

**BÁO CÁO
KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025
VÀ KẾ HOẠCH SXKD NĂM 2026**

**PHẦN I
KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025**

I. Tình hình chung, những khó khăn và thuận lợi:

Năm 2025 tiếp tục là một năm đầy biến động với nhiều tác động sâu rộng đến kinh tế – xã hội toàn cầu. Xung đột địa chính trị diễn biến phức tạp, cạnh tranh chiến lược giữa các cường quốc, đặc biệt là Mỹ – Trung, gia tăng trên các lĩnh vực thương mại, công nghệ và ảnh hưởng khu vực. Cùng với đó, các thách thức phi truyền thống như thiên tai, biến đổi khí hậu, dịch bệnh và rủi ro an ninh mạng tiếp tục gây sức ép lớn lên tăng trưởng kinh tế và ổn định xã hội.

Trong bối cảnh đó, kinh tế thế giới năm 2025 được dự báo duy trì đà phục hồi với tốc độ tăng trưởng khoảng 3,0%, chủ yếu nhờ sự cải thiện của kinh tế Hoa Kỳ và một số nền kinh tế mới nổi. Khoa học – công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo, tiếp tục khẳng định vai trò là động lực quan trọng thúc đẩy đổi mới sáng tạo, nâng cao năng suất và tái cấu trúc mô hình tăng trưởng.

Đối với Việt Nam, năm 2025 nền kinh tế cơ bản giữ vững ổn định vĩ mô và đạt được nhiều kết quả tích cực: tăng trưởng GDP ở mức 8,02%, cán cân thương mại duy trì thặng dư cao, đầu tư công được tập trung chỉ đạo, thị trường lao động tiếp tục phục hồi. Tuy nhiên, nền kinh tế cũng phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức. Việc Hoa Kỳ áp dụng mức thuế suất cao đối với một số mặt hàng xuất khẩu đã ảnh hưởng đến sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam; căng thẳng địa chính trị tại nhiều khu vực tác động đến chuỗi cung ứng toàn cầu, gây áp lực lên tỷ giá, lãi suất và chi phí vận tải – logistics. Bên cạnh đó, năm 2025 ghi nhận nhiều diễn biến bất thường của thời tiết và thiên tai, với mưa bão, lũ lụt xảy ra trên diện rộng tại cả ba miền, gây thiệt hại nghiêm trọng về người và tài sản, đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với công tác phòng, chống thiên tai và phát triển bền vững.

Đối với Tập đoàn TKV:

Năm 2025, Tập đoàn TKV vẫn duy trì ổn định sản xuất trong bối cảnh thị trường năng lượng và khoáng sản biến động. Doanh thu đạt 161 nghìn tỷ đồng (93,2% kế hoạch), lợi nhuận đạt 6,98 nghìn tỷ đồng (205% kế hoạch). TKV tiếp tục khẳng định vai trò trụ cột trong bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia, là nền tảng quan trọng để các đơn vị thành viên triển khai nhiệm vụ trong năm 2026.

Đối với Công ty:

Năm 2025, Công ty triển khai nhiệm vụ sản xuất kinh doanh trong bối cảnh kinh tế trong nước và quốc tế tiếp tục diễn biến phức tạp. Hoạt động du lịch chịu tác động từ chi phí đầu vào gia tăng, điều kiện thời tiết cực đoan ảnh hưởng đến kế hoạch khai thác tour, đặc biệt tại các tuyến biển đảo. Ở lĩnh vực thương mại, biến động tỷ giá, giá nguyên vật liệu và chi phí vận chuyển gia

tăng tạo áp lực lớn lên hiệu quả kinh doanh; việc nhập khẩu hàng hóa cũng gặp khó khăn do những diễn biến phức tạp của tình hình địa chính trị.

Trước bối cảnh đó, HĐQT và Ban điều hành đã chủ động cơ cấu lại danh mục sản phẩm, mở rộng kinh doanh alumin, hydrat và một số mặt hàng mới; đồng thời tăng cường kiểm soát chi phí, công nợ và rủi ro tài chính. Với sự nỗ lực của toàn thể cán bộ, người lao động, Công ty đã duy trì ổn định hoạt động, hoàn thành các mục tiêu trọng tâm năm 2025 và tạo nền tảng cho kế hoạch năm 2026.

II. Kết quả thực hiện năm 2025:

1. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch năm 2025: (Chi tiết tại Phụ lục 01)

- Doanh thu: 1.258,2 tỷ đồng, đạt 111,5% KHHĐH; bằng 87,2% so CK.
- GTSX: 60,69 tỷ đồng, đạt 107,5% KHHĐH; bằng 99,7% so CK.
- LN trước thuế: 7.594 triệu đồng, đạt 101,3% KHHĐH; bằng 85,2% so CK.
- LN sau thuế: 4.968 triệu đồng.
- Tiền lương b/q trong Z: 10,5 triệu đồng/người/tháng, bằng 116,7% so KHHĐH và bằng 108,4% so với CK.
- Đầu tư xây dựng cơ bản: 2.481 triệu đồng, đạt 35,5% KHHĐH.
- Cổ tức: Dự kiến chi trả 8%/Vốn điều lệ.

2. Đánh giá kết quả thực hiện các mảng kinh doanh:

2.1. Kinh doanh du lịch:

*** Kinh doanh du lịch lữ hành:**

Doanh thu DLLH: 135,6 tỷ đồng, đạt 112,1% KHHĐH, bằng 107,1% so CK, GTSX: 10,5 tỷ đồng, đạt 90,4% KHHĐH và bằng 107,7% so CK.

Năm 2025, hoạt động lữ hành tiếp tục duy trì ổn định tại thị trường truyền thống, bảo đảm nguồn khách và quy mô khai thác. Chất lượng dịch vụ và công tác chăm sóc khách hàng được nâng cao; nhiều chương trình du lịch và điều dưỡng quy mô lớn được tổ chức thành công, góp phần củng cố uy tín và thương hiệu của Công ty. Tuy nhiên, hiệu quả giá trị sản xuất chịu áp lực lớn do chi phí dịch vụ đầu vào tăng trong mùa cao điểm và mức độ cạnh tranh ngày càng cao khi nhiều hợp đồng thực hiện theo hình thức đấu thầu, báo giá cạnh tranh.

