



Tp. Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 1 năm 2019

BÁO CÁO TỔNG KẾT
TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC CHỈ TIÊU
NGHỊ QUYẾT ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG NĂM 2018.

Phần 1: BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2018.

I. TÌNH HÌNH CHUNG:

Dựa theo báo cáo của Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia (NFSC) năm 2018, kinh tế toàn cầu tăng trưởng chững lại trong bối cảnh chiến tranh thương mại giữa 2 cường quốc kinh tế Mỹ và Trung Quốc gia tăng. Điều đáng mừng, kinh tế Việt Nam vẫn tăng trưởng cao nhất trong 10 năm qua, nền kinh tế ước đạt 6,9-7%, nhờ vào động lực chính là ngành công nghiệp chế biến chế tạo và ngành dịch vụ; nông, lâm thủy sản. Dự báo, năm 2019 kinh tế Việt Nam có thể đạt mức tăng trưởng 7% nếu môi trường kinh doanh tiếp tục được cải thiện. Theo Thủ tướng Chính phủ thì khả năng cả 12/12 chỉ tiêu mà Quốc hội giao sẽ đạt và vượt kế hoạch đề ra. Đây là một tín hiệu vui đối với kinh tế Việt Nam đối với bước đầu hội nhập con thuyền kinh tế thế giới

Nhìn chung, kinh tế xã hội năm 2018 của TP.HCM nói riêng bên cạnh những thuận lợi thì cả nước đã chịu ảnh hưởng nhiều của khí hậu, mưa bão thất thường kéo dài. Nhất là năm nay chịu ảnh hưởng nhiều thiên tai, nhiều cơn bão, nhất là cơn bão lũ đã gây thiệt hại lớn cho các tỉnh miền Trung và các tỉnh phía Bắc vừa qua. Nhưng kinh tế TPHCM tính đến 11 tháng đầu năm vẫn tăng trưởng không ngừng, chỉ số sản xuất toàn ngành công nghiệp ước tính tăng 7,95% so với cùng kỳ năm trước, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 12,9%; dịch vụ lưu trú và ăn uống tăng 14,5%; du lịch, lữ hành tăng 17,7%; ngành dịch vụ du lịch, vui chơi giải trí cũng đạt được mức tăng trưởng tương đương.

Với những chỉ đạo kịp thời từ Hội Đồng Quản Trị và Ban Điều Hành Cty CP Công viên nước Đầm Sen, trong năm 2018 với chỉ số tăng trưởng rõ rệt doanh số thực hiện cho cả năm 2018 là **216,6 tỷ** đạt 108,3% so với kế hoạch (200 tỷ) và tăng so với cùng kỳ là 10,38% (DS năm 2017: **196.234.746.774đ**). Đây là tín hiệu khả quan trong kế hoạch kinh doanh của năm 2018 và sẽ là điều thách thức cho kế hoạch kinh doanh năm 2019 của HĐQT cùng Ban Điều hành và tập thể CB-CNV toàn công ty.

Từ những chính sách linh hoạt, HĐQT và BĐH đã chỉ đạo kịp thời để phù hợp với tình hình kinh doanh thực tế như công tác duy tu khắc phục những tồn tại và những ý kiến đóng góp của khách hàng các đợt cao điểm Tết, lễ, hè... và nhất là chỉnh trang làm mới, cải tạo nhiều hạng mục như sơn sửa duy tu các máng trượt, trồng hoa xen lẫn các khu vực tạo mảng xanh toàn công viên tạo sự mới mẻ hấp dẫn và được du khách đánh giá rất cao. Chính vì vậy các tháng đều có mức tăng trưởng rõ rệt.

Lượng khách cả năm đạt: 1.323.680 khách bằng 104,71% so với cùng kỳ và đạt 104,23% so với kế hoạch.

