

BÁO CÁO Phát triển bền vững

TRANSVIET
Travel

Bạn đồng hành tin cậy

2024

KIẾN TẠO ĐIỂM ĐẾN BỀN VỮNG CỦA NGÀY MAI

Phụ lục

1 TỔNG QUAN & THÔNG ĐIỆP TỪ BAN LÃNH ĐẠO

Thông điệp từ ban lãnh đạo (GRI 2-22)
Tầm nhìn và định hướng chiến lược trong 3-5 năm tới
Kết quả nổi bật và các thách thức trong năm 2024
Cơ sở xây dựng chính sách
Giai đoạn 2024-2026: Chuyển hóa chính sách thành tác động cụ thể
Mô hình chiến lược phát triển bền vững của TransViet

2 VỀ TRANSVIET TRAVEL (GRI 2-1, 2-6)

Giới thiệu công ty, hoạt động kinh doanh và chuỗi giá trị
Phạm vi báo cáo và đối tượng áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)
Hạn chế và định hướng tương lai
Lĩnh vực hoạt động, sản phẩm và dịch vụ (GRI 2-6)
Chuỗi giá trị và quan hệ đối tác chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)
Khách hàng và thị trường hoạt động
Tổng quan nhân sự (GRI 2-7, 2-8)
Thành tựu ESG
Cơ hội và thách thức sau đại dịch

3 THAM VẤN CÁC BÊN LIÊN QUAN, ĐÁNH GIÁ RỦI RO VÀ XÁC ĐỊNH CÁC VẤN ĐỀ TRỌNG YẾU

Phương pháp đánh giá tính trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)

4 QUẢN TRỊ VÀ QUẢN LÝ BỀN VỮNG (THEO GRI 2-9 ĐẾN 2-30)

Cơ cấu quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)
Sơ đồ tổ chức
Vai trò, trách nhiệm và năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)
Đánh giá và chính sách thù lao của cơ quan quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)
Hạ tầng số và an ninh thông tin
Cam kết chính sách và triển khai thực hiện (GRI 2-23, 2-24)
Trách nhiệm và các cơ chế khắc phục (GRI 2-25, 2-26)
Thương lượng lao động tập thể và quyền của người lao động (GRI 2-30)

5 ĐÓNG GÓP VÀO KINH TẾ VÀ TÍNH BỀN VỮNG (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Vai trò kinh tế trong hệ thống du lịch có trách nhiệm
Giá trị kinh tế trực tiếp được tạo ra và phân bổ (GRI 201-1)
Lợi ích dài hạn và hỗ trợ tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)
Tăng cường khả năng phục hồi kinh tế thông qua liên kết địa phương (GRI 204)
Rủi ro và cơ hội do biến đổi khí hậu (GRI 201-2)

6 HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG VỀ MÔI TRƯỜNG (GRI 305, 308, 414 – SDGS 12, 13)

Quản lý khí nhà kính và kế hoạch hành động khí hậu (GRI 305-1 to 305-5)
Quản lý quan hệ với nhà cung cấp theo nguyên tắc trách nhiệm (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)
Mục tiêu chiến lược và bài học rút ra

7 TRÁCH NHIỆM VỀ SẢN PHẨM VÀ QUYỀN LỢI KHÁCH HÀNG (GRI 416, 417)

Chất lượng dịch vụ và an toàn tour (GRI 416-1, 416-2)
Truyền thông minh bạch và tiếp thị sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)
Tăng cường quản trị sản phẩm tập trung vào khách hàng

8 CON NGƯỜI VÀ KHÔNG GIAN LÀM VIỆC (GRI 401, 403 – SDG 8)

Tuyển dụng và phúc lợi nhân viên
An toàn và sức khỏe nghề nghiệp
Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp

9 CỘNG ĐỒNG VÀ DU LỊCH BỀN VỮNG (GRI 413, 203 – SDG 8, 11, 15)

Cam kết phát triển cộng đồng
Chính sách và hành động vì cộng đồng địa phương
Các chương trình gắn kết cộng đồng và đóng góp xã hội

10 DU LỊCH XANH: CHUYỂN TỪ NHẬN THỨC SANG HÀNH ĐỘNG CỤ THỂ

Du lịch thân thiện môi trường là gì và lý do ngành du lịch phải chuyển đổi
Điểm khởi đầu của TransViet là gì?
Hành động ngắn hạn và đo lường tác động (2024-2025)
Kế hoạch trung hạn: Thiết lập tiêu chuẩn "Du lịch xanh TransViet" (2025-2027)
Cam kết của chúng tôi: Rõ ràng - Thích ứng - Đổi mới



Bạn đồng hành tin cậy

TỔNG QUAN & THÔNG ĐIệp TỪ BAN LÃNH ĐẠO

(GRI 2-22)



THÔNG ĐIỆP TỪ BAN LÃNH ĐẠO (GRI 2-22)



Trong một thế giới ngày càng bị định hình bởi biến đổi khí hậu, sự thay đổi trong kỳ vọng của khách hàng và nhu cầu ngày càng tăng về kinh doanh có trách nhiệm, phát triển bền vững không còn là lựa chọn - mà là sứ mệnh chung của chúng ta. Suốt gần ba thập kỷ, TransViet Travel đã đồng hành cùng sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam, luôn nỗ lực tích hợp thành công kinh doanh với những đóng góp ý nghĩa cho con người, cộng đồng và môi trường.

Chúng tôi tin rằng du lịch giữ vai trò then chốt trong việc hình thành một tương lai tốt đẹp hơn - mang đến những trải nghiệm truyền cảm hứng cho du khách đồng thời tạo ra giá trị bền vững cho cộng đồng địa phương và bảo vệ hành tinh. Niềm tin này định hướng hành trình của chúng tôi hướng tới du lịch bền vững, từng bước tích hợp các nguyên tắc ESG vào thiết kế sản phẩm, tương tác với nhà cung cấp và vận hành hàng ngày. Mỗi hành trình cùng TransViet không chỉ là một chuyến đi; đó là cơ hội để tạo ra sự thay đổi tích cực khi được xây dựng với sự chăm sóc, trách nhiệm và tôn trọng.

CEO Phạm Thị Dạ Hương





TẦM NHÌN VÀ ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC TRONG 3 - 5 NĂM TỚI

Trong vòng ba đến năm năm tới, TransViet đặt mục tiêu trở thành đơn vị tiên phong trong du lịch bền vững tại Việt Nam, đồng bộ hóa tăng trưởng kinh doanh với bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội. Chiến lược của chúng tôi được định hình trên ba trụ cột:



Khả năng phục hồi kinh tế

Tối ưu hóa hiệu quả, duy trì tăng trưởng bền vững và củng cố đạo đức kinh doanh.



Trách nhiệm môi trường

Giảm phát thải, thúc đẩy sử dụng hiệu quả nguồn lực và tích hợp phát triển bền vững vào chuỗi cung ứng của chúng tôi.



Con người và cộng đồng

Thúc đẩy lao động công bằng, an toàn, đa dạng và hòa nhập, đồng thời hỗ trợ cộng đồng địa phương thông qua du lịch có trách nhiệm.



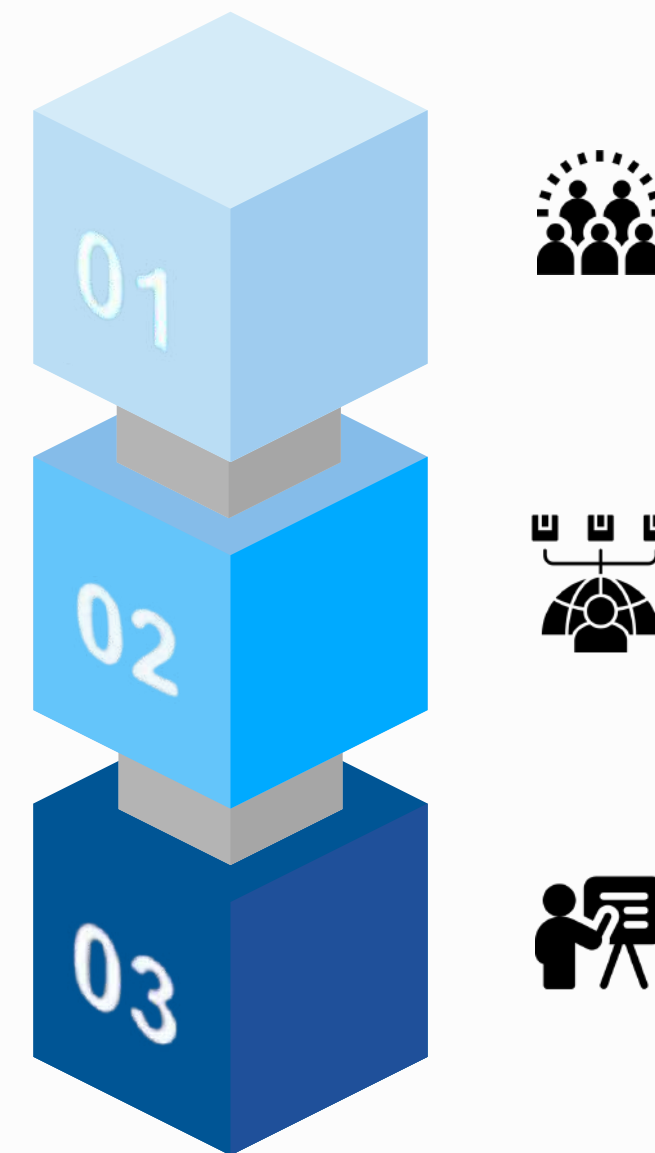
KẾT QUẢ NỔI BẬT VÀ CÁC THÁCH THỨC TRONG NĂM 2024

Trong năm vừa qua, chúng tôi đã thực hiện những bước đi quan trọng đầu tiên:

Thử nghiệm các tour du lịch dựa vào cộng đồng và giảm nhựa, thay thế các vật dụng dùng một lần bằng các lựa chọn thân thiện với môi trường.

Tăng tỷ trọng các nhà cung cấp địa phương trong chuỗi giá trị của chúng tôi, tạo ra giá trị kinh tế chung.

Triển khai các chương trình nội bộ về tiết kiệm năng lượng, phân loại rác thải và nâng cao nhận thức ESG cho nhân viên.



Song song đó, vẫn còn tồn tại những thách thức trong việc thiết lập các chỉ số đo lường hiệu quả ESG chuẩn hóa và tích hợp các thực hành bền vững vào toàn bộ chuỗi giá trị.



Thông điệp từ ban lãnh đạo (GRI 2-22)

Tầm nhìn và định hướng chiến lược trong 3-5 năm tới

Kết quả nổi bật và các thách thức trong năm 2024

Cơ sở xây dựng chính sách

Giai đoạn 2024-2026: Chuyển hóa chính sách thành tác động cụ thể

Mô hình chiến lược phát triển bền vững của TransViet

CƠ SỞ XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH

Để đảm bảo một phương pháp tiếp cận có cấu trúc và nhất quán, TransViet đã ban hành bốn chính sách nền tảng:



Chính sách Phát triển bền vững và ESG

Cung cấp một khuôn khổ toàn diện bao quát các lĩnh vực môi trường, xã hội và quản trị.



Chính sách Nhân sự và đa dạng

Bao quát các lĩnh vực về quyền con người, chống phân biệt đối xử, an toàn và sức khỏe nghề nghiệp, cũng như điều kiện làm việc công bằng.



Chính sách Đạo đức và liêm chính kinh doanh

Bao gồm các vấn đề về chống tham nhũng, chống hối lộ, xung đột lợi ích và bảo mật dữ liệu khách hàng.



Chính sách Chuỗi cung ứng và mua sắm bền vững

Yêu cầu đánh giá môi trường và xã hội đối với nhà cung cấp, thúc đẩy mua sắm từ địa phương và áp dụng quy tắc ứng xử cho nhà cung cấp.



GIẢI ĐOẠN 2024-2026: CHUYỂN HÓA CHÍNH SÁCH THÀNH TÁC ĐỘNG CỤ THỂ

Nhận thức rằng đây là báo cáo phát triển bền vững đầu tiên của chúng tôi, trọng tâm của chúng tôi là xây dựng những nền tảng vững chắc và định hình một lộ trình rõ ràng cho tương lai.

Cơ sở xây dựng chính sách

Triển khai các chính sách ESG và nâng cao nhận thức cho các trưởng phòng/ban.

Thiết lập các mục tiêu đo lường

Bắt đầu thực hiện đánh giá nhà cung cấp và giới thiệu các tiêu chí tour "xanh"; thiết lập các chỉ số ESG cơ bản; công bố dữ liệu phát thải và xã hội; đồng thời đặt các mục tiêu trung hạn phù hợp với Mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc (UN SDGs) và Bộ tiêu chuẩn GRI.



Các Hoạt động Thí điểm

Mở rộng nhận thức về ESG đến toàn bộ nhân viên và triển khai đào tạo cho nhân viên cũng như nhà cung cấp; bắt đầu theo dõi dấu chân carbon nội bộ.



Bằng cách đi theo lộ trình này - từ chính sách, đến các hành động thử nghiệm, rồi đến các mục tiêu có thể đo lường - TransViet một lần nữa khẳng định cam kết xây dựng một doanh nghiệp du lịch bền vững, minh bạch và có trách nhiệm trong dài hạn.



Thông điệp từ ban lãnh đạo (GRI 2-22)

Tầm nhìn và định hướng chiến lược trong 3-5 năm tới

Kết quả nổi bật và các thách thức trong năm 2024

Cơ sở xây dựng chính sách

Giai đoạn 2024-2026: Chuyển hóa chính sách thành tác động cụ thể

Mô hình chiến lược phát triển bền vững của TransViet

MÔ HÌNH CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA TRANSVIET

Để chuyển các cam kết phát triển bền vững thành thực tiễn, TransViet đã xây dựng một khuôn khổ chiến lược dựa trên ba trụ cột: Nâng cao năng lực quản trị ESG, Vận hành linh hoạt và có trách nhiệm, và Chuyển đổi du lịch xanh. “Ngôi nhà chiến lược” này minh họa cách các chính sách, hoạt động và sáng kiến đổi mới của chúng tôi kết nối với nhau để tạo ra giá trị dài hạn cho các bên liên quan và định vị TransViet là đơn vị tiên phong trong du lịch bền vững tại Việt Nam.

“Trở thành công ty du lịch tiên phong trong việc chuyển đổi du lịch bền vững tại Việt Nam, cung cấp các trải nghiệm du lịch chất lượng - an toàn - đồng thời có trách nhiệm với xã hội và môi trường.”





Bạn đồng hành tin cậy

VỀ TRANSVIET TRAVEL (GRI 2-1, 2-6)



Tổng quan & Thông điệp từ Ban lãnh đạo

VỀ Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

GIỚI THIỆU CÔNG TY, HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ CHUỖI GIÁ TRỊ

Được thành lập vào năm 1996 và có trụ sở chính tại 170-172 đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Công ty TNHH Du lịch TransViet đã phát triển từ một văn phòng du lịch nhỏ trở thành một trong những đơn vị lữ hành quốc tế hàng đầu tại Việt Nam, với các chi nhánh tại Hà Nội và Đà Nẵng.





Tổng quan & Thông điệp từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

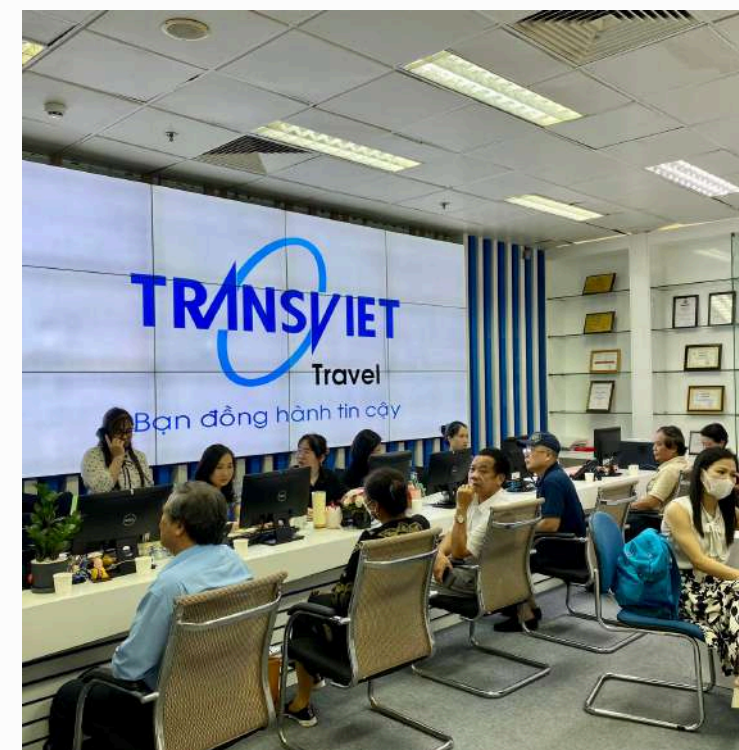
Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

Suốt gần ba thập kỷ, chúng tôi đã xây dựng được danh tiếng là một thương hiệu **đáng tin cậy** đối với cả **khách du lịch trong nước và quốc tế**, luôn kết hợp một cách nhất quán giữa sự chuyên nghiệp, đổi mới và phương pháp tiếp cận lấy khách hàng làm trung tâm.





