

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 6 năm 2017

BÁO CÁO
TỔNG KẾT HOẠT ĐỘNG KINH DOANH GIAI ĐOẠN 2014 - 2016

PHẦN I
KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC TRONG GIAI ĐOẠN 2014-2016

I. TÌNH HÌNH CHUNG:

Giai đoạn 2014-2016, mặc dù thế giới trải qua nhiều biến động, khó khăn do ảnh hưởng từ suy thoái kinh tế, tài chính, xung đột của một số quốc gia, thiên tai dịch bệnh... Tuy nhiên, ngành du lịch toàn cầu, khu vực và đặc biệt du lịch Việt Nam tiếp tục đạt được những kết quả khả quan.

Được sự quan tâm chỉ đạo sâu sát kịp thời của Thành ủy, Ủy ban Nhân dân Thành phố, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch, Tổng cục Du lịch, sự hỗ trợ tích cực của các Bộ, Ban ngành Trung ương và Thành phố, Tổng Công ty đã nỗ lực phấn đấu phát huy tinh thần đoàn kết, lãnh đạo, tổ chức thực hiện tốt Nghị quyết lần thứ III nhiệm kỳ 2014 - 2016 và nhiệm vụ do Thành ủy, Ủy ban Nhân dân Thành phố giao, liên tục hoàn thành các chỉ tiêu.

II. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC CHƯƠNG TRÌNH, GIẢI PHÁP

1. Chương trình tái sắp xếp doanh nghiệp

- Thực hiện theo lộ trình cổ phần hóa Tổng Công ty. Ban chỉ đạo cổ phần hóa doanh nghiệp Tổng Công ty triển khai các thủ tục chọn đơn vị tư vấn cổ phần hóa và đơn vị xác định giá trị doanh nghiệp, thủ tục xin giao tài sản cố định để cổ phần hóa và xác định giá trị doanh nghiệp, cùng các công việc khác liên quan.

- Từ tháng 5/2016, đã chuyển đổi mô hình từ công ty TNHH sang mô hình công ty cổ phần hai đơn vị: Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Phú Thọ và Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Thủ Đức.

2. Chương trình danh mục dự án đầu tư

Đã thực hiện đầu tư một số dự án mới tại thành phố Hồ Chí Minh và tập trung đầu tư nâng cao hiệu quả tại các đơn vị trực thuộc.

- Đẩy nhanh tiến độ xây dựng công trình mở rộng khách sạn Majestic. Tập trung đầu tư xây dựng cơ bản, mua sắm trang thiết bị tại các đơn vị trong hệ thống.

- Chuẩn bị đưa vào khai thác kinh doanh các công trình tại các địa phương: Khách sạn Sài Gòn - Phú Thọ (Phú Thọ), Khách sạn Sài Gòn - Vĩnh Long (Vĩnh Long); đưa vào khai thác thêm 31 phòng ngủ Khu du lịch Sài Gòn - Bán Giốc; khu biệt thự khu du lịch Sài Gòn - Hồ Cốc, Sài Gòn - Bình Châu; lập dự án đầu tư xây dựng Khu du lịch Sài Gòn - Ba Bể (Bắc Kạn); ...

- Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist đã đưa vào khai thác nhiều chi nhánh, cơ sở kinh doanh mới tại Đắc Lắc, Bà Rịa Vũng Tàu, thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Tiền Giang...

3. Chương trình thương hiệu - Quảng bá tiếp thị

Tập trung xây dựng hình ảnh nhận diện thương hiệu Saigontourist - thương hiệu du lịch hàng đầu Việt Nam với quy mô hệ thống rộng khắp trên cả nước, cung ứng các dòng sản phẩm, dịch vụ đa dạng, chất lượng cao, đồng bộ; đưa thương hiệu gắn gũi với cộng đồng thông qua các chương trình từ thiện, xã hội và các chương trình bảo vệ môi trường xanh, mô hình khách sạn xanh; thực hiện lộ trình xây dựng, phát triển, bảo vệ thương hiệu, củng cố thương hiệu nhằm chuẩn bị cho thời kỳ mới hội nhập sâu rộng khu vực và quốc tế.

