

NỘI DUNG

PHẦN I	CĂN CỨ PHÁP LÝ CỦA ĐỢT PHÁT HÀNH	3
PHẦN II	CÁC KHÁI NIỆM	4
PHẦN III	CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN ĐỢT PHÁT HÀNH	5
	1. Tổ chức phát hành.....	5
	2. Tổ chức thực hiện đấu giá.....	5
	3. Tổ chức tư vấn	5
	4. Tổ chức kiểm toán	5
PHẦN IV	NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CBTT	6
	1. Tổ chức phát hành.....	6
	2. Tổ chức tư vấn	6
PHẦN V	THÔNG TIN ĐỢT BÁN ĐẤU GIÁ	7
	1. Tổ chức phát hành:.....	7
	2. Vốn điều lệ và cơ cấu vốn điều lệ sau cổ phần hóa:.....	7
	3. Số lượng cổ phần bán đấu giá công khai và giá khởi điểm	7
	4. Thời gian và địa điểm nhận CBTT, đăng ký, nộp tiền đặt cọc	7
	5. Nộp tiền đặt cọc và phương thức nộp tiền đặt cọc	7
	6. Thời gian đăng ký tại các Đại lý:	8
	7. Thời gian các Đại lý nhận phiếu tham dự đấu giá:.....	8
	8. Thời gian tổ chức đấu giá:.....	8
	9. Địa điểm tổ chức đấu giá:.....	8
	10. Thời hạn thanh toán tiền mua cổ phần và nhận lại tiền đặt cọc do không mua được cổ phần căn cứ theo kết quả đấu giá:.....	8
PHẦN VI	GỚI THIỆU TỔ CHỨC BÁN ĐẤU GIÁ	9
	I. Tổng quan về doanh nghiệp	9
	1. Tổng quan về doanh nghiệp	9
	2. Sơ lược về quá trình hình thành phát triển	9





3. Ngành nghề kinh doanh.....	10
4. Hệ thống các đơn vị trực thuộc	10
5. Tình hình lao động.....	12
6. Mô hình tổ chức.....	13
7. Giá trị thực tế của Công ty Du lịch Lâm Đồng và giá trị thực tế vốn NN...	14
II. <i>Thực trạng của Công ty Du lịch Lâm Đồng</i>	16
1. Tình hình tài sản	16
2. Tình hình nguồn vốn.....	17
3. Tình hình đất đai, nhà xưởng	17
III. <i>Tình hình hoạt động kinh doanh trước cổ phần hóa</i>	19
1. Tình hình thị trường.....	19
2. Tình hình đầu tư từ năm 2004 đến năm 2008	21
3. Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Du lịch Lâm Đồng	22
4. Các nhân tố ảnh hưởng đến HĐ SXKD của Công ty Du lịch Lâm Đồng ..	22
IV. <i>Phương hướng hoạt động SXKD và KH đầu tư phát triển sau CPH</i>.....	24
1. Thông tin công ty cổ phần	24
2. Ngành nghề kinh doanh.....	24
3. Vốn điều lệ, cơ cấu cổ phần.....	24
4. Cơ cấu tổ chức	25
5. Định hướng phát triển sau khi CPH và định hướng đến năm 2015.....	27
6. Kế hoạch sản xuất kinh doanh sau khi cổ phần hóa	30
7. Giải pháp thực hiện để đạt kế hoạch sản xuất kinh doanh	30
V. <i>Một số nhân tố rủi ro</i>	33
VI. <i>Thay lời kết</i>.....	34



PHẦN I

CĂN CỨ PHÁP LÝ CỦA ĐỢT PHÁT HÀNH

- Luật Doanh nghiệp 60/2005/QH11 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 29/11/2005;
- Nghị định số 109/2007/NĐ-CP ngày 26/6/2007 của Chính phủ về chuyển doanh nghiệp 100% vốn nhà nước thành công ty cổ phần;
- Thông tư số 146/2007/TT-BTC ngày 06/12/2007 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện một số vấn đề về tài chính khi thực hiện chuyển doanh nghiệp 100% vốn nhà nước thành công ty cổ phần theo quy định tại Nghị định số 109/2007/NĐ-CP ngày 26/6/2007 của Chính phủ;
- Căn cứ Quyết định số 53/2003/QĐ-TTg ngày 15/4/2003 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt phương án tổng thể sắp xếp đổi mới DNNN trực thuộc UBND Tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2003-2005;
- Căn cứ nghị định số 110/2007/NĐ-CP ngày 26/6/2007 của Chính phủ về chính sách đối với người lao động dôi dư do sắp xếp lại Công ty nhà nước;
- Căn cứ công văn số 6376/VPCP-ĐMDN ngày 03/11/2006 của Văn phòng Chính phủ về việc đồng ý cổ phần hóa Công ty Du lịch Lâm Đồng;
- Công văn số 6155/UBND-ĐMDN ngày 05/10/2006 của Ủy Ban Nhân dân tỉnh Lâm Đồng về việc triển khai thực hiện cổ phần hóa Công ty Du lịch Lâm Đồng và Công ty Chè Lâm Đồng;
- Căn cứ quyết định số 2911/QĐ-UBND ngày 09/10/2006 của UBND Tỉnh Lâm Đồng về việc thành lập Ban chỉ đạo cổ phần hóa Công ty Du lịch Lâm Đồng;
- Căn cứ công văn số 6672/UBND-ĐMDN ngày 25/10/2006 của UBND Tỉnh Lâm Đồng “V/v Nhà nước nắm giữ cổ phần trong cơ cấu vốn điều lệ tại các doanh nghiệp”;
- Quyết định số 3080/QĐ-UBND ngày 11/12/2009 của Ủy Ban Nhân dân tỉnh Lâm Đồng về giá trị doanh nghiệp để cổ phần hóa Công ty Du lịch Lâm Đồng;
- Quyết định số 760/QĐ-UBND ngày 31/03/2010 của Ủy Ban Nhân dân tỉnh Lâm Đồng về việc phê duyệt phương án và chuyển Công ty Du lịch Lâm Đồng thành Công ty cổ phần;



PHẦN II

CÁC KHÁI NIỆM

TỪ, NHÓM TỪ	DIỄN GIẢI
Công ty/ Dalat Tourist	Công ty Du lịch Lâm Đồng
Tổ chức tư vấn/ ACBS	Công ty TNHH Chứng khoán ACB
SGDCK/ HSX	Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh
Bản công bố thông tin	Bản công bố thông tin của Công ty về tình hình tài chính, hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm cung cấp thông tin cho công chúng đầu tư đánh giá và đưa ra các quyết định đầu tư chứng khoán.
BCĐ CPH	Ban Chỉ đạo cổ phần hóa
UBND	Ủy ban nhân dân
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
DN	Doanh nghiệp
KDL	Khu Du lịch
TTĐH&HD DL	Trung tâm điều hành và hướng dẫn du lịch
TSCĐ	Tài sản cố định
TSLĐ	Tài sản lưu động
TTS	Tổng tài sản
DTT	Doanh thu thuần
LNST	Lợi nhuận sau thuế
VĐL	Vốn điều lệ
CTCP	Công ty Cổ phần
CP	Cổ phần
QLDN	Quản lý doanh nghiệp
KT-PL	Khen thưởng Phúc lợi



PHẦN III

CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN ĐỢT PHÁT HÀNH

1. TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG (DALAT TOURIST)

- Trụ sở : 10 Quang Trung, Đà Lạt, Lâm Đồng
- Điện thoại : 063 3 810 324 – 063 3 823 829
- Fax : 063 3 810 363
- Website : www.dalattourist.com.vn

2. TỔ CHỨC THỰC HIỆN ĐẦU GIÁ

SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (HSX)

- Trụ sở : 45 – 47 Bến Chương Dương, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh
- Điện thoại : 08 3 821 7713
- Fax : 08 3 821 7452
- Website : www.hsx.vn

3. TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY TNHH CHỨNG KHOÁN ACB (ACBS)

- Trụ sở : 107N Trương Định, P.6, Q.3, Tp Hồ Chí Minh
- Điện thoại : 08 5 404 3054
- Fax : 08 5 404 3085
- Website : www.acbs.com.vn

4. TỔ CHỨC XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP

CÔNG TY CỔ PHẦN THẨM ĐỊNH GIÁ THƯƠNG TÍN

- Trụ sở : 278 (lầu 6) Nam Kỳ Khởi Nghĩa, P.8, Q.3, Tp Hồ Chí Minh
- Điện thoại : 08 3 8249988
- Fax : 08 3 8249978





PHẦN IV

NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÔNG BỐ THÔNG TIN

1. TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG (DALAT TOURIST)

Ông TRẦN QUANG THÁI	Chức vụ: PCT UBND tỉnh LD – Trưởng BCĐ CPH
Ông PHÙNG QUÝ NGỌC	Chức vụ: Giám đốc – Thành viên BCĐ CPH
Bà TRẦN THỊ HỒNG NHẠN	Chức vụ: Phó Giám đốc – Tổ trưởng Tổ giúp việc
Bà NGUYỄN THỊ NGUYỆT LAN	Chức vụ: Kế toán trưởng

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản công bố thông tin này là phù hợp với thực tế, đầy đủ và cần thiết để người đầu tư có thể đánh giá về tài sản, hoạt động, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng của Công ty.

2. TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY TNHH CHỨNG KHOÁN ACB (ACBS)

Ông NGUYỄN NGỌC CHUNG	Chức vụ: Quyền Tổng Giám đốc
------------------------------	-------------------------------------

Chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trên 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 Du lịch Lâm Đồng cung cấp.





PHẦN V

THÔNG TIN ĐỢT BÁN ĐẦU GIÁ

1. Tổ chức phát hành: CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG

2. Vốn điều lệ và cơ cấu vốn điều lệ sau cổ phần hóa:

- Vốn điều lệ : 305.000.000.000 đồng
- Số lượng cổ phần : 30.500.000 cổ phần.
- Mệnh giá cổ phần : 10.000 đồng/cổ phần.
- Cơ cấu vốn điều lệ :
 - Cổ phần Nhà nước nắm giữ: 9.150.000 cổ phần (tương đương 30% vốn điều lệ).
 - Cổ phần bán ưu đãi cho người lao động trong doanh nghiệp: 260.700 cổ phần (tương đương 0,85% vốn điều lệ).
 - Cổ phần bán cho nhà đầu tư chiến lược: 9.150.000 cổ phần (tương đương 30% vốn điều lệ).
 - Cổ phần bán đấu giá công khai: 11.939.300 cổ phần (tương đương 39,15% vốn điều lệ).