PHẠM VI BÁO CÁO VÀ ĐỐI TƯỢNG ÁP DỤNG (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Báo cáo phát triển bền vững này phản ánh hiệu quả ESG của TransViet Travel trong giai đoạn từ ngày 1 tháng 1 năm 2024 đến ngày 31 tháng 12 năm 2024. Đây là báo cáo phát triển bền vững đầu tiên của chúng tôi và sẽ được phát hành hàng năm, với báo cáo tiếp theo dự kiến vào năm 2026. Báo cáo bao gồm dữ liệu và nội dung từ:



TransViet Travel - Trụ sở chính (Thành phố Hồ Chí Minh)



Các chi nhánh nội địa chính (Hà Nội, Đà Nẵng)



Các đơn vị kinh doanh trực tiếp liên quan đến hoạt động du lịch và bán vé

Trong năm 2024, chi nhánh Đà Nẵng chủ yếu tập trung vào dịch vụ đặt chỗ trực tuyến và giao dịch số. Do đó, chi nhánh không vận hành văn phòng vật lý với nhân viên tại chỗ, và vì vậy không có dữ liệu ESG ở cấp cơ sở (ví dụ: năng lượng, chất thải, lực lượng lao động tại chỗ) được báo cáo trong năm nay. Tuy nhiên, chi nhánh vẫn nằm trong phạm vi báo cáo và sẽ được cập nhật đầy đủ dữ liệu vận hành khi các hoạt động vật lý được khôi phục.

Các phân khúc kinh doanh không liên quan đến du lịch và không có tác động ESG đáng kể sẽ được loại trừ. Ranh giới chuỗi giá trị bao gồm các hoạt động nội bộ của chúng tôi và các tương tác được chọn với nhà cung cấp và khách hàng, đặc biệt là những tương tác có tác động môi trường hoặc xã hội đáng kể.

Báo cáo được soạn thảo "tham chiếu theo" Tiêu chuẩn GRI (phiên bản 2021), bao gồm:

01

GRI 1:
TIÊU CHUẨN CƠ SỞ 2021

02

GRI 2:
CÔNG BỐ THÔNG TIN CHUNG 2021

03

CÁC TIÊU CHUẨN CHỦ ĐỀ ĐƯỢC CHỌN (GRI 401, 403, 305, 416, 417, 414, 308, 205...)

Chúng tôi cũng tham chiếu đến các mục tiêu SDG liên quan và các chính sách phát triển bền vững quốc gia của Việt Nam.



Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

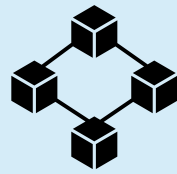
Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

Việc thu thập dữ liệu bao gồm việc sử dụng:



Hệ thống nội bộ



Ghi chú tài chính



Báo cáo HR



Cơ sở dữ liệu khách hàng



Nhật ký vận hành



Thông tin định tính được thu thập thông qua các cuộc phỏng vấn với Ban lãnh đạo cấp cao và trưởng các phòng ban, cũng như việc xem xét các tài liệu chính sách nội bộ như Quy tắc Ứng xử, tài liệu đào tạo và các báo cáo.

Các chỉ số môi trường, chẳng hạn như phát thải và chất thải, được ước tính dựa trên các chỉ số thay thế và hệ số phát thải được công nhận do hạn chế dữ liệu hiện tại. Dữ liệu xã hội, bao gồm cơ cấu nhân sự và số giờ đào tạo, được trích xuất trực tiếp từ hệ thống nhân sự và tuân thủ của chúng tôi. Đánh giá tính trọng yếu, được trình bày chi tiết tại Mục 3, được thực hiện dựa trên phương pháp tiếp cận dựa vào các bên liên quan và phân tích rủi ro nội bộ.





Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

HẠN CHẾ VÀ ĐỊNH HƯỚNG TƯƠNG LAI



HẠN CHẾ



Một số dữ liệu liên quan đến môi trường và nhà cung cấp vẫn đang trong quá trình hoàn thiện.



Các ước tính và giả định đã được sử dụng khi dữ liệu chính không có sẵn.



Báo cáo đầu tiên này chưa được kiểm toán hoặc xác nhận bởi bên thứ ba.



KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN



Liên tục cải tiến quy trình thu thập dữ liệu và báo cáo.



Nỗ lực nâng cao độ chính xác và tính minh bạch trong các báo cáo tương lai.



Khảo sát các phương án kiểm toán bên ngoài cho các chu kỳ báo cáo trong tương lai.



Một số dữ liệu liên quan đến môi trường và nhà cung cấp vẫn đang trong quá trình hoàn thiện. Các ước tính và giả định đã được sử dụng khi dữ liệu chính không có sẵn. Mặc dù báo cáo đầu tiên này chưa được kiểm toán bởi bên thứ ba, TransViet đang xem xét các phương án kiểm toán cho các chu kỳ báo cáo trong tương lai. Chúng tôi nhận thức được những hạn chế này và cam kết không ngừng cải tiến quy trình thu thập dữ liệu và báo cáo, hướng tới độ chính xác và tính minh bạch cao hơn trong các báo cáo tiếp theo. Cam kết này phản ánh hành trình liên tục của chúng tôi trong việc tích hợp đầy đủ phát triển bền vững vào chiến lược kinh doanh và hoạt động của doanh nghiệp.



Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG, SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ (GRI 2-6)

TransViet vận hành theo mô hình Front Office – Back Office, bảo đảm sự phối hợp nhịp nhàng trong toàn bộ chuỗi dịch vụ của công ty. Các nhóm chức năng dưới đây phản ánh cách chúng tôi tạo ra giá trị cho khách hàng, đối tác, cộng đồng và điểm đến, đồng thời phù hợp với chiến lược phát triển bền vững và các cam kết ESG của công ty.

Khối kinh doanh & dịch vụ khách hàng

Cung cấp các dịch vụ cốt lõi, trực tiếp làm việc với khách hàng, doanh nghiệp, đại lý và đối tác hãng hàng không; đồng thời thúc đẩy các giải pháp du lịch có trách nhiệm và bền vững.

Dịch vụ du lịch doanh nghiệp (CTS)

Cung cấp dịch vụ vé máy bay, đặt phòng GDS và hỗ trợ công tác cho khách hàng doanh nghiệp; áp dụng chuẩn CWT toàn cầu và thúc đẩy các lựa chọn du lịch giảm phát thải.

CTS - Non Air

Cung cấp dịch vụ phi hàng không như đặt phòng, hội họp và hậu cần công tác; tích hợp yêu cầu ESG vào chương trình du lịch doanh nghiệp.

GSA - Đại diện các hãng hàng không

Đại diện cho các hãng hàng không đối tác, thúc đẩy các sản phẩm hàng không có trách nhiệm, bảo đảm an toàn, minh bạch và giảm tác động môi trường

NH - Đại lý hãng ANA

Hỗ trợ phát triển thị trường của ANA tại khu vực phía Nam Việt Nam, duy trì các tiêu chuẩn cao về chất lượng dịch vụ và trách nhiệm xã hội.

Travel Shop

Cung cấp dịch vụ vé máy bay cho khách hàng nội bộ và bên ngoài với quy trình hiệu quả, tuân thủ và tối ưu hóa nguồn lực.

MICE

Thiết kế và quản lý các sự kiện doanh nghiệp với trọng tâm là nhà cung cấp uy tín, giảm sử dụng tài nguyên và lồng ghép giá trị văn hóa - cộng đồng

Inbound / Hành hương/ Tourdesk

Phát triển các sản phẩm du lịch theo từng thị trường và thúc đẩy thực hành du lịch có trách nhiệm tại điểm đến.



Khối hỗ trợ

Đảm bảo quá trình triển khai các dịch vụ diễn ra trọn vẹn, nhất quán và có trách nhiệm.

Điều hành

Điều phối hậu cần tour, quản lý nhà cung cấp và hỗ trợ khách hàng nhằm mang đến trải nghiệm du lịch an toàn, đồng bộ và bền vững.

Dịch vụ Visa

Hỗ trợ thủ tục thị thực thông qua quy trình minh bạch, số hóa và tăng cường bảo vệ khách hàng, đặc biệt đối với các nhóm dễ bị tổn thương..

Khối hậu cần & quản trị doanh nghiệp

Hỗ trợ hiệu quả vận hành, quản trị minh bạch và quản lý nguồn lực có trách nhiệm.

Hành chính nhân sự

Quản lý nguồn nhân lực và vận hành văn phòng, xây dựng môi trường làm việc minh bạch, đa dạng và định hướng dịch vụ.

Kế toán

Đảm bảo minh bạch tài chính, tuân thủ và quản lý chi phí một cách có trách nhiệm nhằm hỗ trợ phát triển bền vững dài hạn.

Công nghệ thông tin (IT)

Quản lý hệ thống, an ninh dữ liệu và chuyển đổi số nhằm nâng cao hiệu quả vận hành và giảm tiêu thụ tài nguyên.

Marketing

Xây dựng hình ảnh thương hiệu và truyền tải các cam kết của công ty đến khách hàng, đối tác và cộng đồng.



Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

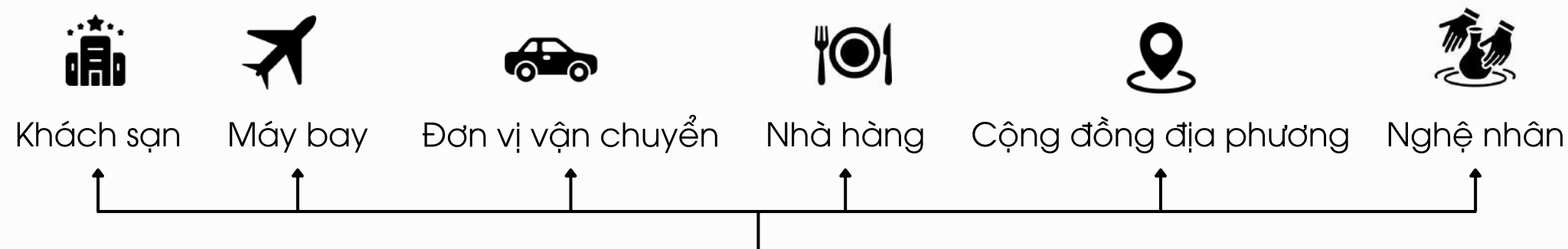
Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

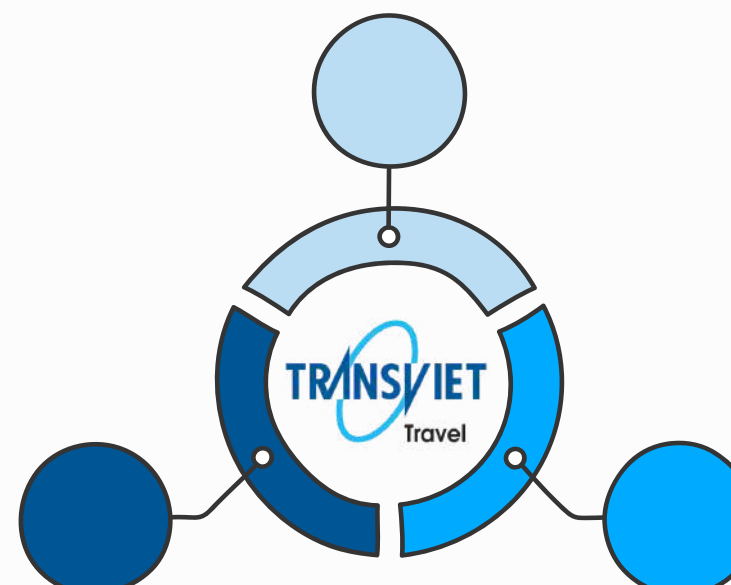
Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ QUAN HỆ ĐỐI TÁC CHIẾN LƯỢC (MỞ RỘNG THEO GRI 2-6)

Trọng tâm của chuỗi giá trị của chúng tôi là một mạng lưới đa dạng các bên liên quan. Ở phía thượng nguồn, chúng tôi hợp tác với các khách sạn, hãng hàng không, nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển, nhà hàng, cộng đồng địa phương và các nghệ nhân; ở phía hạ nguồn, chúng tôi phục vụ khách hàng doanh nghiệp, cơ quan nhà nước, khách du lịch cá nhân và các nền tảng du lịch trực tuyến. Các quan hệ đối tác chiến lược với Tổ chức Du lịch Hàn Quốc (KTO), Tổ chức Du lịch quốc gia Nhật Bản (JNTO) và Hội đồng Du lịch Singapore (STB) nhấn mạnh vai trò của chúng tôi trong việc thúc đẩy trao đổi du lịch xuyên biên giới.



Thượng nguồn (Nhà cung cấp & đối tác)



Hạ nguồn (Khách hàng & Hành khách)

- ← Khách hàng doanh nghiệp
- ← Cơ quan Nhà nước
- ← Khách du lịch cá nhân
- ← Kênh du lịch online

Đối tác chiến lược

- Tổ chức Du lịch Hàn Quốc (KTO)
- Tổ chức Du lịch Nhật Bản (JNTO)
- Hội đồng Du lịch Singapore (STB)



Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

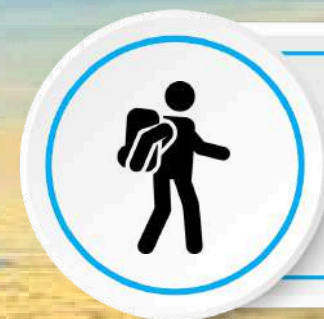
Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

KHÁCH HÀNG VÀ THỊ TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG

Cơ sở khách hàng của chúng tôi cũng rất đa dạng: các du khách cá nhân từ 25-65 tuổi trở lên, các khách doanh nhân tìm kiếm trải nghiệm cao cấp, và một mạng lưới B2B vững mạnh với hơn 5.000 đối tác, trong đó hơn 3.600 là khách hàng lâu dài. Phạm vi tiếp cận rộng lớn này cho phép chúng tôi nhanh chóng thích ứng với những thay đổi của thị trường và tích hợp các thực hành du lịch có trách nhiệm vào từng điểm chạm với khách hàng.



Khách hàng nền tảng



Khách du lịch cá nhân

Khung tuổi: 25-65+



Khách du lịch doanh nghiệp

Tìm kiếm trải nghiệm đẳng cấp



Mạng lưới B2B

5,000+ đối tác
3,600+ khách hàng lâu dài



Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

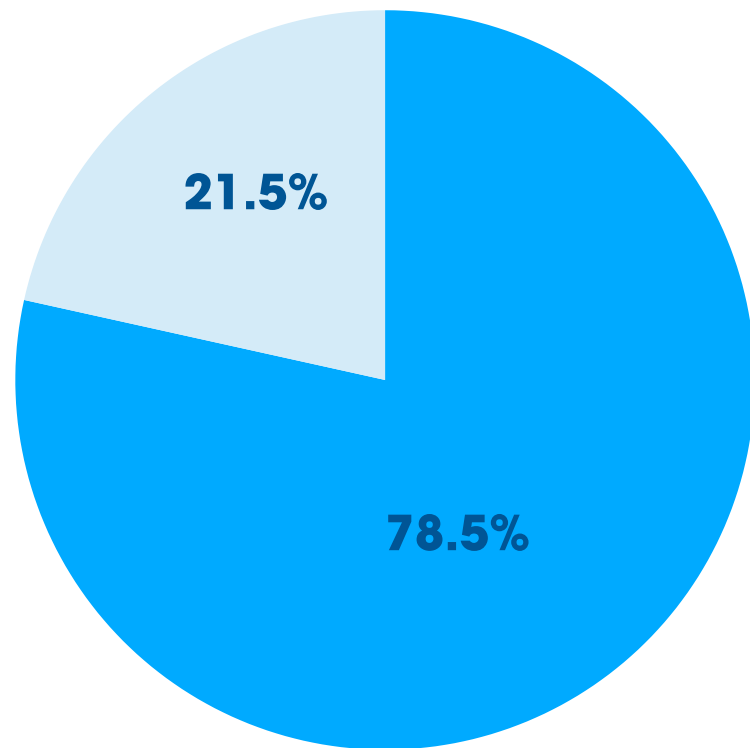
Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

TỔNG QUAN NHÂN SỰ (GRI 2-7, 2-8)

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2024, TransViet có tổng cộng 144 nhân viên, trong đó có 113 nữ. Ngoài ra chúng tôi cũng sử dụng một số nhân viên bán thời gian và lao động theo mùa để đáp ứng nhu cầu du lịch cao điểm.

Phân bố theo giới tính



■ Nữ
■ Nam





Tổng quan & Thông điệp từ Ban lãnh đạo

VỀ Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

THÀNH TỰU ESG

Để đánh dấu cột mốc khởi hành hành trình ESG của mình, TransViet đã không ngần ngại tham gia thực hiện đánh giá ESG thông qua những hệ thống uy tín quốc tế như Synesgy, Ecovadis và phần khởi đạt được những kết quả:



Synesgy: C (62/100)



Ecovadis: 51/100



Những kết quả khả quan này chính là đường cơ sở để chúng tôi tiến hành lộ trình chuyển đổi xanh hướng đến một tương lai bền vững hơn của mình. Với một ý chí kiên định, chúng tôi sẽ tiếp tục việc duy trì đánh giá trong những năm tiếp theo để làm cơ sở minh chứng cho những thực hành bền vững của mình

Báo cáo này được công bố vào ngày 26 tháng 12 năm 2025 và dự kiến phát hành thường niên. Mọi thắc mắc liên quan đến báo cáo phát triển bền vững này, vui lòng liên hệ:

Ms. Nguyễn Thị Cẩm Tiên - Thành viên Ban ESG

+84 28 3933 0777 (Ext. 1304)

tien.nguyenthicam@transviet.com



Giới thiệu Công ty, Hoạt động Kinh doanh và Chuỗi Giá trị

Phạm vi Báo cáo và Đối tượng Áp dụng (GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

Hạn chế và Định hướng Tương lai

Lĩnh vực Hoạt động, Sản phẩm và Dịch vụ (GRI 2-6)

Chuỗi Giá trị và Quan hệ Đối tác Chiến lược (Mở rộng theo GRI 2-6)

Khách hàng và Thị trường Hoạt động

Tổng quan Nhân sự (GRI 2-7, 2-8)

Thành tựu ESG

Cơ hội và Thách thức sau Đại dịch

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC SAU ĐẠI DỊCH

Bối cảnh du lịch hậu COVID-19 vừa đặt ra thách thức vừa mang đến những cơ hội chuyển đổi. Sở thích của du khách đang thay đổi, bao gồm nhu cầu ngày càng tăng về du lịch tùy chỉnh và nhóm nhỏ, cùng với mối quan tâm lớn hơn đối với sức khỏe, tính xác thực văn hóa và phát triển bền vững, đang định hình quá trình phục hồi của ngành.