• Quốc tế:

- Hàng năm, Tổng Công ty và các đơn vị chọn lọc và tham gia các kỳ hội chợ, roadshow, festival... tại thị trường trọng điểm Châu Âu, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc), Nga cùng các thị trường tiềm năng Ấn Độ, Trung Đông, ASEAN...

- Tham gia cùng đoàn công tác của lãnh đạo Trung ương, thành phố Hồ Chí Minh trong các chương trình làm việc, khảo sát thị trường, quảng bá tiếp thị tại thị trường quốc tế trọng điểm và tiềm năng.

• Trong nước:

- Sự kiện, lễ hội:

+ Tổ chức thành công các sự kiện lớn tại thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt Lễ hội Tết, Đường hoa Nguyễn Huệ tổ chức vào dịp Tết hàng năm;

+ Giải Golf Saigontourist và các sự kiện nhân ngày sinh nhật Tổng Công ty.

+ Tại Làng du lịch Bình Quới, Công viên Văn hóa Đầm Sen... tiếp tục đăng cai tổ chức các sự kiện lễ hội văn hóa, du lịch, ẩm thực, vui chơi giải trí như Bánh chưng khổng lồ, Ẩm thực Đất Phương Nam, Lễ hội Âm nhạc, Hội thi Lân Sư Rồng, Lễ hội Băng đảng, Ngày hội Quê tôi, Lễ hội chào đón năm mới...

+ Phối hợp tổ chức và hưởng ứng tham gia các sự kiện du lịch, văn hóa, lễ hội, đặc biệt là các sự kiện tại Thành phố Hồ Chí Minh và các địa phương.

- Tổ chức cuộc thi video clip, thi ảnh "Tận hưởng bản sắc Việt", in sách ảnh du lịch, mục đích giới thiệu vẻ đẹp của du lịch Việt Nam, thành phố Hồ Chí Minh, tạo thêm điểm nhấn công tác quảng bá tiếp thị thương hiệu Saigontourist.

- Truyền thông thương hiệu: thực hiện các chương trình quảng bá định kỳ trên các kênh truyền hình VTV4, SCTV12. Hợp tác Nhóm Thời báo Kinh tế Sài Gòn (Saigon Times Group), Thông tấn Xã Việt Nam, Tuổi Trẻ, Sài Gòn Giải phóng, Người Lao động, Vietnam Airlines, VietJet Air cùng các hãng hàng không quốc tế (United Airline, Air France, Eva Air...), các cơ quan truyền thông khác tổ chức chuyên trang Saigontourist quảng bá thông tin Tổng Công ty và các đơn vị.

- Hợp tác chiến lược: Hợp tác với các đối tác lớn (vận chuyển, thương mại, dịch vụ, tài chính...) triển khai các chương trình quảng bá thương hiệu.

4. Ứng dụng đầu tư khoa học công nghệ, quản trị hiện đại:

- Triển khai phần mềm kế toán Lemon3 tại văn phòng Tổng Công ty và 13 đơn vị thành viên khối phụ thuộc Tổng Công ty.

- Đưa vào khai thác phần mềm quản lý nhân sự tại văn phòng Tổng Công ty, 13 đơn vị khối phụ thuộc và 3 đơn vị thành viên.

- Tập trung đẩy nhanh tiến độ hoàn thành phần mềm quản lý khách sạn với các tính năng liên quan nghiệp vụ khách sạn, các chức năng tiện ích hỗ trợ tối đa hoạt động kinh doanh tại hệ thống khách sạn Tổng Công ty và phục vụ yêu cầu quản lý.

- Hoàn thành giai đoạn đầu Dự án phần mềm Online Booking.

- Cập nhật Bộ Quy chuẩn quản lý khách sạn Saigontourist gồm các bộ phận: Kinh doanh - Tiếp thị, Nhân sự, Tiếp tân, Nhà hàng, Phòng, Bếp, Kế toán, An ninh, Kỹ thuật.

5. Chương trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

- Đã xây dựng và ban hành chương trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực giai đoạn 2014 - 2016 và định hướng đến năm 2020.

