



BẢN CÔNG BỐ THÔNG TIN BÁN ĐẤU GIÁ CỔ PHẦN LẦN ĐẦU RA CÔNG CHÚNG CÔNG TY TNHH MTV DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM

Để đảm bảo quyền lợi của các nhà đầu tư, Ban chỉ đạo cổ phần hóa, Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam khuyến cáo các nhà đầu tư tiềm năng nên đọc kỹ các thông tin trong tài liệu này và quy chế đấu giá trước khi quyết định đăng ký tham dự đấu giá.

Tp.Hồ Chí Minh, tháng 07 năm 2020

MỤC LỤC

PHẦN I: THÔNG TIN CHUNG VỀ ĐỢT BÁN ĐẦU GIÁ	4
1. Căn cứ pháp lý của đợt chào bán cổ phần lần đầu ra công chúng của Công Ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam	4
2. Những người chịu trách nhiệm chính đối với Bản công bố thông tin	5
3. Các thuật ngữ viết tắt	6
PHẦN II: TÌNH HÌNH VỀ DOANH NGHIỆP TRƯỚC CỔ PHẦN HÓA	7
1. Giới thiệu về Công ty	7
2. Ngành nghề kinh doanh	7
3. Quá trình hình thành và phát triển	7
4. Sản phẩm và dịch vụ chủ yếu	9
5. Cơ cấu quản lý và tổ chức	9
6. Giá trị doanh nghiệp tại thời điểm cổ phần hóa	11
7. Tài sản chủ yếu của doanh nghiệp	13
8. Danh sách công ty mẹ, công ty con và công ty liên kết của FESTIVAL	14
9. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty trước cổ phần hóa	15
10. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành	20
PHẦN III: THÔNG TIN VỀ DOANH NGHIỆP SAU CỔ PHẦN HÓA	26
1. Giới thiệu về doanh nghiệp sau cổ phần hóa	26
1.1 Thông tin chung về doanh nghiệp sau cổ phần hóa	26
1.2 Hình thức pháp lý	26
1.3 Ngành nghề kinh doanh dự kiến sau cổ phần hóa	26
1.4 Cơ cấu tổ chức điều hành doanh nghiệp	27
2. Kế hoạch sản xuất kinh doanh trong 3 năm liền kề sau khi cổ phần hóa	29
3. Vốn điều lệ và cơ cấu vốn điều lệ	31
4. Rủi ro dự kiến	32
PHẦN IV: THÔNG TIN VỀ ĐỢT CHÀO BÁN	36
1. Phương thức chào bán và thanh toán tiền mua cổ phần	36
2. Kế hoạch sử dụng tiền thu từ cổ phần hóa	37
3. Kế hoạch niêm yết trên thị trường chứng khoán	38
PHẦN V: KẾT LUẬN	39

CÔNG TY TNHH MTV DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM

(Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0301442026 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 10/3/2003, đăng ký thay đổi lần thứ 9 ngày 16/8/2013)

CHÀO BÁN ĐẤU GIÁ CỔ PHẦN LẦN ĐẦU RA CÔNG CHÚNG

Tên cổ phần:	Cổ phần Công ty cổ phần Du lịch Thanh niên Việt Nam (là công ty được chuyển đổi từ Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam)
Loại cổ phần chào bán:	Cổ phần phổ thông
Mệnh giá:	10.000 đồng / 1 cổ phần
Giá khởi điểm:	32.645 đồng/cổ phần
Số lượng cổ phần bán đấu giá:	499.299 cổ phần
Đặt cọc:	10% giá trị tổng số cổ phần đăng ký mua tính theo giá khởi điểm.
Phương thức chào bán:	Đấu giá công khai
Đối tượng tham gia:	Các tổ chức, cá nhân đáp ứng điều kiện theo quy định tại Quy chế bán đấu giá cổ phần lần đầu ra công chúng của Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam
Tổ chức bán đấu giá:	Chi nhánh Công ty cổ phần Chứng khoán Bảo Việt (BVSC)
Thời gian tổ chức đấu giá:	Theo Quy chế đấu giá do BVSC ban hành
Địa điểm tổ chức đấu giá:	Chi nhánh Công ty cổ phần Chứng khoán Bảo Việt Lầu 8, Tòa nhà Tập đoàn Bảo Việt, số 233 Đồng Khởi, Quận 1, Tp.Hồ Chí Minh

PHẦN I: THÔNG TIN CHUNG VỀ ĐỢT BÁN ĐẦU GIÁ

1. Căn cứ pháp lý của đợt chào bán cổ phần lần đầu ra công chúng của Công Ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam

- Nghị định số 126/2017/NĐ-CP (sau đây gọi tắt là “Nghị định 126”) ngày 16/11/2017 của Chính phủ về chuyển doanh nghiệp nhà nước và công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do doanh nghiệp nhà nước đầu tư 100% vốn điều lệ thành công ty cổ phần;
- Thông tư số 40/2018/TT-BTC ngày 04/5/2018 của Bộ Tài chính hướng dẫn bán cổ phần lần đầu và quản lý, sử dụng tiền thu từ cổ phần hóa của doanh nghiệp nhà nước và công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do doanh nghiệp nhà nước đầu tư 100% vốn điều lệ chuyển đổi thành công ty cổ phần;
- Thông tư số 41/2018/TT-BTC ngày 04/5/2018 của Bộ Tài chính hướng dẫn một số nội dung về xử lý tài chính và xác định giá trị doanh nghiệp khi chuyển doanh nghiệp nhà nước và công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do doanh nghiệp nhà nước đầu tư 100% vốn điều lệ thành công ty cổ phần;
- Thông tư số 07/2018/TT-BLĐTBXH (sau đây gọi tắt là “Thông tư 07”) ngày 01/8/2018 của Bộ LĐ-TB&XH hướng dẫn xây dựng phương án sử dụng lao động và thực hiện chính sách đối với người lao động khi cổ phần hóa quy định tại Nghị định 126;
- Nghị định số 63/2015/NĐ-CP ngày 22/7/2015 của Chính phủ quy định chính sách đối với người lao động dôi dư khi sắp xếp lại Công ty TNHH một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu;
- Công văn số 2661-CV/TWĐTN-VP ngày 08/05/2019 của Ban Bí thư Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh về việc tiến hành cổ phần hóa và thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp để cổ phần hóa Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam;
- Quyết định số 242-QĐ/TWĐTN-VP ngày 28/05/2019 của Ban Bí thư Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh về việc thành lập Tổ giúp việc cổ phần hóa Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam;
- Quyết định số 461-QĐ/TWĐTN-VP ngày 20/3/2020 của Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh về việc phê duyệt giá trị doanh nghiệp Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam để cổ phần hóa tại thời điểm 0 giờ ngày 31/3/2019.
- Quyết định số 546 – QĐ/TWĐTN-VP ngày 25/6/2020 của Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh về việc phê duyệt phương án cổ phần hóa Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam.

2. Những người chịu trách nhiệm chính đối với Bản công bố thông tin

2.1 Ban Chỉ đạo cổ phần hóa

STT	Họ và tên	Chức danh	
1	Ông. Nguyễn Anh Tuấn	Bí thư thường trực Trung ương Đoàn	Trưởng ban
2	Ông. Bùi Quang Huy	Bí thư Trung ương Đoàn, Trưởng ban Tổ chức Trung ương Đoàn	Ủy viên
3	Ông. Nguyễn Bình Minh	Ủy viên Ban Thường vụ, Chánh văn phòng Trung ương Đoàn	Ủy viên
4	Ông. Nguyễn Anh Tuấn	Phó bí thư thường trực Trung ương Đoàn	Ủy viên
5	Bà. Lê Hồng Hạnh	Chủ tịch Công đoàn cơ quan Trung ương Đoàn	Ủy viên
6	Ông. Nguyễn Thanh Tùng	Phó trưởng ban Tổ chức Trung ương Đoàn	Ủy viên
7	Bà. Lê Thị Hồng Vân	Phó chánh văn phòng Trung ương Đoàn	Ủy viên
8	Ông. Nguyễn Quang Thông	Tổng biên tập Báo Thanh niên	Ủy viên
9	Đại diện lãnh đạo Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam		Ủy viên

2.2 Tổ chức phát hành

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM

Bà Nguyễn Thị Hồng Cúc

Phó Giám đốc

Ông Võ Tường Phúc

Kế toán Trưởng

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản công bố thông tin này là chính xác, phù hợp với thực tế, đầy đủ và cần thiết để nhà đầu tư có thể đánh giá về tình hình hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, giá trị doanh nghiệp và triển vọng phát triển của Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam.

2.3 Tổ chức tư vấn và thực hiện tổ chức đấu giá

CHI NHÁNH CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN BẢO VIỆT

Ông Nguyễn Văn Khánh Phó Giám đốc phụ trách

Chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trong Bản công bố thông tin này đã được thực hiện một cách hợp lý và cẩn trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam cung cấp nhưng không hàm ý bảo đảm giá trị của chứng khoán.

3. Các thuật ngữ viết tắt

TRUNG ƯƠNG ĐOÀN:	Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh
FESTIVAL/FTV:	Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam
BCTC:	Báo cáo tài chính
CBCNV:	Cán bộ công nhân viên
LĐ:	Lao động
HĐLĐ:	Hợp đồng lao động
VĐL:	Vốn điều lệ
CPH:	Cổ phần hóa
TDT:	Tổng doanh thu
DTT:	Doanh thu thuần
LNTT:	Lợi nhuận trước thuế
DNNN:	Doanh nghiệp Nhà nước
TNHH MTV:	Trách nhiệm hữu hạn một thành viên
TSCĐ:	Tài sản cố định
CTXD:	Công trình xây dựng
PTVT:	Phương tiện vận tải
TBQL:	Thiết bị quản lý
TSLĐ:	Tài sản lưu động

PHẦN II: TÌNH HÌNH VỀ DOANH NGHIỆP TRƯỚC CỔ PHẦN HÓA

1. Giới thiệu về Công ty

- Tên tiếng Việt: CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM
- Tên tiếng Anh: VN Festival Travel
- Tên giao dịch/viết tắt: CÔNG TY FESTIVAL
- Vốn điều lệ: 20.502.632.959 đồng (Hai mươi tỷ, năm trăm lẻ hai triệu, sáu trăm ba mươi hai ngàn, chín trăm năm mươi chín đồng).
- Trụ sở chính: 31 Cao Thắng, Phường 2, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh
- Điện thoại: (84.28) 8342 380 Fax: (84.28) 8342 382
- Biểu tượng:



- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0301442026 đăng ký lần đầu ngày 10 tháng 3 năm 2003, đăng ký thay đổi lần thứ 9 ngày 16 tháng 8 năm 2013 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.

2. Ngành nghề kinh doanh

Theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, ngành nghề kinh doanh chủ yếu của Công ty như sau:

- Tổ chức giới thiệu và xúc tiến thương mại;
- Dịch vụ du lịch: nhà hàng;
- Dịch vụ du lịch: khách sạn;
- Dịch vụ du lịch: hướng dẫn vận chuyển khách du lịch, tổ chức vui chơi giải trí, thị thực nhập cảnh và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch;
- Vận chuyển hành khách bằng xe taxi;
- Sửa chữa bảo trì xe ô tô;
- Mua bán thiết bị, phụ tùng ô tô;
- Đào tạo dạy nghề;
- Tư vấn du học;
- Kinh doanh lữ hành quốc tế và nội địa; và
- Đại lý bán vé máy bay.

3. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam tiền thân là Trung tâm Du lịch thanh niên Việt Nam 2, được Trung ương Đoàn thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh thành lập vào ngày 10/10/1985. Lúc mới thành lập, Trung tâm quản lý Nhà hàng

FESTIVAL 27 Cao Thắng, Trung tâm du lịch thanh niên Vũng Tàu và Xí nghiệp vận chuyển và hướng dẫn du lịch.

Năm 1993, theo Quyết định số 04/QĐ-UB ngày 08/5/1993, của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh quyết định thành lập Trung Tâm Thương mại và Du lịch Thanh niên Việt Nam (tên cũ: Trung tâm Du lịch thanh niên Việt Nam 2) với vốn kinh doanh là 1.008.000.000 đồng. Ngày 12/05/1993, Công ty TNHH Du lịch Thanh niên Việt Nam được thành lập trên cơ sở chuyển đổi Trung Tâm Thương mại và Du lịch Thanh niên Việt Nam theo giấy đăng ký số 200042 do Trọng tài kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh cấp.

Giai đoạn năm 2003 - 2013, Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam chính thức hoạt động trên cơ sở chuyển đổi Công ty TNHH Du lịch Thanh niên Việt Nam theo giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0301442026 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 10/3/2003, đăng ký thay đổi lần thứ 9 ngày 16/8/2013 với vốn điều lệ là 20.502.632.959 đồng, hoạt động trong 2 ngành nghề kinh doanh cốt lõi, bao gồm: kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành và khách sạn.