THỬ THÁCH



Sự biến động về địa chính trị và khí hậu ảnh hưởng đến an toàn và kế hoạch du lịch.



Chi phí vận hành tăng liên quan đến tuân thủ các yêu cầu về môi trường và xã hội.



Các lỗi hỏng trong chuỗi cung ứng, đặc biệt là ở các đối tác địa phương nhỏ sau đại dịch.



Thiếu báo cáo ESG tiêu chuẩn hóa trong ngành du lịch, đòi hỏi sự dẫn dắt và đổi mới từ phía lãnh đạo.

CƠ HỘI



Nhu cầu ngày càng tăng đối với du lịch bền vững, lấy trải nghiệm làm trọng tâm.



Mở rộng lập kế hoạch du lịch dựa trên kỹ thuật số và trí tuệ nhân tạo (AI).



Các chính sách ưu đãi của chính phủ và cam kết toàn cầu đối với chuyển đổi xanh.



Tăng cường các sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng và du lịch văn hóa.



Trong bối cảnh đầy biến động này, TransViet nhận thấy việc tích hợp ESG là công cụ chiến lược để tạo sự khác biệt, xây dựng niềm tin và mở rộng cơ hội thị trường mới. Lộ trình dài hạn của chúng tôi ưu tiên hình thành các tiêu chuẩn du lịch bền vững chính thức, nâng cao theo dõi dữ liệu liên quan đến khí hậu, và chủ động tương tác với khách hàng và đối tác trong việc cùng tạo ra các trải nghiệm du lịch có trách nhiệm.

SỰ THAM GIA CỦA CÁC BÊN LIÊN QUAN, ĐÁNH GIÁ RỦI RO VÀ XÁC ĐỊNH CÁC VẤN ĐỀ TRỌNG YẾU

Xác định các vấn đề phát triển bền vững quan trọng nhất đối với TransViet và các bên liên quan là điều cần thiết để xây dựng một chiến lược ESG phù hợp với các ưu tiên và rủi ro thực tiễn. Trong năm 2024, chúng tôi đã khởi xướng quá trình này bằng việc tương tác với các bên liên quan chính ngay từ đầu, đảm bảo các mối quan tâm và kỳ vọng của họ hình thành nền tảng cho đánh giá tính trọng yếu của chúng tôi. Những thông tin thu được từ quá trình tương tác này đã hỗ trợ phân tích rủi ro tiếp theo, giúp chúng tôi xác định các chủ đề ESG quan trọng liên quan đến hoạt động, chuỗi giá trị du lịch và định hướng chiến lược của doanh nghiệp.

TRANSVIET
Travel

Bạn đồng hành tin cậy

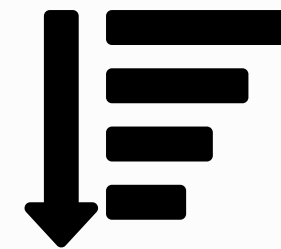
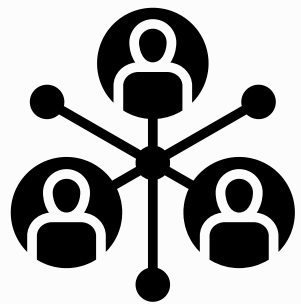


Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)

PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ TÍNH TRỌNG YẾU (GRI 3-1, 3-2)

Quá trình đánh giá tính trọng yếu của chúng tôi được hướng dẫn bởi Bộ tiêu chuẩn GRI 2021, với việc tham khảo chọn lọc các tiêu chí của Global Sustainable Tourism Council (GSTC) như một tập hợp các nguyên tắc phù hợp cho ngành du lịch. Mặc dù chưa được triển khai đầy đủ trong năm nay, các khái niệm của GSTC đã được xem xét nhằm cung cấp bối cảnh liên quan đến phát triển điểm đến bền vững, bảo tồn di sản văn hóa và mang lại lợi ích kinh tế - xã hội cho cộng đồng.

QUÁ TRÌNH ĐÁNH GIÁ CỦA CHÚNG TÔI TUÂN THEO NĂM BƯỚC SAU:



01

**LÀM VIỆC
VỚI CÁC BÊN
LIÊN QUAN**

02

**ĐÁNH GIÁ
RỦI RO**

03

**NHẬN DIỆN
VẤN ĐỀ**

04

ƯU TIÊN HÓA

05

XÁC ĐỊNH



Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)



LÀM VIỆC VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Tiến hành phỏng vấn và khảo sát với các bên liên quan nội bộ và bên ngoài, bao gồm nhân viên, khách hàng, đối tác kinh doanh, cộng đồng địa phương và các cơ quan quản lý.

Các bên	Định nghĩa	Các kênh tương tác	Mức độ	Mối quan tâm
Khách hàng	Cá nhân, khách hàng doanh nghiệp và các tổ chức sử dụng dịch vụ du lịch của TransViet	Website, hotline, các ứng dụng booking, khảo sát khách hàng, truyền thông mạng xã hội	Thường xuyên, mỗi khi xong dịch vụ	Chất lượng dịch vụ, giá cả minh bạch, trải nghiệm an toàn và liền mạch, các lựa chọn du lịch bền vững
Nhân viên	Nhân viên toàn thời gian và bán thời gian, hướng dẫn viên du lịch, và cộng tác viên	Các cuộc họp nội bộ, bản tin, chương trình đào tạo, email, khảo sát nhân viên	Theo tháng hoặc theo quý	Phát triển sự nghiệp, môi trường làm việc công bằng, phúc lợi, an toàn và một chút niềm vui tại nơi làm việc
Đối tác B2B	Các công ty lữ hành, đơn vị tổ chức tour và đối tác phân phối	Cuộc họp trực tiếp, thỏa thuận hợp tác, hội chợ thương mại và các hoạt động kết nối ngành	Theo dự án hoặc theo quý	Hợp tác cùng có lợi, minh bạch, ổn định và hướng đến mối quan hệ đối tác lâu dài.
Nhà cung cấp	Khách sạn, hãng hàng không, nhà hàng, nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển và các nhà cung cấp dịch vụ khác	Hợp đồng, đàm phán, email và các hội thảo chuỗi cung ứng	Theo quý hoặc hằng năm	Công bằng trong hợp đồng, thanh toán đúng hạn, duy trì tiêu chuẩn chất lượng nhất quán và đảm bảo uy tín trong kinh doanh
Cộng đồng địa phương	Cư dân và cộng đồng tại các điểm đến du lịch	Chương trình CSR, dự án cộng đồng	Hàng năm hoặc theo dự án	Lợi ích kinh tế – xã hội từ du lịch, bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường
Hiệp hội	Hiệp hội ngành nghề (ví dụ: Hiệp hội Du lịch Việt Nam, IATA)	Hội nghị, sự kiện ngành, tham vấn chính sách và các nền tảng chia sẻ kiến thức	Hàng năm hoặc khi có yêu cầu	Tuân thủ các tiêu chuẩn ngành, xây dựng uy tín và chia sẻ các thông lệ tốt nhất
Nhà nước & chính quyền	Cơ quan quản lý (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, v.v.)	Báo cáo tuân thủ, cấp phép, đối thoại chính sách và hợp tác công – tư	Hàng năm hoặc theo quy định của cơ quan quản lý.	Tuân thủ pháp luật, đảm bảo an toàn, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế và hỗ trợ phát triển du lịch bền vững



Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)

Chúng tôi nhận thấy rằng việc chủ động tương tác với các bên liên quan là nền tảng để xây dựng một chiến lược phát triển bền vững đáng tin cậy và có khả năng phản hồi hiệu quả. Hoạt động này nhằm củng cố niềm tin, thu thập các ý kiến đóng góp giá trị và vun đắp mối quan hệ hợp tác lâu dài.

Trong năm 2024, chúng tôi đã thực hiện hoạt động gắn kết với các bên liên quan thông qua các kênh sau:

Các buổi hội thảo nội bộ với ban lãnh đạo cấp cao và trưởng các phòng ban

Khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng và đánh giá sau chuyến đi

Đánh giá nhà cung cấp và các cuộc họp song phương

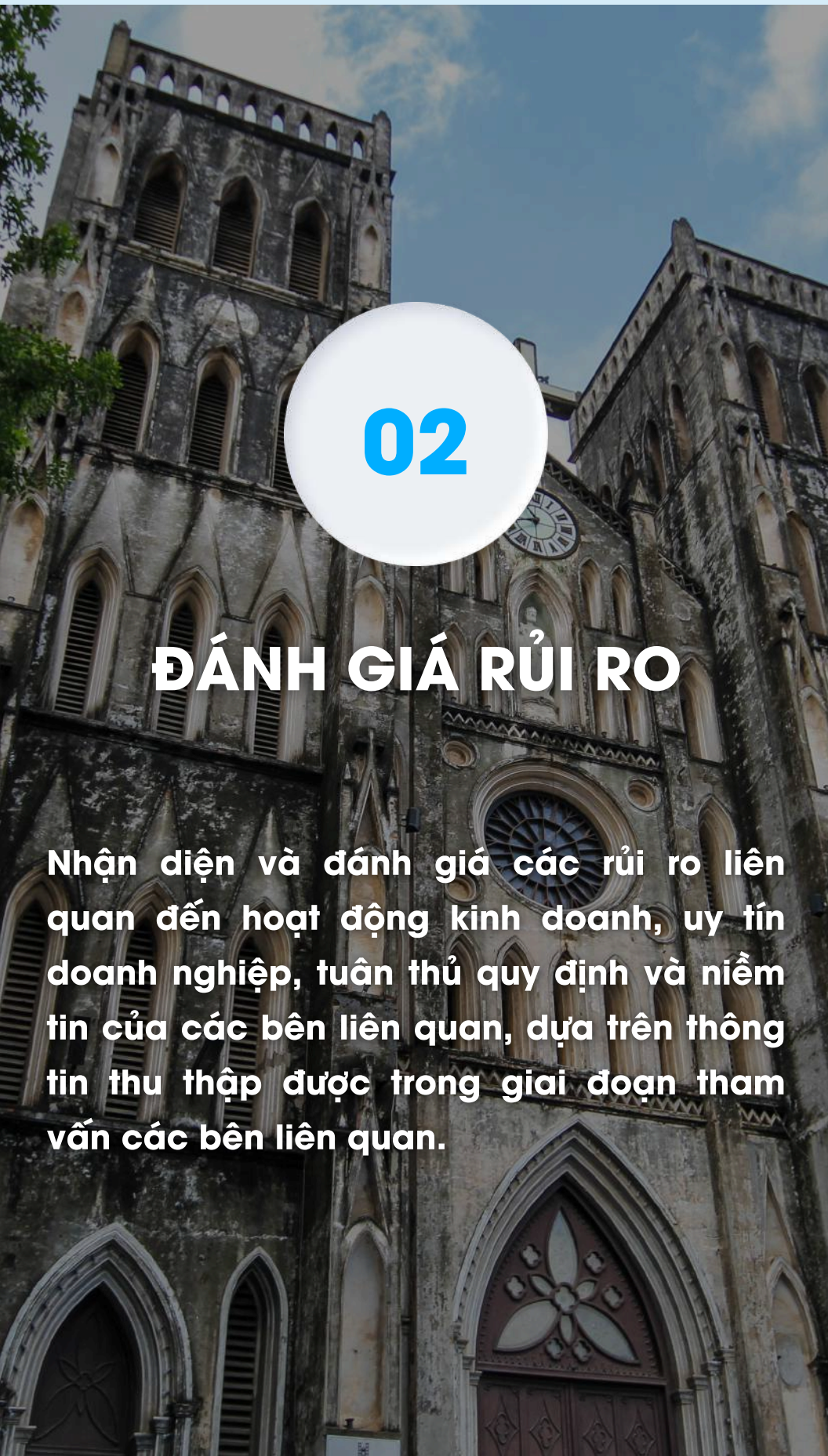
Tham vấn cộng đồng tại các điểm đến trọng yếu trong nước

Tham gia các diễn đàn chính sách quốc gia và hội nghị du lịch.

Những hoạt động tương tác này không chỉ hỗ trợ quá trình đánh giá tính trọng yếu mà còn góp phần củng cố mối quan hệ với các bên liên quan, đồng thời giúp chúng tôi nhận diện sớm các rủi ro và kỳ vọng mới đang hình thành



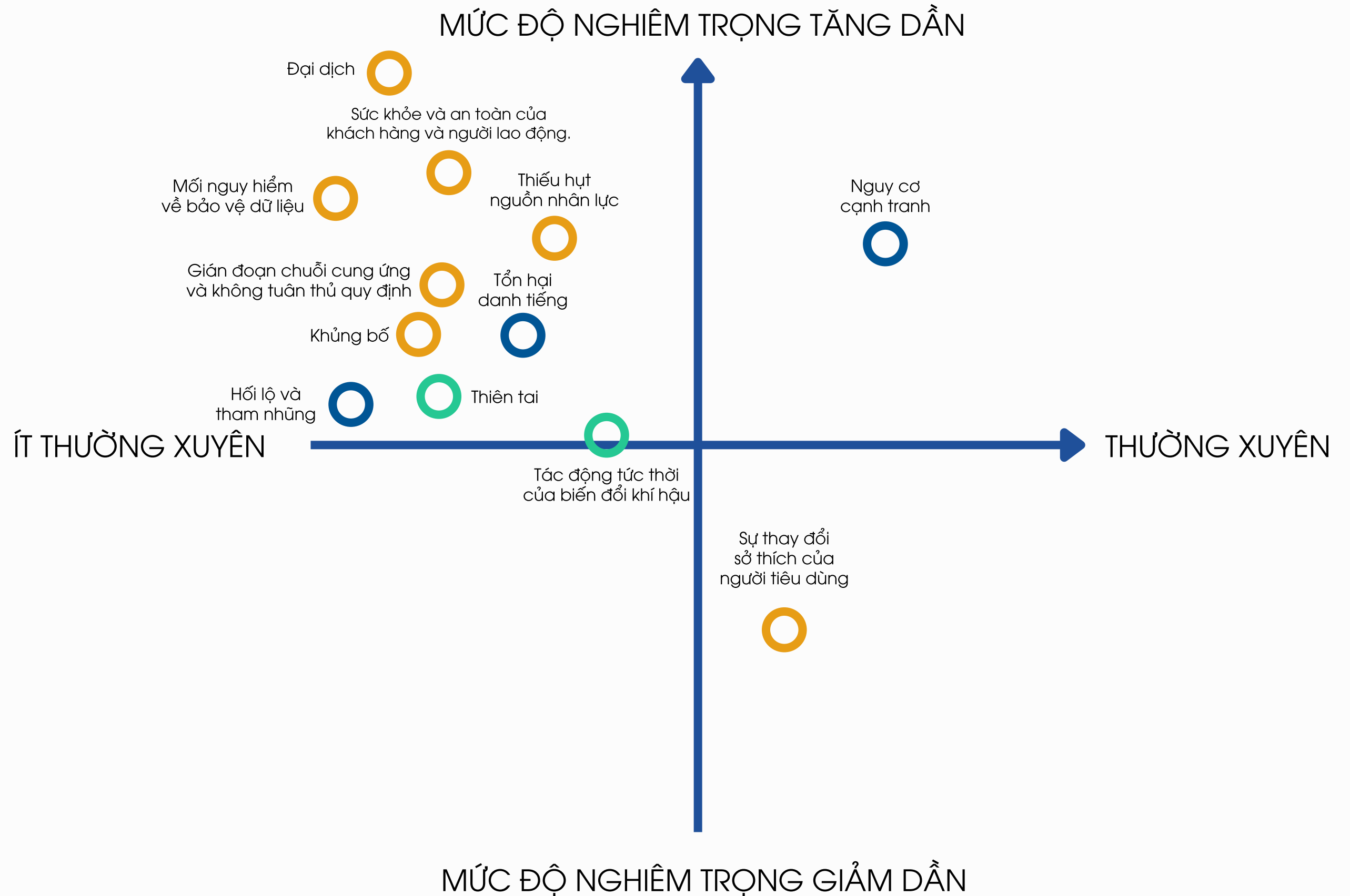
Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)



02

ĐÁNH GIÁ RỦI RO

Nhận diện và đánh giá các rủi ro liên quan đến hoạt động kinh doanh, uy tín doanh nghiệp, tuân thủ quy định và niềm tin của các bên liên quan, dựa trên thông tin thu thập được trong giai đoạn tham vấn các bên liên quan.





Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)



03

NHẬN DIỆN VẤN ĐỀ

Xây dựng danh sách các vấn đề trọng yếu tiềm năng dựa trên Tiêu chuẩn Chủ đề GRI, Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs), các chỉ số tham chiếu từ GSTC, chính sách phát triển bền vững quốc gia và so sánh với các doanh nghiệp cùng ngành



04

ƯU TIÊN HÓA

Đánh giá các chủ đề dựa trên mức độ quan tâm của các bên liên quan, sự phù hợp với chiến lược công ty và mối liên hệ với các rủi ro đã xác định.