Bên cạnh thị trường truyền thống trong TKV, Công ty chủ động mở rộng khai thác khách hàng ngoài ngành, tập trung vào phân khúc khách hội nhóm và gia đình; đồng thời đa dạng hóa sản phẩm với các dịch vụ linh hoạt như đặt phòng, vé máy bay và combo du lịch. Nhờ đó, thị trường ngoài TKV tiếp tục tăng trưởng và đóng góp tích cực vào cơ cấu doanh thu lữ hành, từng bước giảm mức độ phụ thuộc vào thị trường nội bộ.

Hoạt động ghép khách lẻ được duy trì ổn định với 181 lượt khách trên các tuyến quốc tế với doanh thu trên 4,3 tỷ đồng, góp phần bổ sung nguồn thu và nâng cao hiệu quả khai thác dịch vụ.

*** Kinh doanh vé máy bay:**

Doanh thu vé máy bay: 33,6 tỷ đồng, đạt 107,9% KHHĐH và bằng 121,8% so CK; GTSX: 1,6 tỷ đồng, đạt 160,6% KHHĐH và bằng 141,1% so CK.

Bộ phận vé triển khai kinh doanh chủ động và linh hoạt, thường xuyên cập nhật biến động giá vé và chính sách của các hãng hàng không để tối ưu chi phí cho khách hàng. Nhu cầu di chuyển bằng đường hàng không tăng mạnh trong các dịp lễ và mùa cao điểm đã góp phần giúp kết quả kinh doanh vượt kế hoạch năm.

Song song với việc phục vụ các booking vé máy bay cho các đoàn du lịch của Công ty và duy trì hiệu quả các hợp đồng CA đã ký với các khách hàng lớn, bộ phận vé tiếp tục mở rộng thị

trường ngoài TKV và xây dựng được nhiều khách hàng tiềm năng, đóng góp đáng kể vào cơ cấu doanh thu. Qua đó, VTTC tiếp tục khẳng định uy tín, chất lượng và năng lực cung cấp dịch vụ vé máy bay trên thị trường.

*** Kinh doanh khách sạn**

Doanh thu khách sạn đạt 9,01 tỷ đồng, bằng 76,4% kế hoạch và 98,1% so với cùng kỳ; GTSX đạt 4,58 tỷ đồng, bằng 71,1% kế hoạch và tương đương năm trước.

Năm 2025, hoạt động khách sạn tiếp tục gặp nhiều khó khăn. Nguyên nhân chủ yếu đến từ yếu tố thị trường và mức độ cạnh tranh cao tại địa bàn Quảng Ninh, trong khi cơ sở vật chất của các khách sạn thuộc Công ty hiện ở phân khúc dưới 3 sao, chưa có lợi thế rõ rệt về tiêu chuẩn dịch vụ và tiện ích để thu hút khách đoàn, khách du lịch cao cấp.

Mặc dù đã thực hiện cải tạo, nâng cấp từng phần và chủ động mở rộng nguồn khách, hiệu quả khai thác vẫn chưa đạt kỳ vọng, công suất phòng phụ thuộc lớn vào mùa vụ và khách nội bộ. Hoạt động nhà hàng cũng chưa khai thác tương xứng với tiềm năng do thiếu lợi thế cạnh tranh nổi bật trên thị trường.

Nhìn chung, mảng khách sạn là lĩnh vực còn nhiều thách thức, cần tiếp tục rà soát định vị phân khúc, nâng cao chất lượng dịch vụ và có giải pháp đầu tư, marketing phù hợp trong thời gian tới.

*** Kinh doanh VTTC food:**

Doanh thu kinh doanh VTTC food: DT thực hiện 11,2 tỷ đồng, đạt 76,3% KHHĐH và bằng 91,8% so CK; GTSX: 1 tỷ đồng, đạt 68% so KHHĐH và bằng 85,5% so CK.

Hoạt động VTTC Food chủ yếu mang tính mùa vụ, tập trung vào dịp Tết và một số đơn hàng quà tặng doanh nghiệp trong quý I, góp phần bổ sung doanh thu và hỗ trợ việc làm cho lao động khối du lịch trong thời gian thấp điểm. Từ quý II, nhu cầu thị trường giảm và thay đổi chính sách quà Tết của các khách hàng truyền thống đã ảnh hưởng đến quy mô triển khai trong giai đoạn cuối năm.

2.2. Kinh doanh thương mại:

Doanh thu kinh doanh thương mại thực hiện: 883,1 tỷ đồng, đạt 113,9% KHHĐH và bằng 82,2% so CK; GTSX thực hiện: 30,8 tỷ đồng, đạt 120,4% KHHĐH và bằng 95,2% so CK.

Năm 2025, hoạt động kinh doanh thương mại của Công ty tiếp tục đối mặt với nhiều khó khăn khi nhu cầu thị trường ngành than suy giảm rõ rệt. Nhu cầu mặt hàng lớp, đặc biệt lớp cỡ lớn, giảm mạnh do Tập đoàn TKV thu hẹp khai thác lộ thiên và chuyển dần sang hầm lò; cùng với đó là áp lực cạnh tranh từ hàng nhập khẩu Trung Quốc với mức giá thấp và cơ chế đấu thầu công khai khiến giá bán và biên lợi nhuận thu hẹp. Mảng vật tư – phụ tùng cũng gặp khó khăn do các đơn vị cắt giảm đầu tư, giãn tiến độ sửa chữa, chi phí tài chính và tồn kho tăng, làm các chỉ tiêu sản lượng, doanh thu không đạt kế hoạch.

Trong bối cảnh đó, bộ phận kinh doanh thương mại đã chủ động bám sát thị trường, duy trì cung ứng ổn định vật tư, thiết bị cho các đơn vị trong TKV. Đặc biệt, mảng xút lỏng tiếp tục đạt kết quả tích cực nhờ chuẩn bị tốt nguồn hàng, hệ thống kho bồn và vận chuyển an toàn, kịp thời cho hai Nhà máy Alumin Lâm Đồng và Nhân Cơ; hiệu quả kinh doanh được cải thiện trong điều kiện giá thị trường thuận lợi.