Một số cột mốc chính trong quá trình phát triển của FESTIVAL:

- Năm 1991, liên doanh với Công ty Sae Young International (Hàn Quốc) thành lập Công ty liên doanh FESTIVAL – Sae Young kinh doanh khách sạn đạt tiêu chuẩn Quốc tế 2 sao tại số 31 Cao Thắng – Quận 3 - Tp.HCM.
- Năm 1993, liên doanh với Công ty Sei Ah Corperation (Hàn Quốc) thành lập Công ty liên doanh Sei Ah – FESTIVAL kinh doanh vận chuyển khách Du lịch bằng xe ô tô tại số 19 Cộng Hòa – Quận Tân Bình - Tp.HCM.
- Năm 1993, liên doanh với Công ty du lịch tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu và Công ty Keira Australia thành lập: Công ty liên doanh Vũng Tàu – Keira – FESTIVAL Resort kinh doanh khách sạn và dịch vụ du lịch tại 46A Thùy Vân - Tp.Vũng Tàu.
- Năm 1995 thành lập đoàn xe FESTIVAL taxi 1 với tổng đài 8 45 45 45 là một trong ba hãng taxi ra đời đầu tiên tại Tp.HCM với 150 xe loại Kia Pride 4 chỗ ngồi.
- Để đáp ứng nhu cầu thị trường, từ năm 2001 công ty đã thành lập thêm: đoàn xe FESTIVAL 2 với tổng đài: 8 456 456 với 100 xe Kia Pride 4 chỗ, 30 xe Fiat 7 chỗ và 30 xe Toyota Zace 7 chỗ.
- Năm 1997, thành lập: nhà hàng Le Mekong Đông Du tại số 57 Đông Du - phường Bến Nghé - Tp.HCM.
- Năm 2002, thành lập thêm nhà hàng Thanh Niên ở Phú Lâm, huyện Bình Chánh - Tp.HCM.
- Ngày 25/3/2004, Công ty thành lập Phòng Tư vấn du học.
- Ngày 01/4/2004: phối hợp cùng tỉnh đoàn Kiên Giang thành lập văn phòng đại diện Công ty tại Kiên Giang số 22 đường Nguyễn Trung Trực - thị xã Rạch Giá - tỉnh Kiên Giang.

- Ngày 01/6/2004: phối hợp cùng tỉnh đoàn Tiền Giang thành lập Văn phòng đại diện công ty tại Tiền Giang số 9A đường Rạch Gầm- phường 1- Tp.Mỹ Tho. Ngày 1/10/2005: nâng lên thành Chi nhánh công ty du lịch FESTIVAL – Tiền Giang.
- Ngày 12/11/2008: Thành lập Đại lý tại địa chỉ số 16 Bạch Đằng – Phường 25 – Quận Bình Thạnh – Tp.HCM.
- Ngày 01/11/2009: thành lập Chi nhánh FESTIVAL Âu Cơ tại số 251 đường Âu Cơ – Phường 5 – Quận 11- Tp.HCM.
- Ngày 01/01/2010: Thành lập Trung tâm dịch vụ lữ hành thanh niên Việt Nam (Trung tâm Lữ hành FESTIVAL) trên cơ sở sáp nhập Phòng du lịch trong nước, Phòng du lịch nước ngoài và Phòng Xúc tiến du lịch. Trụ sở đặt tại số 31 Cao Thắng - Phường 2 - Quận 3 - Tp.Hồ Chí Minh.
- Ngày 01/04/2013: Quyết định số 19 /QĐ/DLTN-13 ngày 26 tháng 03 năm 2013 của Ban Giám đốc Công ty TNHH một thành viên du lịch thanh niên Việt Nam về việc ngưng hoạt động Trung tâm dịch vụ lữ hành thanh niên Việt Nam và thành lập Phòng Lữ hành thuộc Khách sạn Festival.
- Ngày 01/01/2018: Quyết định số 31/QĐ/DLTN-17 ngày 04/12/2017, chuyển giao chức năng kinh doanh lữ hành từ Khách sạn Festival về Công ty TNHH MTV du lịch thanh niên Việt Nam, hoạt động theo chức năng của Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động do Sở kế hoạch đầu tư thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 16/08/2013 (đăng ký thay đổi lần 9) , bao gồm các Phòng chức năng như Phòng kinh doanh 1, 2, 3, Phòng Nghiệp vụ Lữ hành.

4. Sản phẩm và dịch vụ chủ yếu

Hơn 34 năm hình thành và phát triển, Công ty chủ yếu thực hiện các sản phẩm, dịch vụ liên quan đến tổ chức tour du lịch, cụ thể bao gồm:

- Dịch vụ chính:
 - + Tổ chức các chương trình tour du lịch trong nước cho khách Nội địa (Domestic)
 - + Tổ chức các chương trình tour du lịch quốc tế (Outbound)
 - + Tổ chức các chương trình sự kiện, hội nghị, nghiên cứu thị trường trong nước và nước ngoài (MICE)
 - + Tổ chức các chương trình tour du lịch trong nước cho khách quốc tế (Inbound)

Ngoài ra, Công ty còn đảm nhận phục vụ các dịch vụ kinh doanh khác như:

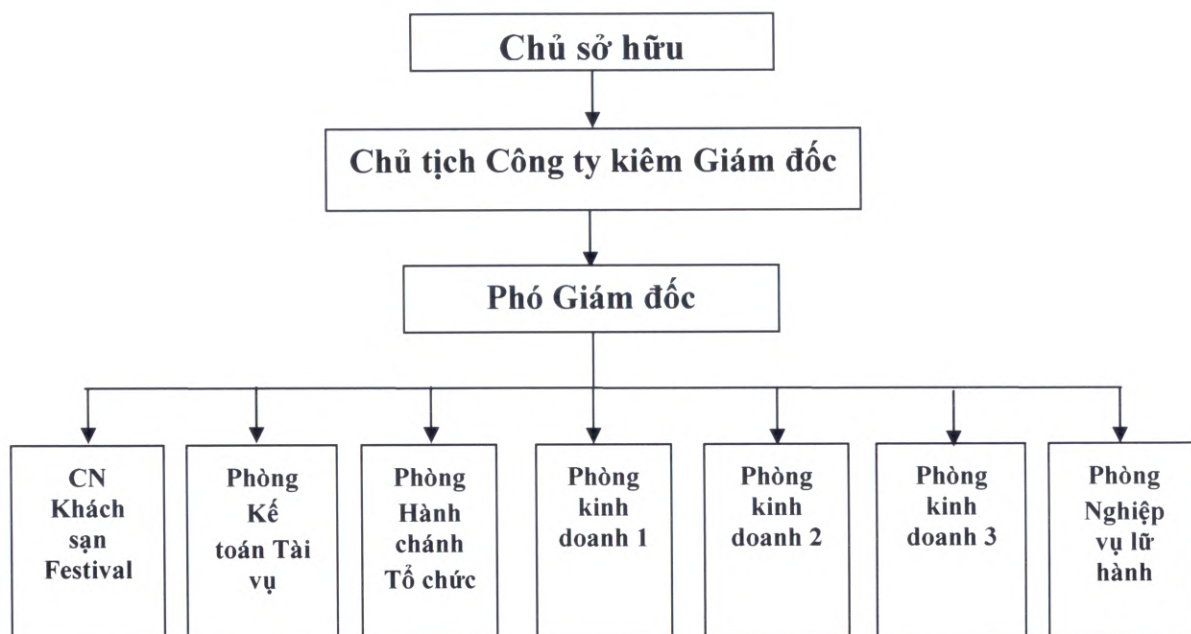
- Nhận đặt vé máy bay trong nước và quốc tế
- Đặt phòng khách sạn trong nước và trên khắp thế giới
- Tổ chức vui chơi giải trí
- Dịch vụ tư vấn và hỗ trợ xuất nhập cảnh
- Kinh doanh Khách sạn, Nhà hàng, Karaoke, Massage
- Các lĩnh vực kinh doanh khác (bất động sản, đào tạo nghề, tư vấn du học...)

5. Cơ cấu quản lý và tổ chức

5.1 Cơ cấu tổ chức trước khi cổ phần hóa

Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý của Công ty được tổ chức theo mô hình quản lý trực tuyến chức năng. Cơ cấu tổ chức của Công ty như sau:

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CÔNG TY TNHH MTV DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM



- Chủ tịch Công ty kiêm Giám đốc làm việc theo cơ chế chỉ huy, chịu trách nhiệm toàn bộ hoạt động của Công ty.
- Hệ thống điều hành công ty được tổ chức theo mô hình trực tuyến và tham mưu, đứng đầu là Chủ tịch hội đồng thành viên kiêm Giám đốc. Dưới Giám đốc là Phó Giám đốc, thực hiện chức năng – nhiệm vụ sau:
 - + Dự kiến phân phối lợi nhuận hàng năm;
 - + Tham mưu cho Giám đốc về việc điều hành vốn trong công ty;
 - + Nghiên cứu các biện pháp giảm giá thành, giảm chi phí trong công ty;
 - + Thẩm định các bản quyết toán lãi lỗ hàng quý, hàng năm;
 - + Kiểm tra bảng cân đối kế toán do Phòng Kế toán lập ra;
 - + Ký hợp đồng kinh tế theo ủy quyền của Giám đốc, phê duyệt một số văn bản giấy tờ liên quan đến hoạt động kinh doanh trong công ty theo ủy quyền của Giám đốc.
 - + Xây dựng cơ cấu tổ chức bộ máy điều hành trong toàn công ty.
 - + Hàng năm xây dựng phương án tuyển dụng, đào tạo, quản lý nguồn nhân lực để đáp ứng yêu cầu của hoạt động kinh doanh.
 - + Xây dựng và thực hiện các chế độ chính sách như: lương, chính sách xã hội và những chính sách khác đối với người lao động.
 - + Tỷ lệ tái đầu tư cho năm tài chính tiếp theo.
 - + Cơ cấu các khoản phí trong tổng phí hoạt động của công ty và từng đơn vị trực thuộc công ty.
 - + Xây dựng và trình Giám đốc duyệt các thông số tài chính như: Tỷ suất lợi nhuận tối thiểu của từng ngành hàng; nghiên cứu những quy định về mặt tài chính của

- nhà nước ban hành; nghiên cứu luật doanh nghiệp, các nghị định thông tư có liên quan đến ngành; xây dựng, đề xuất quy chế lương áp dụng trong toàn công ty.
- + Nắm vững luật thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế VAT, luật khuyến khích đầu tư trong nước và các văn bản liên quan đến việc quản lý tài chính do nhà nước ban hành để áp dụng cho công ty.
 - 06 phòng nghiệp vụ: Phòng Kinh doanh 1, 2, 3, Phòng Nghiệp vụ lữ hành, Phòng Kế toán - Tài vụ, Hành chính Tổ chức. Các phòng nghiệp vụ của công ty có mối quan hệ phối hợp qua lại, hỗ trợ nhau thực hiện nhiệm vụ được giao.
 - Kế toán trưởng, phụ trách tài chính của công ty, chịu trách nhiệm quản lý phòng Kế toán - Tài chính.
 - Bộ phận trực thuộc gồm: Chi nhánh Khách sạn Festival hoạt động kinh doanh trong các lĩnh vực Khách sạn, Massage, Karaoke, Nhà hàng theo Giấy phép kinh doanh số 0301442026-006 đăng ký thay đổi lần thứ 1, ngày 21 tháng 06 năm 2007 của Sở Kế hoạch và Đầu tư TP.HCM.

Các tổ chức đoàn thể:

- Tổ chức Đảng: Chi bộ Công ty TNHH MTV DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM trực thuộc Đảng bộ Cơ sở phía Nam, 07 đảng viên.
- Tổ chức Công đoàn: Công đoàn cơ sở thành viên Công ty TNHH MTV DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM gồm 03 tổ công đoàn trực thuộc có 26 Đoàn viên Công đoàn.
- Tổ chức Chi đoàn Thanh niên: Chi đoàn Công ty TNHH MTV DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM có 16 Đoàn viên Chi đoàn.