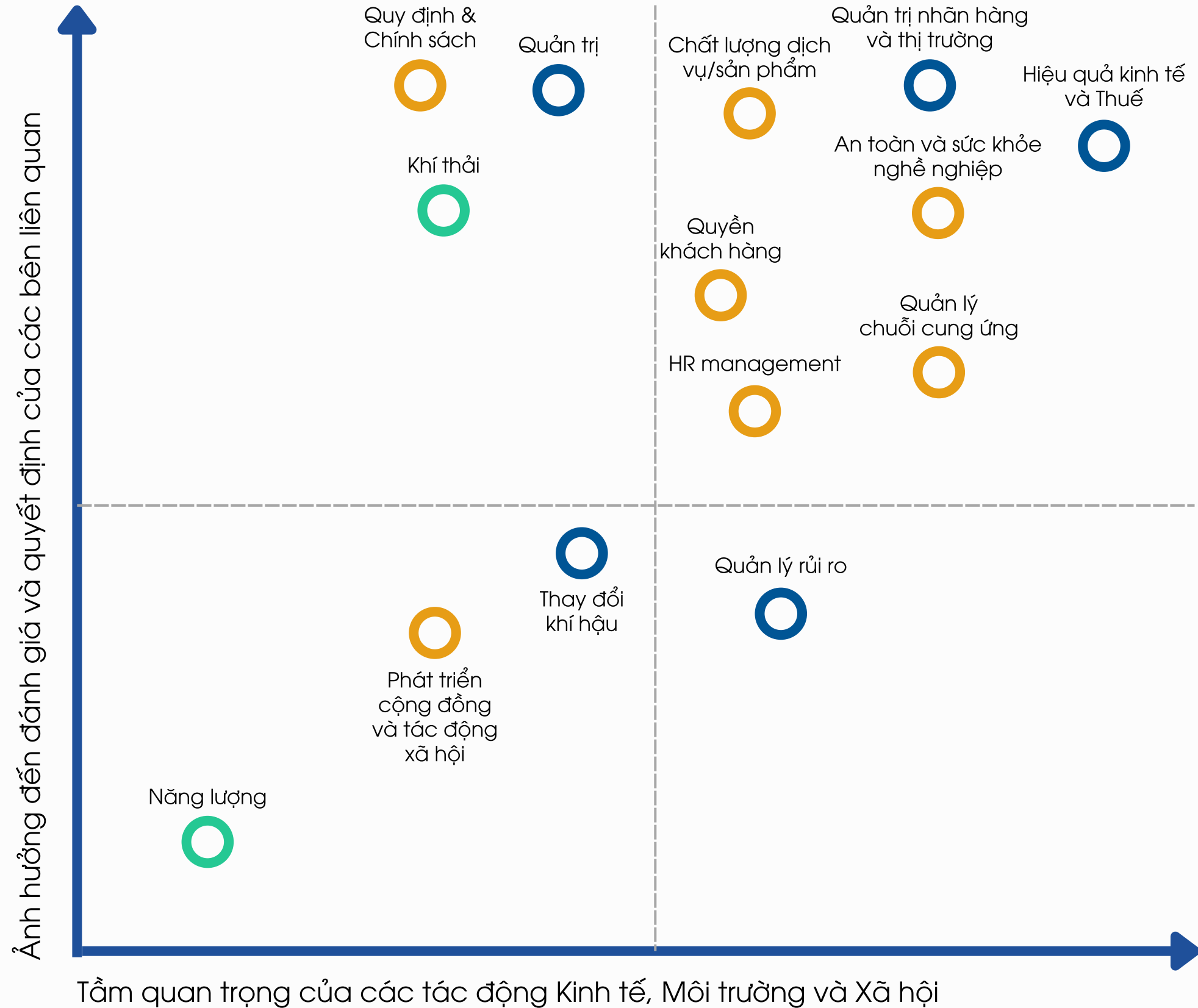
Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)



05

XÁC ĐỊNH

Xem xét và phê duyệt ma trận trọng yếu cuối cùng bởi CEO, Ban Lãnh đạo cấp cao và Ủy ban Chỉ đạo ESG





Phương pháp Đánh giá Tính Trọng yếu (GRI 3-1, 3-2)

Đánh giá của chúng tôi xác định tám vấn đề trọng yếu, được nhóm dưới năm trụ cột chiến lược:

KHÍA CẠNH	VẤN ĐỀ	GRI
Đóng góp kinh tế và khả năng chống chịu	Giá trị kinh tế tạo ra và phân bổ	GRI 201
	Đạo đức kinh doanh	GRI 205
Hiệu quả môi trường	Biến đổi khí hậu và khí thải	GRI 305
	Các thực hành môi trường trong chuỗi cung ứng	GRI 308
Trách nhiệm về sản phẩm và sức khỏe KH	Sự an toàn, hài lòng của khách hàng & tính minh bạch	GRI 416, 417
Môi trường làm việc và con người	Việc làm và quan hệ lao động	GRI 401
	An toàn và sức khỏe nghề nghiệp	GRI 403
	Đào tạo và phát triển	GRI 404
	Đa dạng và hòa nhập	GRI 405
Cộng đồng và du lịch có trách nhiệm	Tham gia cộng đồng địa phương	GRI 413
	Tác động Kinh tế - Xã hội của du lịch	GRI 203



Mỗi chủ đề được liên kết với các Mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) có liên quan và tích hợp các nguyên tắc của GSTC như một khuôn khổ bổ sung cho ngành du lịch. Cách tiếp cận tích hợp này đảm bảo báo cáo của chúng tôi phản ánh kỳ vọng của các bên liên quan, phù hợp với ưu tiên quản lý rủi ro, đồng thời tập trung vào các chủ đề ESG có tác động đáng kể nhất đối với doanh nghiệp và cộng đồng mà chúng tôi phục vụ



Bạn đồng hành tin cậy

QUẢN TRỊ VÀ QUẢN LÝ BỀN VỮNG

(Theo GRI 2-9 đến 2-30)

**TẠI TRANSVIET, CHÚNG TÔI KHÔNG
XEM **BỀN VỮNG** CHỈ LÀ MỘT MỤC TIÊU,
MÀ LÀ CÁCH CHÚNG TÔI **TIỀN BƯỚC**
VỀ PHÍA TRƯỚC.**

Chủ tịch Lê Việt Cường





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 – SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 – SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 – SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thù lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin

Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

CƠ CẤU QUẢN TRỊ ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Tại TransViet Travel, bền vững không phải là một chức năng riêng biệt mà là cam kết chung được tích hợp ở tất cả các cấp của tổ chức. Cơ cấu quản trị của chúng tôi phản ánh sự liên kết chiến lược giữa tầm nhìn lãnh đạo, trách nhiệm vận hành và trách nhiệm giải trình đối với các bên liên quan.

TransViet được giám sát bởi Hội đồng thành viên gồm hai người (BoM), gồm ông Lê Việt Cường (Chủ tịch) và bà Phạm Thị Dạ Hương (CEO). Cả hai lãnh đạo, với bề dày kinh nghiệm trong ngành du lịch và quản lý, đã củng cố cam kết lâu dài của TransViet đối với tăng trưởng có trách nhiệm. Mặc dù Chủ tịch không trực tiếp quản lý hoạt động hàng ngày, ông vẫn tham gia sâu sắc vào các quyết định chiến lược cùng với CEO.



Mr. Lê Việt Cường
Chủ tịch



Ms. Phạm Thị Dạ Hương
CEO

Để tăng cường tích hợp ESG, TransViet đã thành lập Ủy ban Bền vững vào năm 2024. Báo cáo trực tiếp với Hội đồng Thành viên, ủy ban này hoạt động như một nhóm tư vấn chiến lược về lập kế hoạch ESG, giám sát rủi ro và phối hợp liên chức năng. Ủy ban bao gồm các lãnh đạo phòng ban đại diện cho các lĩnh vực hoạt động cốt lõi:



Ms. Nguyễn Thị Cẩm Tiên
Thành viên



Ms. Phan Thị Như Trâm
Thành viên



Ms. Trần Hoài Thu
Thành viên



Ms. Lu Ngọc Lan
Thành viên



Ms. Huỳnh Thị Lệ Cẩm
Trưởng ban

Mỗi phòng ban chịu trách nhiệm tích hợp ESG vào quy trình làm việc của mình:



Khối kinh doanh & Dịch vụ khách hàng

Chịu trách nhiệm cung cấp các dịch vụ du lịch cốt lõi, tư vấn giải pháp công tác và phối hợp với các đối tác toàn cầu nhằm thúc đẩy du lịch có trách nhiệm và bền vững.



Khối vận hành & trải nghiệm khách hàng

Triển khai tour và sự kiện một cách an toàn, nhất quán và bền vững; phối hợp chặt chẽ với nhà cung cấp và địa phương để mang đến trải nghiệm chất lượng cho khách hàng.



Khối hậu cần & quản trị doanh nghiệp

Đảm bảo nền tảng vận hành hiệu quả thông qua quản trị nhân sự, tài chính, công nghệ thông tin và truyền thông; thúc đẩy minh bạch, tuân thủ và sử dụng nguồn lực một cách có trách nhiệm.





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thu lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin

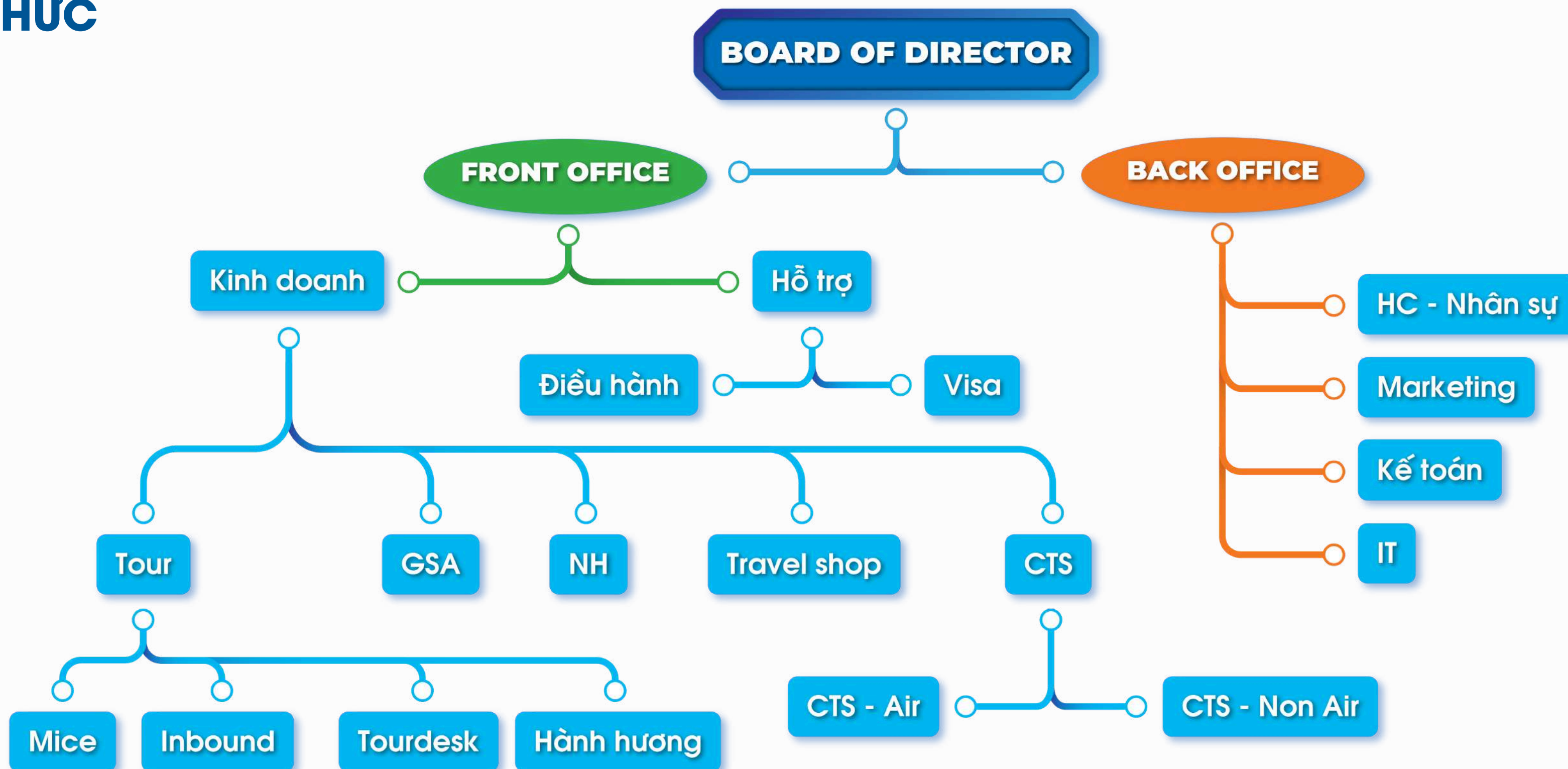
Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC

ORGANIZATION CHART





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thù lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin

Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

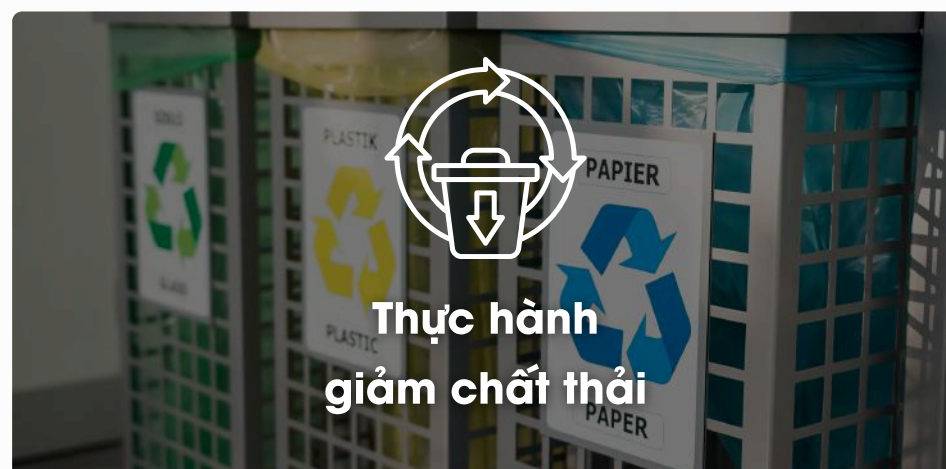
VAI TRÒ, TRÁCH NHIỆM VÀ NĂNG LỰC ESG (GRI 2-12, 2-17)

Lãnh đạo về bền vững được thực hiện từ cấp cao nhất. Hội đồng Thành viên chịu trách nhiệm tối cao trong việc phê duyệt chiến lược bền vững và giám sát các rủi ro cũng như cơ hội liên quan đến hiệu quả ESG

Trong năm 2024, các vấn đề ESG đã được thảo luận chính thức trong hai phiên họp lập kế hoạch chiến lược (giữa năm và cuối năm), nơi các cập nhật về các chỉ số quan trọng được trình bày, bao gồm:



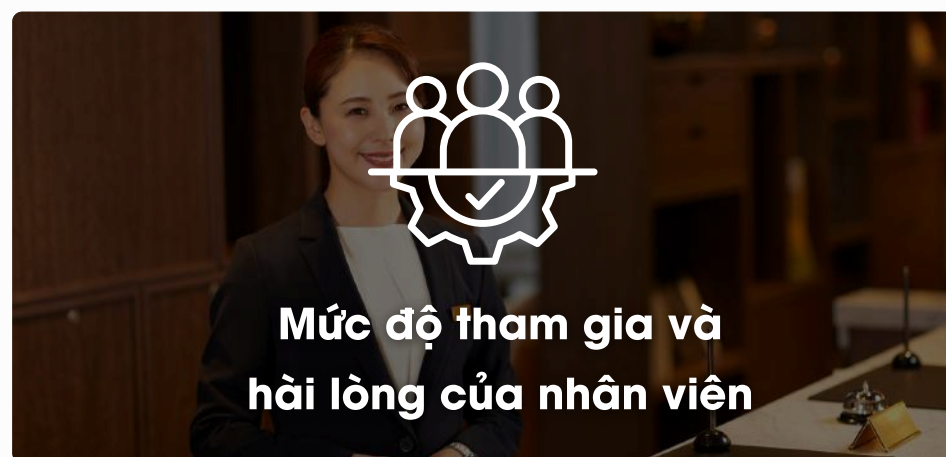
Phản hồi của khách hàng về các tour thân thiện môi trường



Thực hành giảm chất thải



Hiệu quả năng lượng trong hoạt động



Mức độ tham gia và hài lòng của nhân viên



Mặc dù việc đào tạo ESG có cấu trúc cho Hội đồng Thành viên chưa được thiết lập chính thức, các thành viên đã tích cực tham gia các hội thảo bên ngoài và xem xét các ấn phẩm ESG quan trọng. Lộ trình phát triển kiến thức ESG chính thức dành cho lãnh đạo sẽ được triển khai vào năm 2025.



ĐÁNH GIÁ VÀ CHÍNH SÁCH THÙ LAO CỦA CƠ QUAN QUẢN TRỊ (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Trong năm 2024, TransViet đã tiến hành tự đánh giá hiệu quả hoạt động của Hội đồng thành viên, bao gồm việc giám sát ESG. Đánh giá định tính này cho thấy sự ngày càng phù hợp giữa các ưu tiên lãnh đạo và kỳ vọng của các bên liên quan.

Các hành động cải thiện chính bao gồm:



Tích hợp rủi ro và chỉ số ESG vào các cuộc đánh giá của Hội đồng thành viên



Thiết lập đánh giá bên ngoài định kỳ hai năm một lần vào năm 2025



Liên kết hiệu quả bền vững với các KPI của lãnh đạo vào năm 2025

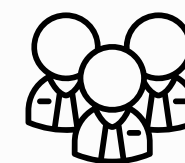


Các chính sách thù lao minh bạch và công bằng. Các thành viên Hội đồng thành viên nhận thù lao cố định hàng năm cùng với khoản thưởng cuối năm dựa trên hiệu quả công việc.