Doanh số đạt: 216.600.773.065đ bằng 110,38% so với cùng kỳ và đạt 108,3% so với kế hoạch.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN:

1) Doanh thu toàn công ty năm 2018:

DTT			CẢ NĂM 2018				
			TH 17	KH 18	TH 18	%/2017	%/KH
			196,234,746,774	200,000,000,000	216,600,773,065	110.38	108.30
CÔNG VIÊN NƯỚC	1	SL khách	1,264,123	1,270,000	1,323,680	104.71	104.23
	2	DỊCH VỤ	141,911,101,273	145,643,000,000	160,204,191,747	112.89	110.00
	3	ĂN UỐNG	46,674,274,323	47,357,000,000	49,216,494,654	105.45	103.93
	4	M BẰNG	999,109,091	1,000,000,000	824,522,721	82.53	82.45
	5	T. KHÁC	2,983,740,280	2,300,000,000	2,337,243,011	78.33	101.62
	Cộng CVN		192,568,224,967	196,300,000,000	212,582,452,133	110.39	108.29

CV KHÚNG LONG	1	SL khách	145,524	146,800	223,168	153.35	152.02
	2	Doanh số	3,666,521,807	3,700,000,000	4,018,320,932	109.59	108.60

2) Công tác Marketing:

- Trong năm 2018 công viên thực hiện 410 spot quảng bá trên các kênh truyền hình, 48 kỳ báo. Hiện nay, kinh phí quảng bá vẫn được sử dụng và kiểm soát theo kế hoạch 200 tỷ từ đầu năm là 8.16 tỷ. Với tổng chi phí quảng bá thực hiện là 5.196.751.000đ chiếm 75,94% so với kế hoạch được duyệt 6.843.135.000đ và đạt 95% so với cùng kỳ năm 2017.
- Để tăng thêm động lực cho việc thu hút du khách đến với công viên, trong năm qua công viên đã kết hợp chặt giữa việc xây dựng các chương trình hoạt động hấp dẫn và quảng bá các thể mạnh, nêu bật các hoạt động chính giới thiệu đến khách hàng. Ngoài ra, công viên cũng đã thực hiện nhiều đợt khảo sát, nghiên cứu khách hàng nhằm tìm hiểu nhu cầu, sở thích, cảm xúc của du khách khi đến vui chơi giải trí tại công viên. Đây là công tác khá quan trọng, là kim chỉ nam cho việc điều chỉnh các hoạt động phục vụ du khách cũng như xây dựng kịch bản quảng bá giới thiệu đến khách hàng.
- Về mảng khuyến mãi: xây dựng các chương trình khuyến mãi với các giá trị giải thưởng cao là một trong những yêu cầu hàng đầu trong việc thu hút khách hàng. Vì vậy, trong năm qua đã xây dựng 3 chương trình khuyến mãi lớn là Tết, hè và chương trình khuyến mãi mừng sinh nhật công viên với nhiều giải thưởng có giá trị như xe 05 Xe Wave, Smart Tivi, Tủ lạnh, máy giặt...
- Về mảng tổ chức sự kiện: trong năm qua công viên đã thực hiện được nhiều chương trình mới lạ như: hội thi Earobic mầm non, lễ hội xiếc cho Thiếu Nhi, hội thi Đẩy Gậy Truyền Thống... Ngoài ra, công viên vẫn duy trì và nâng cao hơn nữa chất lượng các chương trình đã gắn bó với thương hiệu của công ty trong nhiều năm qua như liên hoan nhóm ca khúc “Chú Ve Con“ và chương trình ca múa nhạc flamenco hàng tuần.
- Công tác tài trợ: tổng doanh số tài trợ thực hiện được 2.001.544.819đ đạt 100,8% so với kế hoạch (2.000.000.000đ).

III. VỀ QUẢN LÝ KỸ THUẬT:

Việc thực hiện bảo vệ môi trường của công ty được các cơ quan chức năng kiểm tra giám sát chặt chẽ nên Công ty luôn quan tâm chú trọng đến vấn đề này và thực hiện đúng theo quy định.

Công ty tiến hành lập hồ sơ xin gia hạn giấy phép do Sở Tài nguyên Môi trường Thành phố Hồ Chí Minh cấp giấy phép khai thác nước dưới đất và giấy phép xả nước thải vào nguồn nước hết hạn tháng 7/2018.

Lập báo cáo định kỳ 6 tháng/lần theo quy định về kết quả quan trắc môi trường nộp cho Phòng TN-MT Quận 11 và Chi cục Bảo vệ môi trường.