3. Số lượng cổ phần bán đấu giá công khai và giá khởi điểm

- Số lượng cổ phần bán đấu giá : 11.939.300 cổ phần (tương đương 39,15% vốn điều lệ).
- Loại cổ phần : cổ phần phổ thông.
- Giá sàn khởi điểm : 10.000 đồng/cổ phần.

4. Thời gian và địa điểm nhận công bố thông tin, đăng ký tham gia đấu giá, nộp tiền đặt cọc, phát phiếu tham dự đấu giá: Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng.

5. Nộp tiền đặt cọc và phương thức nộp tiền đặt cọc

- Nộp tiền đặt cọc: số tiền đặt cọc tham gia đấu giá mua cổ phần là 10% tổng giá trị cổ phần đăng ký mua tính theo giá khởi điểm.
- Địa điểm nộp tiền đặt cọc: Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng.
- Phương thức nộp tiền đặt cọc: Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần





của Công ty Du lịch Lâm Đồng.

6. **Thời gian đăng ký tại các Đại lý:** Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng.
7. **Thời gian các Đại lý nhận phiếu tham dự đấu giá:** Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng.
8. **Thời gian tổ chức đấu giá:** Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng.
9. **Địa điểm tổ chức đấu giá:**

Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh

(45 – 47 Bến Chương Dương, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh)

10. **Thời hạn thanh toán tiền mua cổ phần và nhận lại tiền đặt cọc do không mua được cổ phần căn cứ theo kết quả đấu giá:** Theo quy định trong Quy chế bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng.



PHẦN VI

GIỚI THIỆU TỔ CHỨC BÁN ĐẤU GIÁ

I. TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP

1. Tổng quan về doanh nghiệp

- Tên Công ty : **CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG**
- Tên Tiếng Anh : **LAMDONG TOURIST COMPANY**
- Tên thương hiệu : ***Dalattourist***
- Địa chỉ : Số 10 Quang Trung - Đà Lạt – Lâm Đồng
- Điện thoại : 063 3 810 324 – 063 3 823 829 Fax: (063) 3810363
- Email : Dalattourist@hcm.vnn.vn
- Website : www.dalattourist.com.vn

2. Sơ lược về quá trình hình thành phát triển

Công ty Du Lịch Lâm Đồng được thành lập từ năm 1976 với chức năng là "Ban Giao tế" của tỉnh Lâm Đồng. Bắt đầu từ vài cơ sở đón tiếp khách lưu trú và phục vụ ăn uống, sau một thời gian hoạt động Công ty đã được UBND tỉnh Lâm Đồng cấp thêm một số cơ sở kinh doanh. Đồng thời, với những nguồn lực sẵn có của mình, Công ty đã mua lại một số biệt thự của tư nhân nhằm tăng cường năng lực phục vụ của Công ty.

Thực hiện Nghị định 388/HĐBT của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính Phủ), Công ty được thành lập lại theo Quyết định số 648/QĐ/UB-TC ngày 09/10/1992 của UBND tỉnh Lâm Đồng và Giấy phép đăng ký kinh doanh số 103906 ngày 26/10/1992 của Trọng tài kinh tế Tỉnh.

Năm 1993, theo quyết định của UBND tỉnh, Công ty Dịch vụ Du lịch Đà Lạt trực thuộc UBND thành phố Đà Lạt được sáp nhập vào Công ty Du lịch Lâm Đồng và có trụ sở tại số 04 Trần Quốc Toàn – thành phố Đà Lạt với vốn kinh doanh là 7,383 tỷ đồng. Kinh doanh các ngành nghề chủ yếu: Lữ hành, vận chuyển, ăn uống, hướng dẫn du lịch và các dịch vụ khác.

Từ năm 1993 – 1998, doanh thu hàng năm của Công ty đạt từ 18 tỷ đến 25 tỷ đồng, đón được từ 32 đến 46 ngàn lượt khách, lợi nhuận đạt khoảng 500 triệu đồng/năm, nộp Ngân sách Nhà nước từ 2 tỷ đến 2,5 tỷ đồng/năm, sử dụng một lực lượng lao động bình quân từ 450 người đến 580 người, cơ sở hoạt động kinh doanh gồm có: 12 khách sạn, 02 nhà hàng, 3 khu du lịch thắng cảnh, 01 xí nghiệp vận chuyển, 03 trung tâm Điều hành – Hướng dẫn du lịch.





Năm 1998, UBND tỉnh Lâm Đồng có quyết định số 3142/QĐ-UB về việc thành lập Công ty Dịch vụ Du lịch Đà Lạt trên cơ sở tách các cơ sở hiện có của Công ty Du lịch Lâm Đồng kể từ ngày 01/01/1999, điều chỉnh cơ sở của Công ty Du lịch Lâm Đồng bao gồm: 01 khách sạn, 02 nhà hàng và 02 điểm tham quan. Nhiệm vụ chủ yếu của Công ty giai đoạn này là duy trì bộ máy quản lý và thực hiện công tác kêu gọi vốn để thực hiện liên doanh trong và ngoài nước nhằm phát triển ngành du lịch Lâm Đồng.



Tháng 8/2004, nhằm tạo điều kiện đưa ngành du lịch trở thành ngành kinh tế động lực của tỉnh, UBND tỉnh đã sáp nhập Công ty Du lịch Lâm Đồng vào Công ty Du lịch Dịch vụ Xuân Hương và đổi tên thành Công ty Du Lịch Lâm Đồng theo Quyết định số 107/2004/QĐ-UB của UBND Tỉnh Lâm Đồng.

3. Ngành nghề kinh doanh





Theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 112982 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Lâm Đồng cấp đăng ký lại ngày 14/01/2005, Công ty Du lịch Lâm Đồng hoạt động trên những lĩnh vực sau:

- Khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng ăn uống và các hoạt động dịch vụ du lịch khác (hướng dẫn du lịch, vận chuyển, lữ hành, bán hàng lưu niệm).
- Tổ chức tham quan thắng cảnh, khu vui chơi, giải trí.
- Tổ chức các dịch vụ văn hóa, thể dục thể thao (Karaoke, dancing, quần vợt, bể bơi).
- Mua bán các mặt hàng rượu, bia, nước giải khát;

4. Hệ thống các đơn vị trực thuộc

Tên Đơn vị	Thông tin liên quan
<p>Khu du lịch Cáp treo Đà Lạt</p> 	<p><u>Địa chỉ:</u> Đồi Robin – Phường 3 – Đà Lạt <u>ĐT:</u> 84.63.3.837938 – Fax : 84.63.3.837936 <u>Email:</u> cablecar@dalattourist.com.vn <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Cáp treo, nhà hàng, các loại hình dịch vụ ...</p>
<p>Khu du lịch LangBiang</p> 	<p><u>Địa chỉ:</u> Xã Lat – Huyện Lạc Dương – LD <u>ĐT:</u> 84.63.3.839456 – Fax: 84.63.3.839399 <u>Email:</u> langbiang@dalattourist.com.vn <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Tham quan, leo núi, vận chuyển, nhà hàng, cắm trại, dã ngoại, kính vong cảnh, bán hàng lưu niệm</p>



Tên Đơn vị	Thông tin liên quan
<p>Khu du lịch thác Datala</p> 	<p><u>Địa chỉ:</u> Đèo Prenn – Quốc Lộ 20 – Đà Lạt <u>ĐT:</u> 84.63.3.831804 – Fax: 84.63.3.832238 <u>Email:</u> datanla@dalattourist.com.vn <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Tham quan, nhà hàng, cắm trại, dã ngoại</p>
<p>Khu du lịch Dã ngoại hồ Tuyền Lâm</p> 	<p><u>Địa chỉ:</u> Hồ Tuyền Lâm – Phường 4 – Đà Lạt <u>ĐT:</u> 84.63.3.833023 <u>Email:</u> tuyenlamlake@dalattourist.com.vn <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Tham quan, leo núi, nhà hàng, cắm trại, dã ngoại, bán hàng lưu niệm</p>
<p>Nhà hàng Thủy Tạ</p> 	<p><u>Địa chỉ:</u> 01 Yersin – Đà Lạt <u>ĐT:</u> 84.63.3.822288 – Fax: 84.63.3.833758 <u>Email:</u> thuyta@dalattourist.com.vn <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Nhà hàng, ca nhạc</p>
<p>Khách sạn Hải Sơn</p> 	<p><u>Địa chỉ:</u> 01 Nguyễn Thị Minh Khai – Đà Lạt <u>ĐT:</u> 84.63.3.822379 – Fax: 84.63.3.822623 <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Khách sạn, nhà hàng, các loại hình dịch vụ ...</p>
<p>TTĐH&HD DL</p>	<p><u>Địa chỉ:</u> 01 Nguyễn Thị Minh Khai – Đà Lạt <u>ĐT:</u> 84.63.3.822379 – Fax: 84.63.3.822623 <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Lữ hành nội địa và quốc tế.</p>
<p>Chi nhánh tại TP.HCM</p>	<p><u>Địa chỉ:</u> 26 Lê Anh Xuân, P.Bến Thành, Q.1 <u>ĐT:</u> 84.8.3.8237177 - Fax: 84.8.3.8222347 <u>Email:</u> dalatur@hcm.vnn.vn saigon@dalattourist.com.vn <u>Dịch vụ kinh doanh:</u> Lữ hành nội địa, quốc tế</p>
<p>Văn phòng công ty</p>	<p><u>Địa chỉ:</u> 10 Quang Trung – Đà Lạt – LD</p>



Tên Đơn vị	Thông tin liên quan
	ĐT: 84.63.3.810324 – Fax: 84.63.3.810363
	Email: dalattourist@hcm.vnn.vn
	Website: www.dalattourist.com.vn

5. Tình hình lao động

Tổng số lao động của Công ty Du lịch Lâm Đồng (không bao gồm số lao động tại các đơn vị liên doanh, liên kết) đến thời điểm cổ phần hóa (0h ngày 01/7/2009) là 269 người, trong đó:

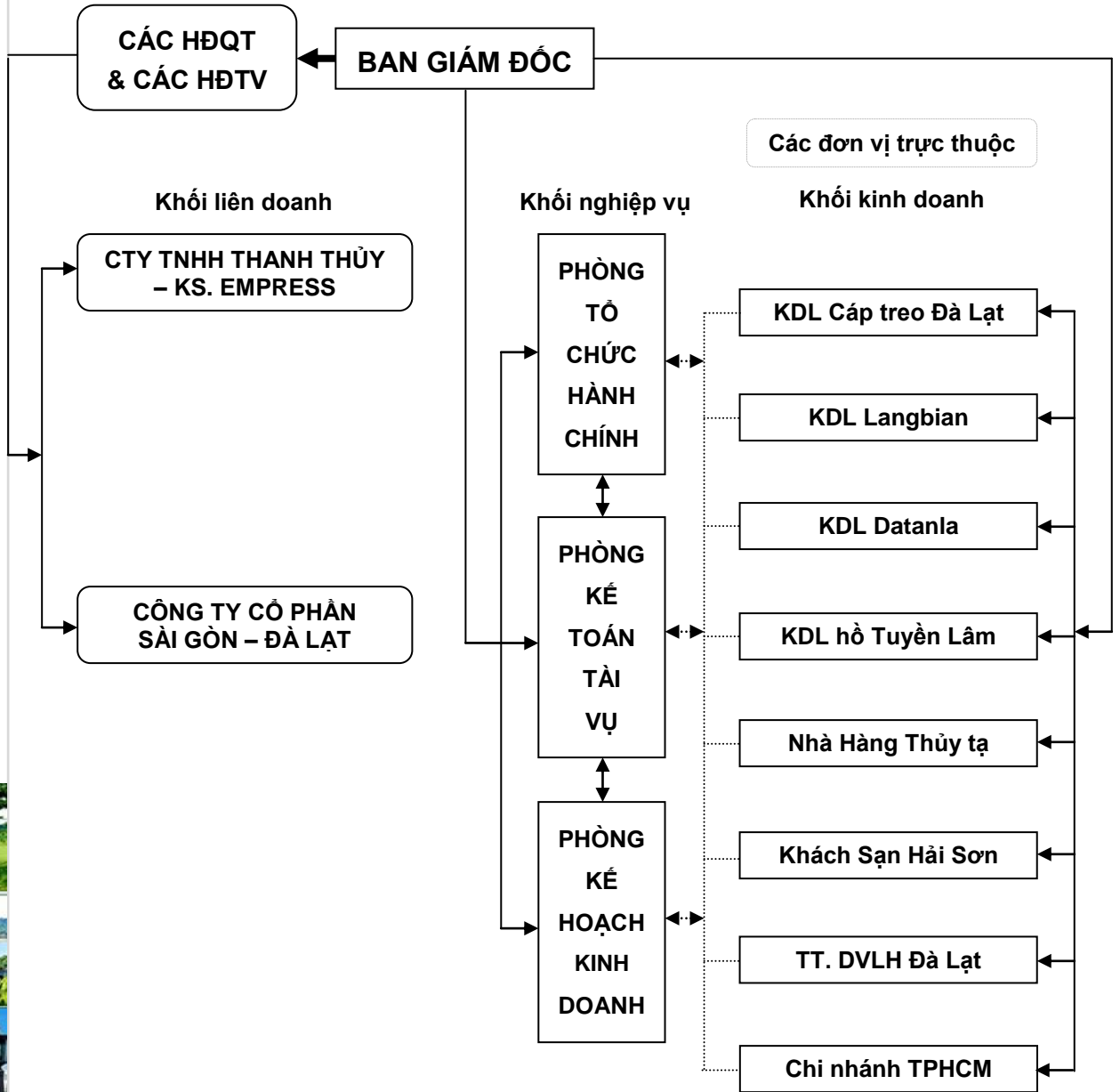
- Phân theo trình độ lao động:
 - Trình độ Đại học, sau Đại học : 63 người.
 - Trình độ Cao đẳng và Trung cấp : 30 người.
 - Bậc 1 - 2 : 47 người.
 - Bậc 3 - 5 : 88 người.
 - Bậc trên 5 : 41 người.
- Phân theo tính chất lao động:
 - Lao động gián tiếp : 22 người.
 - Lao động trực tiếp : 247 người.





6. Mô hình tổ chức

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC BỘ MÁY CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG



* **Ghi chú**

- ➔ : Tham gia cổ đông
- ➞ : Chỉ đạo trực tuyến
- ↔ : Quan hệ phối hợp
- ⋯↔ : Quan hệ chuyên môn





7. Giá trị thực tế của Công ty Du lịch Lâm Đồng và giá trị thực tế vốn Nhà nước

Căn cứ Quyết định số 3080/QĐ-UBND ngày 11/12/2009 của UBND tỉnh Lâm Đồng về giá trị doanh nghiệp để cổ phần hóa Công ty Du lịch Lâm Đồng, giá trị doanh nghiệp tại thời điểm 0h ngày 01/07/2009 của Công ty Du lịch Lâm Đồng để cổ phần hóa như sau:

Giá trị thực tế của doanh nghiệp để cổ phần hóa là **338.524.974.000 đồng** (Ba trăm ba mươi tám tỷ, năm trăm hai mươi bốn triệu, chín trăm bảy mươi bốn ngàn đồng).

Trong đó:

Giá trị thực tế vốn Nhà nước tại Doanh nghiệp là **304.934.519.000 đồng** (Ba trăm linh bốn tỷ, chín trăm ba mươi bốn triệu, năm trăm mười chín ngàn đồng).

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Số liệu sổ sách	Số liệu HĐ thẩm định lại	Chênh lệch
A. Tài sản đang dùng (I+II+III+IV)	47.077.313.971	338.524.974.002	291.447.660.031
I. TSCĐ và đầu tư dài hạn	39.290.635.018	87.050.224.897	47.759.589.879
II. TSLĐ và đầu tư ngắn hạn	7.786.678.953	7.786.680.713	1.760
III. Tài sản khác	-	1.074.431.857	1.074.431.857
IV. Gtrị lợi thế kinh doanh của DN *	-	242.613.636.535	242.613.636.535
B. Tài sản chờ thanh lý	7.456.667	7.456.667	-
C. Tài sản chờ bàn giao	4.553.538.624	4.553.538.624	-
D. Tài sản hình thành từ vốn góp của CBCNV	4.172.678.339	7.572.968.268	3.400.289.929
E. Tài sản hình thành từ Quỹ KT-PL	-	-	-
TỔNG GIÁ TRỊ TÀI SẢN CỦA DN (A+B+C+D+E)	55.810.987.601	350.658.937.561	294.847.949.960
Trong đó:			
TỔNG GIÁ TRỊ THỰC TẾ CỦA DN (MỤC A)	47.077.313.971	338.524.974.002	291.447.660.031
G1. Nợ thực tế phải trả	28.658.118.151	29.205.165.969	547.047.818
G2. Số dư Quỹ KT-PL	4.385.289.521	4.385.289.521	-
G3. Nguồn kinh phí sự nghiệp	-	-	-
TỔNG GIÁ TRỊ THỰC TẾ VỐN NHÀ NƯỚC TẠI DN (A – G1 – G2)	14.033.906.299	304.934.518.512	290.900.612.213

(Nguồn: Biên bản xác định giá trị doanh nghiệp)

* Căn cứ báo cáo kết quả xác định lại giá trị doanh nghiệp số 2363/STC-TCĐN ngày 04/12/2009 của Sở Tài chính Lâm Đồng, giá trị lợi thế kinh doanh của Công ty Du lịch Lâm





Đồng được xác định như sau:

- **Giá trị thương hiệu của Công ty : 1.728.539.335 VND**

Bao gồm các chi phí quảng cáo, chi phí xây dựng nhãn hiệu tên thương mại đến thời điểm 30/6/2009 theo số liệu của Công ty cổ phần Thẩm Định Giá Thương Tín.

- **Giá trị lợi thế vị trí địa lý : 240.885.097.200 VND**

Bảng tính chi tiết giá trị lợi thế vị trí địa lý:

Đơn vị tính: đồng

Tên tài sản	Diện tích (m ²)	Đơn giá theo thuyết minh của UBND tỉnh Lâm Đồng	Hệ số thị trường	Đơn giá thị trường	Chênh lệch
Nhà số 31 Trương Công Định	149	7.800.000	3,23	25.194.000	2.591.706.000
Nhà số 10 Quang Trung	2.836	3.240.000	3,24	10.497.600	20.582.553.600
KS số 1 Nguyễn Thị Minh Khai	3.076	13.200.000	4,19	55.308.000	129.524.208.000
Ga đi Cáp Treo	6.982	1.920.000	1,59	3.052.800	7.909.209.000
Ga đến Cáp Treo	1.372	600.000	1,67	1.002.000	551.544.000
Khu du lịch Datanla	3.231	600.000	2,51	1.506.000	2.927.286.000
Số 5 Nguyễn Thái Học	2544,2	9.600.000	3,73	35.808.000	66.678.393.600
Đất cảnh quan ga đi	6.768	1.920.000	1,59	3.052.800	7.666.790.400
Đất cảnh ga đến	6.103	600.000	1,67	1.002.000	2.453.406.000
Tổng giá trị lợi thế vị trí địa lý					240.885.097.200

(Nguồn: Biên bản xác định giá trị doanh nghiệp)





THỰC TRẠNG CỦA CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG

1. Tình hình tài sản

Bảng 1: Tình hình tài sản tại thời điểm 0h ngày 01/07/2009

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Giá trị ghi sổ kế toán	Giá trị xác định lại
I. Tổng tài sản đang dùng	47.077.313.971	338.524.974.002
1. Tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn	7.786.678.953	7.786.680.713
2. Tài sản cố định và đầu tư dài hạn	39.290.635.018	87.050.224.897
3. Tài sản khác	-	1.074.431.857
4. Giá trị lợi thế kinh doanh	-	242.613.636.535
II. Tài sản chờ thanh lý	7.456.667	7.456.667
III. Tài sản chờ bàn giao	4.553.538.624	4.553.538.624
IV. TSCĐ hình thành từ quỹ KT-PL	-	-
V. TSCĐ hình thành từ vốn góp của CBCNV	4.172.678.339	7.572.968.268
Tổng tài sản	55.810.987.601	350.658.937.561