Từ quý IV/2025, Công ty triển khai tiêu thụ Alumin và Hydrat của TKV tại thị trường nội địa, đồng thời thử nghiệm chất trợ lắng tại các nhà máy alumin. Kết quả bước đầu khả quan, tạo tiền đề mở rộng danh mục sản phẩm hóa chất và kỳ vọng đóng góp tích cực vào kết quả SXKD trong thời gian tới.

2.3. Kinh doanh phục vụ TKV:

Doanh thu thực hiện: 19,01 tỷ đồng, đạt 127,2% KHHH và bằng 114,1% so CK; GTSX thực hiện 3,4 tỷ đồng, đạt 126% KHHH và bằng 115,2% so CK.

Kinh doanh phục vụ TKV là mảng hoạt động trọng tâm, góp phần duy trì nguồn doanh thu ổn định và khẳng định uy tín, năng lực cung cấp dịch vụ của Công ty đối với Tập đoàn. Đây đồng thời là nền tảng quan trọng để Công ty tham gia và mở rộng các gói thầu dịch vụ trong thời gian tới.

Từ tháng 4/2025, Công ty tiếp nhận và triển khai dịch vụ vệ sinh, an ninh bảo vệ tại Trung tâm Điều hành sản xuất tại Quảng Ninh. Công tác tổ chức, nhân sự và đào tạo được thực hiện kịp thời, bảo đảm chất lượng dịch vụ, đáp ứng yêu cầu của Tập đoàn.

2.4. Kinh doanh phục vụ bữa ăn công nghiệp:

Doanh thu thực hiện: 158,5 tỷ đồng, đạt 104,6% so KHHH và bằng 95,2% so CK; GTSX thực hiện: 7,6 tỷ đồng, đạt 115,2% so KHHH và bằng 100,4% so CK.

Năm 2025, các Chi nhánh tiếp tục đảm bảo cung cấp suất ăn công nghiệp cho CBCNV ngành Than theo đúng hợp đồng, duy trì chất lượng phục vụ ổn định và tuân thủ nghiêm các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm. Công tác quản lý, kiểm soát vận hành và đầu tư, bảo trì trang thiết bị được tăng cường nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ.

Công ty đã chủ động sắp xếp, tối ưu tổ chức tại một số điểm phục vụ để nâng cao hiệu quả hoạt động. Mặc dù sản lượng có thời điểm giảm do yếu tố thời tiết, mảng dịch vụ ăn ca vẫn cơ bản hoàn thành kế hoạch, tiếp tục là nguồn doanh thu ổn định và giữ vai trò quan trọng trong cơ cấu hoạt động của Công ty.

2.5. Kinh doanh Dịch vụ vệ sinh công nghiệp:

Doanh thu thực hiện: 2,9 tỷ đồng, đạt 77,3% KHHH, bằng 81% so CK; GTSX thực hiện: 346 triệu đồng, đạt 82,8% so KHHH và bằng 81,4% so CK.

Kinh doanh dịch vụ VSCN chưa đạt kế hoạch đề ra chủ yếu do giá trị gói thầu mới thấp và việc dùng luân phiên các tổ máy tại Nhà máy Nhiệt điện Cẩm Phả để sửa chữa, bảo dưỡng, làm giảm khối lượng thực hiện thực tế. Trong bối cảnh đó, Công ty đã chủ động điều chỉnh phương án tổ chức, đề xuất bổ sung hạng mục công việc nhằm duy trì hoạt động và đảm bảo việc làm cho người lao động. Nhìn chung, mảng dịch vụ vệ sinh công nghiệp được duy trì ở mức ổn định trong điều kiện thị trường hạn chế.

3. Công tác quản lý

3.1. Tình hình lao động, tiền lương:

- Tổng số lao động bình quân năm 2025 là 570 lao động. Công ty đã thực hiện đầy đủ quy trình tuyển dụng, tiếp nhận, ký và chấm dứt hợp đồng, giải quyết đầy đủ chế độ cho người lao động theo đúng các quy chế của Công ty.

- Tiền lương bình quân của người lao động: 10,5 triệu đồng/người/tháng, bằng 116,7% kế hoạch đại hội và bằng 108,4% CK.

3.2. Công tác đầu tư:

Kế hoạch ĐTXD năm 2025 được ĐHCĐ thông qua tại phiên họp thường niên gồm 05 hạng mục. Trong năm, do nhu cầu đầu tư thêm 01 máy chà sàn phục vụ gói thầu vệ sinh công nghiệp cho tòa nhà Vinacomín tại Quảng Ninh với giá trị 70 triệu đồng, Giám đốc Công ty đã có tờ trình xin bổ sung kế hoạch đầu tư năm 2025 và được HĐQT thông qua tại Nghị quyết số 18/2025/NQ-VTTC-HĐQT ngày 12/5/2025. Tính đến ngày 31/12/2025, Công ty đã hoàn thành 03/06 dự án với tổng giá trị đầu tư 2.481 triệu đồng, đạt 35,5% kế hoạch năm. Cụ thể như sau:

Đơn vị tính: triệu đồng

| TT | Hạng mục | KH ĐTXD 2025 | Thực hiện đến 31/12/2025 | Tỷ lệ hoàn thành KH | Ghi chú |
|-----------|--|--------------|--------------------------|---------------------|---------|
| I | Kế hoạch đầu năm 2025 | | | | |
| 1 | Lập thiết kế quy hoạch tổng mặt bằng khách sạn Vân Long năm 2025 | 150 | - | 0% | |
| 2 | Đầu tư mua sắm máy photocopy phục vụ SXKD CNQN | 60 | 58,5 | 98% | |
| 3 | Đầu tư nhà hàng, café tầng 1 tòa nhà Vinacomin Hà Nội | 3.500 | - | 0% | |
| 4 | Đầu tư hệ thống xử lý nước thải khách sạn Vân Long | 2.800 | 2.352 | 84% | |
| 5 | Đầu tư Website phục vụ SXKD và truyền thông thương hiệu | 400 | - | 0% | |
| II | Kế hoạch bổ sung năm 2025 | | | | |
| 6 | Đầu tư máy chà sàn phục vụ SXKD CNQN | 70 | 69,9 | 100% | |
| | Tổng cộng | 6.980 | 2.481 | 35,5% | |

- Các dự án chưa hoàn thành theo kế hoạch đầu năm bao gồm:

+ Lập thiết kế quy hoạch tổng mặt bằng khách sạn Vân Long: Việc lập thiết kế quy hoạch tổng mặt bằng đòi hỏi phải có chiến lược, kế hoạch dài hạn cho tổng thể diện tích đất sử dụng của khách sạn Vân Long. Việc lập quy hoạch này để phục vụ việc xin cấp gia hạn thuê đất và phải thông qua các cấp chính quyền phê duyệt, chính vì vậy việc triển khai công tác này cần phải có sự cân nhắc, tính toán kỹ lưỡng để tránh bị thu hồi đất do không triển khai được theo quy hoạch đã phê duyệt.