Lập báo cáo định kỳ 6 tháng/lần về tình hình khai thác, sử dụng nước ngầm và báo cáo tình hình xả nước thải vào nguồn nước nộp cho Sở Tài nguyên môi trường TP.HCM.

Hàng năm ký hợp đồng với các đơn vị có chức năng thu gom, vận chuyển xử lý chất thải nguy hại. Lập báo cáo quản lý chất thải nguy hại của chủ nguồn thải nộp cho Sở Tài nguyên môi trường TP.HCM.

1) Hệ thống thiết bị – điện nước:

- Lắp đặt mới hệ thống đèn quảng cáo cho nhà hàng
- Lắp đặt thêm 02 bồn lọc cho dòng sông lười để tăng cường chất lượng nước vào những ngày cao điểm
- Lắp đặt thêm hệ thống đèn chiếu sáng cho Phố Nướng DSN để thu hút khách
- Xử lý hệ thống thoát nước phía trước công viên nhằm thoát nước tốt hơn trong các đợt mưa lớn
- Lắp đặt màn hình LED cho phố nướng DSN và nhà hàng để tăng cường quảng cáo tạo sức hút đối với khách hàng
- Lắp đặt đường ống, máy thổi khí và cấy lại vi sinh hệ thống xử lý nước thải.
- Lắp đặt hoàn chỉnh đèn Moving Head, đèn laser, đèn Parled nhà hàng.
- Lắp đặt máy bơm 2,2Kw cho Hồ Massage nhằm tăng hiệu suất lọc cho hồ này
- Thay dây đèn Neosign cổng Hòa Bình và đèn chớp máng Black Thunder.
- Tăng cường tiếp đất cho các buồng đẩy.

- Lắp đặt âm thanh Hồ tạo sóng, sửa tủ điện giếng bơm 4 lần.
- Thay các tủ điện bị mục sét. Kiểm định các bình nén khí trong công ty.
- Khắc phục đường nước lọc cấp cho bể nước hầm máy Tornado và đường dây cấp điện cho đèn báo máng trượt Twister Max.
- Dem toàn bộ các mẫu nước đi xét nghiệm định kỳ để đảm bảo chất lượng nước cho hoạt động kinh doanh.

2) Về xây dựng sửa chữa – cảnh quan – môi trường:

- Cạo và sơn lại tất cả các hồ đón, dòng sông trôi vào đợt duy tu định kỳ hàng năm. Thay tole lợp mái của Phố nướng DSN và Bếp tập trung.
- Sơn sửa chỉnh trang toàn diện công viên để chuẩn bị các đợt kinh doanh cao điểm, Tết. Thay mới một số biển báo cũ, làm thêm một số biển báo mới tại các hồ và các trò chơi theo đúng quy định.
- Cam kết diệt lăng quăng phòng bệnh sốt xuất huyết với UBND và Ban chỉ đạo phòng chống sốt xuất huyết Phường 3 Quận 11. Duy trì công tác vệ sinh các khu vực, thông cống định kỳ trong công viên, xịt muỗi, diệt côn trùng. Tưới cây, chăm sóc cắt rế tĩa cành cây cảnh nên mảng xanh công viên phát triển tốt.

IV. QUẢN TRI HÀNH CHÍNH:

1) Về hoạt động hành chính :

- Thực hiện tốt các công tác chuẩn bị tổ chức đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018 lần 1 - Nhiệm kỳ IV (2018-2023) ngày 07 tháng 02 năm 2018.
- Triển khai thực hiện và đánh giá tổng kết kế hoạch xây dựng đơn vị văn hoá năm 2018, mục tiêu chính là phát động chiến dịch “Nụ cười Thương Hiệu Việt” lần thứ 13 từ 12/5 đến hết 10/9/2018. Công ty đã hoàn thành doanh thu kế hoạch chiến dịch trước 15 ngày.
- Tổng kết chiến dịch Doanh thu thực hiện toàn công ty tăng 8,99% và so với cùng kỳ (12/5-10/9/2017) tăng 14,02% tương đương tăng 13,67 tỷ.
- Trước đó có 4 bộ phận hoàn thành kế hoạch doanh thu chiến dịch.
- Công ty đã biểu dương khen thưởng 12 tập thể và 11 cá nhân có thành tích tốt về phong trào nhật của rơi trong chiến dịch theo đề nghị của Ban Chỉ Đạo chiến dịch.