5.2 Người lao động

Tính đến thời điểm 31/03/2019, tổng số lao động tại Công ty là 40 người, được phân loại như sau:

Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ trọng
Theo trình độ lao động	40	100,0%
Trên đại học	0	0,0%
Trình độ đại học	29	72,5%
Trình độ cao đẳng,	2	5,0%
Trung cấp và sơ cấp	9	22,5%
Theo loại hợp đồng lao động	40	100,0%
Hợp đồng không xác định thời hạn	31	77,5%
Hợp đồng xác định thời hạn từ 1 – 3 năm	6	15,0%
Hợp đồng xác định thời hạn dưới 1 năm hoặc mùa vụ	3	7,5%

Nguồn: FESTIVAL

6. Giá trị doanh nghiệp tại thời điểm cổ phần hóa

Căn cứ Quyết định số 461-QĐ/TWĐTN-VP (“Quyết định 461”) ngày 20/3/2020 của Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh về việc phê duyệt giá trị doanh

nghiệp Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam để cổ phần hóa tại thời điểm 0 giờ ngày 31/3/2019, giá trị thực tế của doanh nghiệp tại thời điểm 0 giờ ngày 31/03/2019: **53.456.035.017** đồng (Bằng chữ: *Năm mươi ba tỷ, bốn trăm năm mươi sáu triệu, không trăm ba mươi lăm nghìn, không trăm mười bảy đồng*).

Trong đó giá trị thực tế phần vốn nhà nước tại Công ty: **17.217.119.102** đồng (Bằng chữ: *Mười bảy tỷ, hai trăm mười bảy triệu, một trăm mười chín nghìn, một trăm linh hai đồng*) được trình bày chi tiết ở bảng sau:

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Số liệu sổ sách kế toán	Số liệu xác định lại	Chênh lệch
(1)	(2)	(3)	(4=3-2)
A. TÀI SẢN ĐANG DÙNG	41.512.913.960	53.456.035.017	11.943.121.057
I. TSCĐ và Đầu tư dài hạn	32.086.399.996	42.207.604.301	10.121.204.305
1. Tài sản cố định	1.066.399.996	1.293.744.722	227.344.726
a. Tài sản cố định hữu hình	1.066.399.996	1.293.744.722	227.344.726
- TSCĐ hữu hình là CTXD	1.066.399.996	1.066.399.996	0
- Máy móc thiết bị, PTVT, TBQL	0	227.344.726	227.344.726
b. TSCĐ vô hình	0	0	0
2. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	31.000.000.000	40.893.859.578	9.893.859.578
- Khoản đầu tư tài chính dài hạn	31.000.000.000	40.893.859.578	9.893.859.578
- Dự phòng Đầu tư tài chính dài hạn	0	0	0
3. TS Dở dang dài hạn	0	0	0
4. Bất động sản đầu tư	0	0	0
5. Tài sản dài hạn khác	0	0	0
6. Phải thu dài hạn khác	20.000.000	20.000.000	0
II. TSLĐ và đầu tư ngắn hạn	9.426.513.964	9.545.331.964	118.818.000
1. Tiền	1.262.986.265	1.262.986.265	0
2. Đầu tư tài chính ngắn hạn	0	0	0
3. Các khoản phải thu	7.853.405.605	7.853.405.605	0
- Phải thu khách hàng	971.323.500	971.323.500	0
- Trả trước cho người bán	2.963.743.595	2.963.743.595	0
- Phải thu nội bộ		0	0
- Các khoản phải thu khác	3.918.338.510	3.918.338.510	0
- Các khoản dự phòng phải thu khó đòi	0	0	0
4. Vật tư, hàng hóa tồn kho			0

Chỉ tiêu	Số liệu sổ sách kế toán	Số liệu xác định lại	Chênh lệch
5. TSNH khác và công cụ dụng cụ đã phân bổ hết	310.122.094	428.940.094	118.818.000
6. Chi phí sự nghiệp	0	0	
III. Giá trị lợi thế kinh doanh của DN	0	1.703.098.752	1.703.098.752
1. Giá trị lợi thế kinh doanh	0	1.161.861.769	1.161.861.769
2. Giá trị thương hiệu	0	541.236.983	541.236.983
3. Giá trị lợi thế quyền thuê đất	0	0	0
B. TÀI SẢN KHÔNG CẦN DÙNG	0	0	0
C. TÀI SẢN CHỜ THANH LÝ	0	0	0
D. TÀI SẢN HÌNH THÀNH TỪ QUỸ KHEN THƯỞNG PHÚC LỢI	0	0	0
TỔNG GIÁ TRỊ TÀI SẢN CỦA DN (A + B + C + D)	41.512.913.960	53.456.035.017	11.943.121.057
Trong đó:			
TỔNG GIÁ TRỊ THỰC TẾ CỦA DN (A)	41.512.913.960	53.456.035.017	11.943.121.057
<i>E1. Nợ thực tế phải trả</i>	<i>36.238.915.915</i>	<i>36.238.915.915</i>	<i>0</i>
<i>E2. Nguồn kinh phí sự nghiệp</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	0
TỔNG GIÁ TRỊ THỰC TẾ VỐN CHỦ SỞ HỮU TẠI DOANH NGHIỆP [A-(E1+E2)]	5.273.998.045	17.217.119.102	11.943.121.057

(Nguồn: Biên bản xác định giá trị doanh nghiệp số 02/20/CT.SACC ngày 09/01/2020 của Công ty thẩm định giá Đông Nam và Quyết định 461)

7. Tài sản chủ yếu của doanh nghiệp

7.1 Thực trạng về tài sản cố định

Tình hình tài sản cố định của Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam theo số liệu sổ sách kế toán tại thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp (ngày 31/3/2019) thể hiện tóm tắt ở bảng sau:

Đơn vị tính: đồng

TT	Khoản mục	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Tỷ lệ còn lại (%)
A	TÀI SẢN ĐANG DÙNG	8.414.698.685	1.066.399.996	12,7%
1	TSCĐ hữu hình	8.414.698.685	1.066.399.996	12,7%
1.1	Nhà cửa, vật kiến trúc	7.378.854.285	1.066.399.996	14,5%
1.2	Máy móc thiết bị	43.398.547	0	0,0%
1.3	Phương tiện vận tải, thiết bị truyền dẫn	745.686.004	0	0,0%
1.4	Thiết bị, dụng cụ quản lý	246.759.849	0	0,0%
1.5	TSCĐ khác	0	0	0,0%
1.6	Chi phí XDCB dở dang	0	0	0,0%
2	Tài sản vô hình	0	0	0,0%
B	TÀI SẢN KHÔNG TÍNH VÀO GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP	0	0	0,0%
	TỔNG CỘNG	8.414.698.685	1.066.399.996	12,7%

Nguồn: FESTIVAL

7.2 Thực trạng về đất đai đang sử dụng

Diện tích đất Công ty hiện đang quản lý, sử dụng là 1.038 m² đất thuê.

Toàn bộ diện tích đất Công ty đang sử dụng đều được chuyển sang Công ty cổ phần sử dụng, cụ thể như sau:

Stt	Vị trí khu đất	Diện tích (m ²)	Mục đích sử dụng	Hồ sơ pháp lý
01	31 Cao Thắng, Phường 2, Quận 3, TP.HCM	1.038	Làm trụ sở Văn phòng Công ty	Hợp đồng thuê nhà số 90/HĐTN-QLKDN-KD ngày 06/07/2018

Nguồn: Phương án cổ phần hóa FESTIVAL

8. Danh sách công ty mẹ, công ty con và công ty liên kết của FESTIVAL

8.1 Công ty mẹ/cơ quan chủ quản của FESTIVAL:

Tên tổ chức: TRUNG ƯƠNG ĐOÀN THANH NIÊN CỘNG SẢN HỒ CHÍ MINH

Địa chỉ: 60 Bà Triệu, quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội, Việt Nam

Tỷ lệ sở hữu tại Công ty: 100%

8.2 Danh sách công ty con và công ty liên kết, liên doanh của FESTIVAL:

Danh sách công ty con: không có.

Danh sách công ty liên kết, liên doanh, công ty được FTV góp vốn đầu tư:

Tên công ty	Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Số cổ phần FTV nắm giữ (cổ phần)	Tỷ lệ quyền biểu quyết nắm giữ (%)
Công ty cổ phần Nova Festival	Số 0312705566 đăng ký thay đổi lần thứ 1 ngày 24/02/2016	184	1.000.000	5,43
Công ty cổ phần Khách sạn Du lịch thanh niên Vũng Tàu	Số 35018422299 đăng ký thay đổi lần thứ 5 ngày 10/07/2017	70	2.100.000	30,00

Nguồn: FESTIVAL

9. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty trước cổ phần hóa

9.1 Tình hình hoạt động kinh doanh

a. Sản lượng tiêu thụ sản phẩm và doanh thu theo nhóm sản phẩm trong 3 năm trước cổ phần hóa

Khoản mục	Đvt	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
Dịch vụ lữ hành				
Khách du lịch nội địa	Lượt	8.011	9.642	8.052
Khách du lịch nước ngoài	Lượt	2.326	3.011	2.012
Dịch vụ khách sạn				
Số khách	Lượt	1.201	80	0
Công suất sử dụng phòng*	%	90	0,05	0
Giá phòng bình quân	1.000 đồng	520	560	560
Doanh thu	Triệu đồng	56.190,3	68.821,4	60.896,04
Doanh thu – Dịch vụ lữ hành	Triệu đồng	49.817,5	64.039,7	55.561,00
Doanh thu – Dịch vụ khách sạn – nhà hàng	Triệu đồng	6.372,8	4.781,8	5.335,04

Nguồn: FESTIVAL

Ghi chú:

(*): Trong năm 2018, Festival chỉ khai thác dịch vụ khách sạn trong tháng 01/2018. Festival đã tạm ngưng hoạt động dịch vụ này từ tháng 02/2018 đến tháng 07/2019 và bắt đầu hoạt động lại kể từ tháng 08/2019.

b. Nguồn dịch vụ đầu vào

Công ty thuộc loại hình kinh doanh dịch vụ, nguồn cung cấp chủ yếu từ các doanh nghiệp đối tác như các công ty vận chuyển (vé máy bay, xe, tàu,...), khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan,...

Dịch vụ đầu vào	Tên đối tác cung cấp dịch vụ đầu vào
Vé máy bay	Tổng Công ty Hàng không Việt Nam - CTCP; Jetstar Pacific Airlines; Công ty CP Du Lịch Quốc Tế Ngôi Sao Vàng
Vé xe	Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Vận Tải Du Lịch Gia Bảo; Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Du Lịch Phi Loan; Công ty CP Việt Liên Á,...
Dịch vụ khách sạn	Công ty CP Thương mại Dịch vụ Du Lịch Khách sạn Bavico Nha Trang; Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Du lịch Thành Thành,...
Chương trình dịch vụ bao trọn gói (Land tour)	Công ty TNHH DV TM & Du Lịch Việt Jet; Công ty cổ phần Du lịch Quốc tế Sao Biển; Công ty TNHH Du Lịch Thương Mại Lê Phong; Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Du lịch Triều Hảo;...

Nguồn: FESTIVAL

Ảnh hưởng của nguồn dịch vụ đầu vào đến doanh thu và lợi nhuận công ty

Công ty chủ yếu hoạt động trong dịch vụ du lịch nên cơ cấu chi phí của Công ty chủ yếu là chi phí dịch vụ mua ngoài (chiếm 88,6% chi phí năm 2018). Do vậy, chi phí dịch vụ đầu vào có ảnh hưởng rất lớn tới doanh thu và lợi nhuận của Công ty.

Chi phí là yếu tố cơ bản cấu thành nên giá thành của dịch vụ. Sự phân bổ chi phí có ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Việc kiểm soát tốt các yếu tố chi phí là nhân tố quan trọng tác động trực tiếp tới cơ cấu giá thành, doanh thu, lợi nhuận thu được. Nhận biết được vấn đề này, Công ty ký hợp đồng hợp tác hàng năm với các đơn vị cung ứng dịch vụ ngay từ đầu năm, nhằm giảm thiểu tối đa sự biến động giá cả nguồn dịch vụ đầu vào trong năm.

c. Chi phí sản xuất

Tỷ trọng các loại chi phí của Công ty so với tổng doanh thu qua các năm như sau:

Đơn vị tính: triệu đồng

Khoản mục	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
	Giá trị	% TDT	Giá trị	% TDT	Giá trị	% TDT
Tổng doanh thu - TDT (*)	63.992	100,0%	77.492	100,0%	72.715	100,0%
Giá vốn hàng bán	50.069	78,2%	61.621	79,5%	55.190	75,9%
Chi phí bán hàng	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	8.510	13,3%	9.492	12,2%	11.339	15,6%
Chi phí tài chính	363	0,6%	342	0,4%	363	0,5%
Chi phí khác	161	0,3%	6.750	8,7%	3.643	5,0%
Tổng chi phí	59.102	92,4%	78.206	100,9%	70.536	97,0%

Nguồn: Báo cáo tài chính được kiểm toán năm 2017 và 2018, báo cáo tài chính chưa kiểm toán 2019 của FESTIVAL

() Tổng doanh thu = Doanh thu thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh + Doanh thu từ hoạt động tài chính + Doanh thu từ hoạt động khác.*

d. Tình hình kiểm tra chất lượng dịch vụ

Công ty luôn tổ chức công việc có sự phối hợp hài hòa, nhịp nhàng giữa các bộ phận, phòng ban nhằm đảm bảo sự an toàn, hài lòng đối với khách hàng trong quá trình cung cấp dịch vụ.

e. Hoạt động Marketing

Với nguồn lực tài chính còn hạn chế, Công ty chủ yếu sử dụng chiến thuật marketing truyền miệng. Việc duy trì chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng tạo điều kiện thuận tiện cho chiến thuật này phát huy hiệu quả.