(Nguồn: Biên bản xác định giá trị doanh nghiệp)

Bảng 2: Tình hình tài sản ngắn hạn tại thời điểm 0h ngày 01/7/2009

Đơn vị tính: đồng

Hạng mục	Giá trị ghi sổ kế toán		Giá trị xác định lại	
	Số liệu	%	Số liệu	%
I. Tài sản ngắn hạn đang dùng	7.786.678.953	100	7.786.680.713	100
1. Tiền	1.757.209.047	22,57	1.757.210.807	22,57
2. Các khoản tương đương tiền	5.500.000.000	70,63	5.500.000.000	70,63
2. Các khoản phải thu	162.675.107	2,09	162.675.107	2,09
3. Vật tư & hàng tồn kho	156.729.538	2,01	156.729.538	2,01
4. Tài sản khác	210.065.261	2,70	210.065.261	2,70
II. Tài sản ngắn hạn không dùng	-	0%	-	0%

(Nguồn: Biên bản xác định giá trị doanh nghiệp)



Bảng 3: Tình hình tài sản cố định tại thời điểm 0h ngày 01/07/2009

Đơn vị tính: đồng

Hạng mục	Giá trị ghi sổ kế toán	Giá trị xác định lại
I. Tài sản cố định hữu hình	25.270.453.975	69.949.950.328
1. Tài sản cố định hữu hình đang dùng	22.190.360.448	69.949.950.328
- Nhà cửa vật kiến trúc	6.931.161.245	23.799.042.561
- Máy móc thiết bị	11.053.406.115	38.670.915.279
- Phương tiện vận tải	1.666.748.186	2.871.895.503
- Tài sản cố định khác (Hệ thống máng trượt)	2.539.044.902	4.608.096.985
2. Tài sản cố định hữu hình chờ thanh lý	7.456.667	-
3. Tài sản cố định chờ bàn giao	3.072.636.860	-

(Nguồn: Biên bản xác định giá trị doanh nghiệp)

3. Tình hình nguồn vốn

Bảng 4: Tình hình nguồn vốn tại thời điểm 0h ngày 01/07/2009

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Giá trị ghi sổ kế toán
I. Nguồn vốn chủ sở hữu	22.744.630.690
Vốn đầu tư của chủ sở hữu	13.928.469.510
Quỹ dự phòng tài chính	761.604.021
Lợi nhuận chưa phân phối	4.925.670.681
Nguồn kinh phí và quỹ khác	3.128.886.478
II. Nợ phải trả	33.066.356.911
Nợ ngắn hạn	3.931.167.619
Nợ dài hạn	29.135.189.292
Tổng Nguồn vốn	55.810.987.601

(Nguồn: Báo cáo tài chính 30/06/2009)

4. Tình hình đất đai, nhà xưởng

- a. Diện tích đất đang quản lý theo hợp đồng thuê đất : 43.661 m²
- b. Diện tích đất giao quản lý chưa ký hợp đồng thuê : 6.777 m²



c. Diện tích đất đang quản lý và sử dụng kinh doanh (a+b) : 50.438 m²

Trong đó:

- Diện tích đất xây dựng : 25.188 m²
 - Các tầng cảnh : 8.056 m²
 - Khách sạn : 3.076 m²
 - Dịch vụ khác : 11.220 m²
 - Văn phòng Công ty : 2.836 m²
- Diện tích đất cảnh quan : 21.422 m²
- Diện tích đất vườn hoa : 3.828 m²

Riêng đối với đất đai tại Khu du lịch Datanla, Công ty được Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng chấp thuận phạm vi ranh giới đất với tổng diện tích là 115,23 ha (theo công văn số 250/UBND-ĐC ngày 14/01/2009). Công ty đã đầu tư xây dựng 01 ha phục vụ cho việc kinh doanh du lịch. Với diện tích 114,23 ha còn lại, Công ty đang lập dự án đầu tư trình các cơ quan chức năng để tiếp tục thuê đất đầu tư phát triển du lịch.

Bảng 5: Đất đai của Công ty tại thời điểm 0h ngày 01/07/2009

Đơn vị tính: m²

Hạng mục	Diện tích	Đất XD	Đất vườn hoa	Đất cảnh quan	Ghi chú
I. Các đơn vị trực thuộc	47.894	24.520	1.952	21.422	
1. Văn phòng Công ty	2.836	2.836			Đã ký hợp đồng thuê
2. Khu du lịch Cáp treo	21.425	8.554		12.871	Đã ký hợp đồng thuê
3. Khu du lịch Datanla	10.008	8.056	1.952		Đã lập thủ tục ký tiếp HĐ thuê
4. KDL dã ngoại hồ Tuyền Lâm	10.400	1.849		8.551	Đã ký hợp đồng thuê
5. Khách sạn Hải Sơn	3.076	3.076			Đã ký hợp đồng thuê
6. Nhà 31 Trương Công Định	149	149			Đã ký hợp đồng thuê
II. Các đơn vị liên doanh	2.544	668	1.876		
1. Công ty TNHH Thanh Thủy (Khách sạn Empress Đà Lạt)	2.544	668	1.876		Đã ký hợp đồng thuê
2. CTCP Sài Gòn – Đà Lạt					Ký hợp đồng thuê trực tiếp
Tổng cộng (I+II)	50.438	25.188	3.828	21.422	

(Nguồn: Phương án cổ phần hóa)



II. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TRƯỚC CỔ PHẦN HÓA (2005 – 2009)

1. Tình hình thị trường

1.1 Tình hình khách du lịch đến thành phố Đà Lạt – Lâm Đồng:

Thống kê lượng khách du lịch đến Đà Lạt – Lâm Đồng qua các năm:

Năm	Lượng khách	Trong đó	
		Nội địa	Quốc tế
2005	1.560.000	1.460.000	100.000
2006	1.848.000	1.751.000	97.000
2007	2.200.000	2.080.000	120.000
2008	2.300.000	2.180.000	120.000
2009	2.500.000	2.370.000	130.000

a. Khách Quốc tế:

Khách Quốc tế đến Đà Lạt chủ yếu là nguồn khách từ một trong hai cửa khẩu Quốc tế lớn nhất nước là Tân Sơn Nhất và Nội Bài. Năm 2005, lượng du khách quốc tế đến Đà Lạt đạt 8,2% số lượng du khách quốc tế đến Thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2006, Đà Lạt đã phấn đấu đưa mức tăng trưởng khách so với năm 2005 là 15 - 20% đón từ 90-100 ngàn du khách quốc tế và tỷ lệ so với số lượng khách quốc tế đến Thành phố Hồ Chí Minh là 9-10%.

Giai đoạn 2005 - 2009, số lượng khách du lịch tăng lên không ngừng, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng không cao, điều này hoàn toàn phù hợp với xu thế chung vì các dự án đầu tư du lịch trên địa bàn Đà Lạt – Lâm Đồng tuy có đăng ký nhiều (trên 90 dự án) nhưng các dự án đi vào triển khai đầu tư thực tế rất ít (có khoảng 10 dự án), chưa tạo chuyển biến về môi trường du lịch. Công tác đầu tư sản phẩm du lịch mới, đặc biệt là các sản phẩm du lịch cao cấp để thu hút khách quốc tế còn chậm, chưa phát triển các dịch vụ văn hoá và sinh thái đúng tầm để thu hút khách quốc tế. Trong giai đoạn này tốc độ tăng bình quân là 18%/năm.

b. Khách nội địa:

Khách du lịch nội địa đến Đà Lạt tăng nhanh từ năm 2005 cho tới nay, tỷ lệ tăng trung bình 15-20%/năm, tăng trưởng cao so với các năm trước, do trong thời gian qua ngành du lịch đã tập trung đầu tư nhiều sản phẩm du lịch mới, nâng cấp các sản phẩm du lịch hiện có để thu hút du khách, hạ tầng du lịch cũng được quan tâm đầu tư phát triển, công tác xúc tiến quảng bá ngày càng được tăng cường. So với các địa phương khác trong cả nước, khách đến Đà Lạt chiếm tỷ lệ khá cao: 12,56%.

Khách du lịch nội địa đến Đà Lạt chủ yếu từ Thành phố Hồ Chí Minh (63,35%), từ Đồng





bằng Nam Bộ (26,10%), miền Trung và miền Bắc (10,65%). Nguồn khách chủ yếu đối với sự phát triển của du lịch Đà Lạt là từ Thành phố Hồ Chí Minh và đồng bằng Nam Bộ, lượng du khách này có mức thu nhập cao hơn so với các nơi khác và có sức mua lớn, bên cạnh đó thường có thói quen đi du lịch hàng năm. Ngoài ra, sức thu hút của Đà Lạt đối với du khách ở miền Trung, miền Bắc là rất lớn nhưng lượng khách chưa nhiều, một phần là do hệ thống giao thông còn hạn chế, phần khác do điều kiện địa lý và các khu vực trên đã có các Trung tâm dịch vụ miền núi tương tự Đà Lạt như Sa Pa, Tam Đảo, Bà Nà, ... Từ đó, việc nghiên cứu và đưa vào kinh doanh các sản phẩm và loại hình du lịch mới là cần thiết nhằm thu hút lượng khách từ phía Bắc, theo thống kê đã có số lượng khá lớn khách du lịch cao cấp bằng đường hàng không vào Đà Lạt.

- Về giới tính: tỷ lệ khách du lịch nữ giới cao hơn khách nam giới (57,84% - 42,16%), du khách nữ giới có sức mua rất cao, đặc biệt là trong nhiếp ảnh, hàng lưu niệm và đặc sản.
- Về tuổi: khách dưới 30 tuổi chiếm tỷ lệ 38,75%, từ 30-60 tuổi chiếm 50,37%, trên 60 tuổi chiếm 10,88%. Trong đó nhóm du khách từ 30 đến 60 tuổi có sức mua cao nhất.
- Về thành phần: doanh nhân và công nhân chiếm 42,25%, nông dân chiếm 30,75%, trí thức chiếm 16% và giáo viên, học sinh chiếm 11%.
- Thị trường khách nội địa tại Đà Lạt: mùa đông khách bắt đầu từ tháng 2 kéo dài đến tháng 8, mùa ít khách bắt đầu từ tháng 9 đến trước Tết Nguyên đán. Tuy nhiên sự chênh lệch số lượng du khách giữa hai mùa không cao và đặc biệt trong những năm gần đây, lượng khách đi nghỉ cuối tuần ở Đà Lạt rất đều đặn, đây là một thuận lợi rất cơ bản của du lịch Đà Lạt.