+ Đầu tư nhà hàng café tầng 1 tòa nhà Vinacomin Hà Nội: Trong năm 2025, Công ty tập trung vào đàm phán giá thuê mặt bằng với Tập đoàn TKV và sẽ triển khai ngay khi ký hợp đồng thuê mặt bằng.

+ Đầu tư Website phục vụ SXKD và truyền thông thương hiệu: Trong năm 2025, Công tác truyền thông của Công ty đã có nhiều xáo trộn về mặt nhân sự, cũng như kế hoạch phát triển mảng truyền thông cần được đánh giá lại để có phương hướng phát triển hiệu quả hơn trong thời gian tới.

3.3. Công tác truyền thông Marketing:

Hoạt động truyền thông được triển khai đồng bộ từ Công ty xuống đơn vị với sự linh hoạt, phù hợp với nguồn lực hiện tại và định hướng phát triển của công ty cũng như diễn biến thị trường tại từng thời điểm trong năm. Do đó, đã góp phần nâng cao hiệu quả quảng bá, lan tỏa thương hiệu và các dịch vụ - sản phẩm của Công ty. Đặc biệt, các hoạt động truyền thông marketing online đã mang lại hiệu quả rõ rệt cho các chiến dịch kinh doanh sản phẩm dịch vụ lữ hành và vé máy bay.

Sau khi được cấp chứng nhận nhãn hiệu VTTC mới, Công ty đã triển khai đồng loạt nhận diện thương hiệu trên toàn hệ thống, góp phần xây dựng hình ảnh hiện đại, chuyên nghiệp và thống nhất. Nhờ chiến lược truyền thông – marketing bài bản, năm 2025 VTTC được truyền thông public đánh giá là doanh nghiệp thuộc top thương hiệu mạnh của ngành du lịch- khách sạn Việt Nam.

3.4. Công tác quản lý chung :

Trong bối cảnh thị trường còn nhiều khó khăn, công tác quản lý – điều hành được tăng cường theo hướng chủ động và chặt chẽ. Bộ phận quản lý đã phối hợp hiệu quả với các đơn vị kinh doanh trong công tác tham mưu, phân tích và đánh giá kết quả từng mảng hoạt động; đồng thời kiểm soát chi phí, quản trị dòng tiền và sử dụng vốn an toàn, hiệu quả.

Công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực được quan tâm triển khai phù hợp với yêu cầu thực tiễn. Bên cạnh đó, Công ty đã tổ chức thành công Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2025; Đại hội Đảng bộ, Đại hội Công đoàn Công ty nhiệm kỳ 2025 – 2030, tạo nền tảng tổ chức và nhân sự cho việc thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm năm 2026.

4. Các chỉ tiêu tài chính

- Năm 2025 hoạt động SXKD của Công ty có lãi trước thuế 7.594 trđ (lợi nhuận sau thuế TNDN 4.968 triệu đồng), đồng thời công ty đã trích lập các khoản như: mua bảo hiểm tài sản, hàng hóa, dự phòng các khoản phải thu khó đòi, dự phòng giảm giá hàng tồn kho.

- Hiệu quả sử dụng vốn:

+ Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bq (ROE): 8,39% ;

+ Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bq (ROA): 0,91%.

+ Hệ số Nợ/VCSH: 7,4 lần (giảm 1,65 lần so đầu năm).

+ Vòng quay tài sản: 2,29 vòng/năm.

Năm 2025, Công ty đã bảo toàn được vốn chủ sở hữu và duy trì được mức sinh lời ổn định trong điều kiện thị trường còn nhiều khó khăn. ROE đạt 8,39% và ROA đạt 0,91% phản ánh hiệu quả hoạt động ở mức phù hợp với đặc thù doanh nghiệp thương mại có biên lợi nhuận thấp nhưng vòng quay vốn cao.

Vòng quay tài sản đạt 2,29 vòng/năm đảm bảo hiệu suất khai thác tài sản tương đối tốt, vốn lưu động được luân chuyển nhanh. Đồng thời, hệ số Nợ/VCSH giảm từ 9,05 xuống 7,39 lần thể hiện nỗ lực cải thiện cơ cấu tài chính và giảm dần đòn bẩy.

PHẦN II

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2026

I. Dự báo môi trường kinh doanh năm 2026:

Năm 2026, tình hình kinh tế thế giới diễn biến phức tạp từ xung đột leo thang tại Trung Đông, làm gia tăng rủi ro bất ổn địa chính trị trên phạm vi toàn cầu. Diễn biến căng thẳng tại khu vực này đã và sẽ tiếp tục đẩy giá dầu, khí đốt và các loại nhiên liệu tăng cao, biến động khó lường. Chi phí năng lượng và vận tải leo thang gây áp lực lớn lên lạm phát, làm gia tăng chi phí sản xuất và thu hẹp biên lợi nhuận của doanh nghiệp; Chuỗi cung ứng toàn cầu tiếp tục đối mặt với nguy cơ gián đoạn, đặc biệt là các tuyến vận tải biển quốc tế quan trọng; Thị trường tài chính – tiền tệ quốc tế trở nên nhạy cảm hơn trước các cú sốc địa chính trị, tiềm ẩn rủi ro biến động tỷ giá và dòng vốn. Tăng trưởng kinh tế toàn cầu vì vậy có xu hướng chậm lại, trong bối cảnh các quốc gia phải cân đối giữa kiểm soát lạm phát và hỗ trợ tăng trưởng.