Ngoài ra, Công ty đã triển khai một số chương trình marketing thông qua trang thông tin điện tử (website) của Công ty, mạng xã hội (Facebook) và các công cụ giao tiếp/phương tiện truyền thông khác như: Zalo, báo giấy, email và nhắn tin SMS. nhằm giới thiệu dịch vụ, tăng tính tương tác với khách hàng và thu thập thông tin về khách hàng, thị trường, cụ thể như sau:

Facebook:

Thực hiện chạy quảng cáo Facebook theo các mùa: Vui hè sôi động, lãng mạn thu đông, vui đón giáng sinh, tết sum vầy mua tour ưu đãi.

Hình thức quảng cáo: quảng cáo chương trình tour đặc biệt theo mùa và quảng cáo tăng lượt Like Facebook, quảng cáo tăng truy cập, quảng cáo tin nhắn Messenger của Facebook.

Tất cả nhân viên Công ty tiến hành like, share, comment các bài viết về chương trình tour du lịch để tăng tương tác cho Facebook Công ty.

Website:

Thực hiện chia sẻ đường dẫn các chương trình tour đặc biệt, tour ưu đãi lên các diễn đàn, hội nhóm du lịch trên Google, Yahoo...

Zalo:

Thực hiện chia sẻ đường dẫn các chương trình tour đặc biệt, tour ưu đãi lên các diễn đàn, hội nhóm du lịch trên Zalo.

Báo giấy:

Thực hiện viết bài quảng cáo tour đặc biệt trên báo Thanh Niên (tour Dai-Ichi Life đi Châu Âu).

Nhắn tin SMS:

Thực hiện gửi SMS cho khách hàng theo tháng: chúc mừng sinh nhật, nhắn tin chương trình khuyến mãi, ưu đãi giá...

Gửi SMS cho khách hàng thông báo tích lũy điểm, đổi quà...

Email:

Gửi Email Marketing đến danh sách khách hàng có sẵn của Công ty.

f. Biểu tượng

Biểu tượng thương hiệu của FESTIVAL:



Ý nghĩa tên gọi Festival:

Năm 1985, Đoàn thanh niên hai nước Việt Nam và Liên Xô (trước đây) cùng tổ chức liên hoan (Festival) hữu nghị giữa hai nước được tổ chức tại Việt Nam. Trước yêu cầu phục vụ cho Liên hoan này, Ban bí thư Trung ương Đoàn thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh quyết định thành lập Trung tâm du lịch thanh niên Việt Nam để đảm nhận toàn bộ công tác phục vụ cho liên hoan. Do đó, tên gọi của Công ty được mang tên “Festival” kỷ niệm cho sự ra đời của Công ty nhân sự kiện liên hoan này. Từ đó đến nay tên thường gọi và viết tắt của Công ty là “FESTIVAL”

Ý nghĩa biểu tượng:

Thiết kế dựa trên ý tưởng so sánh sự ra đời, sự phát triển và uy tín của Công ty như là hình tượng con Rồng Phương Nam; nêu lên phương hướng, địa danh ẩn tàng trong hình tượng.

Từ ý tưởng này, họa sĩ liên tưởng, suy nghĩ, cuối cùng tìm ra giải pháp để hình tượng hóa nó thành ngôn ngữ thị giác và sáng tác thành biểu tượng của Công ty.

Biểu tượng con Rồng:

Nhằm nói lên sự thịnh vượng, mưa thuận gió hoà, ổn định, vững chắc và phát triển. Nói lên sự uy nghi, đáng tin cậy mà Công ty đạt được trong lòng các đối tác và khách hàng.

Hình tượng chữ S:

Nhằm nói lên ý nghĩa Phương Nam (South, Sud), nơi Công ty toạ lạc và hoạt động mạnh.

Chữ viết tắt của địa danh Sài Gòn – Thành phố du lịch của Việt Nam, gợi nhớ đến đất nước Việt Nam có hình dáng chữ S thân quen. Viết tắt của một số chữ, có thể coi như là phương châm hoạt động của Công ty: Satisfaction (sự hài lòng), Safety (sự an toàn), Smile (nụ cười chào đón du khách đến Việt Nam),...

Màu sắc logo:

Màu xanh da trời tượng trưng cho trời và biển, sự rộng rãi thông thoáng, mở rộng gần

như không giới hạn. Nó hàm chứa ý nghĩa ước muốn về sự phát đạt mở rộng của Công ty, Màu xanh da trời còn là màu gợi nên sự tươi mát, thoải mái dễ chịu.

g. Các hợp đồng lớn đang được thực hiện hoặc đã được ký kết

STT	Số Hợp đồng	Thời gian ký hợp đồng	Tên đối tác	Dịch vụ	Giá trị (1.000 đồng)
1	Số 05/ HDDVLH - 19	Tháng 02/2019	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - CN Chợ Lớn	tour du lịch	382.700
2	Số 141/HDDVLH -18	Tháng 01/2019	Công ty TNHH CNI Việt Nam	tour du lịch	1.157.760
3	Số 44/HDDVLH - 19	Tháng 06/2019	Công ty CP Tập đoàn Trường Tiền – CTCP Đầu tư GOLD	tour du lịch	1.528.800
Tổng cộng					3.069.260

Nguồn: FESTIVAL

9.2 Tình hình tài chính và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong 03 năm trước khi cổ phần hóa

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
1	Tổng giá trị tài sản	43.018,2	41.340,4	51.202,9
2	Vốn nhà nước theo sổ sách kế toán (nguồn vốn chủ sở hữu)	12.538,7	10.827,3	12.464,2
3	Nợ vay ngắn hạn	5.200,0	5.300,0	8.083,0
	Trong đó, nợ quá hạn	0	0	0
4	Nợ vay dài hạn	3.950,0	3.950,0	3.950,0
	Trong đó, nợ quá hạn	0	0	0
5	Nợ phải thu khó đòi	0	0	0
6	Tổng số lao động (người)	40	37	33
7	Tổng quỹ lương	3.755,9	3.560,0	3.894,4
8	Thu nhập bình quân 1 người/tháng	7,8	8,0	9,8
9	Tổng doanh thu	63.992,3	77.492,3	72.714,6
10	Tổng chi phí	59.102,0	78.205,9	70.535,5
11	Lợi nhuận trước thuế	4.890,3	(713,6)	2.179,1
12	Lợi nhuận sau thuế	3.912,2	(970,2)	1.737,1
13	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/vốn nhà nước	31,2%	-9,0%	13,9%

Nguồn: FESTIVAL

a) Thuận lợi

- Với hơn 34 năm kinh nghiệm trong ngành, thương hiệu của Công ty đã và đang được nhiều khách hàng tin dùng.
- Đội ngũ cán bộ công nhân viên của Công ty có phẩm chất chính trị tốt, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ được đào tạo cơ bản, có tâm huyết và nhiệt tình với nhiệm vụ được giao; có tinh thần cầu tiến, nâng cao trình độ kiến thức phù hợp với nghiệp vụ chuyên môn đây là yếu tố rất có ý nghĩa trong việc phát triển Công ty trước mắt và lâu dài.
- Tạo được mối quan hệ tốt với người dân, chính quyền địa phương và các sở ban ngành.
- Tạo được việc làm ổn định cho người lao động.

- Thị trường du lịch lữ hành cạnh tranh gay gắt với nhiều công ty quy mô nhỏ tham gia dẫn đến lượng khách hàng của Công ty có xu hướng giảm.
- Chế độ lương, thưởng không linh hoạt theo cơ chế nhà nước nên Công ty gặp khó khăn trong tuyển dụng, đặc biệt nhân sự kinh doanh giỏi.
- Nguồn tài chính yếu nên việc đầu tư quảng cáo, quảng bá bị hạn chế.
- Do nguồn vốn đầu tư ít nên Công ty chỉ khai thác các hoạt động cơ bản trong kinh doanh khách sạn, có rất ít các dịch vụ có giá trị gia tăng cao.

10.1 Vi thể của Công ty

Xác định chiến lược kinh doanh tập trung vào phân khúc du lịch lữ hành quốc tế, khách hàng chủ yếu là khách đoàn (chiếm hơn 80%), Công ty đã tạo được lợi thế cạnh tranh nhờ các yếu tố sau:

- Với hơn 34 năm kinh nghiệm hoạt động trong ngành, Công ty đã tạo dựng được mạng lưới khách hàng là các doanh nghiệp, đoàn thể,...ở nhiều lĩnh vực, ngành nghề khác nhau.
- Thương hiệu nhiều người biết đến, nằm trong Top 10 doanh nghiệp Du lịch được yêu thích ở TP.HCM.

10.2 Triển vọng phát triển của ngành du lịch

Ngành du lịch Việt Nam có nhiều tiềm năng phát triển ở cả 3 mảng: thị trường du lịch nội địa – nước ngoài vào Việt Nam (inbound), thị trường du lịch nước ngoài (outbound) và thị trường nội địa. Năm 2019 tiếp tục là năm thành công cho ngành du lịch Việt Nam với 103 triệu lượt khách và tổng nguồn thu đạt 726.000 tỷ đồng, đóng góp khoảng 11,4% GDP cả nước. Đây cũng là năm thứ 3 liên tiếp ngành duy trì tăng trưởng ở mức cao, tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) nguồn thu từ du lịch đạt 14,3%/năm trong giai đoạn 2009-2019, chủ yếu nhờ nguồn thu từ khách quốc tế (chiếm bình quân 58,9% giai đoạn 2015-2018). Năm 2020 dự kiến ngành duy trì mức tăng trưởng tương đương với mức tăng của năm 2019, ước đạt 830.000 tỷ đồng, tăng 14,3%. Theo chiến lược phát triển ngành đến năm 2030 được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 (Quyết định 147), dự kiến tổng thu sẽ đạt 1.700 - 1.800 ngàn tỷ vào năm 2025 và 3.100 - 3.200 ngàn tỷ đồng vào năm 2030, CAGR 2020-2030 là 14,1%/năm.

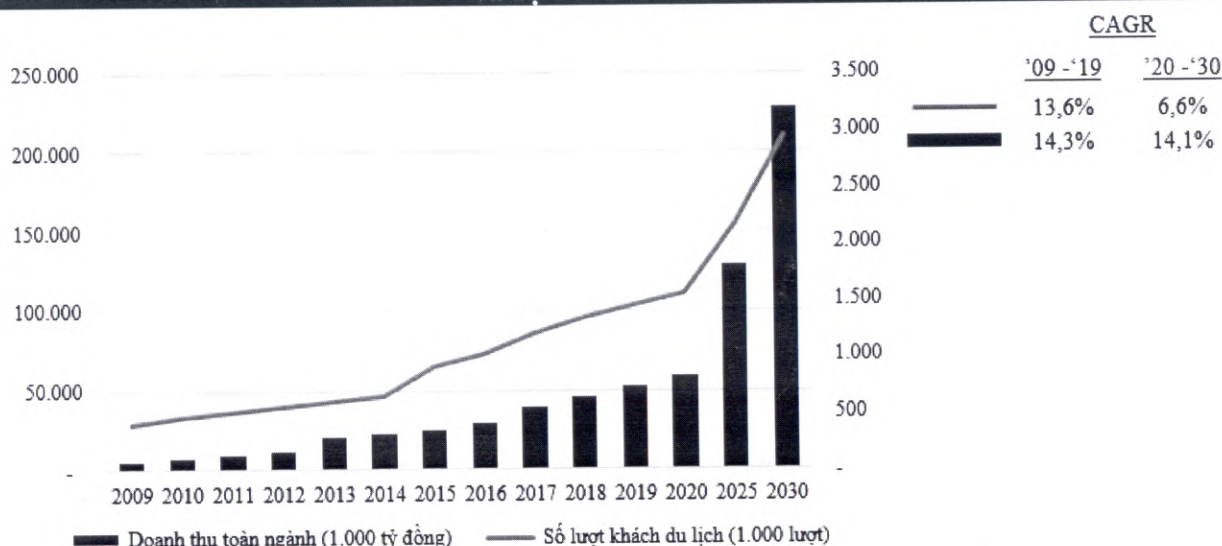
Các yếu tố đóng góp vào mức tăng trưởng của ngành:

- Toàn cầu hóa là một xu thế khách quan, lôi cuốn các quốc gia, các vùng lãnh thổ hợp tác phát triển. Quan hệ ngoại giao tích cực, hợp tác, hội nhập quốc tế càng ngày được mở rộng là cơ hội để Việt Nam thu hút đầu tư phát triển, kinh doanh du lịch và phát triển điểm đến, đồng thời đẩy mạnh xúc tiến quảng bá du lịch, mở rộng thị trường.
- Cuộc cách mạng lần thứ 4 với những thành tựu công nghệ mới tạo cơ hội để du lịch Việt Nam phát triển theo hướng hiện đại. Công nghệ giúp chi phí đi du lịch rẻ hơn, việc tổ chức các chuyến đi được thuận lợi hơn, thúc đẩy nhu cầu du lịch ngày càng tăng.
- Các xu hướng du lịch mới xuất hiện đem lại những cơ hội phát triển thị trường mới, sản phẩm du lịch mới và đa dạng hóa hệ thống sản phẩm dịch vụ của Việt Nam. Sự phát triển của ngành hàng không, đặc biệt là hàng không giá rẻ, tạo thuận lợi hơn cho việc đi lại của khách du lịch trong nước và quốc tế.
- Các điểm đến cạnh tranh với Việt Nam như Thái Lan, Malaysia, Singapore là các điểm đến đang ở trong giai đoạn bão hòa của chu kỳ phát triển là cơ hội để Việt Nam có thể tận dụng vị thế của một điểm đến hấp dẫn, mới nổi.
- Nền kinh tế Việt Nam đang trong giai đoạn tăng trưởng cao (tăng trưởng bình quân 6,3%/năm trong 10 năm gần đây) và độ mở càng ngày lớn (tổng kim ngạch

xuất nhập khẩu/GDP 2019 lên đến 194%) thông qua việc gia nhập các hiệp thương giao thương với CPTPP và Châu Âu.