- Lập thủ tục hồ sơ xin cấp giấy chứng nhận An toàn thực phẩm của Nhà hàng và Phố nướng DSN năm 2019.

2) Về đào tạo tập huấn chế độ phúc lợi

- Tổ chức cho CBNV tham dự các lớp tập huấn KTATLĐ, an toàn vệ sinh lao động, sơ cấp cứu, phòng cháy chữa cháy, kiến thức An toàn thực phẩm, tái đào tạo cứu hộ.
- Tổ chức thi nâng bậc lương nghiệp vụ bàn, nấu bếp, phụ bếp. Kiểm tra nghiệp vụ bơi và cứu đuối của nhân viên cứu hộ.
- Tổ chức 3 đợt tham quan học tập cho CBNV theo tiêu chuẩn năm 2018. Tổ chức 2 đợt học tập nghiệp vụ tại Đài loan và Nhật bản cho 44 nhân viên có thành tích xuất sắc nhiều năm liền. Khám sức khoẻ tăng cường cho nhân viên tại Trung tâm y khoa DIAG Quận 10. Mua bảo hiểm tai nạn cho toàn thể nhân viên từ 6/7/2018 đến 5/7/2019.

3) Công tác y tế dự phòng:

- Tổ chức khám sức khoẻ định kỳ năm 2018 cho CBNV khối dịch vụ ăn uống và nhân viên các bộ phận trong công ty tại Bệnh viện Quận 11.
- Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ hàng quý cho khoa y tế công cộng - Trung tâm y tế Quận 11. Lập hồ sơ theo dõi bệnh nghề nghiệp và kế hoạch an toàn vệ sinh lao động.
- Tăng cường công tác diệt muỗi, lăng quăng hàng tháng và định kỳ để đảm bảo phòng tránh bệnh cho khách hàng
- Lập kế hoạch Bảo hộ lao động năm 2018.

4) Công tác ANTT và đảm bảo an toàn:

- Thực hiện tốt công tác tự kiểm tra PCCC và ôn tập các thao tác chữa cháy. Kiểm tra bảo trì các phương tiện PCCC theo định kỳ.
- Do mở thêm cổng đường Kênh Tân hóa nên không bị kẹt xe trước đường Hòa bình, các phòng bán vé không có cảnh người chen lấn, chờ đợi lâu.

- Công tác xuất nhập hàng hóa trong quý khá nhiều nhưng vẫn đảm bảo thực hiện đúng các quy định của công ty. Giải quyết ổn thỏa các trường hợp khách gửi đồ bị mất chìa khóa.
- Vào đợt cao điểm phục vụ hè và chiến dịch “Nụ cười Thương Hiệu Việt” lượng khách đến vui chơi rất đông nhưng an ninh trật tự được đảm bảo. Sắp xếp xe các loại hợp lý đảm bảo đủ chỗ để xe cho khách và an toàn giao thông. Mở cổng đường kênh Tân Hóa vào các ngày đông khách rất hiệu quả nhằm giảm tải cho cổng Hòa Bình.
- Tăng cường công tác giám sát không để trẻ đi ra về một mình nhằm hạn chế tình trạng trẻ bị lạc.
- Kiểm tra thường xuyên công tác trực đêm ở phố nướng nhằm đảm bảo công tác an toàn tài sản ở bộ phận này
- Lắp đặt thêm hệ thống camera dọc theo đường kênh Tân Hóa nhằm tăng cường công tác đảm bảo ANTT cho công viên

Phần 2: KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2019

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH:

Với một thành phố gần 10 triệu dân và số ngày nắng nóng từ 200 đến 250 ngày/năm, nhu cầu vui chơi, giải trí dưới nước ở thành phố HCM chắc là điều mà những nhà làm kinh doanh dịch vụ trò chơi giải trí dưới nước thêm khát và mong muốn sở hữu.