Đối với Việt Nam, dự báo năm 2026 vẫn sẽ tiếp tục duy trì đà tăng trưởng vững chắc mặc dù gặp rất nhiều thách thức và rủi ro. Với năng lực nội sinh của nền kinh tế đã được gia tăng mạnh mẽ, đầu tư công tiếp tục được đẩy mạnh, xuất khẩu và tiêu dùng nội địa tiếp tục được tăng cường bằng nhiều biện pháp... Việt Nam phấn đấu trong năm 2026, GDP đạt mức tăng trưởng 2 con số. Tuy nhiên để đạt được những mục tiêu trên đòi hỏi Chính phủ, các địa phương và doanh nghiệp cần phải nỗ lực vượt qua mọi khó khăn thách thức để bứt phá toàn diện hoàn thành mọi chỉ tiêu đề ra.

Về phía VTTC:

Bước vào năm 2026 – năm kỷ niệm 30 năm hình thành và phát triển, VTTC đứng trước cả cơ hội và thách thức mới, đặc biệt trong bối cảnh thị trường TKV dự báo tiếp tục có nhiều biến động. Xu hướng thu hẹp khai thác lộ thiên, tăng tỷ trọng khai thác hầm lò sâu, siết chặt đầu tư và mở rộng đầu thầu công khai sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu vật tư – thiết bị truyền thống. Ngược lại, nhu cầu về các sản phẩm, vật tư cơ giới hóa hầm lò và dịch vụ kỹ thuật chuyên sâu được dự báo có xu hướng tăng, mở ra những dư địa phát triển mới cho Công ty.

Trước bối cảnh đó, VTTC xác định mục tiêu trọng tâm là chủ động thích ứng, giữ vững thị trường TKV – thị trường chiến lược của Công ty, đồng thời mở rộng cơ hội kinh doanh ở các lĩnh vực tiềm năng như alumin, hydrat, hóa chất và các sản phẩm có hàm lượng kỹ thuật cao. Với tinh thần đổi mới, trách nhiệm và khí thế của một doanh nghiệp bước sang cột mốc 30 năm phát triển, tập thể Công ty quyết tâm hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ SXKD năm 2026, đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của VTTC trong giai đoạn mới.

II. Mục tiêu, nhiệm vụ năm 2026:

1. Mục tiêu:

Năm 2026 – năm kỷ niệm 30 năm thành lập, Công ty đặt mục tiêu đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh, khai thác tối đa các lợi thế hiện có và chủ động nắm bắt các cơ hội mới của thị trường. Đồng thời, Công ty định hướng từng bước chuyển đổi mô hình hoạt động theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ, hiệu quả quản trị và năng lực cạnh tranh. Với tinh thần đổi mới và quyết tâm cao, VTTC phấn đấu bảo đảm việc làm, thu nhập cho người lao động và đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của Công ty trong giai đoạn tiếp theo.

2. Nhiệm vụ:

2.1. Kế hoạch SXKD: (Chi tiết tại phụ lục 02)

Năm 2026, Công ty phấn đấu đạt kế hoạch với các chỉ tiêu chính như sau:

- Doanh thu: 1.295,27 tỷ đồng
- GTSX: 58,35 tỷ đồng
- Lợi nhuận: 7,6 tỷ đồng
- Lao động BQ: 565 Người
- TLBQ: 9,5 trđ/ng/tháng
- Cổ tức: 8%/Vốn điều lệ

2.2. Kế hoạch đầu tư năm 2026: 4.000 triệu đồng

| | Tên dự án | Kế hoạch năm 2026 | | | | | |
|----------|---|-------------------------|-------------------|----------|----------|--------------|-------------------|
| | | Tổng số (Triệu đồng) | Cơ cấu vốn đầu tư | | | Nguồn vốn | |
| | | | Xây lắp | Thiết bị | Khác | Vốn CSH | NV vay và NV khác |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| A | Kế hoạch năm 2026 | 4.000 | 4.000 | 0 | 0 | 4.000 | 0 |
| 1 | Dự án nhóm A | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | Dự án nhóm B | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Dự án nhóm C | 4.000 | 4.000 | 0 | 0 | 4.000 | 0 |
| 3.1 | Đầu tư nhà hàng, café tầng 1 tòa nhà Vinacomin Hà Nội | 4.000 | 4.000 | | | 4.000 | |
| B | Dự phòng | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

III. Các giải pháp thực hiện:

1. Về sản xuất kinh doanh:

1.1. Kinh doanh du lịch:

*** Kinh doanh lữ hành:**

Để nắm bắt được những cơ hội mới đồng thời tiếp tục phát huy những thành quả đã đạt được, bộ phận kinh doanh Du lịch cần triển khai đồng bộ một số giải pháp như sau:

- Thứ nhất: tập trung nghiên cứu xu hướng và nhu cầu du lịch năm 2026 để phát triển các dòng sản phẩm mới như du lịch xanh, du lịch bền vững, chăm sóc sức khỏe và trải nghiệm; đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

- Thứ hai: tăng cường tham gia các hoạt động xúc tiến du lịch, mở rộng liên kết với các hiệp hội, đối tác và nhà cung ứng để xây dựng chuỗi sản phẩm phong phú, an toàn và tối ưu chi phí cho khách hàng.

- Thứ ba: chăm sóc sát sao thị trường truyền thống trong TKV, chủ động nắm bắt nhu cầu phúc lợi – tham quan; đồng thời đẩy mạnh khai thác thị trường ngoài ngành, đặc biệt nhóm khách doanh nghiệp và đoàn lớn.

- Thứ tư: nâng cao năng lực đội ngũ lữ hành thông qua đào tạo chuyên môn, kỹ năng thiết kế – điều hành tour và cập nhật các xu hướng mới, bảo đảm đáp ứng tốt hơn yêu cầu phục vụ khách hàng.

- Thứ năm: chủ động tìm kiếm các đối tác dịch vụ có uy tín, chất lượng cao và tăng cường đàm phán chi phí đầu vào, nhằm nâng cao giá trị sản xuất, đảm bảo hiệu quả kinh doanh của từng chương trình tour.