- Tầng lớp trung lưu tăng (hiện chiếm 13% dân số và dự kiến sẽ lên đến 26% vào năm 2026) và thu nhập khả dụng người dân tăng (70% dân số ở độ tuổi dưới 35 với trình độ giáo dục và ở độ tuổi lao động). Đây được xem là động lực tăng trưởng chính cho thị trường outbound và thị trường nội địa của Việt Nam.

**Số lượt khách du lịch và doanh thu toàn ngành du lịch giai đoạn 2009-2019
và dự báo 2020-2030**



Nguồn: Tổng hợp số liệu từ Tổng cục Thống kê, Tổng cục du lịch Việt Nam và Quyết định 147

Ngành du lịch thế giới đang chịu tổn thất nặng nề do bùng phát dịch covid-19, ảnh hưởng cả cung và cầu về du lịch, đặc biệt ở thị trường Trung quốc, thị trường du lịch nước ngoài lớn nhất thế giới về chi tiêu (chiếm 20%), và các thị trường trọng điểm khác ở Châu Á và Châu Âu, chẳng hạn như Italy.

Theo ước tính của Tổ chức du lịch Thế giới (UNWTO), do ảnh hưởng của đại dịch Covid – 19, thị trường du lịch nước ngoài năm 2020 sẽ đạt mức 1.416 triệu lượt – 1.446 triệu lượt, giảm 15 triệu lượt – 44 triệu lượt, tương ứng với mức giảm 1% – 3% so với năm 2019. Mức giảm cận trên này gần tương đương với mức giảm do khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2009 (giảm 37 triệu lượt, giảm 4% so với năm 2008).

Hiện nay tình hình dịch vẫn chưa được kiểm soát, ảnh hưởng rất lớn đến các ngành du lịch, ăn uống, nhà hàng, khách sạn do các nước phong tỏa, hạn chế người dân đi lại, tụ tập, họp hội,..., đặc biệt ở các nước hiện là khách hàng trọng điểm của thị trường inbound của Việt Nam như Trung Quốc (chiếm 32,2% tổng số lượt khách quốc tế năm 2019), Hàn Quốc (23,8%) và Châu Âu (12%).

Chính sách được ban hành trong tháng 3/2020 nhằm đối phó với đại dịch covid-19: Từ ngày 3/3, tạm dừng miễn visa với Ý, từ ngày 12/3 tạm dừng miễn visa với Đan Mạch, Na Uy, Phần Lan, Thụy Điển, Tây Ban Nha, Anh, Đức và Pháp; từ ngày 15/3

tạm dừng cấp visa cửa khẩu, không cho nhập cảnh với người từ/hoặc đã đi qua khu vực Schengen trong vòng 14 ngày trước ngày đến Việt Nam; từ ngày 18/3 tạm ngừng cấp visa cho người nước ngoài; từ ngày 21/3 cách ly tập trung tất cả người nhập cảnh; từ ngày 22/3 tạm ngừng nhập cảnh với người nước ngoài; từ ngày 28/3 ngừng hội họp, tập trung trên 20 người; đóng hàng loạt cơ sở dịch vụ ở các thành phố lớn; ngày 29/3 Thủ tướng đồng ý dừng các chuyến bay chở khách đến Việt Nam; và từ 0 giờ, ngày 01/4/2020, thực hiện cách ly toàn xã hội trên phạm vi toàn quốc trong vòng 15 ngày. Các biện pháp này gây “tê liệt” ngành du lịch vì nó tác động trực tiếp đến nguồn cung cũng như nhu cầu du lịch. Hạn chế đi lại và hủy/giảm chuyến bay sẽ làm giảm nguồn cung dịch vụ du lịch (cả nội địa và quốc tế) trong khi cầu về du lịch tiếp tục giảm (do lo ngại về lây lan dịch bệnh và thu nhập của người dân ảnh hưởng do mất việc, ưu tiên chi tiêu vào mặt hàng thiết yếu).

Hầu hết các thị trường trọng điểm của thị trường inbound đều suy giảm rất mạnh. Theo Tổng cục thống kê, trong tháng 3/2020, khách Trung Quốc và Hàn Quốc đến Việt Nam lần lượt ước đạt 33.194 lượt khách và 28.699 lượt khách, giảm 91,5% và 91,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Tổng số lượng khách du lịch trong quý I/2020 ước đạt 3.686.779 lượt, giảm 18,1% và doanh thu từ du lịch lữ hành giảm giảm 3.500 tỷ đồng và doanh thu từ dịch vụ lưu trú, ăn uống giảm 13.800 tỷ đồng do dịch covid-19.

Thiệt hại ước tính trong 6 tháng đầu năm 2020 thị trường inbound khoảng 5,3 tỷ USD (với các giả định sau: (i) mức chi tiêu bình quân của khách Trung Quốc và Hàn Quốc lần lượt là 791,6 USD/người và 1.100 USD/người; (ii) duy trì tỷ trọng trong cơ cấu khách quốc tế của năm 2019; và (iii) dịch kéo dài đến tháng 6/2020). Điều này gây nhiều thách thức cho mục tiêu tổng lượt khách đạt 20,5 triệu lượt (tăng 13,9%) cho cả năm 2020. Trong điều kiện dịch bệnh kéo dài, nhiều khả năng mục tiêu này sẽ phải được điều chỉnh cho phù hợp với điều kiện thị trường.

10.3 Đánh giá sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng phát triển của ngành, chính sách của Nhà nước và xu hướng của thế giới Xu hướng phát triển du lịch trên thế giới và khu vực

Theo Tổ chức du lịch Thế giới, du lịch toàn cầu tiếp tục tăng trưởng trong giai đoạn 2020-2030 với một số xu hướng chủ đạo sau:

- Động lực tăng trưởng chủ yếu đến từ khu vực Châu Á – Thái Bình Dương. Khách du lịch nội vùng chiếm tỷ lệ lớn, châu Âu và Châu Á – Thái Bình Dương là những khu vực thị trường nguồn hàng đầu thế giới, trong đó Trung Quốc là thị trường nguồn lớn nhất thế giới sẽ tác động mạnh đến chính sách phát triển du lịch của nhiều quốc gia.
- Ngoài những mục đích đi du lịch để tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí, nhiều nhu cầu mới được hình thành, đặc biệt là nhu cầu trải nghiệm hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa truyền thống (tính khác

- Du lịch chữa bệnh và chăm sóc sức khỏe ngày càng phổ biến. phát triển du lịch có trách nhiệm, phát triển du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng vừa là xu hướng vừa là đòi hỏi tất yếu đối với ngành du lịch để đảm bảo thực hiện nguyên tắc và mục tiêu phát triển bền vững.
- Cách mạng công nghiệp 4.0 đã tác động mạnh đến phương thức quản lý và kinh doanh du lịch, hình thành các xu hướng du lịch mới như du lịch thông minh, du lịch sáng tạo. Tăng cường hợp tác, liên kết quốc tế và khu vực đã trở thành xu hướng quan trọng trong phát triển du lịch thế giới.

Định hướng phát triển của ngành du lịch Việt Nam

- Đồng thời, ban hành chính sách ưu đãi về đất đai, thuế, tín dụng để huy động nguồn lực đầu tư tại các cụm du lịch, khu vực động lực phát triển du lịch, khu du lịch quốc gia và khu vực có tiềm năng du lịch.

- Mở rộng thị trường có khả năng tăng trưởng nhanh, tập trung thu hút khách du lịch từ các thị trường Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Âu, Bắc Âu, Đông Âu, Liên bang Nga.

- Bên cạnh đó, phát triển nhanh kết cấu hạ tầng hiện đại, đồng bộ; nâng cấp, mở rộng, xây mới các cảng hàng không, cảng biển, cảng thủy nội địa chuyên dụng cho khách du lịch; cải thiện nhanh hạ tầng, chất lượng dịch vụ đường sắt để phát triển du lịch.

- Phát triển nguồn nhân lực du lịch, đa dạng hóa các hình thức đào tạo; tập trung phát triển sản phẩm du lịch có chất lượng, đa dạng, khác biệt, có giá trị gia tăng cao.

- **Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá, xây dựng thương hiệu du lịch và hợp tác, hội nhập quốc tế về du lịch; ứng dụng công nghệ số, công nghệ xanh, sạch trong kinh doanh du lịch...**

Festival luôn theo dõi và dự báo xu hướng phát triển của ngành, chính sách của Nhà nước cũng như xu hướng của Thế giới để hoạch định chính sách, xây dựng chiến lược phát triển trong trung và dài hạn, cụ thể như sau:

- Luôn xác định phát triển đúng hướng của ngành du lịch, quan tâm đầu tư mở rộng thị trường trong và ngoài nước, từng bước tái cơ cấu thị trường và dần dần nâng cao doanh thu từ thị trường inbound với chất lượng dịch vụ tốt hơn nhằm phục vụ khách hàng có mức chi tiêu cao hơn như thị trường Châu Âu, Châu Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc.
- Thực hiện các chính sách thu hút nhân sự giỏi.
- Quan tâm chất lượng sản phẩm để đáp ứng thị trường du lịch trong và ngoài nước.

Định hướng phát triển của Festival được đánh giá phù hợp với xu hướng phát triển du lịch của thế giới và khu vực cũng như chính sách, định hướng phát triển ngành của Việt Nam.

PHẦN III: THÔNG TIN VỀ DOANH NGHIỆP SAU CỔ PHẦN HÓA

1. Giới thiệu về doanh nghiệp sau cổ phần hóa

1.1 Thông tin chung về doanh nghiệp sau cổ phần hóa

- Tên tiếng Việt: **CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM**
- Tên tiếng Anh: **VIETNAM FESTIVAL TRAVEL JOINT STOCK COMPANY**
- Tên viết tắt: **CÔNG TY DU LỊCH FESTIVAL**
- Trụ sở chính: 31 Cao Thắng, Phường 2, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh
- Điện thoại: (84.28) 8342 380 Fax: (84.28) 8342 382
- Website: <http://dulichfestival.com.vn/>
- Biểu tượng:



1.2 Hình thức pháp lý

Sau khi cổ phần hóa Công ty cổ phần Du lịch Thanh niên Việt Nam sẽ hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần, hoạt động theo Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13 được thông qua ngày 26/11/2014.

1.3 Ngành nghề kinh doanh dự kiến sau cổ phần hóa

Công ty cổ phần Du lịch Thanh niên Việt Nam tiếp tục duy trì hoạt động kinh doanh chính là cung cấp dịch vụ du lịch lữ hành và khách sạn.