- Trong giai đoạn 2014 - 2016, Tổng Công ty chú trọng đào tạo cán bộ các chức danh quản lý, nghiệp vụ chuyên ngành nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp; tạo ra đội ngũ cán bộ giỏi chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ, đồng thời am hiểu tình hình kinh tế - xã hội trong nước và quốc tế. Đồng thời, thu hút nguồn cán bộ giỏi, chuyên môn cao thông qua hình thức thi tuyển.

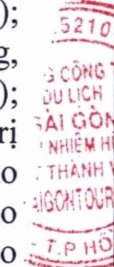
- Tổng Công ty đã phối hợp với các trường, tổ chức và các tập đoàn nổi tiếng trong và ngoài nước (Trường Cao đẳng Du lịch Canada, Viện Phát triển Nguồn Nhân lực, UHY, PSB Learning, Bureau Veritas, Elite (EHG), AIT VN...) tổ chức đào tạo 970 lượt cán bộ quản lý các lĩnh vực quản trị khách sạn, nhà hàng, lễ hành. Các chương trình đào tạo, bồi dưỡng được Tổng Công ty tập trung, gồm: Thạc sĩ Quốc tế về Quản trị Du lịch; Chương trình Đào tạo Quản lý Khách sạn 3+3; Chương trình Diploma Quản trị Kinh doanh Du lịch và Khách sạn (Diploma of Hospitality Management); Chương trình Đào tạo “Quản lý Du lịch dành cho Quản lý cấp cao” tại Salzburg, Austria; Chương trình Đào tạo “Quản lý Chất lượng Dịch vụ” (Quality Management); Chương trình Đào tạo “Giám đốc nhân sự” (CPO); Chương trình Đào tạo “Quản trị Nhân tài” (Talent Management); Khóa đào tạo Chứng chỉ chuyên nghiệp dành cho Trưởng bộ phận Đào tạo (CHT); Khóa đào tạo Chứng chỉ chuyên nghiệp dành cho Trưởng bộ phận Sales (CHSP); Khóa đào tạo Chứng chỉ chuyên nghiệp dành cho Trưởng bộ phận Kỹ thuật (CHFE); Khóa đào tạo Chứng chỉ chuyên nghiệp dành cho Trưởng bộ phận Lễ tân (CRDE); Khóa đào tạo Chứng chỉ chuyên nghiệp dành cho Trưởng bộ phận An ninh (CLSD); Khóa đào tạo Chứng chỉ chuyên nghiệp dành cho Trưởng bộ phận F&B (CFBE)...

6. Thị trường - Sản phẩm - Dịch vụ Khách hàng:

- Trong tình hình kinh doanh ngày càng cạnh tranh quyết liệt, xu hướng thị trường, thị hiếu khách hàng thay đổi; do đó, đặc biệt tăng cường công tác nghiên cứu thị trường, thị hiếu khách hàng, kịp thời đưa ra các sản phẩm, dịch vụ mới, phù hợp, mang lại hiệu quả, gia tăng lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, tăng độ nhận diện thương hiệu Tổng Công ty và các đơn vị.

- Phát triển mở rộng thị trường khách du lịch quốc tế và nội địa, ưu tiên thị trường có khả năng chi trả cao, lưu trú dài ngày, sử dụng nhiều sản phẩm, dịch vụ. Duy trì các thị trường truyền thống và thị trường có nguồn khách lớn, cao cấp gồm khách thương nhân, khách hội nghị hội thảo, khách tàu biển. Chủ động trong việc xây dựng kế hoạch ứng biến khi có biến động lớn của các thị trường nguồn khách.

- Không ngừng đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ, đáp ứng các nhu cầu thay đổi và yêu



cầu cao của khách hàng. Khai thác có hiệu quả loại hình du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng, sinh thái, văn hóa lịch sử; du lịch kết hợp hội nghị hội thảo, mua sắm, ẩm thực, học tập, thể thao..., các loại hình du lịch theo chuyên đề.

- Tiếp tục khai thác mạnh sản phẩm du lịch đường sông tại thành phố Hồ Chí Minh và các vùng phụ cận.