TP. Hồ Chí Minh và khu vực lân cận hiện cũng có một vài điểm vui chơi, giải trí dưới nước quy mô lớn là Suối Tiên, CV Đại Nam Văn Hiến, Công viên nước Đại Thế Giới, Khu vui chơi giải trí dưới nước Thiên Thanh Park, Công viên nước Đàm Sen (DSN) và Khu du lịch HappyLand (Long An). Suối Tiên và Đại Nam là mô hình vui chơi tổng hợp không chuyên sâu và cũng không nhiều trò chơi dưới nước như DSN. Khu du lịch HappyLand cách thành phố ~30 km với tổng vốn đầu tư 2 tỷ USD chắc còn lâu mới hoàn thiện toàn bộ dự án.

DSN với vị trí kinh doanh ngay trong lòng thành phố đông dân cư với mô hình và môi trường thuận lợi kinh doanh, không có quá nhiều sự cạnh tranh của dịch vụ

vui chơi giải trí dưới nước phải chăng là những lý do đã giải thích cho kết quả kinh doanh đáng nể của DSN trong những năm qua.

Phân tích Kết quả kinh doanh năm 2018 và định hướng kinh doanh năm 2019 của DSN.

Với kết quả hoạt động thành công trong gần 19 năm qua thì năm 2018 là năm có tỉ lệ tăng trưởng cao nhất dự kiến mức doanh thu 2018 là 215 tỉ so với cùng kỳ khoảng 196 tỉ dự kiến tăng trưởng so với cùng kỳ khoảng 9,54%, đây là yếu tố và động lực của DSN và sự chỉ đạo kịp thời của HĐQT và Ban Điều Hành giúp cho mức doanh thu và tăng trưởng hết sức khả quan.

Xét đến tác động môi trường kinh doanh bên ngoài, có một số yếu tố nội tại sau đây có thể ảnh hưởng tới kết quả hoạt động của DSN trong thời gian tới như sau:

1) Nhu cầu khách hàng và khả năng thách thức trong năm 2019

- Với nhu cầu hiện nay của du khách luôn muốn những điều mới mẻ, những trò chơi luôn thay đổi, tạo một sắc vóc mới nhưng với diện tích đất của CVN hạn chế, DSN sẽ không còn đất để bố trí trò chơi mới. Việc thay đổi làm mới trò chơi để thu hút khách hàng không còn dễ dãi như vài năm trước đây. Với lượng khách vào CVN năm 2018 xấp xỉ khoảng hơn 1,3 triệu khách, nếu môi trường cạnh tranh bên ngoài không có sự cạnh tranh như bức tranh hiện nay (không có dịch vụ vui chơi giải trí quy mô lớn trong 1 hay 2 năm tới), DSN sẽ vẫn đạt tăng trưởng doanh thu tối thiểu 4% đến 6%/năm và sẽ vẫn duy trì được hiệu quả hoạt động cao, ít nhất là tới năm 2020.
- Năm 2018, hợp đồng thuê đất của DSN tại Đầm Sen sẽ hết hạn. DSN sẽ tiếp tục được thuê đất nhưng giá thuê đất mới có thể sẽ quá cao điều đó ít nhiều ảnh hưởng đến lợi nhuận của năm 2019 và những năm sau đó.
- Nhiều tài sản cố định của DSN được đầu tư từ năm 1999, sau nhiều năm khấu hao bằng 0, có thể DSN phải đầu tư lớn trong thời gian tới để duy trì hoạt động thường xuyên của CVN Đầm Sen.