- Thứ sáu: đẩy mạnh truyền thông và marketing số, phối hợp quảng bá theo mùa vụ, tận dụng hiệu quả các nền tảng trực tuyến và nội dung hình ảnh đoàn khách để tăng cường sự hiện diện và sức hấp dẫn của thương hiệu VTTC Travel.

*** Kinh doanh vé máy bay:**

Trong năm 2026, mảng vé máy bay sẽ tiếp tục được phát triển theo hướng đa dạng hóa dịch vụ, khai thác tối ưu các nguồn giá vé ưu đãi từ tất cả các hãng hàng không trong và ngoài nước nhằm mang lại lợi ích tốt nhất cho khách hàng. Bộ phận vé cần nâng cao năng lực nghiệp vụ, chuyên nghiệp hóa quy trình bán vé và chủ động trong công tác VISA, hộ chiếu để đảm bảo phục vụ nhanh chóng, kịp thời cho các đoàn khách.

Song song với đó, công tác tiếp thị và chăm sóc khách hàng phải được đẩy mạnh, đặc biệt là với các khách hàng theo hợp đồng CA đã ký kết và các khách hàng truyền thống. Đồng thời, cần chủ động tìm kiếm, ký kết thêm các hợp đồng CA mới với các doanh nghiệp tiềm năng, qua đó mở rộng thị phần và gia tăng doanh thu. Việc phát triển mạng lưới đại lý cấp 2 và cộng tác viên cũng là hướng đi quan trọng nhằm mở rộng kênh bán hàng và tăng khả năng phủ thị trường, giúp mảng vé tiếp tục duy trì đà tăng trưởng trong năm 2026.

*** Kinh doanh khách sạn:**

Đối với hoạt động kinh doanh khách sạn tại Chi nhánh Vân Long và Khách sạn Biển Đông, trong thời gian tới cần tập trung xây dựng kế hoạch quảng bá dịch vụ một cách bài bản, đồng thời chủ động triển khai các hoạt động tiếp thị nhằm tiếp cận sâu hơn với các nhóm khách hàng tiềm năng. Trong đó, đặc biệt chú trọng đến việc mở rộng kết nối với các công ty lữ hành, doanh nghiệp tổ chức tour du lịch để thu hút các đoàn khách nghỉ dưỡng, tham quan, lễ hội trong mùa cao điểm du lịch tại Quảng Ninh.

*** Kinh doanh sản phẩm VTTC food:**

Phát huy thành quả đã đạt được trong các năm qua, mảng kinh doanh VTTC food chú trọng nghiên cứu, nắm bắt và sáng tạo xu hướng tiêu dùng của khách hàng vào các dịp lễ để đưa ra những sản phẩm ấn tượng, góp phần nâng cao doanh số và thương hiệu VTTC Food trên thị trường.

1.2. Về kinh doanh thương mại:

- Tăng cường hơn nữa kinh doanh thương mại đặc biệt là công tác kinh doanh thương mại tại các Chi nhánh.

- Tập trung đẩy mạnh hoạt động kinh doanh thương mại theo hướng chủ động, linh hoạt, bám sát nhu cầu của các đơn vị TKV và diễn biến thị trường.

Đối với mặt hàng lớp, định hướng chuyển từ tăng trưởng sản lượng sang nâng cao hiệu quả và dịch vụ đi kèm, tập trung vào các dòng lớp đặc chủng còn nhu cầu sử dụng.

Mảng vật tư, băng tải và thiết bị hầm lò bám sát xu hướng cơ giới hóa, hiện đại hóa khai thác giai đoạn 2026–2030 để phát triển sản phẩm và dịch vụ kỹ thuật đồng bộ. Đồng thời, duy trì nguồn cung ổn định xút công nghiệp cho khách hàng chiến lược và mở rộng thị trường tiêu thụ Alumin, Hydrat nhằm bảo đảm hiệu quả kinh doanh bền vững.

1.3. Về kinh doanh phục vụ bữa ăn công nghiệp:

Thường xuyên giám sát, kiểm tra, chỉ đạo việc triển khai dịch vụ ăn ca và bồi dưỡng độc hại của các phòng dịch vụ đời sống tại chi nhánh Văn Long, chi nhánh Quảng Ninh đảm bảo chất lượng và thực đơn bữa ăn đa dạng, vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn lao động, góp phần chăm lo đời sống và tái tạo sức lao động cho CBCNV ngành than.

Tuyên truyền để người lao động bộ phận phục vụ ăn ca luôn nêu cao ý thức, trách nhiệm, thái độ phục vụ góp phần đưa công tác phục vụ ăn ca ngày càng bài bản, chuyên nghiệp.

1.4. Về kinh doanh dịch vụ phục vụ Tập đoàn:

Tiếp tục thực hiện nghiêm túc và đầy đủ các nội dung trong Hợp đồng dịch vụ với Tập đoàn, không ngừng nâng cao chất lượng và năng lực chuyên môn trong công tác phục vụ tại tòa văn phòng mới của TKV tại Hà Nội và Quảng Ninh.

Bên cạnh đó, Công ty không ngừng nâng cao năng lực, đào tạo nhân sự và các nguồn lực cần thiết để tham gia gói thầu cung cấp dịch vụ phục vụ Văn phòng TKV tại Hà Nội giai đoạn 2026–2029, bảo đảm đáp ứng các tiêu chí kỹ thuật, năng lực và chất lượng theo quy định của Tập đoàn. Đây là nhiệm vụ quan trọng, góp phần duy trì thị trường chiến lược và mở rộng cơ hội hợp tác lâu dài với TKV.

1.5. Về kinh doanh dịch vụ VSCN:

Tiếp tục phối hợp chặt chẽ với Nhà máy Nhiệt điện Cẩm Phả trong công tác triển khai và nghiệm thu khối lượng công việc, bảo đảm thực hiện đúng tiến độ và kịp thời xử lý các tình huống phát sinh khi nhà máy gặp sự cố.