Năm 2024:

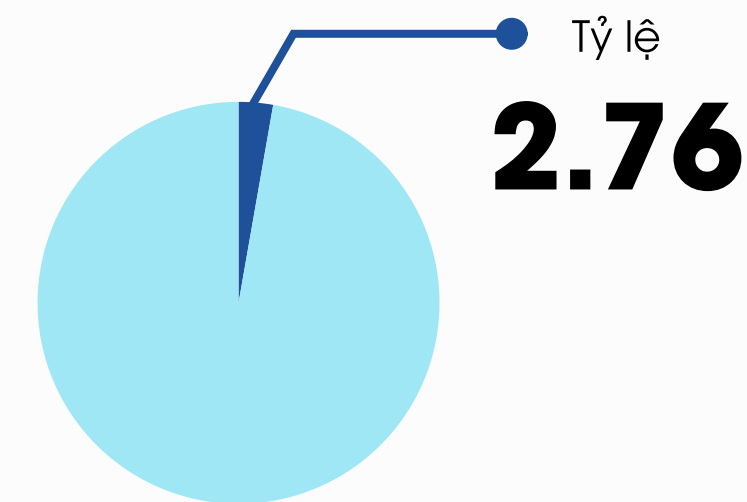
Mức thù lao cao nhất

400,000,000 VND



Mức thù lao trung bình của nhân viên

145,000,000 VND



Hiện tại, thù lao chưa được liên kết với ESG; tuy nhiên, TransViet dự kiến triển khai các khoản thưởng dựa trên hiệu quả ESG cho ban lãnh đạo cấp cao trong chu kỳ báo cáo tiếp theo.



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thù lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin

Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

HẠ TẦNG SỐ VÀ AN NINH THÔNG TIN

Là nền tảng hỗ trợ toàn bộ hệ thống vận hành của TransViet, Công nghệ thông tin giữ vai trò trung tâm trong việc đảm bảo tính minh bạch, an toàn dữ liệu và hiệu quả quản trị. Thông qua tiêu chuẩn ISO 27001, chuyển đổi số và tối ưu tài nguyên số, bộ phận IT góp phần xây dựng một hệ thống vận hành hiện đại, ổn định và phù hợp với định hướng phát triển bền vững dài hạn của công ty.



Chúng tôi cam kết xây dựng một nền tảng công nghệ an toàn, hiệu quả và bền vững, bảo đảm mọi hoạt động của TransViet được vận hành minh bạch, bảo mật và sẵn sàng cho tương lai số.

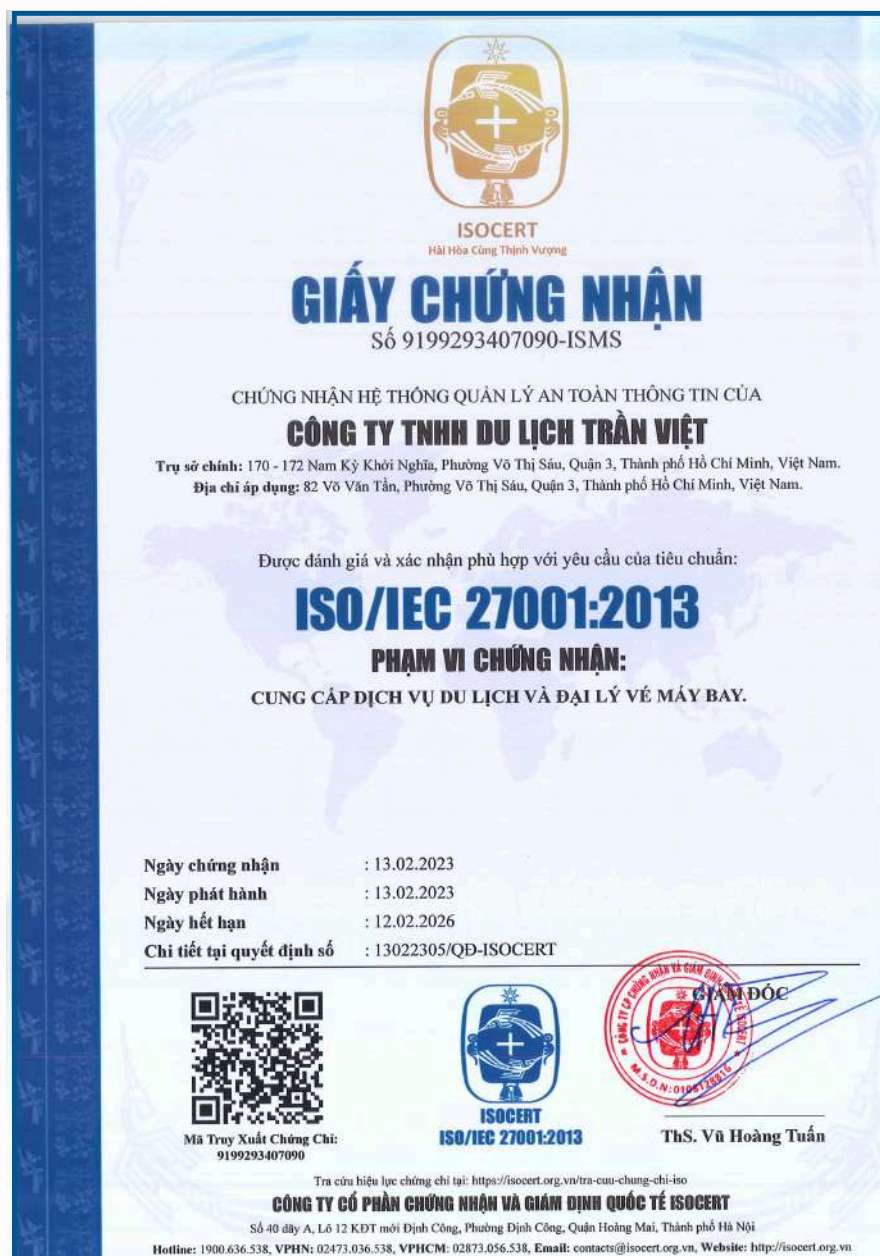
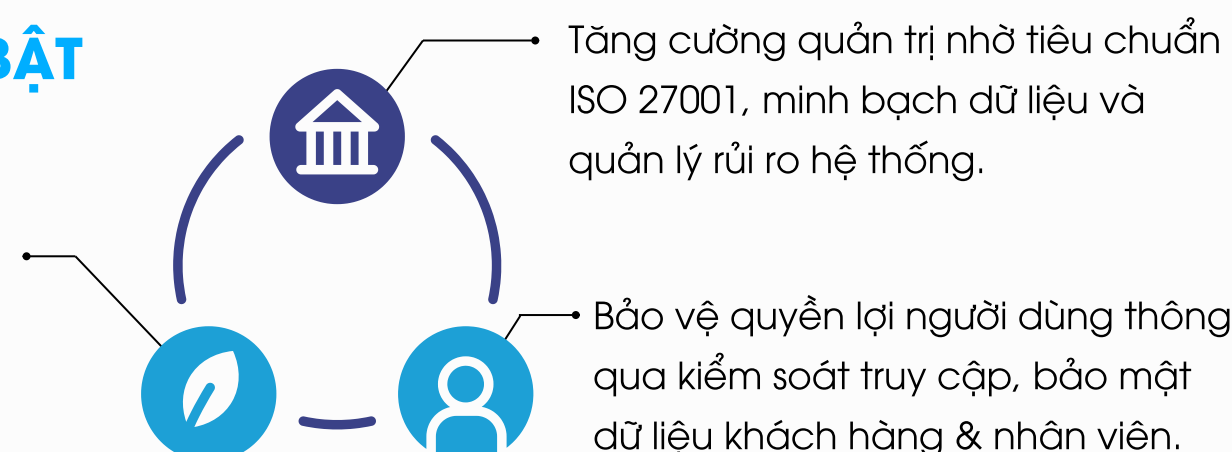
Phan Quốc Trung, Giám đốc khối Công nghệ Thông tin



TransViet duy trì hệ thống an ninh thông tin theo chuẩn ISO 27001, bao gồm quản lý rủi ro số, kiểm soát truy cập, giám sát hệ thống, và đảm bảo tính toàn vẹn dữ liệu. Đây là nền tảng quan trọng giúp công ty củng cố năng lực quản trị và phục vụ khách hàng trong môi trường số ngày càng phức tạp.

ĐÓNG GÓP NỔI BẬT VÀO ESG

Giảm phát thải qua tối ưu năng lượng, số hóa quy trình và sử dụng công nghệ tiết kiệm tài nguyên.





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thù lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin

Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

CAM KẾT CHÍNH SÁCH VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN (GRI 2-23, 2-24)

Khung bền vững của chúng tôi được xây dựng dựa trên cả các tiêu chuẩn quốc tế được công nhận và các yêu cầu pháp lý quốc gia:



Nguyên tắc chỉ đạo của Liên Hợp Quốc về Kinh doanh và Nhân quyền



Các Công ước lao động cốt lõi của ILO



Bộ luật Lao động, Luật Bảo vệ môi trường và Luật Doanh nghiệp của Việt Nam



Luật Du lịch, Luật Phòng chống tham nhũng và các quy định quốc gia liên quan khác

Các chính sách chủ chốt của công ty bao gồm bốn khuôn khổ nền tảng được TransViet áp dụng:



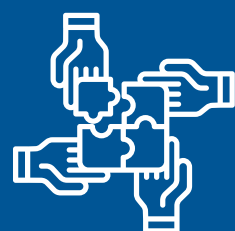
Chính sách Bền vững & ESG

Cung cấp một khuôn khổ tổng thể bao trùm các lĩnh vực môi trường, xã hội và quản trị



Chính sách Đạo đức Kinh doanh & Liêm chính

Đề cập đến chống tham nhũng, chống hối lộ, chống rửa tiền, xung đột lợi ích và bảo vệ dữ liệu khách hàng.



Chính sách Lao động & Đa dạng

Bao quát quyền con người, thực hành lao động công bằng, đa dạng và hòa nhập, không phân biệt đối xử, cũng như sức khỏe và an toàn nghề nghiệp



Chính sách Mua sắm & Chuỗi cung ứng Bền vững

ích hợp đánh giá môi trường và xã hội của nhà cung cấp, mua sắm tại địa phương và quy tắc ứng xử của nhà cung cấp

16 HÒA BÌNH, CÔNG LÝ VÀ CÁC THỂ CHẾ MẠNH MẼ



Các chính sách này được tích hợp vào chương trình đào tạo đầu vào, sổ tay nhân viên, hợp đồng với nhà cung cấp và các bảng kiểm tra kiểm toán nội bộ, đảm bảo các nguyên tắc ESG được áp dụng nhất quán trên tất cả các chức năng của công ty. Các chính sách được triển khai nhằm bảo đảm nguyên tắc minh bạch, liêm chính và tuân thủ, phù hợp với định hướng của SDG 16 về thể chế vững mạnh và trách nhiệm xã hội.



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thù lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin





Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

TRÁCH NHIỆM VÀ CÁC CƠ CHẾ KHẮC PHỤC (GRI 2-25, 2-26)

Khung bền vững của chúng tôi được xây dựng dựa trên cả các tiêu chuẩn quốc tế được công nhận và các yêu cầu pháp lý quốc gia:

- 01**  Phản hồi ẩn danh qua email
- 02**  Đường dây nóng hoạt động trong giờ làm việc
- 03**  Họp toàn thể nhân viên hàng quý
- 04**  Mẫu khiếu nại của khách hàng

Trong 2024:

100%

Các vấn đề nội bộ được phát hiện và giải quyết trong vòng 7 ngày làm việc.

0%

Các tranh chấp lớn được đưa lên cấp pháp lý hoặc Hội đồng Thành viên



Mặc dù việc theo dõi các trường hợp hiện vẫn thực hiện thủ công, một hệ thống giám sát khiếu nại kỹ thuật số đang được lên kế hoạch triển khai vào năm 2025 nhằm nâng cao hiệu quả phản hồi và tính minh bạch.



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cơ cấu Quản trị ESG (GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16)

Sơ đồ Tổ chức

Vai trò, Trách nhiệm và Năng lực ESG (GRI 2-12, 2-17)

Đánh giá và Chính sách Thù lao của Cơ quan Quản trị (GRI 2-18, 2-19, 2-20, 2-21)

Hạ tầng số và an ninh thông tin

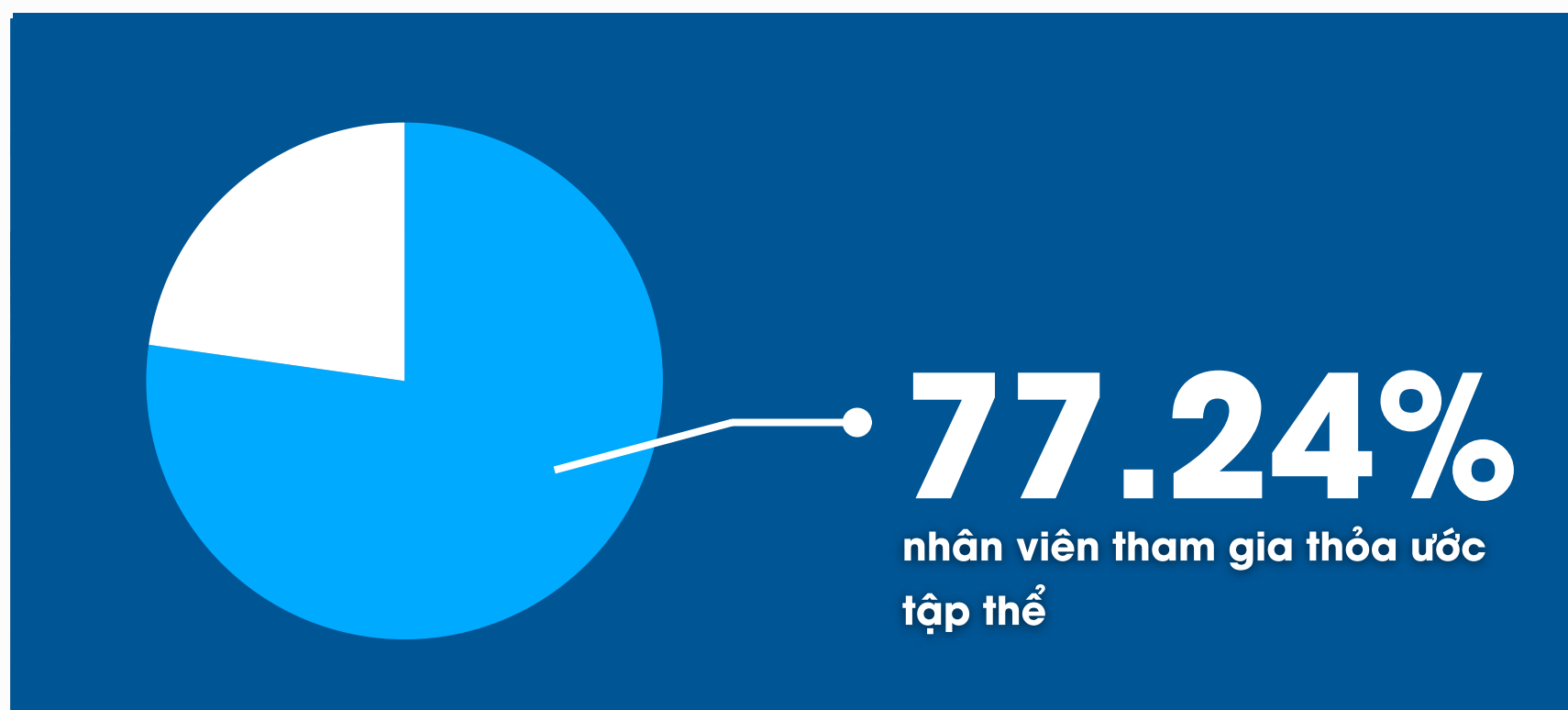
Cam kết Chính sách và Triển khai Thực hiện (GRI 2-23, 2-24)

Trách nhiệm và Các Cơ chế Khắc phục (GRI 2-25, 2-26)

Thương lượng Lao động Tập thể và Quyền của Người Lao động (GRI 2-30)

THƯƠNG LƯỢNG LAO ĐỘNG TẬP THỂ VÀ QUYỀN CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG (GRI 2-30)

TransViet tôn trọng quyền thương lượng tập thể. Tính đến cuối năm 2024:



Những nhân viên còn lại được bảo vệ theo cùng các chính sách nội bộ, đảm bảo đối xử công bằng, giờ làm việc, chế độ đãi ngộ và cơ chế giải quyết tranh chấp



Công ty không áp dụng bất kỳ điều khoản thỏa ước lao động tập thể nào từ bên ngoài và không ghi nhận tranh chấp lao động nào trong kỳ báo cáo.

QUẢN TRỊ VÀ QUẢN LÝ BỀN VỮNG

(Theo GRI 2-9 đến 2-30)



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

VAI TRÒ KINH TẾ TRONG HỆ THỐNG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

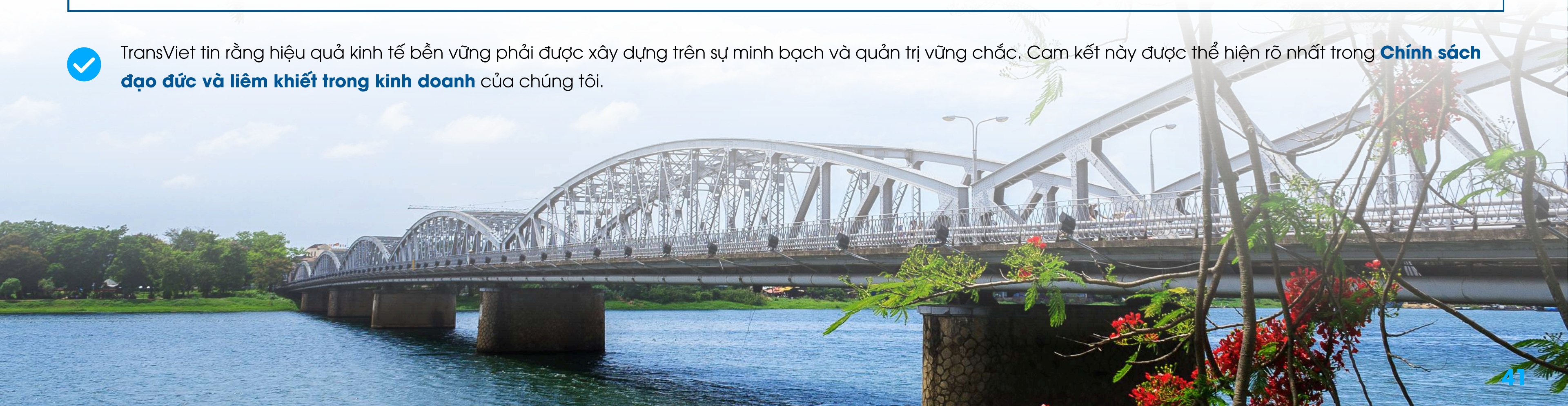
Là một công ty du lịch gắn bó sâu sắc với ngành du lịch Việt Nam, TransViet nhận thức rằng giá trị kinh tế không chỉ được đo bằng doanh thu, mà còn ở cách giá trị đó được tạo ra, cũng như phân phối và tái đầu tư để thúc đẩy tiến trình phát triển bền vững.