- HĐQT và Ban Điều hành của DSN nhận thức được những hạn chế về quy mô của CVN Đầm Sen. Để duy trì tốc độ tăng trưởng cao trong thời gian tới, chỉ dựa vào cơ sở vật chất hiện tại của CVN Đầm Sen thì chưa đủ cần phải tìm phương án phát triển tiếp theo nhưng chưa có phương án nào khả quan. Những dự án mà HĐQT và Ban Điều hành của DSN đang theo đuổi vẫn còn là trên dự án chưa triển khai được

3) Tổng Quan

- Với những kết quả đạt được trong những năm qua HĐQT và Ban Điều hành của DSN đã lãnh đạo và lèo lái con thuyền DSN có những bước kinh doanh đúng đắn tạo niềm tin tốt đối với cổ đông DSN. Không chỉ dừng lại ở đó, DSN tham vọng mở rộng thêm quy mô, trong đó một số dự kiến trong kế hoạch thành phố có 1 số tín hiệu khả quan. Rõ ràng, DSN đang nhìn thấy dư địa dồi dào để tăng trưởng và đã có những bước chuẩn bị sẵn sàng cho cuộc chiến dài hơi trong vài năm tới.

II. KẾ HOẠCH DOANH SỐ TOÀN CÔNG VIÊN 2019

Dự kiến doanh số các bộ phận trong năm 2019:

DTT			SO SÁNH		
			THỰC HIỆN 2018	KẾ HOẠCH 2019	%TH
			216,600,773,065	219,000,000,000	101.11
CÔNG VIÊN NƯỚC	1	SL khách	1,323,680	1,324,000	100.02
	2	DỊCH VỤ	160,204,191,747	163,100,000,000	101.81
	3	ĂN UỐNG	49,216,494,654	49,300,000,000	100.17
	4	MẶT BẰNG	824,522,721	600,000,000	72.77
	5	THU KHÁC	2,337,243,011	2,200,000,000	94.13
Cộng CVN			212,582,452,133	215,200,000,000	101.23
CVKL	1	SL khách	223,168	148,400	66.50
	2	Doanh số	4,018,320,932	3,800,000,000	94.57

1. Tổng doanh thu năm 2019: 219.000.000.000đ.
2. Tổng chi phí quảng cáo, tiếp thị, ca nhạc: 6% Doanh thu thuần.
3. Tổng quỹ tiền lương + thù lao HĐQT: 18% Doanh thu thuần.

(bao gồm: thù lao HĐQT và BKS 1,5%)

4. Mức khấu hao/năm: 4 tỷ.
5. Tổng nguồn tích lũy (lãi trước thuế : 55% (tương đương 120 tỷ đồng).
+ khấu hao + phân bổ CCDC)/Tổng DT.
6. Tỷ lệ tối thiểu chi cổ tức cho cổ đông năm 2019: 36%VĐL (120,830 tỷ).

III. BIỆN PHÁP THỰC HIỆN:

1) Biện pháp chung:

- Một số nhà cửa, vật kiến trúc của DSN cần phải làm mới lại quy hoạch hiện có tiến hành xây dựng và sửa sang lại như:
 - Thay toàn bộ khung sắt khu nhà vòm trung tâm sau nhiều năm duy tu và bảo dưỡng nay đã xuống cấp. Dự án do Hội Kiến Trúc Sư TP thiết kế đang chờ giấy phép của Sở Quy Hoạch Kiến Trúc TP cấp phép
 - Cải tạo và làm mới lại khu vực sàn bê tông khu vực hồ tạo sóng trước mắt bê tông hóa khoảng hơn 2000m².
 - Xây dựng mới lại khu vực nhà gửi đồ cho du khách tại khu nhà Oishi, đây cũng là quy hoạch phải xin phép từ Sở Quy Hoạch TP nên đang chờ thủ tục cấp phép.
 - Cải tạo và mở rộng nhà vệ sinh khu vực trung tâm, và khu vực nhà vệ sinh khu trượt nước 4 lần hiện vào các ngày cao điểm Lễ, Tết và những ngày cao điểm mùa hè thì chưa đủ đáp ứng nhu cầu của du khách đến vui chơi giải trí tại đây.
 - Cải tạo lại massage tia nước hiện đại và hiệu quả hơn
 - Thảm nhựa lại toàn bộ khu vực trước cổng công viên DSN.
- Tổng kinh phí cho các hạng mục này khá lớn dự kiến khoảng hơn 600 triệu đồng.