Đồng thời, tăng cường kiểm tra, giám sát việc tuân thủ các nội quy, quy định về an toàn vệ sinh lao động đối với người lao động làm việc trong môi trường có yếu tố độc hại, nguy hiểm; qua đó góp phần nâng cao ý thức trách nhiệm, bảo đảm an toàn trong quá trình thực hiện nhiệm vụ và duy trì chất lượng dịch vụ VSCN ngày càng chuyên nghiệp.

2. Truyền thông Marketing:

Năm 2026, công tác Truyền thông – Marketing được triển khai theo hướng chuyên nghiệp, đồng bộ, tập trung đẩy mạnh marketing online nhằm nâng cao nhận diện thương hiệu và hỗ trợ hiệu quả hoạt động kinh doanh Du lịch và Thương mại. Công ty tiếp tục khai thác hiệu quả các công cụ digital, nâng cao chất lượng nội dung và tăng cường phối hợp giữa kinh doanh và truyền thông. Đặc biệt, nhân dịp kỷ niệm 30 năm thành lập sẽ triển khai kế hoạch truyền thông tổng thể nhằm quảng bá hình ảnh VTTC và tạo dấu ấn ý nghĩa cho chặng đường phát triển của Công ty.

3. Công tác Quản lý:

Trong năm 2026, công tác quản lý sẽ tiếp tục được tăng cường theo hướng chủ động, chặt chẽ và thích ứng với bối cảnh kinh doanh còn nhiều thách thức. Công ty chú trọng phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể như Công đoàn và Đoàn Thanh niên, nhằm tạo động lực thi đua, kịp thời

động viên và khen thưởng các tập thể, cá nhân có thành tích trong lao động sản xuất và công tác. Công tác đào tạo, đặc biệt là đào tạo nội bộ, sẽ được đẩy mạnh để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nhất là lực lượng lao động trẻ, đáp ứng tốt hơn yêu cầu nhiệm vụ trong giai đoạn mới.

Bên cạnh đó, việc nghiên cứu và ứng dụng các thành tựu của công nghệ 4.0 vào quy trình quản lý sẽ tiếp tục được thúc đẩy nhằm nâng cao hiệu quả vận hành và chất lượng điều hành. Công tác quản lý chi phí được đặt ở vị trí trọng tâm, bảo đảm kiểm soát chặt chẽ trong điều kiện kinh doanh còn nhiều khó khăn. Công ty sẽ phối hợp đồng bộ với các bộ phận, Chi nhánh để thu hồi công nợ triệt để, hạn chế nợ quá hạn, đồng thời thường xuyên theo dõi biến động tỷ giá, giá cả thị trường, lãi vay ngân hàng và các yếu tố rủi ro liên quan, qua đó đảm bảo công tác tài chính – kế toán được kiểm soát an toàn, minh bạch và hiệu quả.

PHẦN III. KẾT LUẬN

Trên đây là toàn bộ nội dung Báo cáo của HĐQT Công ty về tình hình SXKD năm 2025 và kế hoạch SXKD năm 2026, kính trình ĐHĐCĐ thông qua:

1. Kết quả hoạt động SXKD năm 2025 được trình bày tại Phần 1
2. Kế hoạch SXKD và ĐTXD năm 2026 được trình bày tại Phần 2 và giao cho Giám đốc Công ty triển khai thực hiện.

Trân trọng kính trình!

Nơi nhận:

- Đại hội đồng cổ đông (b/c),
- TV HĐQT, KSV cty;
- Lưu TkHĐQT.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ *kin*
CHỦ TỊCH