- Gia tăng tính liên kết phối hợp giữa các đơn vị lữ hành và khách sạn, khu du lịch, nhà hàng thuộc hệ thống Tổng Công ty, chào bán các sản phẩm trọn gói của các đơn vị trong hệ thống, giá cạnh tranh, khuyến mãi. Tăng cường hợp tác với các đối tác, đặc biệt các doanh nghiệp vận chuyển, thương mại, dịch vụ nhằm khai thác các dòng sản phẩm mới, các loại hình du lịch đáp ứng các nhu cầu đa dạng của khách hàng.

- Nâng cao thái độ phong cách phục vụ, đặc biệt chú trọng công tác chăm sóc khách hàng thông qua các chương trình “*Nụ cười Saigontourist*”, “*Người khách vàng Saigontourist*”, “*10 định chuẩn dịch vụ khách hàng Saigontourist*”, chương trình “*Phong cách dịch vụ Saigontourist*”, cùng các chương trình chăm sóc khách hàng của các đơn vị.

7. Chương trình “Tối đa doanh thu - Tối ưu lợi nhuận”:

- Các đơn vị tiếp tục triển khai thực hiện chương trình “*Tối đa doanh thu - Tối ưu lợi nhuận*” thông qua các công cụ, giải pháp phù hợp với từng đơn vị, bộ phận, trong việc sử dụng chi phí hợp lý, đảm bảo tỷ suất lợi nhuận trên vốn, giúp tiết kiệm hàng chục tỷ đồng, góp phần gia tăng lợi nhuận, mang lại hiệu quả tốt hơn trong công tác kinh doanh, quản lý đơn vị. Đây là một trong những công tác nổi bật nhất của cả hệ thống Tổng Công ty, với sự chỉ đạo sâu sát, sự tham gia thực hiện của tất cả các cấp, các bộ phận, đến từng người lao động.

- Ngày 24/5/2016, Tổng Công ty đã sơ kết và khen thưởng chương trình “*Tối đa doanh thu - Tối ưu lợi nhuận năm 2015 và quý I năm 2016*”, khen thưởng 12 tập thể và 21 cá nhân đạt thành tích xuất sắc trong việc triển khai chương trình.

- Đã thực hiện tốt công tác quản lý tài chính trong toàn Tổng Công ty.

PHẦN II ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH THỰC HIỆN KINH DOANH VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM

I. ƯU ĐIỂM

- Tổng Công ty luôn nhận được sự chỉ đạo sâu sát, hỗ trợ kịp thời có hiệu quả của Thành ủy, Ủy ban Nhân dân thành phố Hồ Chí Minh, các Bộ ngành Trung ương, địa phương và các Sở ban ngành thành phố Hồ Chí Minh.

- Tình hình kinh tế thế giới và trong nước có nhiều khó khăn, diễn biến phức tạp, áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt nhưng với sự quyết tâm cao của Đảng ủy, Hội đồng thành viên, Ban Tổng giám đốc, lãnh đạo các đơn vị và người lao động đã nỗ lực thực hiện đồng bộ nhiều chương trình, giải pháp, mang lại kết quả đạt và vượt chỉ tiêu kế hoạch được giao, giữ vững tốc độ tăng trưởng, doanh thu, lợi nhuận, tỉ suất lợi nhuận trên vốn, nộp ngân sách năm sau đều cao hơn năm trước.

- Phát huy tối đa nội lực và tranh thủ nguồn lực bên ngoài, các đối tác liên doanh, liên kết, các địa phương, các khách hàng trong và ngoài nước để đầu tư, phát triển sản phẩm, dịch vụ đa dạng. Thực hiện tốt chương trình tối ưu hóa lợi nhuận, thực hành tiết

giảm chi phí hợp lý, tập trung công tác đào tạo, tái đào tạo nguồn nhân lực.

- Thực hiện Đề án tái cơ cấu Tổng Công ty đã được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt, tạo tiền đề cho sự phát triển trong giai đoạn mới.