2) Chiến lược kinh doanh:

2) Chiến lược kinh doanh:

a) Công tác quảng cáo:

- ✚ Chọn 1 số kênh quảng bá, giờ quảng bá cho thích hợp và hiệu quả, phong phú đa dạng, nâng cấp trang web facebook của công viên để thu hút nhiều khách quan tâm biết đến CVN Đầm Sen.

b) Công tác tài trợ

- ✚ Tăng cường phối hợp với các đơn vị tài trợ cho công viên để cùng quảng bá, tổ chức sự kiện thông tin nhằm thu hút nguồn ngân sách cho công tác quảng bá song hành.

c) Công tác khuyến mãi – ca nhạc

- ✚ Lựa chọn những chương trình khuyến mãi trong năm cho sát thực tế phục vụ được nhu cầu thị hiếu của du khách để có những sản phẩm thích hợp, hiệu quả để thu hút nhiều khách đến công viên trong các chương trình khuyến mãi tại công viên.
- ✚ Lựa chọn những nhóm nhạc – ca sĩ đang được yêu thích để phục vụ cho du khách trong các ngày cuối tuần và các ngày lễ lớn trong năm.

d) Công tác tiếp thị:

- ✚ Nghiên cứu công tác tiếp thị kết hợp với hướng nghiệp vui chơi giải trí tại công viên để thu hút các trường học TP đến với công viên. Liên kết với nhà máy xí nghiệp, đơn vị sản xuất để giáo dục giới thiệu đến với học sinh. Đây là chủ trương phù hợp với ngành Giáo dục TP đang thực hiện.
- ✚ Đẩy mạnh công tác tiếp thị đến các khối trường học các tỉnh lân cận TP.HCM nhất là chính sách cho các trường tỉnh vùng sâu vùng xa khó khăn.
- ✚ Có chính sách phù hợp để thu hút khách từ khối GXHT, BCĐ sinh hoạt hè, các hội đoàn khác nhất là các tỉnh xung quanh TP.HCM.

3) Công tác quản trị nội bộ:

- Thường xuyên tăng cường công tác kiểm tra vệ sinh và các mặt an toàn; kiểm tra việc sử dụng điện, nước, hoá chất để tránh lãng phí. Kiểm tra công tác bảo vệ, giữ gìn an ninh trật tự, tài sản của khách và công ty.
- Chuẩn bị các công việc cần thiết để tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019 lần 2 nhiệm kỳ IV (2018-2023) vào ngày 26/01/2019.

- Tập trung công tác tập huấn, đào tạo nghiệp vụ chuyên môn và thi nâng bậc cho các nhân viên.
- Tái ký hợp đồng bảo hiểm tai nạn cho khách năm 2019.
- 4) **Về công tác kỹ thuật, xây dựng sửa chữa:**
 - Công suất điện tiêu thụ cho vận hành hoạt động công ty ngày càng tăng. Ngoài ra, công ty phải xây dựng hệ thống xử lý nước thải cho hồ bơi theo yêu cầu của cơ quan chức năng; đã tạo áp lực lên hệ thống điện hiện hành sau 20 năm hoạt động, đặc biệt vào những ngày lễ, Tết khi toàn bộ các thiết bị hoạt động cùng lúc. Công hhdụng năng lượng mặt trời với chính sách ưu đãi của nhà nước.
 - Công ty tiếp tục hoàn thiện hồ sơ để gia hạn giấy phép do Sở Tài nguyên Môi trường Thành phố Hồ chí Minh cấp giấy phép khai thác nước dưới đất với lưu lượng 1.000m³/ngày đêm và giấy phép xả nước thải vào nguồn nước với lưu lượng 1.000m³/ngày đêm.
 - Công tác kỹ thuật về hệ thống điện, hệ thống nước và các máy móc thiết bị được kiểm tra theo dõi và bảo trì như thường lệ. Theo dõi và đánh giá việc sử dụng men vi sinh của Cty AROMA cho hệ thống xử lý nước thải.
 - Sơn nền gạch con sâu, cải tạo và làm thêm khu vực nhà tắm.

Nơi nhận:

- Thành viên HĐQT;
- BGD, Ban Kiểm soát;
- 04 phòng;
- Cổ đông;
- Lưu: HĐQT.



TỔNG GIÁM ĐỐC

Vũ Ngọc Tuấn