Phạm Đăng Phú

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD NĂM 2025

| TT | Các chỉ tiêu | KH Đại hội | Thực hiện 2024 | Thực hiện 2025 | So sánh (%) | |
|------------|-------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| | | | | | KHĐH | CK |
| A | TỔNG DOANH THU | 1,128,350 | 1,443,049 | 1,258,215 | 111.5 | 87.2 |
| I | Doanh thu kinh doanh | 1,128,350 | 1,441,495 | 1,256,030 | 111.3 | 87.1 |
| 1 | Kinh doanh Du lịch | 164,000 | 163,449 | 178,306 | 108.7 | 109.1 |
| * | Du lịch Lữ hành | 121,000 | 126,602 | 135,611 | 112.1 | 107.1 |
| * | Khách sạn | 11,800 | 9,196 | 9,019 | 76.4 | 98.1 |
| * | Vé máy bay | 31,200 | 27,651 | 33,676 | 107.9 | 121.8 |
| 2 | Thương mại. | 775,000 | 1,074,083 | 883,107 | 113.9 | 82.2 |
| | - Vật tư, phụ tùng | 675,000 | 1,035,490 | 809,181 | 119.9 | 78.1 |
| | - Thiết bị | 93,000 | 33,134 | 69,521 | 74.8 | 209.8 |
| | - Dịch vụ vá lốp | 4,000 | 3,784 | 2,738 | 68.5 | 72.4 |
| | - Dịch vụ dán nổi băng tải | 1,300 | 352 | 913 | 70.2 | 259.4 |
| | - Bọc Rulo | 1,700 | 1,082 | 363 | 21.4 | 33.5 |
| | - Dịch vụ khác | | 241 | 391 | | 162.2 |
| 3 | KD VTTC Food | 14,700 | 12,219 | 11,221 | 76.3 | 91.8 |
| 4 | KD phục vụ bữa ăn CN | 151,600 | 166,502 | 158,508 | 104.6 | 95.2 |
| 5 | KD phục vụ Tập đoàn | 14,950 | 16,666 | 19,010 | 127.2 | 114.1 |
| 6 | Phục vụ ăn uống TKV | 2,500 | 3,778 | 4,180 | 167.2 | 110.6 |
| 7 | Vệ sinh công nghiệp | 3,800 | 3,627 | 2,938 | 77.3 | 81.0 |
| 8 | Kinh doanh khác | 1,800 | 2,240 | 2,807 | 155.9 | 125.3 |
| II | Doanh thu HĐTC + khác | | 1,554 | 2,185 | | |
| III | Bù trừ nội bộ | | 1,067 | 4,047 | | |
| B | GIA VỐN | 1,071,890 | 1,382,195 | 1,197,520 | 111.7 | 86.6 |
| C | GIÁ TRỊ SX | 56,460 | 60,854 | 60,694 | 107.5 | 99.7 |
| I | Doanh thu kinh doanh | 56,460 | 60,854 | 60,694 | 107.5 | 99.7 |
| 1 | Kinh doanh du lịch | 19,094 | 15,467 | 16,724 | 87.6 | 108.1 |
| * | Du lịch Lữ hành | 11,640 | 9,771 | 10,522 | 90.4 | 107.7 |
| * | Khách sạn | 6,448 | 4,551 | 4,586 | 71.1 | 100.8 |
| * | Vé máy bay | 1,006 | 1,145 | 1,616 | 160.6 | 141.1 |
| 2 | Thương mại. | 25,580 | 32,370 | 30,801 | 120.4 | 95.2 |
| | - Vật tư, phụ tùng | 20,035 | 29,496 | 27,150 | 135.5 | 92.0 |
| | - Thiết bị | 3,720 | 1,168 | 2,158 | 58.0 | 184.8 |
| | - Dịch vụ vá lốp | 1,200 | 1,212 | 938 | 78.2 | 77.4 |
| | - Dịch vụ dán nổi băng tải | 455 | 122 | 302 | 66.4 | 247.5 |
| | - Bọc Rulo | 170 | 260 | 72 | 42.4 | 27.7 |
| | - Dịch vụ khác | | 112 | 180 | | 160.7 |
| 3 | KD VTTC Food | 1,470 | 1,170 | 1,000 | 68.0 | 85.5 |
| 4 | KD phục vụ bữa ăn CN | 6,678 | 7,664 | 7,695 | 115.2 | 100.4 |
| 5 | KD phục vụ Tập đoàn | 2,710 | 2,966 | 3,415 | 126.0 | 115.2 |
| 6 | Phục vụ ăn uống TKV | 250 | 300 | 366 | 146.4 | 122.0 |
| 7 | Vệ sinh công nghiệp | 418 | 425 | 346 | 82.8 | 81.4 |
| 8 | Kinh doanh khác | 260 | 493 | 347 | 133.5 | 70.4 |
| II | Doanh thu HĐTC + khác | | | | | |
| D | TIỀN LƯƠNG, LAO ĐỘNG | | | | | |
| 1 | Đơn giá tiền lương/GTSX | 500 | 430 | 452 | 90.4 | 105.1 |
| 2 | Tổng tiền lương Công ty | 64,476 | 69,725 | 71,810 | 111.4 | 103.0 |
| | - Trong đó QTL NQL | 1,228 | 2,441 | 1,273 | 103.7 | 52.2 |
| 3 | Lao động bình quân | 597 | 600 | 570 | 95.5 | 95.0 |
| | T/L BQ trong Z định mức | 9.00 | 9.68 | 10.50 | 116.7 | 108.4 |
| E | LỢI NHUẬN | 7,500 | 8,916 | 7,594 | 101.3 | 85.2 |
| F | LỢI NHUẬN SAU THUẾ | | 4,700 | 4,968 | | 105.7 |
| G | Cổ tức (%) | 8-10 | 8 | 8 | | 100.0 |
| H | Đầu tư xây dựng cơ bản | 6,980 | 1,941 | 2,481 | 35.5 | 127.8 |

KẾ HOẠCH SXKD NĂM 2026

| STT | Chỉ tiêu | Đơn vị tính | Kế hoạch năm 2026 |
|-----------|-------------------------------------|-----------------|-------------------|
| A | DOANH THU | Tr. Đồng | 1,295,270 |
| I | Doanh thu kinh doanh | " | 1,295,270 |
| 1 | Kinh doanh du lịch | " | 178,000 |
| * | Du lịch lữ hành | " | 133,500 |
| * | Khách sạn | " | 10,900 |
| * | Vé máy bay | " | 33,600 |
| 2 | Thương mại | " | 946,800 |
| * | Vật tư, phụ tùng | " | 837,900 |
| * | Thiết bị | " | 105,000 |
| * | Dịch vụ vá lốp | " | 3,000 |
| * | Dịch vụ dán nổi băng tải + bọc Rulo | " | 900 |
| 3 | Kinh doanh VTTC Food | " | 3,500 |
| 4 | Kinh doanh phục vụ bữa ăn CN | " | 131,200 |
| 5 | PV ăn bán trú | " | 8,500 |
| 6 | Dịch vụ phục vụ Tập Đoàn | " | 18,570 |
| 7 | Phục vụ ăn uống TKV | " | 3,500 |
| 8 | Vệ sinh công nghiệp | " | 2,700 |
| 9 | Kinh doanh khác | " | 2,500 |
| B | GIÁ VỐN | Tr. Đồng | 1,236,915 |
| C | GTSX | Tr. Đồng | 58,355 |
| I | Doanh thu kinh doanh | " | 58,355 |
| 1 | Kinh doanh du lịch | " | 19,654 |
| * | Du lịch lữ hành | " | 12,810 |
| * | Khách sạn | " | 5,716 |
| * | Vé máy bay | " | 1,128 |
| 2 | Thương mại | " | 27,074 |
| * | Vật tư, phụ tùng | " | 23,039 |
| * | Thiết bị | " | 3,000 |
| * | Dịch vụ vá lốp | " | 900 |
| * | Dịch vụ dán nổi băng tải + bọc Rulo | " | 135 |
| 3 | Kinh doanh VTTC Food | " | 350 |
| 4 | Kinh doanh phục vụ bữa ăn CN | " | 6,740 |
| 5 | PV ăn bán trú | " | 255 |
| 6 | Dịch vụ phục vụ Tập Đoàn | " | 3,360 |
| 7 | Phục vụ ăn uống TKV | " | 300 |
| 8 | Vệ sinh công nghiệp | " | 297 |
| 9 | Kinh doanh khác | " | 325 |
| II | Doanh thu HĐTC | | |
| D | LỢI NHUẬN | " | 7,600 |
| E | LĐỘNG, T.NHẬP & Đ.GIÁ TL | | |
| 1 | Lao động B/Q | Người | 565 |
| 2 | Tiền lương b/q trong Z định mức | Tr.đ/ng/tháng | 9.50 |
| F | Cổ tức | % | ≥8 % |
| G | ĐẦU TƯ XDCB | Tr. Đồng | 4,000 |