- Chương trình “*Tối đa doanh thu - Tối ưu lợi nhuận*” tiếp tục được đặc biệt chú trọng trong toàn hệ thống. Tất cả các đơn vị triển khai đồng bộ thông qua các chương trình, giải pháp, biện pháp, sáng kiến cụ thể, thực chất. Có sự trao đổi, học hỏi kinh nghiệm giữa các đơn vị, và sự kết hợp đưa ra các chương trình khuyến mãi, kích cầu giữa các đơn vị lữ hành và khách sạn, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí, trong đó có sự tăng cường hợp tác giữa Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist với các khách sạn, khu du lịch thuộc Tổng Công ty.

- Công tác xây dựng, phát triển thương hiệu, đi kèm tổ chức lễ hội, tham gia tổ chức các sự kiện, đẩy mạnh công tác quảng bá tiếp thị, tăng cường áp dụng các chương trình khuyến mãi, hậu mãi tiếp tục được quan tâm, nhất là trong tình hình kinh doanh ngày càng cạnh tranh.

- Nhiều đơn vị khách sạn, khu du lịch, nhà hàng, công ty lữ hành thuộc Tổng Công ty được xếp vị trí đầu trong cuộc bình chọn Top Ten của Tổng cục Du lịch, Hiệp hội Du lịch Việt Nam. Nhiều cá nhân khối lữ hành, khách sạn, Trường Trung cấp Du lịch - Khách sạn Saigontourist đạt thành tích cao trong các cuộc thi tay nghề trong và ngoài nước.

- Tham gia các chương trình an sinh, phúc lợi xã hội, thực hiện tốt chương trình “Saigontourist vì cộng đồng”, chăm lo tốt đời sống vật chất, tinh thần người lao động,

- Thực hiện tốt công tác quy hoạch, đào tạo, bồi dưỡng, luân chuyển, điều động, bổ nhiệm cán bộ. Công tác phát triển đảng viên trong nhiệm kỳ đạt và vượt chỉ tiêu nghị quyết đề ra.

II. HẠN CHẾ VÀ NGUYÊN NHÂN

- Công tác triển khai đầu tư các công trình trọng điểm dù có nhiều cố gắng tuy nhiên do vướng thủ tục nên chậm so với tiến độ đề ra, ảnh hưởng đến chỉ tiêu kinh doanh và chưa tạo thêm sức mạnh mới cho Tổng Công ty.

- Trong kinh doanh, sự phấn đấu nỗ lực của các đơn vị trong hệ thống chưa đều, một số đơn vị thực hiện chỉ tiêu kế hoạch năm 2016 chưa cao. Công tác phát triển sản phẩm, nhất là việc tạo ra các sản phẩm mới có tính cạnh tranh cao trong lĩnh vực ẩm thực, vui chơi giải trí chưa thực sự đột phá cao, chưa mang tính tiên phong.

- Do điều chỉnh đơn giá thuê đất tại các đơn vị tăng cao so với các năm trước đã ảnh hưởng đến lãi, cùng với việc không được phép chi nguồn phí phục vụ trong một thời gian dài đã ảnh hưởng đến thu nhập và tâm lý CBNV - LĐ.

- Tính liên kết trong toàn hệ thống đã được cải thiện, tuy nhiên vẫn chưa phát huy hết sức mạnh nội lực, chưa khai thác hết tiềm năng, thế mạnh của từng đơn vị và của cả Tổng Công ty. Việc chuyển hướng thị trường của một số đơn vị khi gặp khó khăn do tác động từ sụt giảm đột biến thị trường khách Nga, và ảnh hưởng của sự cố môi trường biển tại khu vực miền Trung từ tháng 4/2016 vẫn còn tác động, thêm vào đó mưa lũ kéo dài trong những tháng cuối năm cũng gây ảnh hưởng rất lớn.

III. BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Qua những ưu điểm, hạn chế, tồn tại nêu trên, trong công tác kinh doanh, Tổng Công ty rút ra bài học kinh nghiệm như sau:

- Được sự quan tâm chỉ đạo sâu sát kịp thời của Thành ủy, Ủy ban Nhân dân Thành phố, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch, Tổng cục Du lịch, sự hỗ trợ tích cực của các Bộ, Ban ngành Trung ương và Thành phố, Tổng Công ty đã phát huy sức mạnh của cả hệ thống Saigontourist.