1.2 Tình hình lượt khách do Công ty Du lịch Lâm Đồng phục vụ:

Thống kê lượng khách Công ty phục vụ qua các năm:

Năm	Lượng khách	Trong đó	
		Nội địa	Quốc tế
2005	870.000	831.800	38.200
2006	1.244.000	1.194.200	49.800
2007	1.565.000	1.512.000	53.000
2008	1.700.000	1.640.000	60.000
2009	1.870.000	1.805.000	65.000

Những năm gần đây nền kinh tế Việt Nam phát triển tương đối nhanh và ổn định, thu nhập của người dân không ngừng nâng cao, đây là điều kiện thuận lợi để Công ty thực hiện các chính sách quảng cáo và mở rộng thị phần. Hiện nay, Công ty đã có văn phòng đại diện tại TP. Hồ Chí Minh để tiếp thị và quảng bá thương hiệu *Dalattourist*.





Đối với thị trường quốc tế, trọng điểm khai thác chủ yếu của Công ty là các nước trong khu vực ASEAN, Châu Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc ...), Châu Âu (Pháp, Đức, Tây Ban Nha ...), ...

2. Tình hình đầu tư từ năm 2005 đến năm 2009

2.1 Tình hình đầu tư qua các năm:

Stt	Đơn vị	Đvt	Vốn đầu tư qua các năm					Tổng
			2005	2006	2007	2008	2009	
1	KDL Cáp treo Đà Lạt	Tr.đ	1.000	300	400	110	950	2.760
2	KDL LangBiang	"	5.000	1.000	550	650	300	7.500
3	KDL thác Datanla	"	200	300	16.000	780	520	17.800
4	KDL Dã ngoại hồ Tuyền Lâm	"		200				200
5	NH Thủy Tạ	"	50	1.000	300	1.450	150	2.950
6	KS Hải Sơn – TT.ĐHHD du lịch	"			2.200		1.300	3.500
7	Trung tâm DVLH Đà Lạt	"					150	150
8	CN tại TP.HCM	"	1.400	1.400	500			3.300
9	Văn phòng công ty	"		1.000	100		200	1.300
TỔNG CỘNG			7.650	5.200	20.050	2.990	3.570	39.460

2.2 Đánh giá kết quả đầu tư:

Trong giai đoạn 2005 – 2009, Công ty thực hiện đầu tư tương đối lớn nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm hiện có và phát triển các sản phẩm mới. Tuy nhiên, phần lớn nguồn vốn đầu tư đều là vốn vay, do vậy việc đánh giá kết quả đầu tư cần dựa trên khả năng trả nợ gốc, lãi vay và lợi nhuận.

Các đơn vị Cáp treo, LangBiang, Datanla, ... được đầu tư từ nguồn vốn vay đã đi vào hoạt động kinh doanh tạo ra được lợi nhuận, trả nợ gốc và lãi vay theo đúng hợp đồng tín dụng, nộp một phần đáng kể cho ngân sách Nhà nước và nâng cao thu nhập cho CB-CNV. Đến thời điểm hiện tại, tổng số các khoản nợ phải trả ước tính còn nợ đến thời điểm 31/12/2009 là 22 tỷ đồng (bao gồm: vay 50 tỷ đồng đầu tư Khu du lịch Cáp treo (đã trả trên 38 tỷ đồng), vay 7 tỷ đồng đầu tư Khu du lịch Langbiang (đã trả trên 6 tỷ đồng), vay 16 tỷ đồng đầu tư Khu du lịch Datanla (vốn vay ngân hàng là 6 tỷ đồng và vốn huy động CBCNV là 10 tỷ đồng, đã trả trên 11 tỷ đồng), Chi nhánh TP.HCM vay 3,6 tỷ đồng (đã trả trên 3 tỷ đồng) ...). Tất cả các khoản đầu tư vào sản phẩm du lịch từ nguồn vốn vay và vốn huy động CBCNV (dự án: Hệ thống cáp treo, xe trượt ống Datanla) hiện nay đều phát huy hiệu quả tương đối tốt.





Việc đầu tư các sản phẩm du lịch mới: Khu du lịch Cáp treo, Khu du lịch LangBiang, Khu du lịch Datanla, ... đã tạo việc làm cho thêm gần 140 lao động, có thu nhập ổn định đồng thời góp phần tạo ra sức thu hút cho du khách khi đến tham quan Đà Lạt, kéo dài thời gian lưu trú của khách. Các sản phẩm mới tại các khu du lịch này hiện là nguồn thu chủ lực của công ty, doanh thu và lợi nhuận chiếm hơn một nửa doanh thu và lợi nhuận của toàn công ty.

3. Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Du lịch Lâm Đồng

Bảng 6: Kết quả sản xuất kinh doanh giai đoạn 2005 - 2009

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	ĐVT	2005	2006	2007	2008	2009
Doanh thu	Tr.đồng	36.481	43.122	50.288	55.150	64.377
Lợi nhuận trước thuế	Tr.đồng	729	2.517	6.252	7.371	13.530
Lợi nhuận sau thuế	Tr.đồng	525	2.041	4.573	4.949	5.902
Nộp ngân sách	Tr.đồng	1.990	14.803	16.293	5.112	6.146
Thu nhập bình quân	Ng.đồng	1.660	1.745	2.356	2.657	3.300
Nguồn vốn kinh doanh (Vốn NN)	Tr.đồng	28.062	24.859	29.068	20.579	13.874
Tỷ suất Lợi nhuận/ Doanh thu	%	1,44	4,73	9,09	8,97	9,17
Tỷ suất Lợi nhuận/ Vốn	%	1,87	8,21	15,73	24,04	42,54

(Nguồn: Phương án cổ phần hóa)

Bảng 7: Thu nhập từ liên doanh, liên kết giai đoạn 2005 – 2009

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
Lợi nhuận sau thuế	446	229	257	0	0

(Nguồn: Phương án cổ phần hóa)

4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Du lịch Lâm Đồng

▪ **Thuận lợi:**

- Thành phố Đà Lạt - Lâm Đồng là thành phố miền núi Nam Tây nguyên, có khí hậu mát mẻ, điều kiện tự nhiên phong phú với nhiều danh lam, thắng cảnh, kiến trúc đa dạng mang dáng vẻ Châu Âu, rất thuận lợi cho việc phát triển du lịch, nghỉ dưỡng. Về vị trí, thành phố Đà Lạt với độ cao 1.500m so với mặt biển, nằm về phía cận đông của khu tam giác trọng điểm, ưu tiên phát triển kinh tế phía





nam: TP.HCM - Vũng Tàu - Đồng Nai; đồng thời nằm trong cụm tam giác du lịch nổi tiếng: TP.HCM - Đà Lạt - Nha Trang.

- Với điều kiện tự nhiên thiên phú, khí hậu, cảnh quan, môi trường và những chính sách định hướng về du lịch của Tỉnh Lâm Đồng, Đà Lạt có đủ lợi thế cơ bản để phát triển thành một trung tâm Du lịch nghỉ dưỡng tốt nhất không những của Việt Nam mà của cả khu vực Đông Nam Á. Đà Lạt được xác định là một trong mười trung tâm du lịch lớn của cả nước.
- Công ty đã có khách hàng truyền thống, thương hiệu *Dalattourist* đã có uy tín trên thị trường, một số sản phẩm du lịch mới như hệ thống cáp treo Đà Lạt, xe trượt ống tại thác Datanla, ... được thị trường chấp nhận.
- Bên cạnh đó, sự chỉ đạo linh hoạt, kịp thời của Đảng bộ và Ban Giám đốc Công ty, CBCNV năng động, nhiệt tình đã tạo nên sức mạnh tập thể tốt, hoạt động đi vào chiều sâu trong lĩnh vực du lịch. Phong cách phục vụ, trình độ tay nghề của đội ngũ CBCNV có nhiều kinh nghiệm, lành nghề là một nhân tố tác động tốt đến quá trình kinh doanh và phục vụ, đồng thời nâng cao năng suất và hiệu quả kinh doanh cho Công ty.

▪ **Khó khăn:**

- Thị trường du lịch rộng lớn song phải cạnh tranh gay gắt, sức cạnh tranh trên thị trường của Công ty còn kém. Ngoài ra, môi trường cạnh tranh trong hoạt động du lịch ở địa phương thật sự chưa lành mạnh và công bằng giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau làm cho hiệu quả kinh doanh du lịch của doanh nghiệp giảm sút. Hơn nữa, việc cạnh tranh từ các đối thủ lớn trong tỉnh và những khu vực lân cận sẽ là thách thức đối với Công ty trong việc giữ vững khách hàng truyền thống và thu hút những du khách mới.
- Do ảnh hưởng bởi những khó khăn của nền kinh tế Việt Nam nói chung và của tỉnh Lâm Đồng nói riêng, Công ty đang đối mặt với những tác động của lạm phát như tình hình giá cả nguyên vật liệu leo thang, tình hình giá cả hàng hóa trên thị trường có nhiều biến động, diễn biến thời tiết bất thường dẫn đến nhu cầu du lịch giảm sút đã làm cho hiệu quả hoạt động của Công ty suy giảm.
- Vốn kinh doanh thiếu trầm trọng do không được cấp vốn bổ sung hoặc cấp vốn ít, hoạt động chủ yếu là vốn vay ngân hàng thương mại, lãi suất cao, thời gian hoàn vốn ngắn, nên mức tích lũy và lợi nhuận chưa cao, không có vốn đầu tư vào các dự án lớn để tạo bước đột phá trong kinh doanh.
- Một bộ phận CBCNV có tay nghề thấp, tuổi đời cao chưa đáp ứng tốt yêu cầu về nhiệm vụ của hoạt động du lịch dịch vụ cần phải giải quyết, tuy nhiên việc bố trí lại lao động đang gặp nhiều khó khăn.





