối với công tác truyền thông quảng bá thương hiệu.

3) Truyền thông, quảng bá thương hiệu:

- Đẩy mạnh công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu Công viên Hồ Tây gắn với các sự kiện, sản phẩm trên các kênh thông tin như: các trang web, facebook, VOV giao thông và một số kênh truyền hình trung ương và địa phương lân cận với thời lượng và thời điểm phù hợp, đảm bảo hiệu quả và tiết kiệm chi phí.
- Nghiên cứu và áp dụng các hình thức truyền thông mới mang tính thời đại, luôn cập nhật, tiếp cận các xu hướng truyền thông mới hấp dẫn giới trẻ - là đối tượng khách hàng chính của Công viên Hồ Tây.

4) Về cơ sở hạ tầng và công tác duy tu, bảo dưỡng MMTB:

- Tăng cường công tác duy tu, bảo dưỡng MMTB và hạ tầng Công viên nước và Công viên MTM, đảm bảo hệ thống các thiết bị trò chơi được kiểm định chất lượng theo quy định và tuyệt đối an toàn trong quá trình vận hành.
- Cải tạo, nâng cấp hệ thống vệ sinh trong công viên để nâng cao chất lượng dịch vụ.
- Thay thế hệ thống máng trượt đa làn đảm bảo chất lượng và tiến độ đã được Hội đồng quản trị phê duyệt.
- Chinh trang lại các cảnh quan của Công viên cho đẹp hơn, tạo thêm nhiều tiểu cảnh đẹp đáp ứng nhu cầu chụp ảnh và thư giãn cho khách hàng. Đảm bảo cho Công viên Hồ Tây luôn có một môi trường xanh, sạch, đẹp.
- Tăng cường độ phủ sóng Wifi rộng khắp công viên ổn định để phục vụ khách hàng, tạo điều kiện cho khách hàng quảng bá hình ảnh thương hiệu CVHT qua các trang mạng XH.

5) Giải pháp về phát triển nguồn nhân lực:

- Tiếp tục nâng cao chất lượng nhân sự, đặc biệt là nhân sự lãnh đạo, đảm bảo phát huy tính chủ động sáng tạo trong công tác chỉ đạo điều hành, luôn nêu cao tinh thần trách nhiệm trong công việc, tâm huyết với nghề và sát sao với công việc, có kỹ năng phân công hướng dẫn và kiểm tra giám sát cấp dưới.
- Tăng cường công tác đào tạo đội ngũ nhân viên: tác phong nhanh nhẹn, tinh thần, thái độ phục vụ niềm nở, đặc biệt là các kỹ năng mềm trong giao tiếp và phục vụ khách hàng. Thường xuyên quan tâm công tác giám sát hiệu quả sau đào tạo, đặc biệt là ở các bộ phận tác nghiệp.

6) Nhóm giải pháp về tiết kiệm và kiểm soát chi phí:

- Sử dụng tiết kiệm điện, nước, văn phòng phẩm, dụng cụ đồ dùng và các trang thiết bị phụ trợ, tránh lãng phí.
- Sử dụng nhân sự hợp lý và hiệu quả, linh hoạt trong những ngày vắng khách.
- Thường xuyên đánh giá, lựa chọn các nhà cung cấp đảm bảo chất lượng và giá cả cạnh tranh, luôn chủ động về nguồn hàng với số lượng, chất lượng và giá cả đáp ứng nhu cầu kinh doanh.
- Thường xuyên kiểm tra, rà soát hàng tồn kho, đảm bảo số lượng tồn hợp lý, có báo cáo kịp thời để đổi trả hàng, tránh tình trạng để hàng hết hạn sử dụng hoặc tồn kho lâu ngày.
- Lập kế hoạch bảo trì bảo dưỡng thường xuyên các trang thiết bị máy móc để giảm thiểu chi phí thay thế khi chưa hết khấu hao.

Ban điều hành Công ty trân trọng báo cáo!

TỔNG GIÁM ĐỐC



NGUYỄN THỊ VÂN