- Phát huy tối đa nội lực, tăng cường mở rộng hợp tác, liên kết với các thành phần kinh tế trong và ngoài nước để đầu tư xây dựng phát triển thương hiệu Saigontourist. Không ngừng đổi mới phong cách lãnh đạo, luôn giữ gìn đoàn kết nhất trí cao trong chỉ đạo điều hành thực hiện nhiệm vụ chính trị của Đảng bộ.

- Đẩy nhanh tiến độ ứng dụng khoa học công nghệ thông tin thống nhất quản lý điều hành khách sạn, tài chính, nhân sự... để nâng cao năng suất lao động, hiệu quả làm việc của đội ngũ quản lý và người lao động trong hệ thống.

- Tập trung thực hiện tốt công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý và chuyên môn nghiệp vụ cho người lao động. Xây dựng chế độ chính sách ưu đãi để thu hút và giữ được người tài.

- Công tác xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu, kết hợp với công tác quảng bá tiếp thị đồng bộ, hiệu quả. Đẩy mạnh công tác kiểm tra giám sát trong hoạt động điều hành, quản lý, sản xuất kinh doanh tại đơn vị, có biện pháp hữu hiệu phòng ngừa sai phạm, phát hiện và giải quyết kịp thời những vấn đề phát sinh sai phạm.

- Đảng bộ Tổng Công ty phải luôn đổi mới phương thức lãnh đạo phù hợp với tổ chức Đảng từng loại hình doanh nghiệp, gắn công tác xây dựng Đảng, đoàn thể chính trị với nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, đáp ứng yêu cầu phát triển của Tổng Công ty và các đơn vị trong thời kỳ mới.

- Thực hiện tốt công tác quy hoạch cán bộ, quản lý cán bộ, đào tạo bồi dưỡng, điều động, luân chuyển, bổ nhiệm cán bộ là yếu tố quan trọng để hoàn thành kế hoạch đề ra.

Nơi nhận:

- HĐTV, Ban Tổng Giám đốc
- Lưu VP, KD-TT, TCKT



Trần Hùng Việt

ỦY BAN NHÂN DÂN TP HỒ CHÍ MINH
 TỔNG CÔNG TY DU LỊCH SÀI GÒN TNHH MTV
 Địa chỉ: 23 Lê Lợi, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. HCM
 Điện thoại: 08 38225887, Fax: 38243239

BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ VỀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH HÀNG NĂM VÀ 03 NĂM GẦN NHẤT
BÁO CÁO HỢP NHẤT NĂM 2016

BIỂU SỐ 1: MỘT SỐ CHỈ TIÊU VỀ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

Chỉ tiêu	ĐVT	Tốc độ tăng trưởng			
		Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
1. Sản phẩm sản xuất chủ yếu					
a) Khách lưu trú	Lượt khách	1,394,794	1,509,652	1,536,155	1,562,919
b) Khách lữ hành	Lượt khách	528,662	537,921	797,052	907,906
2. Tổng doanh thu	Triệu đồng	5,664,015	5,907,911	6,133,108	6,862,170
3. Lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	1,414,026	1,252,145	1,340,458	1,347,867
4. Nộp ngân sách	Triệu đồng	815,788	1,265,468	1,299,516	1,308,918
5. Kim ngạch xuất khẩu (nếu có)	Triệu đồng				
6. Sản phẩm dịch vụ công ích	Triệu đồng				
7. Kế hoạch đầu tư phát triển	Triệu đồng				
a) Nguồn ngân sách	Triệu đồng				
b) Vốn vay	Triệu đồng				
c) Vốn khác	Triệu đồng	356,032	321,177	237,073	142,223
8. Tổng số lao động	Người	6,201	6,914	6,889	6,123
9. Tổng quỹ lương	Triệu đồng	491,068	524,659	580,341	684,114
a) Quỹ lương quản lý	Triệu đồng	8,930	9,383	9,121	16,099
b) Quỹ lương lao động	Triệu đồng	482,138	515,276	571,220	668,015