III. PHƯƠNG HƯỚNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN SAU CỔ PHẦN HÓA

1. Thông tin công ty cổ phần

- Tên gọi : **CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH ĐÀ LẠT**
- Tên tiếng Anh : Dalat Tourist Joint-Stock Company
- Tên viết tắt : *Dalattourist*
- Trụ sở chính : Số 10 Quang Trung, thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng
- Điện thoại : (063) 3 810 324 – (063) 3 823 829 Fax: (063) 3 810 363
- Email : Dalattourist@hcm.vnn.vn
- Website : www.dalattourist.com.vn

2. Ngành nghề kinh doanh

Sau cổ phần hóa, Công ty Cổ phần Du lịch Đà Lạt hoạt động với các ngành nghề kinh doanh như sau:

- Khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng ăn uống và các hoạt động dịch vụ du lịch khác.
- Tổ chức kinh doanh các khu danh lam, thắng cảnh, khu vui chơi giải trí.
- Tổ chức các hoạt động lữ hành – vận chuyển.
- Tổ chức các dịch vụ văn hóa, thể dục thể thao (Karaoke, dancing, quần vợt, bể bơi), dù lượn, leo núi, cắm trại ...
- Mua bán các mặt hàng rượu bia, nước giải khát.
- Kinh doanh các dịch vụ thương mại khác: trung tâm mua sắm, chăm sóc sức khỏe, tổ chức hội nghị - hội thảo ...
- Kinh doanh các loại hoa, thiết kế xây dựng vườn hoa cây cảnh.
- Xây dựng, thương mại, tài chính chứng khoán.

3. Vốn điều lệ, cơ cấu cổ phần

- Vốn điều lệ dự kiến: 305.000.000.000 đồng (Ba trăm lăm năm tỷ đồng)
- Mệnh giá cổ phần: 10.000 đồng/cổ phần (mười nghìn đồng/cổ phần).
- Cơ cấu vốn điều lệ được dự kiến như sau:





Bảng 8: Cơ cấu vốn điều lệ

Chỉ tiêu	Số lượng cổ phần năm giữ	Giá trị cổ phần năm giữ (đồng)	Tỷ lệ nắm giữ so với VĐL
Nhà nước	9.150.000	91.500.000.000	30,00%
Cán bộ – Công nhân viên	260.700	2.607.000.000	0,85%
Đối tác chiến lược	9.150.000	91.500.000.000	30,00%
Các cổ đông thông qua đấu giá	11.939.300	119.393.000.000	39,15%
Tổng cộng	30.500.000	305.000.000.000	100,00%

(*Nguồn: Phương án cổ phần hóa*)

4. Cơ cấu tổ chức

▪ **Phương án sắp xếp tổ chức bộ máy:**

Tổ chức bộ máy của Công ty cổ phần sẽ sắp xếp như sau:

- Hội đồng quản trị
- Ban kiểm soát
- Giám đốc điều hành và các Phó Giám đốc
- Phòng Tổ chức – Hành chính, Phòng Kế toán – Tài vụ, Phòng Kế hoạch – Kinh doanh.
- Các đơn vị trực thuộc, đơn vị liên doanh và liên kết.

Các đơn vị trực thuộc:

- Khu Du lịch Cáp treo Đà Lạt
- Khu Du lịch Datanla Đà Lạt
- Khu Du lịch dã ngoại hồ Tuyền Lâm
- Khách sạn Hải Sơn Đà Lạt
- Trung tâm Dịch vụ Lữ hành Đà Lạt
- Chi nhánh Công ty tại TP. Hồ Chí Minh

Các đơn vị liên doanh và liên kết.

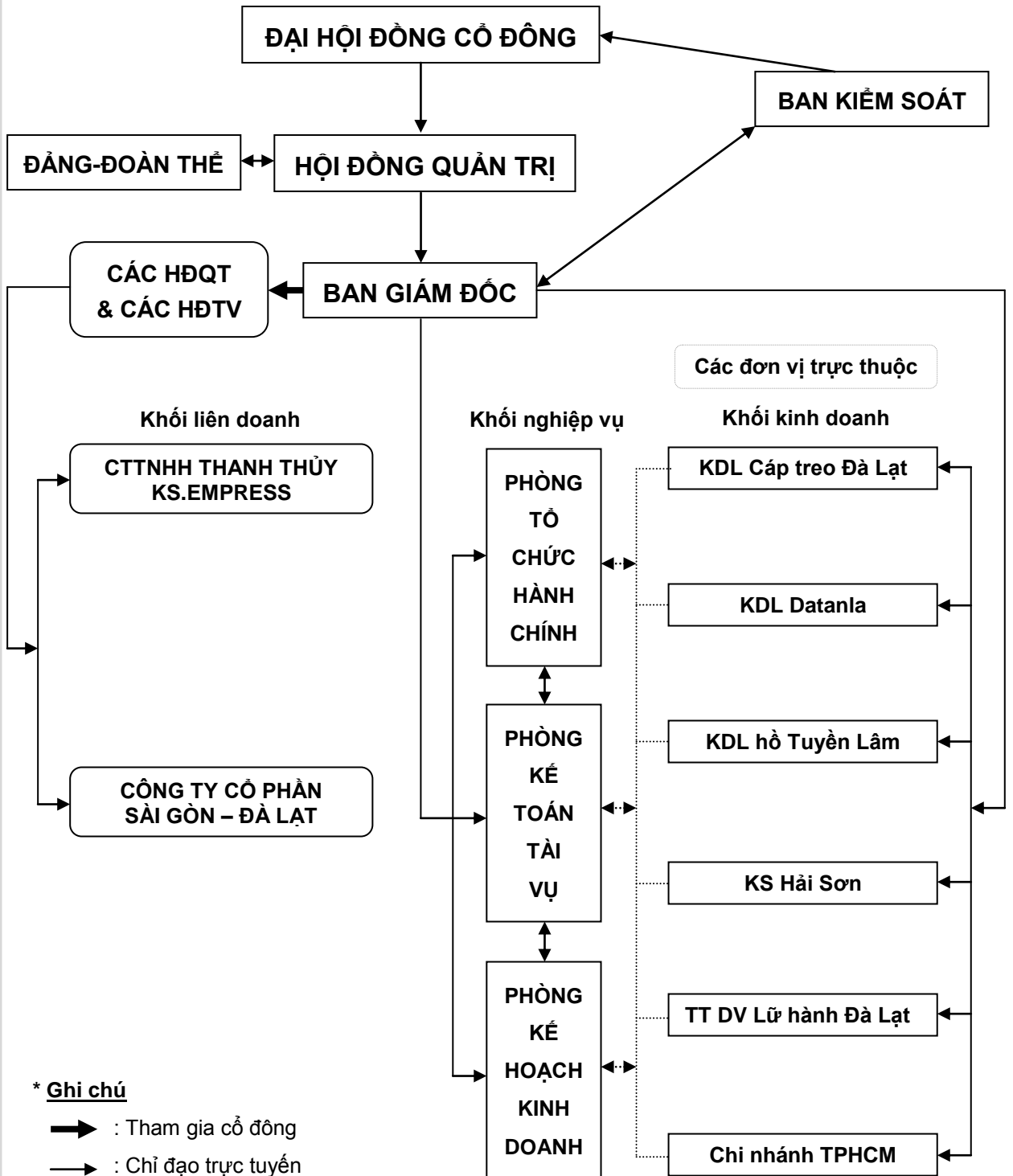
- Công ty TNHH Thanh Thủy (Khách sạn Empress Đà Lạt)
- Công ty Cổ phần Sài Gòn – Đà Lạt

Tất cả các Phòng ban, Chi nhánh và các đơn vị kinh doanh trực thuộc chịu sự điều hành của Ban Giám đốc Công ty, tùy theo từng lĩnh vực được phân công Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm trước Hội đồng quản trị và đại hội đồng cổ đông về mọi hoạt động của Công ty cổ phần.





SƠ ĐỒ TỔ CHỨC BỘ MÁY
CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH ĐÀ LẠT



*** Ghi chú**

- ➔ : Tham gia cổ đông
- ➡ : Chỉ đạo trực tuyến
- ↔ : Quan hệ phối hợp
- ↔... : Quan hệ chuyên môn





5. Định hướng phát triển sau khi cổ phần hoá và định hướng đến năm 2015

5.1 Định hướng phát triển tổng quát

- Phát triển Công ty theo hướng kinh doanh tổng hợp đa ngành nghề trên cơ sở khai thác tốt các tiềm năng về tự nhiên và nhân văn để phát triển bền vững ngành kinh tế du lịch tỉnh nhà. Góp phần đưa ngành du lịch – dịch vụ ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong các ngành kinh tế trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, theo định hướng của UBND Tỉnh Lâm Đồng về phương hướng phát triển nhiệm vụ kinh tế xã hội 5 năm 2006 – 2010, trong cơ cấu kinh tế ngành dịch vụ du lịch chiếm từ 35% đến 37%.
- Tập trung đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng hàng năm sau khi cổ phần hóa để đạt mục tiêu mỗi năm bình quân doanh thu tăng 20%, nộp ngân sách tăng 10% trở lên, tiền lương người lao động tăng 12%.
- Tham gia thị trường chứng khoán đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực.

5.2 Định hướng phát triển của Công ty từ năm 2010 đến 2012:

- Củng cố và kiện toàn công tác quản lý Công ty theo mô hình Công ty cổ phần hoạt động theo Luật doanh nghiệp. Tập trung khai thác tốt hơn hiệu quả những dự án Công ty đã đầu tư trước năm 2010.
- Triển khai các dự án đầu tư mới Công ty đang xúc tiến, bảo đảm tính khả thi và hiệu quả đầu tư.