Chúng tôi vận hành với tư duy:

CHÚNG TÔI VẬN HÀNH VỚI QUAN ĐIỂM RẰNG MỖI ĐỒNG VND KIẾM ĐƯỢC ĐỀU PHẢI ĐÓNG GÓP VÀO KHẢ NĂNG CHỐNG CHỊU CHUNG - CỦA DOANH NGHIỆP, CÁC ĐỐI TÁC, NHÂN VIÊN VÀ CỘNG ĐỒNG MÀ CHÚNG TÔI PHỤC VỤ.



TransViet tin rằng hiệu quả kinh tế bền vững phải được xây dựng trên sự minh bạch và quản trị vững chắc. Cam kết này được thể hiện rõ nhất trong **Chính sách đạo đức và liêm khiết trong kinh doanh** của chúng tôi.





Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)



Nguyễn Mai Hạnh
Giám đốc Tài chính

Phù hợp với Chiến lược Phát triển Bền vững và ESG của TransViet, chúng tôi cam kết thực hiện đầy đủ trách nhiệm nhằm đóng góp vào tăng trưởng dài hạn, minh bạch và bền vững. Cam kết này được thể hiện thông qua việc tuân thủ nghiêm ngặt các quy định pháp luật và chuẩn mực kế toán hiện hành; lập báo cáo tài chính trung thực, chính xác và kịp thời; cùng với việc xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ hiệu quả nhằm tăng cường tính minh bạch và phòng ngừa rủi ro tài chính.



Năm 2024, bất chấp bối cảnh kinh tế vĩ mô nhiều biến động và sự thay đổi trong xu hướng của du khách, TransViet vẫn duy trì hoạt động ổn định, tối ưu hóa cơ cấu chi phí và tuân thủ các chuẩn mực đạo đức trong mua sắm, tuyển dụng và thực hiện nghĩa vụ thuế.



Tuyên bố này không chỉ đơn thuần là lời khẳng định của một bộ phận mà còn là nguyên tắc cốt lõi, bảo đảm rằng mọi giá trị kinh tế mà TransViet tạo ra đều được xây dựng trên nền tảng liêm chính, trách nhiệm và minh bạch.





Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

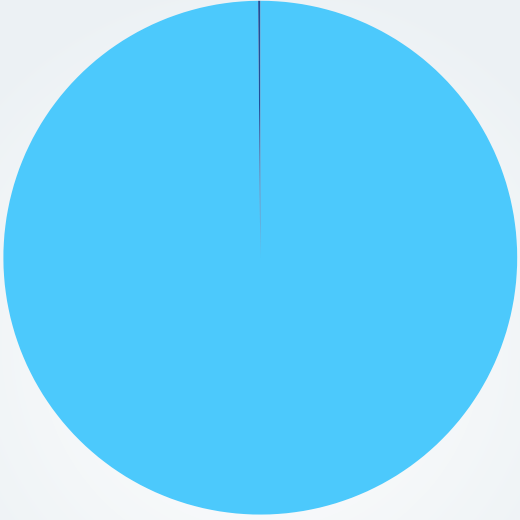

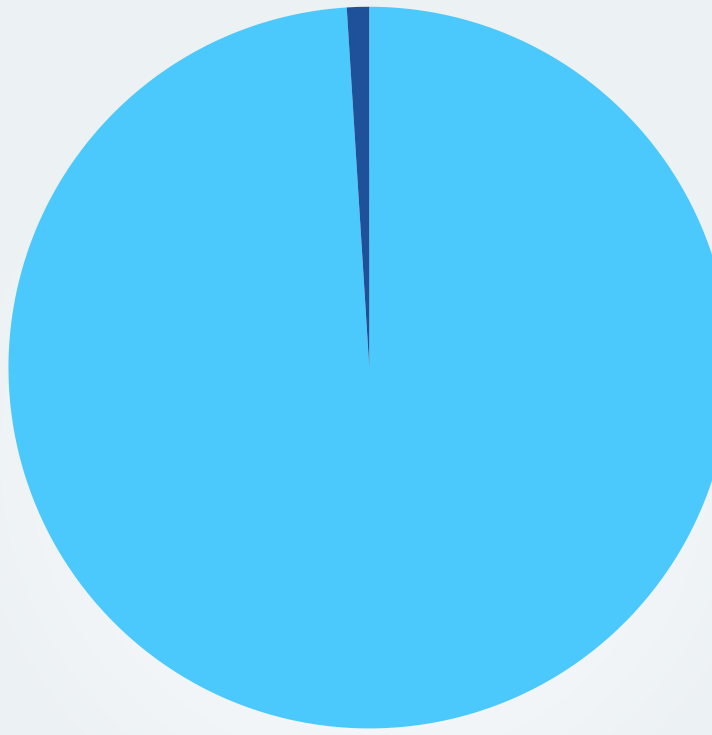
Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

GIÁ TRỊ KINH TẾ SINH RA VÀ PHÂN PHỐI (GRI 201-1)

Năm 2024, TransViet tạo ra hơn 725 tỷ đồng giá trị kinh tế, trong đó hơn 724 tỷ đồng đã được phân phối đến người lao động, nhà cung cấp, cơ quan nhà nước và các bên liên quan khác. Điều này thể hiện cam kết của chúng tôi trong việc chia sẻ giá trị xuyên suốt toàn bộ hệ sinh thái.

GIÁ TRỊ KINH TẾ TRONG NĂM 2024					
GIÁ TRỊ KINH TẾ TẠO RA		GIÁ TRỊ KINH TẾ PHÂN PHỐI		GIÁ TRỊ KINH TẾ CÒN LẠI	
 <p>Doanh thu thuần 99.9%</p> <p>TỔNG CỘNG: 725,188,260,181</p>		 <p>Operating Costs (COGS) 93.8%</p> <p>Business Management Costs 6.2%</p> <p>TỔNG CỘNG: 724,300,117,139</p>		 <p>% Distributed 99.88%</p> <p>TỔNG CỘNG: 888,143,042</p>	
		Chi phí hoạt động (COGS)	679,103,071,644		
Doanh thu thuần	724,222,688,135	Chi phí quản lý doanh nghiệp	44,975,009,735	Cổ tức cho chủ sở hữu/cổ đông	-
Doanh thu tài chính	937,564,046	Chi phí tài chính	-	Đóng góp cho cộng đồng	-
Nguồn thu khác	28,008,000				



Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

LỢI ÍCH DÀI HẠN VÀ HỖ TRỢ TÀI CHÍNH TỪ NHÀ NƯỚC (GRI 201-3 & 201-4)

Lợi ích dài hạn

TransViet bảo đảm rằng toàn bộ người lao động đều được hưởng đầy đủ các chế độ phúc lợi dài hạn theo khung Bảo hiểm Xã hội Việt Nam, bao gồm:

Bảo hiểm xã hội

Bảo hiểm y tế

Bảo hiểm thất nghiệp

Tháng 12/2024:

- 01 100%** người lao động đủ điều kiện đã được tham gia đầy đủ các chế độ bảo hiểm xã hội.
- 02** TransViet hiện chưa triển khai bất kỳ quỹ hưu trí tư nhân hoặc chương trình hưu trí do doanh nghiệp tài trợ nào.
- 03** Tỷ lệ đóng góp được thực hiện theo quy định của Nhà nước: **21,5% do người sử dụng lao động đóng, 10,5% do người lao động đóng.**

Hệ thống bảo trợ xã hội này thể hiện cam kết của TransViet đối với việc bảo đảm công việc bền vững, an sinh kinh tế và một lực lượng lao động ổn định, bền vững.





Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

Hỗ trợ tài chính từ Nhà Nước

Năm 2024, TransViet không nhận bất kỳ hỗ trợ tài chính trực tiếp nào từ phía Nhà nước, bao gồm:



Miễn, giảm thuế



Các khoản hỗ trợ hoặc trợ cấp từ Nhà nước



Các khoản vay ưu đãi hoặc ưu đãi về sử dụng đất

Tuy nhiên, TransViet đã tuân thủ đầy đủ các chính sách tài chính và thỉnh thoảng được hưởng các cơ chế thuế hợp pháp, bao gồm:



Hoàn thuế Giá trị Gia tăng (VAT) cho dịch vụ du lịch ra nước ngoài



Tham gia các chương trình xúc tiến du lịch đồng tổ chức



Những hoạt động này củng cố tính minh bạch, trách nhiệm giải trình của chúng tôi và sự phù hợp với các mục tiêu phát triển quốc gia của Việt Nam.



Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

TĂNG CƯỜNG KHẢ NĂNG PHỤC HỒI KINH TẾ THÔNG QUA LIÊN KẾT ĐỊA PHƯƠNG

Bên cạnh các chỉ số tài chính, khả năng phục hồi của TransViet còn được thể hiện qua cách công ty neo giữ dòng chảy kinh tế trong các hệ sinh thái địa phương:



Hơn 80% hoạt động mua sắm được hướng tới các nhà cung cấp địa phương



Các quan hệ đối tác chiến lược được mở rộng với các nhà cung cấp du lịch cộng đồng



Tiết kiệm chi phí nội bộ từ các hoạt động sử dụng tài nguyên hiệu quả được tái phân bổ cho các hoạt động đổi mới sản phẩm và phát triển nhân sự



Bằng cách tối đa hóa giá trị tạo ra trong nước, TransViet không chỉ duy trì hoạt động của chính mình mà còn nâng cao toàn bộ chuỗi giá trị.



Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

RỦI RO VÀ CƠ HỘI DO BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU (GRI 201-2)

Khi biến đổi khí hậu định hình lại bức tranh du lịch, Transviet ngày càng phải đối mặt với các rủi ro cả ngắn hạn và dài hạn. Đồng thời, chúng tôi coi khả năng chống chịu với biến đổi khí hậu là một cơ hội chiến lược để khác biệt hóa dịch vụ và dẫn dắt xu hướng chuyển đổi sang du lịch xanh.

RỦI RO ĐÃ XÁC ĐỊNH



Gián đoạn hoạt động do các hiện tượng thời tiết cực đoan tại các điểm đến trọng yếu (ví dụ: lũ lụt, sóng nhiệt)



Tăng chi phí do khả năng áp dụng thuế carbon, yêu cầu chứng nhận sinh thái hoặc các quy định nghiêm ngặt hơn về phát thải của hàng không



Sự thay đổi trong sở thích của khách hàng, với nhu cầu ngày càng cao đối với du lịch ít carbon, dựa trên thiên nhiên hoặc phục hồi môi trường

CƠ HỘI MỚI NỔI



Gia tăng sự quan tâm đối với các tour du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch ngoài mùa cao điểm



Hợp tác với các nhà cung cấp được chứng nhận xanh và các cơ sở lưu trú ít phát thải chất thải



Ứng dụng các giải pháp số để giảm sử dụng giấy và các hoạt động tiếp thị có cường độ phát thải carbon cao

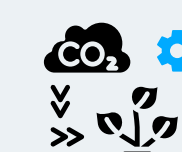
CHIẾN LƯỢC ỨNG PHÓ CỦA CHÚNG TÔI



Lập kế hoạch theo kịch bản và rà soát rủi ro liên quan đến khí hậu hiện đã được tích hợp vào kế hoạch kinh doanh hàng năm



Các chương trình thí điểm "Tour Xanh" đang được mở rộng, với việc sử dụng các vật dụng tái sử dụng, giảm nhựa dùng một lần và các hành trình có ý thức về carbon



Chúng tôi đang đánh giá tính khả thi của việc tham gia các chương trình bù đắp carbon tự nguyện cho các tour quốc tế trong tương lai



Vai trò Kinh tế trong Hệ thống Du lịch Có Trách nhiệm

Giá trị Kinh tế Sinh ra và Phân phối (GRI 201-1)

Lợi ích Dài hạn và Hỗ trợ Tài chính từ Nhà nước (GRI 201-3 & 201-4)

Tăng cường Khả năng Phục hồi Kinh tế thông qua Liên kết Địa phương (GRI 204)

Rủi ro và Cơ hội do Biến đổi Khí hậu (GRI 201-2)

Mặc dù việc công bố thông tin tài chính liên quan đến khí hậu tại Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn đầu, bắt đầu từ năm 2026, TransViet sẽ tham gia Bộ câu hỏi khí hậu của CDP và tích hợp các nội dung liên quan vào báo cáo bền vững của mình theo Bộ tiêu chuẩn GRI - tập trung vào quản trị, rủi ro và các chỉ số phát thải phù hợp với quy mô hoạt động của công ty. Việc tham gia CDP sẽ giúp chúng tôi tăng cường minh bạch, đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao từ khách hàng và các bên liên quan quan tâm đến ESG, đồng thời tiếp tục duy trì GRI như khung nền tảng cho báo cáo.

Sau khi hoàn thành chu kỳ CDP đầu tiên vào khoảng tháng 9/2026, TransViet sẽ tiến hành thiết lập mục tiêu giảm phát thải theo Sáng kiến Mục tiêu dựa trên khoa học (SBTi) vào cuối năm 2026. Đây sẽ là bước tiến quan trọng trong việc chuẩn hóa lộ trình giảm phát thải của chúng tôi theo các phương pháp đo lường được quốc tế công nhận.

Trong những năm tới, chúng tôi cũng sẽ từng bước tham khảo và điều chỉnh theo các khuyến nghị của Nhóm công tác về công bố thông tin tài chính liên quan đến khí hậu (TCFD) nhằm hoàn thiện hơn công tác quản trị rủi ro khí hậu, đánh giá kịch bản và hoạch định chiến lược trong bối cảnh chuyển đổi xanh tại Việt Nam đang tăng tốc. Hiện tại, chúng tôi đang xây dựng năng lực để đo lường và theo dõi các phát thải Phạm vi 1, Phạm vi 2 và một số phát thải Phạm vi 3 được lựa chọn; các ước tính sơ bộ đã được trình bày trong báo cáo này (xem Phần 6: Hiệu quả hoạt động về môi trường). Nhóm công tác ESG của TransViet sẽ tiếp tục giám sát lộ trình công bố thông tin liên quan đến khí hậu và phối hợp với các hiệp hội ngành cũng như chuyên gia để cập nhật các chuẩn mực báo cáo toàn cầu.



Tích hợp các thông tin lựa chọn từ Bộ câu hỏi Khí hậu của CDP

2026



Điều chỉnh theo khuyến nghị của TCFD và SBTi

2027



Thực hiện kế hoạch kiểm soát và cắt giảm phát thải theo lộ trình SBTi

2030

HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG VỀ MÔI TRƯỜNG

(Theo GRI 305, 308, 414 – SDGs 12, 13)

Bảo vệ môi trường là một nguyên tắc cốt lõi trong Chính sách phát triển bền vững & ESG của TransViet Travel. Mặc dù tác động trực tiếp của chúng tôi đến môi trường còn tương đối nhỏ so với các ngành sản xuất, chúng tôi nhận thức rõ những tác động gián tiếp phát sinh từ vận chuyển, lưu trú và các hoạt động trong chuỗi cung ứng. Thông qua việc áp dụng [Chính sách mua sắm và chuỗi cung ứng bền vững](#), chúng tôi cam kết đo lường, quản lý và giảm thiểu các tác động này một cách liên tục, đồng thời điều chỉnh các nỗ lực của mình theo các chuẩn mực bền vững toàn cầu và mục tiêu khí hậu quốc gia của Việt Nam.

TRANSVIET
Travel

Bạn đồng hành tin cậy



QUẢN LÝ KHÍ NHÀ KÍNH VÀ KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG KHÍ HẬU (GRI 305-1 TO 305-5)

Chúng tôi nhận thức rằng du lịch, mặc dù có tiềm năng thúc đẩy giao lưu văn hóa và tăng trưởng kinh tế, có thể để lại dấu ấn môi trường đáng kể nếu không được quản lý cẩn thận. Khi bắt đầu hành trình ESG, việc quản lý phát thải khí nhà kính (GHG) đã trở thành một ưu tiên chiến lược, được tích hợp cả trong hoạt động nội bộ lẫn hợp tác với các nhà cung cấp.

PHÁT THẢI PHẠM VI 1 & 2: THEO DÕI TÁC ĐỘNG NỘI BỘ

Mặc dù TransViet không trực tiếp sở hữu đội phương tiện vận chuyển đường dài hay vận hành các cơ sở tiêu thụ năng lượng lớn, chúng tôi vẫn theo dõi việc sử dụng năng lượng tại các văn phòng. Trong năm 2024, phát thải Phạm vi 2 - phát sinh từ tiêu thụ điện - được ước tính dựa trên hệ số phát thải lưới điện quốc gia Việt Nam năm 2023 (0,6592 tCO₂/MWh). Tổng phát thải đạt 131,021 tCO₂e, tương ứng với 198758 kWh điện tiêu thụ tại các văn phòng ở TP.HCM và Hà Nội (văn phòng Đà Nẵng chưa thể ghi nhận dữ liệu do các hoạt động trong năm 2024 chủ yếu dưới dạng trực tuyến). Không phát sinh phát thải Phạm vi 1 do không có tiêu thụ nhiên liệu trực tiếp hay phương tiện thuộc sở hữu công ty.