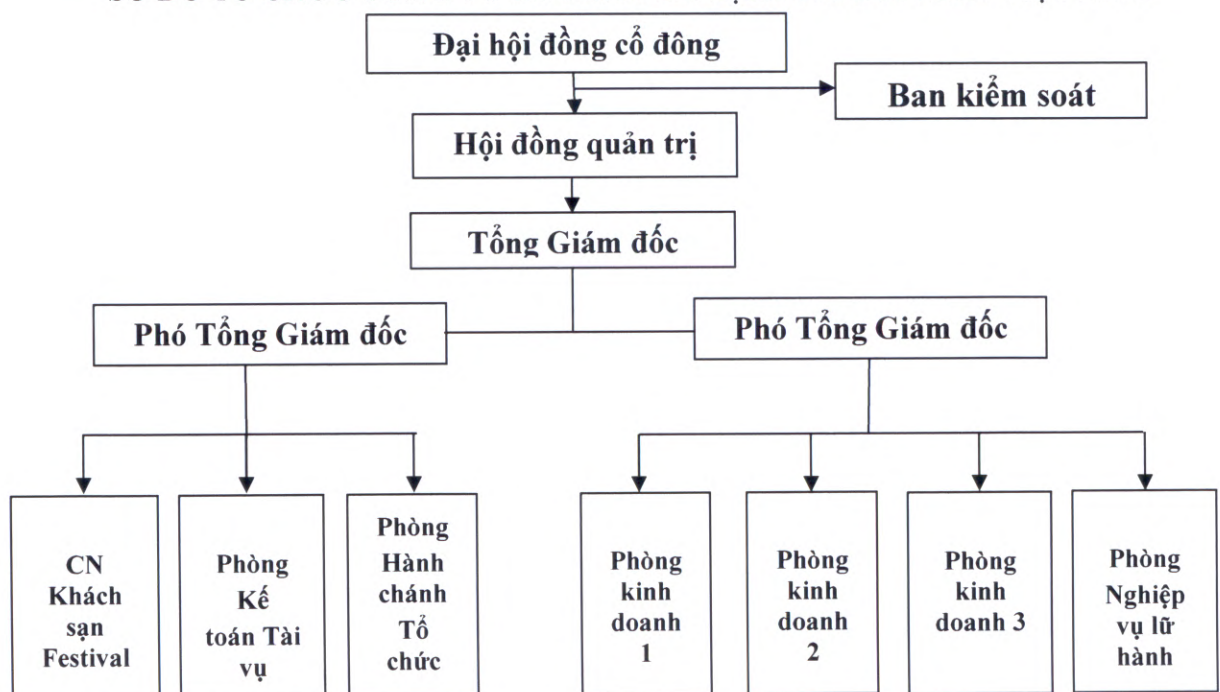
Mã ngành, nghề kinh doanh	Tên ngành, nghề kinh doanh
5610	Nhà hàng và các dịch vụ ăn uống phục vụ lưu động -chi tiết: Dịch vụ du lịch: Nhà hàng
6810	Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê
5510	Dịch vụ lưu trú ngắn ngày -chi tiết: Dịch vụ du lịch: Khách sạn
7912	Điều hành tua du lịch -chi tiết: Dịch vụ du lịch: hướng dẫn vận chuyển khách du lịch, tổ chức vui chơi giải trí, thị thực nhập cảnh và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch.
4931	Vận tải hành khách đường bộ trong nội thành, ngoại thành (trừ vận tải bằng xe buýt) -chi tiết: Vận chuyển hành khách bằng xe taxi
4520	Bảo dưỡng, sửa chữa ô tô và xe có động cơ khác -chi tiết: Sửa chữa bảo trì ô tô

Mã ngành, nghề kinh doanh	Tên ngành, nghề kinh doanh
4530	Bán phụ tùng và các bộ phận phụ trợ của ô tô và xe có động cơ khác -chi tiết: Mua bán thiết bị, phụ tùng ô tô
8532	Giáo dục nghề nghiệp -chi tiết: Đào tạo dạy nghề
8560	Dịch vụ hỗ trợ giáo dục -chi tiết: Tư vấn du học
7911	Đại lý du lịch -chi tiết: Kinh doanh lữ hành quốc tế và nội địa
5229	Hoạt động dịch vụ hỗ trợ khác liên quan đến vận tải -chi tiết: Đại lý bán vé máy bay
8230	Tổ chức giới thiệu và xúc tiến thương mại
5630	Dịch vụ phục vụ đồ uống (chi tiết : Bán rượu, bia, quầy bar, Quán cà phê, giải khát, Dịch vụ phục vụ đồ uống khác)
9329	Hoạt động vui chơi giải trí khác chưa được phân vào đâu (chi tiết: hoạt động của các phòng hát karaoke)
9610	Dịch vụ tắm hơi, massage và các dịch vụ tăng cường sức khoẻ tương tự (trừ hoạt động thể thao)
8559	Giáo dục chưa phân vào đâu (chi tiết đào tạo dạy nghề)

1.4 Cơ cấu tổ chức điều hành doanh nghiệp

Công ty cổ phần Du lịch Thanh niên Việt Nam hoạt động theo Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty do Đại hội đồng cổ đông thông qua, căn cứ theo các quy định của Luật doanh nghiệp, dưới sự quản trị, giám sát và điều hành của Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát và Ban Tổng Giám đốc.

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM



Đại Hội đồng cổ đông: đây là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của Công ty, bao gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết hoặc người được cổ đông có quyền biểu quyết uỷ quyền.

- **Hội đồng quản trị:** Số lượng Hội đồng quản trị 03 người. Nhiệm kỳ của HĐQT là 05 năm.
- **Ban kiểm soát:** Số lượng Ban kiểm soát 03 người, nhiệm kỳ 05 năm.
- **Ban Tổng Giám đốc:** 01 Tổng Giám đốc và 02 Phó Tổng Giám đốc.
- **Kế toán trưởng:** 01 người.
- **Các phòng chức năng, chi nhánh:**

a) Chi nhánh Khách sạn Festival:

Hoạt động kinh doanh các lĩnh vực Khách sạn, Massage, Karaoke, Nhà hàng theo Giấy phép kinh doanh số 0301442026-006 đăng ký thay đổi lần thứ 1, ngày 21 tháng 06 năm 2007 của Sở Kế hoạch và Đầu tư TP.HCM.

b) Phòng Kế toán - Tài vụ:

❖ **Nhiệm vụ chung của Phòng:**

- Chịu trách nhiệm quản lý, kiểm tra giám sát việc thu, chi của công ty đúng nguyên tắc chế độ và quy định của nhà nước; kiểm tra, kiểm toán nội bộ đối với các đơn vị trực thuộc công ty;
- Tham mưu cho Chủ tịch kiêm Giám đốc công ty về các vấn đề liên quan đến tài chính. Phát hiện những lãng phí, thiệt hại, những trì trệ, bất hợp lý để có biện pháp khắc phục kịp thời, đề xuất Ban Giám đốc giải quyết. Đề xuất các phương án cải tiến quản lý tài chính nhằm tiết kiệm, chống thất thoát tài sản, nâng cao hiệu quả sử dụng đồng vốn phục vụ tốt cho hoạt động kinh doanh;
- Tính toán và trích nộp đúng, đủ, kịp thời các khoản nộp thuế, nộp cấp trên, các quỹ của Công ty và thanh toán đúng hạn các khoản tiền vay, công nợ phải thu;
- Lập đầy đủ và đúng hạn các báo cáo kế toán, thống kê, quyết toán của Công ty, theo dõi chế độ quy định. Thực hiện chế độ báo cáo kiểm quỹ định kỳ vào cuối mỗi tuần và lập kế hoạch chi thu tuần sau báo cáo Giám đốc công ty;
- Chịu trách nhiệm quản lý theo dõi việc sử dụng tài sản Cơ quan, phối hợp cùng Phòng Hành chánh Tổ chức (HC-TC) kiểm kê tài sản theo định kỳ. Bảo quản, lưu trữ các tư liệu kế toán, giữ bí mật các tư liệu và số liệu kế toán thống kê.

❖ **Trưởng phòng kiêm kế toán Trưởng:**

- Thực hiện đúng điều lệ về nhiệm vụ, quyền hạn của Kế toán trưởng do Nhà nước ban hành;
- Chịu trách nhiệm chính về việc thực hiện các quy định về nghiệp vụ kế toán tài chính, nguyên tắc thu chi tài chính. Là người kiểm tra giám sát và ký cuối cùng vào các chứng từ thu, chi trước khi chuyển cho Ban Giám đốc ký duyệt;

- Chịu trách nhiệm phân công, điều hành Phòng Kế toán – Tài vụ thực hiện các nhiệm vụ của phòng, đơn đốc và kiểm tra cán bộ nhân viên thực hiện tốt nhiệm vụ chung của phòng và từng thành viên;
- Chịu trách nhiệm đơn đốc kiểm tra hướng dẫn các bộ phận kế toán của các đơn vị trực thuộc công ty thực hiện đúng chế độ tài chính kế toán và hoàn thành tốt nhiệm vụ tài chính kế toán được giao.

c) Phòng hành chính - tổ chức:

❖ Nhiệm vụ của phòng:

- Chịu trách nhiệm quản lý, lưu trữ hồ sơ công văn, các giấy tờ liên quan đến công tác quản lý điều hành và kinh doanh của toàn công ty;
- Chịu trách nhiệm trực tiếp quản lý tài sản, phương tiện làm việc của cơ quan;
- Kết hợp cùng các bộ phận của Công ty tổ chức quản lý nhân sự toàn Công ty;
- Chịu trách nhiệm về công tác ngoại giao, quan hệ giữa cơ quan với các đơn vị khác;
- Kiểm tra, giám sát các hoạt động xử lý thông tin phục vụ cho kinh doanh và quản lý cơ quan.

d) Phòng Kinh doanh 1, 2 và 3:

Trực tiếp kinh doanh các sản phẩm về tour du lịch trong và ngoài nước, tổ chức sự kiện, bán vé máy bay, làm thủ tục visa... để đạt chỉ tiêu đã đặt ra hàng năm.

e) Phòng Nghiệp vụ lữ hành:

Phụ trách đặt các dịch vụ trên tour du lịch trong và ngoài nước và các công việc phục vụ cho kinh doanh, chăm sóc khách hàng, quảng cáo, quảng bá du lịch.

2. Kế hoạch sản xuất kinh doanh trong 3 năm liền kể sau khi cổ phần hóa

2.1 Mục tiêu

Xây dựng công ty phát triển bền vững, sản xuất kinh doanh có hiệu quả, có trình độ quản lý và công nghệ hiện đại, có khả năng cạnh tranh trên thị trường, đảm bảo đời sống cho người lao động; đóng góp đầy đủ và kịp thời nghĩa vụ đối với Nhà nước.

2.2 Các chỉ tiêu chính

Kế hoạch kinh doanh 03 năm sau cổ phần hóa dự kiến như sau:

Đơn vị tính: đồng

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
1	Kế hoạch đầu tư xây dựng cơ bản	0	0	0
2	Vốn Điều lệ	5.273.990.000	5.273.990.000	5.273.990.000
3	Doanh thu	20.000.000.000	90.000.000.000	108.000.000.000
4	Lợi nhuận trước thuế	-2.400.000.000	1.929.216.185	2.490.739.422
5	Lợi nhuận sau thuế	-2.400.000.000	1.543.372.948	1.992.591.538
6	Số lao động	41	44	48
7	Thu nhập bình quân 1 người/tháng	7.959.324	8.158.307	8.226.293
8	Các khoản thu nộp ngân sách	210.000.000	385.843.237	498.147.884

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
9	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn điều lệ (%)	-45,5%	29,3%	37,8%
10	Cổ tức được chia trên một cổ phần (đồng/cp)	0	1.000	1.500

Nguồn: FESTIVAL

Trong năm 2020, do tình hình dịch Viêm phổi cấp Covid-19 ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động du lịch nên Công ty dự báo doanh thu giảm hơn 70% so với năm 2019 và lỗ 2,4 tỷ đồng. Với giả định dịch Viêm phổi cấp được kiểm soát vào nửa cuối năm 2020, tình hình kinh doanh trong năm 2021 và 2022 sẽ duy trì với mức tăng trưởng bình quân trong 3 năm trước cổ phần hóa (giai đoạn năm 2017 – 2019).

2.3 Các giải pháp thực hiện

2.3.1 Về tổ chức bộ máy Công ty cổ phần

Sau khi cổ phần hóa, Công ty sẽ hoạt động theo Luật Doanh nghiệp dưới sự quản lý, giám sát và điều hành của Hội đồng quản trị, Ban Kiểm soát và Ban Giám đốc.

Việc thành lập Hội đồng quản trị, Ban Kiểm soát và Ban Giám đốc sẽ tuân theo đúng quy định của Luật doanh nghiệp và quy định hiện hành về công ty cổ phần.

Cơ cấu quản lý và bộ máy tổ chức Công ty cổ phần sẽ được sắp xếp một cách hợp lý nhất để đảm bảo hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao.

Cơ sở hoạt động của Công ty cổ phần là Điều lệ, trên cơ sở thượng tôn pháp luật và các quy định có liên quan.