* Dự kiến mức đầu tư đến năm 2012 như sau:

Stt	Đơn vị	Đvt	Vốn đầu tư qua các năm			Cộng
			2010	2011	2012	
1	KDL Cáp treo	Tr.đ	3.000	3.000	4.000	10.000
2	KDL thác Datala	"	5.000	4.000	5.000	14.000
3	KDL Dã ngoại Tuyền Lâm	"	2.000	4.000	5.000	11.000
4	Khách sạn Hải Sơn	"	20.000	3.000	4.000	27.000
5	Trung tâm Dịch vụ Lữ hành Đà Lạt	"	2.000	2.000	3.000	7.000
6	CN tại TPHCM	"	2.000	1.000	1.000	4.000
TỔNG CỘNG			34.000	17.000	22.000	73.000

a. Về các khu du lịch:

- Các khu du lịch trực thuộc (như Khu du lịch Cáp treo, Khu du lịch Datanla, Khu du lịch dã ngoại hồ Tuyền Lâm), Công ty tiến hành chấn chỉnh lại các hoạt động kinh





doanh, tiếp tục đầu tư nâng cấp mở rộng các sản phẩm hiện có, đồng thời nghiên cứu đầu tư các sản phẩm mới.

- Quy hoạch toàn bộ các khu danh lam, thắng cảnh hiện có, tận dụng các tiềm năng về thiên nhiên, môi trường, văn hóa để có phương án đầu tư, xây dựng các khu du lịch, tham quan theo từng chuyên đề để đa dạng hóa sản phẩm và hạn chế đến mức thấp nhất tình trạng trùng lặp, đơn điệu.
- Tập trung vốn xây dựng, sửa chữa, nâng cấp các sản phẩm du lịch hiện có, nhất là đầu tư tập trung để xây dựng hoàn chỉnh: Khu Du lịch Dã ngoại hồ Tuyền Lâm, Khu Du lịch Datanla, ... Đối với từng khu du lịch, dự kiến một số loại hình dịch vụ du lịch sẽ đầu tư trong thời gian đến là:

- Khu du lịch Cáp treo Đà Lạt:

Tiếp tục tập trung quy hoạch, đầu tư, tôn tạo cảnh quan Khu du lịch Cáp treo, mở rộng các dịch vụ phục vụ du khách vào ban đêm như: cáp treo, cà phê sân vườn, nhà hàng, ...

- Khu du lịch Datanla:

Ngoài hệ thống xe trượt ống đã đầu tư và lắp đặt hệ thống chiếu sáng tại thác 1 để khai thác hoạt động kinh doanh vào ban đêm, sẽ tiến hành đầu tư cáp trượt xuống thác tử thần và thác Ba để khai thác toàn bộ cụm thác của Datanla, tổ chức loại hình du lịch thể thao leo núi tại triển núi của Datanla.

- Khu du lịch dã ngoại hồ Tuyền Lâm:

Xin chủ trương cho phép kết hợp với bảo tàng Quân khu 7 tái hiện lại trạm giao liên Trường sơn thời chống Mỹ cứu nước, mở rộng các dịch vụ du lịch dã ngoại sinh thái dưới tán rừng.

b. Về cơ sở khách sạn:

- Hiện tại, khách sạn Hải Sơn đã được UBND tỉnh đồng ý chủ trương cho nâng cấp mở rộng thành Trung tâm thương mại cao cấp và khách sạn Hải Sơn (theo công văn số 2034/UBND-TH ngày 29/03/2007 của UBND tỉnh Lâm Đồng), Công ty đang giao đơn vị tư vấn lập thiết kế tổng thể để tiến hành nâng cấp, mở rộng quy mô khách sạn trong thời gian tới. Sau khi nâng cấp thành khách sạn 3 sao – khách sạn Hải Sơn và Trung tâm thương mại cao cấp sẽ có nhiều dịch vụ phục vụ du khách (tập trung vào các dịch vụ giải trí vào ban đêm), tăng cường công suất khai thác buồng phòng trên 60%.

c. Về đầu tư sản phẩm mới:

- Nghiên cứu chuẩn bị đầu tư các sản phẩm du lịch mới như: Xây dựng tuyến cáp trượt từ thác 2 đến thác 3 của Khu du lịch Datanla, xây dựng các khu vui chơi giải trí cao cấp kết hợp với mua sắm, khai thác suối nước nóng Đầm Ròn, xây dựng các khu nghỉ dưỡng kết hợp với các dịch vụ chăm sóc y tế và chữa bệnh, ...





d. Về hoạt động lữ hành:

- Phát triển lữ hành quốc tế, tập trung khai thác thị trường nội địa, đầu tư xe vận chuyển chất lượng cao để khai thác phục vụ du khách theo tour du lịch khép kín.

5.3 Định hướng phát triển từ năm 2013 đến 2015:

a. Dịch vụ lưu trú, hội nghị, hội thảo:

- Nâng cấp, cải tạo, xây mới các khách sạn và các khu Resort đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên, đồng thời kết hợp dịch vụ lưu trú với các hội nghị - hội thảo, ... (đối tượng khách du lịch MICE) mà hiện nay Đà Lạt chưa đẩy mạnh phát triển dịch vụ này.
- Công ty sẽ tự đầu tư vốn 100% hoặc liên doanh, liên kết cùng các Công ty trong và ngoài nước phấn đấu đến năm 2015 hình thành từ 1 – 2 khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao trở lên gắn việc kinh doanh lưu trú với các dịch vụ cao cấp như hội nghị – hội thảo quốc tế, chăm sóc sức khỏe, trung tâm mua sắm, khu du lịch chuyên đề, ...

b. Dịch vụ tham quan, vui chơi giải trí:

- Đầu tư và đưa vào khai thác các sản phẩm du lịch mới như: xây dựng các khu vui chơi giải trí cao cấp kết hợp với mua sắm, khai thác suối nước nóng Đầm Ròn, xây dựng các khu nghỉ dưỡng kết hợp với các dịch vụ chăm sóc y tế và chữa bệnh, ...

c. Các dịch vụ cao cấp khác:

- Ngoài các dịch vụ du lịch hiện có đã được định hướng đầu tư và nâng cấp, nhằm ngày càng thu hút nhiều khách du lịch cao cấp đến với Đà Lạt - Lâm Đồng thì trong thời gian sắp đến cần thiết phải liên kết với các ngành, các cơ sở kinh doanh hiện có để phát triển và đầu tư các trung tâm dịch vụ có chất lượng cao về thông tin, bảo hiểm, tài chính, tín dụng, y tế du lịch, ... để đáp ứng mọi nhu cầu của du khách trong thời gian đi du lịch. Mặt khác, để mở rộng các loại hình kinh doanh sẽ liên kết với các trường hình thành các cơ sở đào tạo cho cán bộ quản lý, tham gia vào các lĩnh vực hoạt động kinh doanh khác như xây dựng, thương mại, ...



6. Kế hoạch sản xuất kinh doanh sau khi cổ phần hóa

Bảng 9: Kế hoạch kinh doanh năm 2010 – 2012

Stt	Đơn vị	Đvt	Năm kinh doanh		
			2010	2011	2012
1	Doanh thu	Tỷ VND	70	80	90
2	Nộp ngân sách	Tỷ VND	3,3	3,6	4
3	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ VND	10	11	20
4	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ VND	7	8	15
5	Tỷ lệ trả cổ tức	%	2,3	2,5	4,41
6	Tỷ suất lợi nhuận/doanh thu	%	10	10	16,66
7	Vốn điều lệ	Tỷ VND	305	320	340
8	Lao động bình quân	Người	350	380	400
9	Thu nhập bình quân	Triệu VND	3,6	4,0	4,4

(Nguồn: Phương án cổ phần hóa)

7. Giải pháp thực hiện để đạt kế hoạch sản xuất kinh doanh

7.1. Giải pháp về thị trường:

- Dự báo lượng khách du lịch đến Đà Lạt đến năm 2012:

Năm	Lượng khách	Trong đó	
		Nội địa	Quốc tế
2010	2.700.000	2.540.000	160.000
2011	3.000.000	2.800.000	200.000
2012	3.300.000	3.050.000	250.000

- Dự báo lượng khách Cty Cổ phần Du lịch Đà Lạt phục vụ đến năm 2012:

Năm	Lượng khách	Trong đó	
		Nội địa	Quốc tế
2010	2.000.000	1.920.000	80.000
2011	2.200.000	2.100.000	100.000
2012	2.500.000	2.370.000	130.000

- Đối với Công ty, thị trường nội địa là mục tiêu chính để phát triển các hoạt động kinh doanh của Công ty. Trước mắt thị trường trọng điểm là thành phố Hồ Chí Minh và Đồng bằng sông Cửu Long, đây là 2 thị trường có nguồn khách lớn và thu nhập cao. Ngoài ra công ty từng bước xây dựng kế hoạch thu hút khách hàng tiềm năng



tại các tỉnh miền Bắc và miền Trung. Những năm gần đây nền kinh tế Việt Nam phát triển tương đối nhanh và ổn định, thu nhập của người dân đã nâng cao hơn trước, đây là điều kiện thuận lợi cho Công ty thực hiện các chính sách quảng cáo và tiếp cận những thị trường này. Hiện nay, Công ty đã có văn phòng đại diện tại Thành phố Hồ Chí Minh để tiếp thị và quảng bá thương hiệu *Dalattourist* và dự kiến mở lại văn phòng đại diện tại Hà Nội, Đà Nẵng, trong thời gian đến sẽ mở thêm Văn phòng đại diện tại Cần thơ để thu hút khách các tỉnh Miền tây đến Đà Lạt tham quan nghỉ dưỡng.

- Đối với thị trường quốc tế, trọng điểm khai thác là các nước trong khu vực ASEAN, các nước Châu Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc ...), các nước Châu Âu (Pháp, Đức, Tây Ban Nha ...), đặc biệt khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO đã mở ra nhiều cơ hội tiếp cận thị trường này.
- Bên cạnh việc bán hàng theo các phương thức truyền thống, Công ty sẽ tích cực xây dựng và triển khai các phương thức bán hàng mới bằng dịch vụ thương mại điện tử, mua bán hàng thông qua trang Web của Công ty trên mạng internet.
- Trên cơ sở xác định rõ thị trường mục tiêu, Công ty sẽ mở rộng hơn nữa công tác chào bán các sản phẩm thông qua các chương trình tour. Các chương trình tour sẽ được đổi mới thường xuyên theo sự đổi mới của sản phẩm và nhu cầu của thị trường. Bên cạnh đó, xây dựng các chính sách ưu đãi đối với các bạn hàng truyền thống, mở thêm các đại lý tại các thị trường trọng điểm, mở các đại lý và chi nhánh ở nước ngoài. Trong thời gian đến, khi đường bay Liên Khương – Singapore thông tuyến Công ty sẽ mở một Văn phòng đại diện tại Singapore để chào mời du khách du lịch đến Việt Nam nói chung và đến Đà Lạt nói riêng.
- Đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá du lịch; nghiên cứu thị trường; có chiến lược và định hướng cụ thể cho từng giai đoạn; phối hợp chặt chẽ với các cơ quan xúc tiến du lịch - thương mại - đầu tư của tỉnh và của các Sở, Ban, Ngành để vừa tiếp thu được các định hướng vừa tiết kiệm được chi phí.