Lập biểu

Trần Thị Minh Thiểu

Trần Thị Minh Thiểu

KẾ TOÁN TRƯỞNG

Lê Thị Hoàng Mai

Lê Thị Hoàng Mai

Tp. Hồ Chí Minh, Ngày 15 tháng 06 năm 2017

TỔNG GIÁM ĐỐC



Trần Hùng Việt

Trần Hùng Việt

ỦY BAN NHÂN DÂN TP HỒ CHÍ MINH
TỔNG CÔNG TY DU LỊCH SÀI GÒN
TNHH MỘT THÀNH VIÊN

BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ VỀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH
DOANH HÀNG NĂM VÀ 03 NĂM GẦN NHẤT

Địa chỉ: 23 Lê Lợi, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. HCM

Điện thoại: 08 38225887, Fax: 38243239

BÁO CÁO HỢP NHẤT NĂM 2016

BIỂU SỐ 2: TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ TẠI CÁC CÔNG TY CON DO CÔNG TY MẸ NĂM CỔ PHẦN CHI PHỐI

Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2013			Thực hiện năm 2014			Thực hiện năm 2015			Thực hiện năm 2016		
	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp Cty Mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp Cty Mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp Cty Mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp Cty Mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)
I. CTY CON DO CTY MẸ NĂM GIỮ 100% VỐN ĐIỀU LỆ (CẤP 2)												
1. Cty TNHH DV Lữ hành Saigontourist	37.24	100%	37.24	37.24	100%	37.24	37.24	100%	37.24	85.00	100%	85.00
2. Cty TNHH Dịch vụ DL Phú Thọ	183,89	100%	183,89	183,89	100%	183,89	183,89	100%	183,89	Từ 16/5/2017 chính thức chuyển sang Cty Cp theo QĐ 2068/QĐ-UBND ngày 26/04/2016		
3. Cty TNHH Dịch vụ DL Thủ Đức	68,89	100%	68,89	68,89	100%	68,89	68,89	100%	68,89	Từ 17/5/2017 chính thức chuyển sang Cty Cp theo QĐ 2067/QĐ-UBND ngày 26/04/2016		
II. CÁC CTY CON DO CTY MẸ NĂM GIỮ CỔ PHẦN CHI PHỐI												
1. Cty LD Hội chợ Triển lãm Sài Gòn	825.06	60.00%	495.04	825.06	60.00%	495.04	825.06	60.00%	495.04	921.62	60.00%	547.74
2. Cty CP Du lịch Sài Gòn Ninh Chữ	87.40	52.43%	45.82	87.40	52%	45.82	87.40	52%	45.82	87.40	52%	45.82
3. Cty CP Du lịch KS Sài Gòn Hạ Long	100.00	50.95%	50.95	100.00	50.95%	50.95	100.00	50.95%	50.95	183.41	51.39%	94.25
4. Cty CP Du lịch Daklak	93.07	50.81%	47.29	93.07	50.81%	47.29	93.07	50.81%	47.29	93.07	50.81%	47.29
5. Cty CP Du lịch Sài Gòn Đông Hà	150.00	50.54%	75.81	150.00	50.54%	75.81	150.00	50.54%	75.81	185.51	57.85%	107.32
6. Cty CP Du lịch Sài Gòn Phú Yên	74.00	62.98%	46.61	74.00	62.98%	46.61	74.00	62.98%	46.61	74.00	62.98%	46.61
7. Cty TNHH Sài Gòn Bản Giốc	0,00	0,00	0,00	40,00	70,00%	28,00	94.35	80.00%	75.48	94.35	80.00%	75.48
8. Cty CP Du lịch DVTM Phú Thọ							84.32	61.10%	51.52	84.32	85.49%	72.09
9. Cty CP Sài Gòn Ba Bể										81.50	74.18%	60.46

Lập biểu

mm

KẾ TOÁN TRƯỞNG

hanuu
Lê Thị Hoàng Mai



Tp. Hồ Chí Minh, Ngày 15 tháng 06 năm 2017

TỔNG GIÁM ĐỐC

Phan Hùng Việt
Phan Hùng Việt