2.3.2 Về hoạt động sản xuất kinh doanh

Để hoàn thành các chỉ tiêu, nhiệm vụ đề ra, Công ty sẽ tập trung triển khai thực hiện các giải pháp như sau:

a) Hoạt động lữ hành:

- Qua kết quả kinh doanh các năm qua, đánh giá được kinh doanh lữ hành là hoạt động trọng tâm của Công ty, trên nền tảng đó các năm sau BGD Công ty tiếp tục đầu tư tăng tốc phát triển kinh doanh lữ hành. Tập trung phát triển kinh doanh lữ hành như sau:
- Tăng cường tuyển dụng nhân sự: Nhân sự mảng lữ hành hiện tại 28 người, kế hoạch 2020 duy trì, ổn định & củng cố nhân sự hiện có. Từ năm 2021 tuyển thêm 10 nhân sự sale, để tạo nguồn phát triển kinh doanh, kế hoạch đặt ra cho nguồn nhân lực là phải đủ lực và phải chuyên nghiệp, lực lượng nhân sự năm sau phải phát triển hơn năm trước cả về chất lượng và số lượng (tăng tối thiểu 15 – 20% nguồn nhân sự).

Tổ chức đào tạo thường xuyên nguồn nhân sự: đào tạo tại chỗ, tổ chức các buổi training, nhân viên cũ nhiều kinh nghiệm chia sẻ truyền lửa cho nhân viên mới.

- **Phát triển thị trường kinh doanh:**

- Ổn định thị trường kinh doanh tour nội địa, duy trì và phát triển mảng tour Công ty đang làm rất tốt: MICE, teambuilding và sự kiện.
- Tập trung phát triển kinh doanh tour đường dài: Châu Âu, Úc, Mỹ, Nhật ...
- Năm 2020 dự án Vũng Tàu hoàn thiện với tiêu chuẩn khách sạn 4 sao, đây là khách sạn Công ty có cổ phần, sẽ xây dựng tour chuyên định kỳ, tour MICE đến Vũng Tàu, và đánh mạnh tour này vào thị trường các Công ty thường xuyên tổ chức Hội nghị khách hàng. Tận dụng và khai thác lợi thế Công ty để mang thêm nguồn lợi nhuận về cho mảng lữ hành.

- **Đẩy mạnh quảng cáo quảng bá:**

- Triển khai quảng cáo quảng bá trên diễn đàn, trên mạng xã hội... các nguồn này quảng cáo chi phí thấp nhưng hiệu quả quảng bá rộng rãi.
- Kết hợp quảng cáo với các báo trực thuộc Trung Ương Đoàn: liên hệ với các báo trong cơ quan Trung Ương Đoàn, để trao đổi thương lượng chế độ ưu đãi kết hợp quảng cáo nhằm thúc đẩy kinh doanh lữ hành cũng như hỗ trợ các đơn vị cùng cơ quan.
- Vẫn duy trì quảng bá truyền miệng: có hiệu quả tốt đối với các khách hàng đang có cho các khách hàng đang có từ đó giới thiệu cho khách hàng mới dần dần tạo được sự tin nhiệm của khách hàng ngày một đông hơn.

b) Hoạt động tại 31 Cao Thắng:

- Trụ sở chính của Công ty sẽ đặt tại địa chỉ này. Tập trung kinh doanh và đẩy mạnh hoạt động lữ hành.
- Khai thác tốt các nguồn khách kinh doanh Nhà hàng – Khách sạn – Karaoke – Massage.
- Tìm đối tác, tập trung tìm biện pháp tháo gỡ thủ tục để mua khu đất này và triển khai đầu tư dự án mới khai thác hiệu quả hơn.

c) Dự án Vũng Tàu:

Phối hợp với Ban lãnh đạo Công ty cổ phần đưa vào khai thác có hiệu quả khách sạn 4 sao IBIS STYLE FESTIVAL VŨNG TÀU HOTEL.

d) Dự án Hoàng Minh Giám:

Thực hiện các thủ tục theo quy định để thoái vốn tại dự án này để bổ sung nguồn vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh chính của Công ty.

3. Vốn điều lệ và cơ cấu vốn điều lệ

3.1. Vốn điều lệ

Vốn điều lệ của Công ty cổ phần: 5.273.990.000 đồng (Năm tỷ hai trăm bảy mươi ba triệu chín trăm chín mươi nghìn đồng)

Mệnh giá một cổ phần: 10.000 đồng/cổ phần

Cơ cấu vốn cổ phần như sau:

STT	Cổ đông	Số lượng cổ phần	Giá trị theo mệnh giá (đồng)	Tỷ lệ (%)
1	Nhà nước	0	0	0,0%
2	Người lao động	28.100	281.000.000	5,3%
2.1	Theo tiêu chuẩn thâm niên	28.100	281.000.000	5,3%
2.2	Theo đăng ký cam kết làm việc	0	0	0,0%
3	Công đoàn Công ty	0	0	0,0%
4	Nhà đầu tư chiến lược	0	0	0,0%
5	Nhà đầu tư tham dự đấu giá	499.299	4.992.990.000	94,7%
	Tổng cộng	527.399	5.273.990.000	100,0%

3.2. Phương án tăng giảm vốn điều lệ sau khi chuyển thành công ty cổ phần

Trong 3 năm sau cổ phần hóa (giai đoạn 2020-2022), Công ty không tăng vốn điều lệ và duy trì mức vốn điều lệ là 5.273.990.000 đồng.

4. Rủi ro dự kiến

4.1. Rủi ro kinh tế và rủi ro ngành

Nền kinh tế và ngành du lịch có mối quan hệ mật thiết và thúc đẩy lẫn nhau. Kinh tế tăng trưởng sẽ giúp thu hút vốn đầu tư nước ngoài, thu nhập khả dụng của người dân tăng (thu thập bình quân đầu người Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng kép hàng năm trong giai đoạn 2009-2019 là 8,9%) sẽ kéo theo ngành du lịch trong nước phát triển; ngược lại ngành du lịch phát triển cũng sẽ mang lại nguồn thu nhập cho cư dân địa phương, thu hút ngoại tệ, đầu tư, giao lưu văn hóa, là động lực thúc đẩy các ngành nghề khác phát triển. Du lịch là hoạt động dịch vụ giải trí, không phải là nhu cầu thiết yếu nên trong giai đoạn kinh tế khó khăn sẽ là một trong những ngành chịu ảnh hưởng đầu tiên và rõ rệt.

Nền kinh tế thế giới hiện nay đang trong giai đoạn suy thoái do đại dịch covid-19, trong đó có Việt Nam, tăng trưởng GDP năm 2020 được dự báo chỉ đạt 4,9%, giảm mạnh so với mức dự báo trước đó là 6,9% và là mức tăng trưởng thấp nhất trong gần 10 năm qua (theo Ngân hàng Thế giới). Lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong Quý I/2020 giảm 18,1% so với cùng kỳ năm trước (xem thêm thông tin ở phần đánh giá ảnh hưởng của đại dịch covid-19 đến ngành du lịch ở mục mục 10.2). Đây là rủi ro lớn nhất ảnh hưởng đến hoạt động Công ty trong năm 2020. Ngoài ra, công ty còn phải chịu rủi ro từ những tồn tại, yếu kém của ngành du lịch Việt Nam như sản phẩm còn đơn điệu và trùng lặp ở nhiều địa phương đưa đến không phát huy thế mạnh đặc thù, giá cả và chất lượng chưa cạnh tranh so với các quốc gia mạnh về du lịch trong

STT	Cổ đông	Số lượng cổ phần	Giá trị theo mệnh giá (đồng)	Tỷ lệ (%)
1	Nhà nước	0	0	0,0%
2	Người lao động	28.100	281.000.000	5,3%
2.1	<i>Theo tiêu chuẩn thâm niên</i>	<i>28.100</i>	<i>281.000.000</i>	<i>5,3%</i>
2.2	<i>Theo đăng ký cam kết làm việc</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0,0%</i>
3	Công đoàn Công ty	0	0	0,0%
4	Nhà đầu tư chiến lược	0	0	0,0%
5	Nhà đầu tư tham dự đấu giá	499.299	4.992.990.000	94,7%
	Tổng cộng	527.399	5.273.990.000	100,0%

3.2. Phương án tăng giảm vốn điều lệ sau khi chuyển thành công ty cổ phần

Trong 3 năm sau cổ phần hóa (giai đoạn 2020-2022), Công ty không tăng vốn điều lệ và duy trì mức vốn điều lệ là 5.273.990.000 đồng.

4. Rủi ro dự kiến

4.1. Rủi ro kinh tế và rủi ro ngành

Nền kinh tế và ngành du lịch có mối quan hệ mật thiết và thúc đẩy lẫn nhau. Kinh tế tăng trưởng sẽ giúp thu hút vốn đầu tư nước ngoài, thu nhập khả dụng của người dân tăng (thu thập bình quân đầu người Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng kép hàng năm trong giai đoạn 2009-2019 là 8,9%) sẽ kéo theo ngành du lịch trong nước phát triển; ngược lại ngành du lịch phát triển cũng sẽ mang lại nguồn thu nhập cho cư dân địa phương, thu hút ngoại tệ, đầu tư, giao lưu văn hóa, là động lực thúc đẩy các ngành nghề khác phát triển. Du lịch là hoạt động dịch vụ giải trí, không phải là nhu cầu thiết yếu nên trong giai đoạn kinh tế khó khăn sẽ là một trong những ngành chịu ảnh hưởng đầu tiên và rõ rệt.

Nền kinh tế thế giới hiện nay đang trong giai đoạn suy thoái do đại dịch covid-19, trong đó có Việt Nam, tăng trưởng GDP năm 2020 được dự báo chỉ đạt 4,9%, giảm mạnh so với mức dự báo trước đó là 6,9% và là mức tăng trưởng thấp nhất trong gần 10 năm qua (theo Ngân hàng Thế giới). Lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong Quý I/2020 giảm 18,1% so với cùng kỳ năm trước (xem thêm thông tin ở phần đánh giá ảnh hưởng của đại dịch covid-19 đến ngành du lịch ở mục mục 10.2). Đây là rủi ro lớn nhất ảnh hưởng đến hoạt động Công ty trong năm 2020. Ngoài ra, công ty còn phải chịu rủi ro từ những tồn tại, yếu kém của ngành du lịch Việt Nam như sản phẩm còn đơn điệu và trùng lặp ở nhiều địa phương đưa đến không phát huy thế mạnh đặc thù, giá cả và chất lượng chưa cạnh tranh so với các quốc gia mạnh về du lịch trong

hàng truyền thống nhằm giữ vững vị thế và đảm bảo hiệu quả kinh doanh của Công ty.

4.3.2. Rủi ro từ nhân sự

Trong giai đoạn cổ phần hóa, với nhiều biến động nhân sự ở ban lãnh đạo Công ty cũng như việc Nhà nước thoái vốn 100% gây không ít khó khăn trong công tác nhân sự Công ty. Bên cạnh đó, Công ty còn đối mặt với rủi ro từ việc chảy máu chất xám, đặc biệt lao động lành nghề, chất lượng cao. Tuy nhiên, Công ty luôn có sự chuẩn bị để giảm thiểu rủi ro này bằng cách áp dụng các chính sách, chế độ lương thưởng hợp lý cho các lao động, tuyển dụng lao động thường xuyên, đào tạo nâng cao lực lượng lao động, xây dựng đội ngũ kế cận nhằm giúp công ty phát triển bền vững trong tương lai.

4.4. Rủi ro của đợt chào bán

Đợt chào bán 499.299 cổ phần cho nhà đầu tư qua đấu giá công khai là đợt chào bán lần đầu ra công chúng của Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam để cổ phần hóa. Tổng giá trị bán đấu giá là 16.299.615.855 đồng (tính theo giá khởi điểm). Do không ký kết hợp đồng bảo lãnh phát hành nên đợt bán đấu giá này có thể không thành công. Khi đó, số cổ phần không chào bán hết sẽ được xử lý theo quy định tại điều 37 Nghị định 126, cụ thể như sau:

« 1. Trường hợp không có nhà đầu tư nào đăng ký mua cổ phần, Ban Chỉ đạo thực hiện bán cổ phần cho người lao động và tổ chức công đoàn trong doanh nghiệp theo phương án cổ phần hóa đã duyệt, đồng thời thực hiện các thủ tục để chuyển doanh nghiệp sang công ty cổ phần, số lượng cổ phần chưa bán được sẽ được điều chỉnh lại vốn điều lệ, cơ cấu vốn điều lệ và thực hiện thoái vốn sau khi doanh nghiệp đã hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần.

2. Trường hợp chỉ có 01 nhà đầu tư đăng ký mua cổ phần, Ban Chỉ đạo thực hiện thỏa thuận bán cổ phần cho nhà đầu tư đã đăng ký mua cổ phần với giá bán không thấp hơn giá khởi điểm với khối lượng đã đăng ký mua hợp lệ. Nếu nhà đầu tư không mua, doanh nghiệp cổ phần hóa thực hiện theo quy định tại khoản 1 Điều này.