7.2. Giải pháp về vốn:

Với mục tiêu đầu tư để phát triển, nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường, Công ty đề ra những giải pháp khả thi về vốn như sau:

- Trong thời gian đầu khi chưa xây dựng đầy đủ cơ chế vận hành của Công ty cổ phần thì vốn vay ngân hàng thương mại vẫn là kênh huy động vốn hàng đầu của Công ty.
- Với các dự án khả thi đầu tư mở rộng hoặc xây dựng các dự án mới sẽ phát hành cổ phiếu thu hút vốn đầu tư từ các cổ đông trong và ngoài Công ty để huy động nguồn vốn của các tầng lớp ngoài xã hội tham gia vào hoạt động du lịch.
- Với các dự án thuộc ngành nghề và lĩnh vực được ưu đãi sẽ xin vay từ ngân hàng





phát triển Lâm Đồng với lãi suất ưu đãi.

7.3. Giải pháp về quản lý và lao động:

- Củng cố các phòng nghiệp vụ của Công ty. Thiết lập và tăng cường bộ phận nghiên cứu phát triển, hội nhập kinh tế, nghiên cứu thị trường và marketing.
- Mạnh dạn và nhanh chóng thay đổi vị trí của những cán bộ lãnh đạo, quản lý không đủ yêu cầu về nghiệp vụ, đạt hiệu quả thấp trong điều hành quản lý kinh doanh và chưa hoàn thành nhiệm vụ công việc theo chức trách được phân công.
- Chấm dứt hợp đồng lao động với những lao động không đáp ứng yêu cầu của Công ty về nghiệp vụ, kỷ luật lao động, sức khỏe, ... sắp xếp lại lao động, số lao động dôi dư sẽ được giải quyết theo đúng quy định của Luật lao động hiện hành.
- Kêu gọi và tiếp nhận những lao động đã qua đào tạo, yêu thích công việc của Công ty, yêu thích và mong muốn được phục vụ trong ngành du lịch, có khả năng và sẵn sàng đóng góp công sức, trí tuệ cho Công ty, chấp nhận và tuân thủ những qui định của Công ty.
- Có kế hoạch và xây dựng được quy hoạch lâu dài về nguồn nhân lực của Công ty thích hợp với từng giai đoạn, trong đó cụ thể bằng các kế hoạch tuyển dụng, đào tạo. Có chương trình, nội dung đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ hàng năm đúng yêu cầu về số lượng và chất lượng nhằm nâng cao chất lượng quản lý, chất lượng sản phẩm và năng suất lao động. Căn cứ vào nhu cầu và khả năng cho phép của kinh phí, có kế hoạch đưa cán bộ đi đào tạo tập trung tại các trung tâm đào tạo về du lịch và ngoại ngữ nhằm có nguồn nhân lực đáp ứng cho các nhu cầu phát triển trong tương lai.
- Do tính chất đa ngành nghề sau khi thành lập và đi vào hoạt động của Công ty cổ phần, đội ngũ lao động lớn tuổi hiện có không phù hợp với việc phục vụ trực tiếp sẽ có kế hoạch đào tạo lại và chuyển vào các công việc phù hợp.

*** Tiền lương và các chính sách đãi ngộ:**

- Xác định tiền lương phải trở thành động lực mạnh mẽ nhất kích thích người lao động thực hiện đúng nội qui lao động, tăng năng suất, cải tiến kỹ thuật và luôn gắn bó, cống hiến cho Công ty.
- Đảm bảo mức tiền lương từ trung bình trở lên so với tiền lương bình quân của xã hội cho lao động trực tiếp. Bên cạnh đó có mức lương phù hợp cho cán bộ, người lao động có nghiệp vụ, tay nghề cao mà Công ty tuyển chọn về công tác tại Công ty. Cụ thể là thực hiện quy chế trả lương cao và mức thưởng hợp lý cho một số lao động có trình độ và năng lực đặc biệt trong kinh doanh du lịch, có đóng góp mang tính quyết định đến sự phát triển và đem lại hiệu quả cao trong kinh doanh của đơn vị hay toàn Công ty.





- Xây dựng các chính sách đãi ngộ thích đáng (tham quan học tập, du lịch, nghỉ dưỡng, hỗ trợ phương tiện làm việc, ...) cho số lao động có thành tích xuất sắc trong công việc.
- Trong các dự án chú ý đến điều kiện sinh hoạt và làm việc của các cán bộ quản lý, người lao động có kỹ thuật tay nghề cao, tạo điều kiện để họ và gia đình gắn bó lâu dài với Công ty và thu hút lao động có năng lực vào làm việc cho công ty.

IV. MỘT SỐ NHÂN TỐ RỦI RO

▪ **Rủi ro kinh tế**

Tham quan du lịch là một trong những nhu cầu được xếp vào loại “xa xỉ”, không phải là nhu cầu thiết yếu của con người, do đó, du lịch sẽ là một trong những nhu cầu bị cắt giảm trước so với các nhu cầu thiết yếu khác khi thu nhập của người dân giảm, và ngược lại sẽ tăng mạnh khi thu nhập của người dân nâng cao. Do vậy rủi ro kinh tế cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Suy thoái kinh tế làm giảm thu nhập của người dân sẽ tác động lớn đến nhu cầu đi du lịch của người dân trong nước cũng như du khách quốc tế. Thực tế đã cho thấy ngành dịch vụ du lịch bị ảnh hưởng mạnh với lượng khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam giảm 11,4% trong năm 1998, ngay sau cuộc khủng hoảng kinh tế Châu Á năm 1997. Cuộc khủng hoảng kinh tế Thế giới năm 2008 đã tác động sâu rộng đến hầu hết các quốc gia trên thế giới và ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành du lịch. Theo thống kê của Bộ Văn Hóa Thông Tin và Du Lịch Việt Nam, trong năm 2009 cả nước chỉ đón trên 3.77 triệu lượt khách quốc tế - giảm 10.9% so với năm 2008.

Tuy nhiên, với sự ủng hộ của Chính phủ Việt Nam thông qua việc tăng mức đầu tư cho “Chương trình xúc tiến du lịch quốc gia năm 2010” và tiếp tục kéo dài chương trình này trong giai đoạn 2011 – 2015. Nền kinh tế thế giới năm 2009 cũng đã có những dấu hiệu chuyển biến thuận lợi, đây là nhân tố tích cực tạo nên nhu cầu du lịch của du khách quốc tế và người dân trong nước, tạo điều kiện thuận lợi cho ngành dịch vụ du lịch phục hồi và phát triển.

▪ **Rủi ro về pháp luật**

Trong những năm gần đây, Chính phủ Việt Nam đã có những nỗ lực nhằm tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh và công bằng giữa các nhà đầu tư, đồng thời Bộ Công Thương cũng đã yêu cầu Chính phủ dỡ bỏ rào cản nhằm thu hút thêm các nhà đầu tư. Với những chính sách trên, các nhà đầu tư chiến lược nước ngoài đã từng bước tham gia vào thị trường Việt Nam thông qua việc đầu tư liên kết với các doanh nghiệp trong nước. Với môi trường pháp lý thuận lợi, những doanh nghiệp có tiềm lực sẽ có cơ hội phát triển, do đó rủi ro pháp lý đối với hoạt động kinh doanh của Công ty không phải là vấn đề đáng lo ngại.





▪ **Rủi ro cạnh tranh**

Hiện nay, ngành du lịch trong khu vực và trên thế giới đang ở mức cao và tốc độ phát triển rất nhanh. Bên cạnh đó trong xu thế hội nhập với nền kinh tế thế giới, ngày càng nhiều doanh nghiệp chuyên kinh doanh khách sạn, nhà hàng, khu du lịch với vốn đầu tư nước ngoài - cạnh tranh với Công ty. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động kinh doanh của Công ty cũng như của ngành du lịch Tỉnh Lâm Đồng, Công ty cần khắc phục tình trạng này bằng cách không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ đến từng du khách. Đây là rủi ro lớn đối với Công ty.

▪ **Rủi ro khác**

Hoạt động kinh doanh của Công ty có thể chịu ảnh hưởng bởi những rủi ro khác như rủi ro do biến động giá cả, sự ảnh hưởng những biến động chính trị, xã hội trên thế giới, chiến tranh, bệnh dịch, ... làm cho thị trường bị giảm sút và các thị trường tiềm năng mất ổn định. Những rủi ro này có thể sẽ tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của Công ty.

V. THAY LỜI KẾT

Bản công bố thông tin này là một phần của hồ sơ bán đấu giá cổ phần của Công ty Du lịch Lâm Đồng, 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 và kết quả đầu tư vào cổ phần sau này.

Bản công bố thông tin được lập trên cơ sở các thông tin và số liệu của Công ty Du lịch Lâm Đồng cung cấp nhằm đảm bảo tính công khai, minh bạch, công bằng và bảo vệ quyền cũng như lợi ích hợp pháp của các nhà đầu tư.

Các nhà đầu tư nên tham khảo Bản công bố thông tin này trước khi ra quyết định tham gia đấu giá mua cổ phần của Công ty.

Trân trọng ./.

Lâm Đồng, ngày 27 tháng 5 năm 2010

TỔ CHỨC TƯ VẤN
CÔNG TY TNHH CHỨNG KHOÁN ACB
QUYỀN TỔNG GIÁM ĐỐC

TỔ CHỨC CÔNG BỐ THÔNG TIN
CÔNG TY DU LỊCH LÂM ĐỒNG
P. GIÁM ĐỐC

NGUYỄN NGỌC CHUNG

TRẦN THỊ HỒNG NHẬN