3. Trường hợp sau khi bán đấu giá công khai tất cả các nhà đầu tư trúng đấu giá trong cuộc đấu giá công khai đều từ chối mua, doanh nghiệp cổ phần hóa được thực hiện theo quy định tại khoản 1 Điều này.

4. Trường hợp đã bán được một phần số cổ phần chào bán trong cuộc đấu giá công khai, số lượng cổ phần còn lại chưa bán được trong cuộc đấu giá công khai (bao gồm cả số lượng cổ phần các nhà đầu tư đã trúng giá nhưng từ chối mua) được thực hiện theo trình tự sau:

a) Ban Chỉ đạo tiếp tục thông báo đến các nhà đầu tư đã tham gia đấu giá hợp lệ (không bao gồm các nhà đầu tư đã trúng đấu giá trong cuộc đấu giá công khai) để bán thỏa thuận cho các nhà đầu tư này theo đúng khối lượng đã đăng ký và mức giá đã đặt mua tại phiên đấu giá theo nguyên tắc lựa chọn giá thỏa thuận từ mức

giá đã trả cao nhất xuống mức thấp của cuộc đấu giá đã công bố trở xuống cho đủ số lượng cổ phần còn phải bán.

b) Nếu không bán hết cổ phần cho các nhà đầu tư sau khi đã thỏa thuận, Ban Chỉ đạo tiếp tục thông báo đến các nhà đầu tư đã trúng đấu giá trong cuộc đấu giá công khai (không bao gồm các nhà đầu tư đã trúng đấu giá nhưng từ chối mua) để thỏa thuận bán cho các nhà đầu tư này với giá bán là mức giá đã đặt mua tại phiên đấu giá của từng nhà đầu tư theo nguyên tắc lựa chọn giá thỏa thuận từ mức giá đã trả cao nhất xuống mức thấp của cuộc đấu giá đã công bố trở xuống cho đủ số lượng cổ phần còn phải bán.

c) Trường hợp số lượng cổ phiếu không bán hết theo quy định tại điểm a và b khoản này, doanh nghiệp cổ phần hóa thực hiện theo quy định tại khoản 1 Điều này. »

4.5. Rủi ro khác

Hoạt động kinh doanh của Công ty có thể chịu ảnh hưởng bởi những rủi ro do sự ảnh hưởng những biến động chính trị, xã hội trên thế giới, chiến tranh, chiến lược kinh tế và chính sách khai thác du lịch, cơ sở hạ tầng cũng như văn hóa và chất lượng môi trường sinh thái của từng địa phương,...đặc biệt rủi ro từ đại dịch covid-19 như đã phân tích ở mục 10.2. Những rủi ro này có thể sẽ tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của công ty.

Ngoài ra, công ty còn chịu rủi ro từ việc biến đổi khí hậu.

Biến đổi khí hậu đã và đang ảnh hưởng sâu rộng đến nhiều ngành nghề, nhất là ngành du lịch do hoạt động khai thác du lịch ở Việt Nam phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên sẵn có. Biến đổi khí hậu, đặc biệt là hiện tượng mực nước biển dâng, tác động trực tiếp đến cơ sở hạ tầng du lịch, hoạt động lữ hành và đặc biệt là tài nguyên du lịch, yếu tố nền tảng cho phát triển du lịch. Theo ước tính của Ngân hàng Thế giới, nếu nước biển dâng một mét thì 5,2% diện tích tự nhiên với 10,8% dân số sẽ bị tác động; và con số tương ứng trong trường hợp mực nước biển dâng 5m sẽ là 16% và 35%.

Đây là rủi ro hệ thống cho các doanh nghiệp hoạt động trong ngành du lịch. Để giảm thiểu tác động của rủi ro này, Festival nâng cao nhận thức, xây dựng chiến lược kinh doanh theo hướng phát triển bền vững, bảo vệ môi trường. Công ty đang áp dụng mô hình Giảm thiểu chất thải – Tái sử dụng – Tái chế chất thải (3R: Reduce – Reuse – Recycle) trong hoạt động phát triển du lịch. Công ty cũng luôn khuyến khích tiết kiệm năng lượng, nước và sử dụng năng lượng thay thế, với kỳ vọng sẽ góp phần tích cực trong nỗ lực tiết kiệm tài nguyên và hạn chế lượng thải ra môi trường.

PHẦN IV: THÔNG TIN VỀ ĐỢT CHÀO BÁN

1. Phương thức chào bán và thanh toán tiền mua cổ phần

Theo phương án cổ phần hóa đã được phê duyệt, đối tượng chào bán và phương thức chào bán được tóm tắt như sau:

STT	Đối tượng chào bán	Giá bán	Số lượng bán (cp)	%/VĐL
1	Người lao động (theo tiêu chuẩn thâm niên)	60% giá trị 01 cổ phần tính theo mệnh giá (10.000 đồng/cổ phần): 6.000 đồng/cp	28.100	5,3%
2	Nhà đầu tư tham dự đấu giá	Giá khởi điểm đấu giá: 32.645 đồng/cp	499.299	94,7%
	Tổng cộng		527.399	100%

Nguồn: Phương án cổ phần hóa Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam

1.1 Đối với cán bộ công nhân viên:

a) Số lượng và giá bán:

- Cổ phần cán bộ công nhân viên (CBCNV) mua theo tiêu chuẩn thâm niên làm việc Theo quy định tại khoản 1 điều 42, Nghị định 126:

“Người lao động làm việc theo hợp đồng lao động và người quản lý doanh nghiệp của doanh nghiệp cổ phần hóa tại thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp cổ phần hóa được mua tối đa 100 cổ phần cho mỗi năm thực tế làm việc tại khu vực nhà nước với giá bán bằng 60% giá trị 01 cổ phần tính theo mệnh giá (10.000 đồng/cổ phần). Số cổ phần này không được chuyển nhượng trong vòng 03 năm kể từ thời điểm nộp tiền mua cổ phần ưu đãi”.

Phương án mua cổ phần với giá ưu đãi đối với người lao động có tên trong danh sách thường xuyên của doanh nghiệp cổ phần hóa được mua tối đa 100 cổ phần cho mỗi năm thực tế làm việc tại khu vực Nhà nước như sau:

- Tổng số CBCNV có tên trong danh sách lao động Công ty ngày 31/3/2019: 40 người;
- Tổng số CBCNV được mua cổ phần với giá ưu đãi theo tiêu chuẩn thâm niên làm việc trong khu vực Nhà nước: 36 người;
- Tổng số năm công tác của 36 CBCNV được mua cổ phần theo tiêu chuẩn thâm niên làm việc trong khu vực Nhà nước: 281 năm;
- Tổng số cổ phần được mua với giá ưu đãi cho 36 CBCNV được mua theo quy định là 28.100 cổ phần với tổng mệnh giá là 281.000.000 đồng, chiếm 5,3% vốn điều lệ công ty cổ phần;
- Giá bán: 6.000 đồng/cổ phần (bằng 60% giá trị 01 cổ phần tính theo mệnh giá).

- Thời gian thực hiện bán cổ phần cho CBCNV: Việc triển khai bán cổ phần cho CBCNV sẽ thực hiện cùng lúc với tổ chức bán đấu giá công khai ra công chúng.
- Cổ phần CBCNV mua theo đăng ký cam kết làm việc lâu dài tại công ty cổ phần: không phát sinh.

b) Phương thức thanh toán:

- Người lao động đăng ký mua tại Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam và nộp tiền trực tiếp vào tài khoản phong tỏa của FESTIVAL.
- Thời điểm đăng ký và nộp tiền mua dự kiến: trong vòng 10 ngày sau khi công bố thông tin về đấu giá.
- Thông tin tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phần:
Tên tài khoản: Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam
Số tài khoản: 1014954314
Ngân hàng mở tài khoản: Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Kỳ Đồng
- Thời hạn thanh toán: trong vòng 10 ngày kể từ ngày đăng ký mua.

1.2 Đối với nhà đầu tư tham dự đấu giá:

a) Số lượng và giá bán:

- Tổng số lượng cổ phần bán đấu giá ra bên ngoài là 499.299 cổ phần, tương ứng 4.992.990.000 đồng, chiếm 94,7% vốn điều lệ.
- Giá khởi điểm: 32.645 đồng.
- Đối tượng tham gia đấu giá: Các nhà đầu tư cá nhân, nhà đầu tư tổ chức trong nước và ngoài nước theo quy định của pháp luật.

b) Phương thức thanh toán:

- Theo quy định tại Quy chế bán đấu giá cổ phần lần đầu do Chi nhánh Công ty cổ phần Chứng khoán Bảo Việt ban hành.

2. Kế hoạch sử dụng tiền thu từ cổ phần hóa

Tổng số tiền thu được từ cổ phần hóa doanh nghiệp sẽ được quản lý và sử dụng theo quy định của pháp luật về cổ phần hóa. Việc tính toán số tiền này dựa trên các giả định: (i) giá đấu giá thành công bình quân bằng giá khởi điểm (32.645 đồng/cổ phần); và (ii) số lượng cổ phần chào bán được bán hết. Số liệu cuối cùng sẽ căn cứ theo kết quả thực tế quá trình bán cổ phần để cổ phần hóa của Công ty.

STT	Nội dung	Giá trị (đồng)	Ghi chú
I	Giá trị phần vốn Nhà nước tại thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp	5.273.998.045	
II	Vốn điều lệ tại Công ty CP	5.273.990.000	
III	Giá trị CP Nhà nước nắm giữ tại Công ty CP	-	
IV	Kế hoạch thu	16.468.215.855	

STT	Nội dung	Giá trị (đồng)	Ghi chú
4.1	CP bán cho người lao động	168.600.000	
i	- Bán ưu đãi cho người lao động	168.600.000	= 28.100 cp x 6.000 đồng/cp
ii	- Bán theo cam kết làm việc	0	
4.2	Bán cho Công đoàn Công ty	0	
4.3	Bán cho nhà đầu tư chiến lược	0	
4.4	Bán đấu giá công khai	16.299.615.855	= 499.299 cp x 32.645 đồng/cp
V	Phần dư do làm tròn số vốn Nhà nước/vốn điều lệ tại doanh nghiệp	8.045	= (I) – (II)
VI	Tổng chi cho cổ phần hóa	325.600.000	
6.1	Chi phí CPH theo dự toán	325.600.000	
6.2	Chi phí giải quyết lao động dôi dư	0	
VII	Số tiền nộp về Quỹ hỗ trợ sắp xếp DN	16.142.623.900	= (IV) + (V) - (VI)

Nguồn: Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam

3. Kế hoạch niêm yết trên thị trường chứng khoán

Nhằm nâng cao vị thế và hình ảnh của FESTIVAL trên thị trường vốn, đồng thời nâng cao tính minh bạch, chất lượng quản trị doanh nghiệp, tạo tính thanh khoản cho cổ phiếu và gắn việc cổ phần hóa với thực hiện niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán, dự kiến ngay sau khi chính thức hoàn tất các thủ tục chuyển đổi, FESTIVAL sẽ tiến hành ngay các thủ tục cần thiết để đăng ký giao dịch cổ phiếu của FESTIVAL trên sở giao dịch chứng khoán tập trung theo quy định.

PHẦN V: KẾT LUẬN

Bản công bố thông tin này là một phần của hồ sơ bán đấu giá cổ phần lần đầu ra công chúng của Công ty TNHH MTV Du lịch Thanh niên Việt Nam, được cung cấp cho các nhà đầu tư nhằm mục đích giúp các nhà đầu tư có thể tự đánh giá về tài sản, hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính và triển vọng của Công ty trong tương lai.

Các thông tin này không hàm ý bảo đảm giá trị của cổ phần. Bản công bố thông tin được lập trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty cung cấp và được Ban chỉ đạo cổ phần hóa thông qua, đảm bảo tính công khai, minh bạch, công bằng và bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của nhà đầu tư.

Chúng tôi khuyến cáo các nhà đầu tư nên tham khảo Bản công bố thông tin này, phương án cổ phần hóa cũng như các tài liệu được đính kèm trước khi quyết định tham gia đấu giá.

Trân trọng./.



Tp. Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 7 năm 2020 ✓

ĐẠI DIỆN BAN CHỈ ĐẠO CỔ PHẦN HÓA
CÔNG TY TNHH MTV THÀNH VIÊN DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM ✓



BI THƯ THƯỜNG TRỰC

Nguyễn Anh Tuấn

ĐẠI DIỆN DOANH NGHIỆP CỔ PHẦN HÓA
CÔNG TY TNHH MTV THÀNH VIÊN DU LỊCH THANH NIÊN VIỆT NAM

PHÓ GIÁM ĐỐC



Nguyễn Thị Hồng Cúc
NGUYỄN THỊ HỒNG CÚC