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Quản lý Khí nhà kính và Kế hoạch Hành động Khí hậu (GRI 305-1 to 305-5)

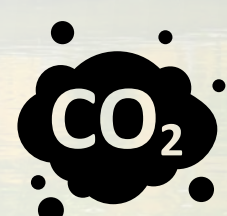
Quản lý Quan hệ với Nhà cung cấp theo Nguyên tắc Trách nhiệm (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

Mục tiêu Chiến lược và Bài học Rút ra



Số dặm bay bán ra

82.710.745 → **2.218.920**
dặm bay tCO₂e



Phát thải từ số dặm bay bán ra

PHÁT THẢI PHẠM VI 3: DỮ LIỆU MỘT PHẦN, CAM KẾT TRỌN VẸN

Trong năm 2024, chúng tôi đã triển khai một chương trình thí điểm để ước tính phát thải Phạm vi 3 từ các chuyến bay đặt qua TransViet, với tổng số hơn 82.710.745 dặm bay bán ra trong năm. Lượng phát thải ước tính đạt 2.218.920 tCO₂e, dựa trên các hệ số tải trung bình và hiệu suất máy bay theo chuẩn ngành. Chương trình này đã cung cấp những hiểu biết quý giá về dấu chân carbon gián tiếp từ hoạt động của chúng tôi.



Quản lý Khí nhà kính và Kế hoạch Hành động Khí hậu (GRI 305-1 to 305-5)

Quản lý Quan hệ với Nhà cung cấp theo Nguyên tắc Trách nhiệm (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

Mục tiêu Chiến lược và Bài học Rút ra



Trong nỗ lực hướng tới sự xuất sắc về môi trường, TransViet nhận thấy rằng việc công bố minh bạch dữ liệu dấu chân carbon là bước đi quan trọng đầu tiên, giúp khách hàng và đối tác có thể đưa ra các lựa chọn du lịch có ý thức hơn.

Cam kết này được thể hiện rõ nét tại tuyến đầu vận hành, cụ thể là Bộ phận bán vé, nơi trực tiếp tương tác với các sản phẩm có tác động môi trường lớn nhất.

Trong tuyên bố riêng của mình, Bộ phận bán vé đã đặt ra mục tiêu trung hạn đầy tham vọng, nhấn mạnh vai trò của mình trong việc hỗ trợ cả khách hàng và đối tác quản lý phát thải:



Cung cấp báo cáo phát thải tổng hợp và chi tiết cho tất cả các tuyến bay và hãng hàng không tới từng khách hàng và đối tác doanh nghiệp.



Bà Đỗ Thị Hoàng Vi
Giám đốc kinh doanh phòng Travel Shop



Quản lý Khí nhà kính và Kế hoạch Hành động Khí hậu (GRI 305-1 to 305-5)

Quản lý Quan hệ với Nhà cung cấp theo Nguyên tắc Trách nhiệm (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

Mục tiêu Chiến lược và Bài học Rút ra

Bên cạnh đội ngũ bán vé, Phòng Dịch vụ Visa đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính minh bạch và an toàn pháp lý cho khách hàng quốc tế. Năm 2024, bộ phận đã thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số, giảm thiểu giấy in và nâng cao chất lượng phục vụ thông qua các quy trình xử lý hồ sơ trực tuyến. Kết quả đạt được vô cùng phần khởi:

✓ Số hóa toàn bộ quy trình tiếp nhận hồ sơ → **100%** khách khai báo qua link/app, không còn kê khai giấy.

✓ Triển khai mô hình visa không giấy tại 4 thị trường (Hàn, Nhật, Úc, Đài Loan).

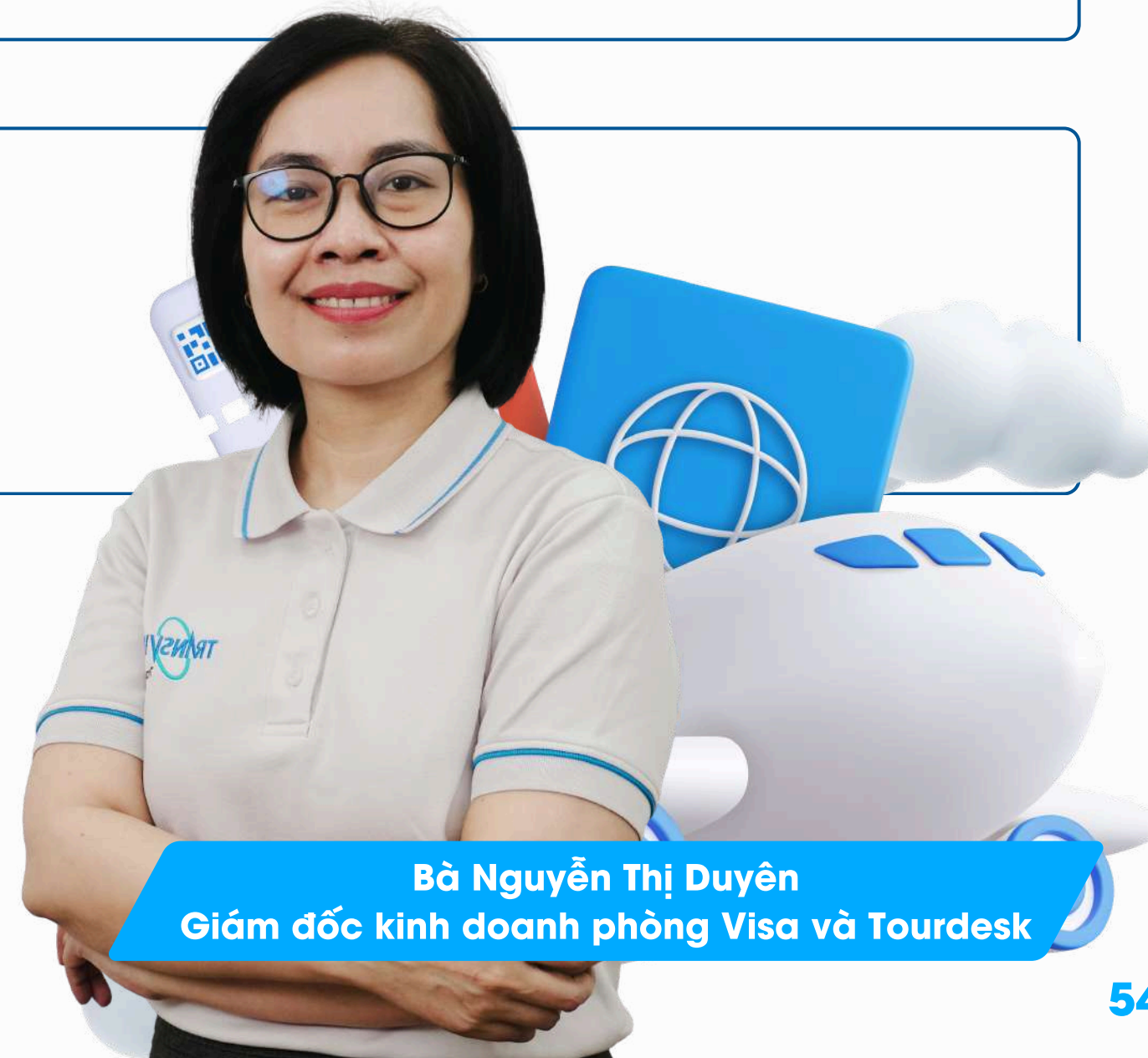
✓ Giảm **85%** lượng giấy in trong năm 2024.

✓ Phát hành tài liệu hướng dẫn visa song ngữ dạng số, cập nhật trực tuyến.

“ Chúng tôi thúc đẩy quy trình visa không giấy, bảo vệ quyền lợi khách hàng, và tăng cường kiểm soát minh bạch nhằm đóng góp vào hệ thống vận hành bền vững của TransViet.

Những cam kết này, cùng với việc triển khai hiện tại là hiển thị thông tin phát thải cho mỗi chuyến bay trên vé điện tử, là một thành phần then chốt trong chiến lược trao quyền cho khách hàng của chúng tôi.

Thông qua các sáng kiến này, chúng tôi không chỉ đơn thuần bán dịch vụ du lịch, mà còn trang bị cho các cá nhân và tổ chức công cụ để hiểu, giúp họ có thể quản lý dấu chân môi trường của mình, cùng TransViet hướng tới một tương lai du lịch bền vững hơn.



Bà Nguyễn Thị Duyên
Giám đốc kinh doanh phòng Visa và Tourdesk



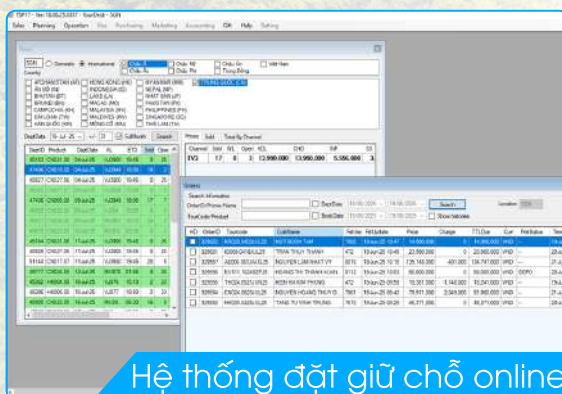
Quản lý Khí nhà kính và Kế hoạch Hành động Khí hậu (GRI 305-1 to 305-5)

Quản lý Quan hệ với Nhà cung cấp theo Nguyên tắc Trách nhiệm (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

Mục tiêu Chiến lược và Bài học Rút ra

Song song với vai trò đảm bảo minh bạch pháp lý của Phòng Dịch vụ Visa, Phòng Tourdesk giữ vị trí tuyến đầu trong việc kết nối khách hàng với hệ sinh thái dịch vụ du lịch của TransViet. Năm 2024, bộ phận tập trung đẩy mạnh số hóa quy trình, giảm tiêu hao tài nguyên và từng bước tích hợp các yếu tố du lịch có trách nhiệm vào hoạt động tư vấn và triển khai tour.

Số hóa quy trình tư vấn & xử lý tour → Báo giá, xác nhận dịch vụ và hồ sơ tour được chuyển sang biểu mẫu điện tử, giảm khoảng **75%** lượng giấy in (khoảng 5000 tờ) so với năm 2023.



Hệ thống đặt giữ chỗ online



Báo giá online



Loại bỏ nhựa dùng một lần trong vận hành nội bộ → **100% nhân sự** sử dụng ly và bình nước tái sử dụng; không còn chai nhựa dùng một lần tại văn phòng.



Nâng cao năng lực đội ngũ tuyến đầu → **100% nhân viên Tourdesk** tham gia tập huấn về dịch vụ khách hàng bền vững và các nguyên tắc ESG cơ bản trong ngành du lịch.



Thông qua các cải tiến trong năm 2024, Phòng Tourdesk từng bước định hình vai trò là mắt xích tích cực trong chuỗi giá trị ESG của TransViet, nơi mỗi quyết định tư vấn và mỗi sản phẩm tour đều hướng tới trải nghiệm có trách nhiệm hơn với môi trường và cộng đồng.



Quản lý Khí nhà kính và Kế hoạch Hành động Khí hậu (GRI 305-1 to 305-5)

Quản lý Quan hệ với Nhà cung cấp theo Nguyên tắc Trách nhiệm (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

Mục tiêu Chiến lược và Bài học Rút ra

Mục tiêu của chúng tôi từ 2024 đến 2026 là phát triển một hệ thống giám sát đầy đủ phát thải Phạm vi 3, bao gồm:

- 01** Đối tác vận chuyển (đường bộ & hàng không)
- 02** Hồ sơ năng lượng của khách sạn
- 03** Lượng chất thải phát sinh tại các điểm tham quan chính

Những hiểu biết này sẽ đặt nền tảng cho các sáng kiến giảm carbon và giúp chúng tôi hướng tới tầm nhìn dài hạn: đo lường - báo cáo - tự nguyện bù đắp phát thải vào năm 2035.

Các biện pháp giảm thiểu & Hành động sơ bộ

Mặc dù năm 2024 là năm đầu tiên tiến hành đo lường cơ sở, TransViet đã triển khai các sáng kiến hướng tới giảm phát thải. Trong đó, nổi bật là những thực hành của các phòng ban như Phòng vé, Visa, GSA, bao gồm:

- 01** Chuyển đổi 100% hệ thống chiếu sáng sang đèn LED tại các văn phòng
- 02** Giảm giấy , số hóa quy trình
- 03** Áp dụng chính sách tắt điện toàn văn phòng sau giờ làm việc

Việc áp dụng các sáng kiến tiết kiệm năng lượng đã cho phép chúng tôi duy trì mức sử dụng điện tại văn phòng Hà Nội, mặc dù số lượng nhân viên và khách hàng tăng so với năm 2023. Bước tiếp theo của chúng tôi là thiết lập các mục tiêu giảm phát thải có thể định lượng vào năm 2025, với các cập nhật tiến độ sẽ được công bố trong các báo cáo tương lai.

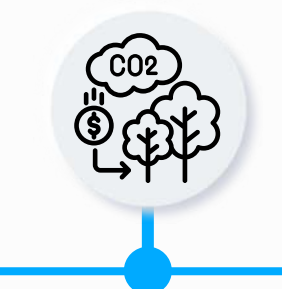
Đo lường



Giảm thiểu



Chuyển đổi



Tái tạo



2023

2035



QUẢN LÝ QUAN HỆ VỚI NHÀ CUNG CẤP THEO NGUYÊN TẮC TRÁCH NHIỆM (GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

Là một công ty du lịch phụ thuộc vào mạng lưới nhà cung cấp rộng khắp, từ các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển đến các đơn vị lữ hành địa phương, TransViet coi việc gắn kết với nhà cung cấp là một công cụ mạnh mẽ để tăng cường tác động bền vững.

Chúng tôi, TransViet, nhận thức rằng chuỗi cung ứng bền vững là xương sống của du lịch có trách nhiệm. Cam kết này không chỉ là một chiến lược doanh nghiệp mà còn được thấm nhuần và thực hành tích cực tại các bộ phận tuyến đầu, đặc biệt là Bộ phận MICE, nơi trực tiếp tương tác với mạng lưới đối tác và nhà cung cấp rộng lớn.



GRI 401-1	Truyền đạt và nâng cao nhận thức về trách nhiệm của người lao động	
GRI 401-2	Các phúc lợi dành cho người lao động toàn thời gian mà người lao động tạm thời hoặc bán thời gian không được hưởng	
GRI 401-3	Nghỉ thai sản / nghỉ chăm sóc con	
GRI 403-1	Hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	
GRI 403-2	Nhận diện mối nguy, đánh giá rủi ro và điều tra sự cố	
GRI 403-3	Dịch vụ y tế nghề nghiệp	
GRI 403-4	Sự tham gia, tham vấn và truyền thông của người lao động về an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	
GRI 403-5	Đào tạo người lao động về an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	





Tuyên bố cam kết ESG của Bộ phận MICE phản ánh rõ ràng nguyên tắc này, nhấn mạnh vai trò chiến lược của bộ phận trong việc hiện thực hóa các mục tiêu phát triển bền vững của công ty:



Bộ phận MICE đóng vai trò chiến lược trong việc thúc đẩy các mục tiêu ESG của TransViet thông qua việc chủ động lựa chọn các nhà cung cấp có thực hành xanh, đạo đức và công bằng; tích hợp giá trị văn hóa và cộng đồng vào các chương trình khách hàng; đồng thời tư vấn cho các đối tác doanh nghiệp về các giải pháp MICE bền vững.



Bà Lu Ngọc Lan
Giám đốc kinh doanh phòng MICE



Hành trình phát triển bền vững của chúng tôi không phải là khái niệm trừu tượng, nó được hiện thực hóa hàng ngày thông qua những quyết định và quan hệ hợp tác thực tế. Hành trình này biến việc lựa chọn nhà cung cấp từ một quy trình vận hành thuần túy thành một đòn bẩy chiến lược để lan tỏa các giá trị bền vững xuyên suốt toàn bộ chuỗi cung ứng.





Trong năm 2024, phòng MICE đã từng bước tích hợp các nguyên tắc môi trường, xã hội và quản trị vào quy trình tổ chức sự kiện, với trọng tâm là giảm thiểu tác động môi trường, thúc đẩy giá trị văn hóa - cộng đồng và nâng cao tính minh bạch trong vận hành. Các nỗ lực này không chỉ đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng doanh nghiệp về tính bền vững, mà còn góp phần định hình cách TransViet thiết kế và triển khai các chương trình MICE theo hướng có trách nhiệm hơn. Những sáng kiến dưới đây thể hiện các bước tiến thực chất mà phòng MICE đã đạt được trong hành trình ESG của mình.

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ ĐỂ GIẢM TÀI NGUYÊN



- Sử dụng mã QR thay thế brochure in và hướng dẫn chương trình tại nhiều sự kiện.
- Ứng dụng thiết bị số trong team building thay cho mật thư/phiếu giấy.

ƯU TIÊN NHÀ CUNG CẤP XANH & ĐỊA PHƯƠNG



- Tăng cường hợp tác với đơn vị vận chuyển địa phương, nhà hàng truyền thống, làng nghề...
- Kết hợp dịch vụ có yếu tố môi trường hoặc xã hội tích cực trong thiết kế chương trình.

TẠO GIÁ TRỊ CHO CỘNG ĐỒNG



- Lồng ghép hoạt động đặc sản địa phương, trình diễn văn hóa dân gian, thăm làng nghề.
- Một số chương trình kết hợp tặng quà cho trường học hoặc hộ gia đình khó khăn.

TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ VỀ ESG



Tổ chức buổi chia sẻ nội bộ về ESG trong du lịch MICE.





Bên cạnh MICE, Non Air cũng là một bộ phận đóng vai trò quan trọng, là cầu nối” giữa doanh nghiệp và mạng lưới nhà cung cấp đa dạng. Non Air trực tiếp ảnh hưởng đến lựa chọn dịch vụ lưu trú, vận chuyển, họp, hội nghị và các yếu tố liên quan đến an toàn, phúc lợi và tác động môi trường. Bộ phận đã chủ động thử nghiệm các giải pháp bền vững, từ số hóa tài liệu đến ưu tiên nhà cung cấp có trách nhiệm, qua đó góp phần giảm phát thải, tiết kiệm tài nguyên và thúc đẩy chuỗi giá trị bền vững trong hoạt động du lịch công tác. Năm 2024 đánh dấu bước chuyển quan trọng của bộ phận Non Air trong hành trình tích hợp ESG vào dịch vụ công tác như:

MÔI TRƯỜNG



- Khuyến khích và hỗ trợ khách hàng sử dụng xe Hybrid cho các chuyến công tác nội thành để giảm phát thải CO₂.
- Ưu tiên sử dụng quà tặng thân thiện môi trường, thủ công hoặc tái sử dụng.

XÃ HỘI



Đảm bảo an toàn và sức khỏe cho khách đi công tác thông qua việc lựa chọn các nhà cung cấp đáng tin cậy.

QUẢN TRỊ



- Bắt đầu ứng dụng công nghệ trong quản lý dịch vụ, hướng tới số hóa quy trình đặt chỗ, giúp giảm lỗi và tăng minh bạch.
- Duy trì quy trình kiểm soát chất lượng dịch vụ để đảm bảo tuân thủ ngân sách và quy định công tác của khách hàng doanh nghiệp.





Non Air cam kết đưa các tiêu chí bền vững vào từng quyết định đặt dịch vụ, để mỗi hành trình công tác không chỉ hiệu quả mà còn có trách nhiệm với cộng đồng và môi trường

Bà Phan Thị Như Trâm
Giám đốc kinh doanh phòng CTS - Non Air





TIÊU CHÍ ESG ĐỐI VỚI NHÀ CUNG CẤP MỚI

Vào cuối năm 2024, chúng tôi đã giới thiệu một danh sách tiêu chí ESG cơ bản áp dụng cho các đối tác mới trong ba lĩnh vực cốt lõi:



Nơi lưu trú



Di chuyển



Vận hành tour địa phương

TIÊU CHÍ MÔI TRƯỜNG (GRI 308)

Thực hành giảm năng lượng

Tối thiểu hóa chất thải và nhựa

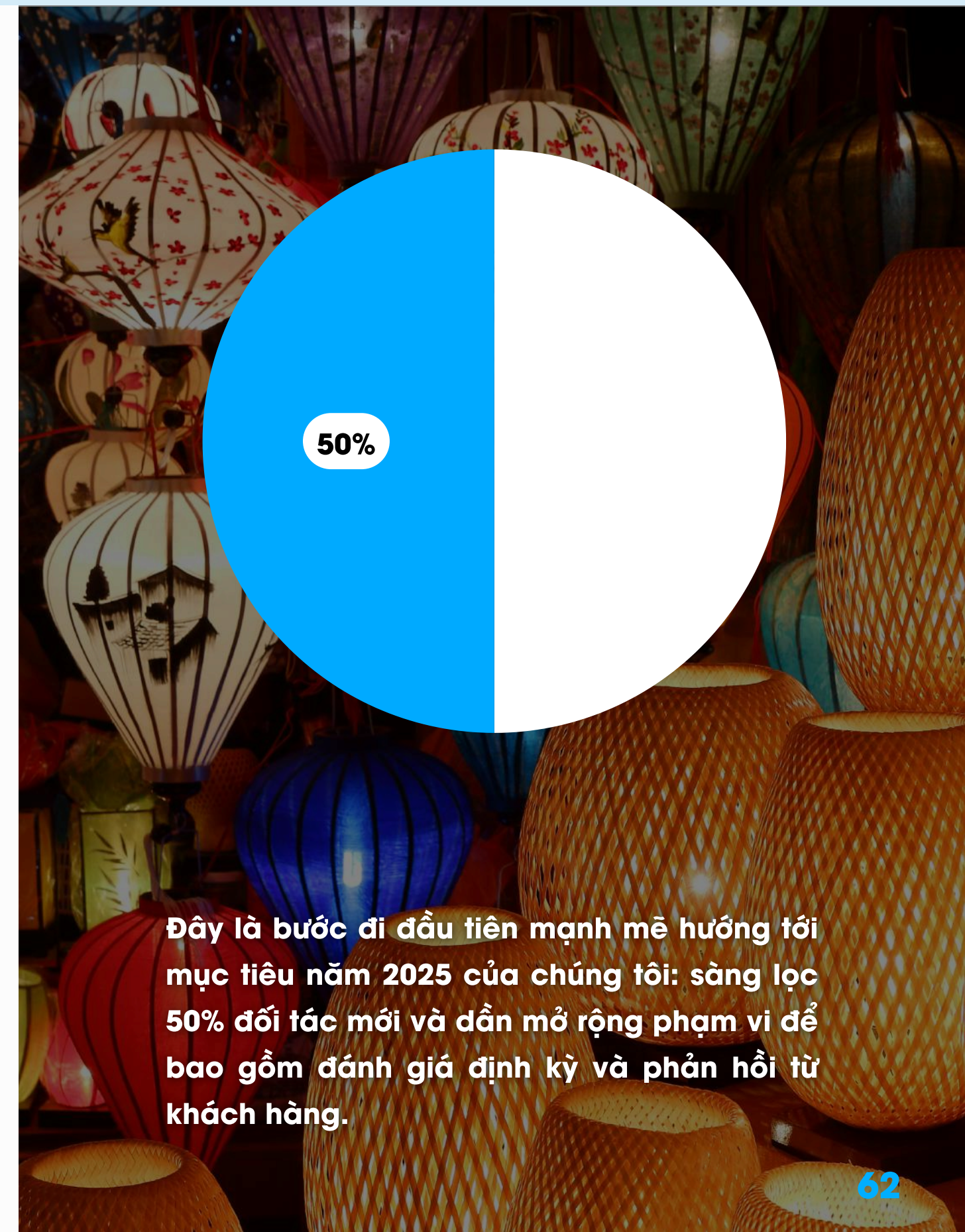
Giấy phép môi trường

TIÊU CHÍ XÃ HỘI (GRI 414)

Cam kết không phân biệt đối xử

Không sử dụng lao động trẻ em hoặc cưỡng bức làm việc

Điều kiện làm việc an toàn



50%

Đây là bước đi đầu tiên mạnh mẽ hướng tới mục tiêu năm 2025 của chúng tôi: sàng lọc 50% đối tác mới và dần mở rộng phạm vi để bao gồm đánh giá định kỳ và phản hồi từ khách hàng.



TIẾN TỚI HOÀN THIỆN HỆ THỐNG QUẢN LÝ NHÀ CUNG CẤP

Năm 2024, không ghi nhận vi phạm ESG nghiêm trọng hay khiếu nại từ khách hàng. Tuy nhiên, chúng tôi đang xây dựng một khuôn khổ bài bản hơn để:

- 01** Thu thập dữ liệu tuân thủ định kỳ từ các đối tác
- 02** Áp dụng bảng điểm ESG trong việc gia hạn hợp đồng
- 03** Ưu tiên các nhà cung cấp có chứng nhận môi trường/xã hội được xác thực

Chúng tôi tin rằng thông qua hợp tác và minh bạch, chuỗi cung ứng của chúng tôi có thể trở thành động lực cho thay đổi tích cực, tạo điều kiện cho tiêu dùng có trách nhiệm, bảo vệ điểm đến và thực hành lao động đạo đức.

PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN

Cách tiếp cận bền vững đối với nhà cung cấp của chúng tôi được hình thành thông qua:

- 01** Tham vấn nội bộ với các đội ngũ vận hành và quản lý tour
- 02** Khảo sát khách hàng về sự quan tâm đối với các sản phẩm du lịch ít tác động
- 03** Đối thoại trực tiếp với các nhà cung cấp để giải thích kỳ vọng ESG và xây dựng sự hiểu biết chung

Quy trình bao trùm này giúp tinh chỉnh chính sách nhà cung cấp và ưu tiên các hành động khả thi, chẳng hạn như cải thiện hiệu quả sử dụng tài nguyên và giảm sự phụ thuộc vào các đối tác có hiệu suất ESG chưa rõ ràng.



MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC VÀ BÀI HỌC RÚT RA

ĐẾN NĂM 2025

Phương pháp cơ sở và khung bao phủ phát thải Scope 3

ĐẾN NĂM 2025

Sàng lọc ESG 50% đối với các nhà cung cấp mới

ĐẾN NĂM 2026

Bảng điều khiển theo dõi Scope 3 với dữ liệu đầu vào từ các nhà cung cấp

ĐẾN NĂM 2026

Tuân thủ ESG được tích hợp vào hợp đồng gia hạn với nhà cung cấp

ĐẾN NĂM 2030

Giảm cường độ phát thải GHG trên mỗi khách tour xuống 10% so với năm 2025

Bài học ban đầu cho thấy tầm quan trọng của việc bảo đảm các tiêu chí ESG phù hợp với khả năng vận hành thực tế, cũng như nhu cầu thiết lập các hệ thống chuyên biệt để theo dõi dữ liệu phát thải Phạm vi 3 từ nhiều đối tác khác nhau. Nhóm ESG của chúng tôi sẽ tiếp tục đồng hành và hỗ trợ các phòng ban cùng nhà cung cấp trong hành trình này, với nhận thức rằng mỗi cải tiến nhỏ ở từng điểm chạm đều góp phần tạo nên những kết quả bền vững lâu dài.

TRÁCH NHIỆM VỀ SẢN PHẨM VÀ QUYỀN LỢI KHÁCH HÀNG

(GRI 416, 417)



Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ VÀ AN TOÀN TOUR (GRI 416-1, 416-2)

Sức khỏe và sự an toàn của khách hàng là ưu tiên hàng đầu. Chúng tôi tin rằng du lịch nên mang lại trải nghiệm phong phú và an toàn, vừa thỏa mãn về mặt tinh thần, vừa bảo đảm an toàn về thể chất, đồng thời phải đảm bảo sự minh bạch. Cam kết của chúng tôi về trách nhiệm sản phẩm dựa trên ba mục chính:

Phòng ngừa

Ứng phó kịp thời

Cải tiến liên tục

Trong suốt năm 2024, một khuôn khổ đánh giá rủi ro toàn diện đã định hướng các tour du lịch của chúng tôi. Các yếu tố an toàn được tích hợp ở mọi giai đoạn, từ thiết kế hành trình và lựa chọn nhà cung cấp đến vận hành tour và thu thập phản hồi sau chuyến đi.

ĐIỂM NỔI BẬT TRONG ĐÁNH GIÁ RỦI RO SỨC KHỎE & AN TOÀN:

01

Đánh giá 100% tour trong nước và 100% tour quốc tế về các rủi ro liên quan đến thời tiết cực đoan, vận chuyển, an toàn thực phẩm và cơ sở hạ tầng y tế địa phương.

02

Yêu cầu tất cả hướng dẫn viên phải tham gia đào tạo sơ cứu cơ bản và ứng phó khẩn cấp, khóa đào tạo này được tích hợp vào giấy phép hướng dẫn du lịch của họ.

03

Thực hiện kiểm toán định kỳ các nhà cung cấp vận chuyển và lưu trú để đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn.





Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

SỰ CỐ VÀ VI PHẠM (2024):



Ghi nhận các sự cố liên quan đến an toàn

Các trường hợp không tuân thủ quy định

Vi phạm chính sách nội bộ

Một trường hợp đáng chú ý liên quan đến việc lừa đảo mạo danh nhân viên TransViet để đánh lừa khách hàng. Các đội Marketing và Chăm sóc khách hàng đã nhanh chóng phát đi cảnh báo công khai trên tất cả các kênh chính thức và thiết lập quy trình đường dây nóng để hỗ trợ khách hàng bị ảnh hưởng.

Những trải nghiệm này đã khẳng định lại nhu cầu về việc thẩm định đối tác chặt chẽ hơn và tăng cường phối hợp giữa các phòng ban, đặc biệt là giữa Vận hành, Chăm sóc khách hàng và Marketing.





Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

TRUYỀN THÔNG MINH BẠCH VÀ TIẾP THỊ SẢN PHẨM (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

TransViet cam kết cung cấp thông tin tour minh bạch, chính xác và dễ tiếp cận. Tất cả các sản phẩm được công bố với nội dung chuẩn hóa trên mọi kênh, bao gồm website, fanpage, brochure và các nền tảng đối tác.



Bà Lê Nhựt Thiên Ân
Trưởng phòng Marketing

Với vai trò là đơn vị cốt lõi định hình thương hiệu và truyền thông bên ngoài của TransViet, Bộ phận Marketing đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy sứ mệnh bền vững của chúng tôi. Chúng tôi cam kết tích hợp các giá trị ESG vào từng thông điệp chia sẻ, đảm bảo truyền thông minh bạch, có trách nhiệm và truyền cảm hứng.

Bằng việc lồng ghép các chủ đề bền vững vào tất cả các chiến dịch lớn và thúc đẩy du lịch có trách nhiệm thông qua các kênh ưu tiên kỹ thuật số, ít tác động, chúng tôi hướng tới nâng cao nhận thức cộng đồng và khuyến khích lựa chọn du lịch có ý thức.



Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

THÔNG TIN BẮT BUỘC PHẢI CÔNG BỐ TRÊN CÁC SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ CỦA CHÚNG TÔI BAO GỒM:

- ✓ Lịch trình chi tiết theo ngày
- ✓ Giá bán đầy đủ và các phụ phí áp dụng
- ✓ Chính sách hủy và đổi lịch rõ ràng
- ✓ Thời điểm cập nhật lần cuối cho từng sản phẩm tour
- ✓ Các hạn chế về sức khỏe hoặc du lịch (nếu có)
- ✓ Thông tin chuyến bay và khách sạn (nếu liên quan)
- ✓ Đánh giá của khách hàng và phản hồi trước đó

100% ĐẦY ĐỦ

Trong năm 2024, 100% các gói tour trong nước và quốc tế đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn công bố thông tin. Các tour đặt theo yêu cầu và sản phẩm kết hợp cũng được cập nhật liên tục. Những sai sót nhỏ, chẳng hạn như cập nhật chậm do thay đổi đối tác muợn, đã được giải quyết thông qua hệ thống cập nhật nội dung được cải tiến, phối hợp cùng đội ngũ Vận hành.



Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng



TUÂN THỦ MARKETING VÀ GẮN NHÃN:



Vi phạm luật quảng cáo quốc gia

Vi phạm hướng dẫn marketing nội bộ

Khiếu nại liên quan đến khuyến mãi gây hiểu lầm

Hệ thống phản hồi đa kênh của TransViet cho phép khách hàng nêu các vấn đề liên quan đến độ chính xác thông tin hoặc trải nghiệm dịch vụ thông qua đường dây nóng, phiếu đánh giá sau tour hoặc tin nhắn trên mạng xã hội. Những phản hồi này được xem xét hàng quý và trực tiếp định hướng cho việc cập nhật nội dung marketing cũng như phát triển sản phẩm.



Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

CHỈ SỐ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG (2024):

8.6/10

Điểm hài lòng trung bình

~97%

Tỷ lệ phản hồi khiếu nại trong vòng 48 giờ

30%

Tỷ lệ phản hồi khiếu nại trong vòng 48 giờ

Các bài học rút ra bao gồm việc tăng cường kiểm soát nội dung trên nhiều kênh và cải thiện khả năng phối hợp theo thời gian thực giữa bộ phận Marketing, Vận hành và Chăm sóc khách hàng nhằm đảm bảo thông tin truyền tải luôn thống nhất với điều kiện thực tế của hành trình.





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

TĂNG CƯỜNG QUẢN TRỊ SẢN PHẨM TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG

TransViet định nghĩa Trách nhiệm sản phẩm không chỉ là cung cấp các dịch vụ du lịch chất lượng cao mà còn là trao quyền cho khách hàng đưa ra những lựa chọn phù hợp với các giá trị và mục tiêu bền vững của riêng họ.

Cam kết này được thể hiện qua Bộ phận Dịch vụ du lịch doanh nghiệp (CTS), đội ngũ tuyển đầu phục vụ các đối tác doanh nghiệp và khách hàng đa quốc gia.





Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

TRONG TUYÊN BỐ CỦA MÌNH, ĐỘI NGŨ CTS ĐÃ LÀM RÕ VAI TRÒ CỦA HỌ NHƯ MỘT NHÂN TỐ THÚC ĐẨY HỢP TÁC BỀN VỮNG THỰC THỤ:



Chúng tôi chủ động tham gia và đồng hành cùng khách hàng trong các sáng kiến bền vững của họ, tăng cường giá trị quan hệ đối tác dài hạn và hỗ trợ từng đối tác đạt được các mục tiêu ESG.

Bà Trần Hoài Thu
Giám đốc kinh doanh phòng CTS - Air



Tuyên bố này củng cố vị thế của CTS không chỉ là nhà cung cấp dịch vụ mà còn là đối tác chiến lược trong hành trình phát triển bền vững của từng khách hàng.



Cam kết này được hiện thực hóa thông qua các hành động cụ thể, chẳng hạn như tích hợp dữ liệu phát thải CO₂ vào quản lý chuyến đi công tác, cảnh báo phát thải, cung cấp các lựa chọn “hành trình xanh”, giúp khách hàng theo dõi và quản lý tác động từ các chuyến đi công tác phù hợp với cam kết của họ.



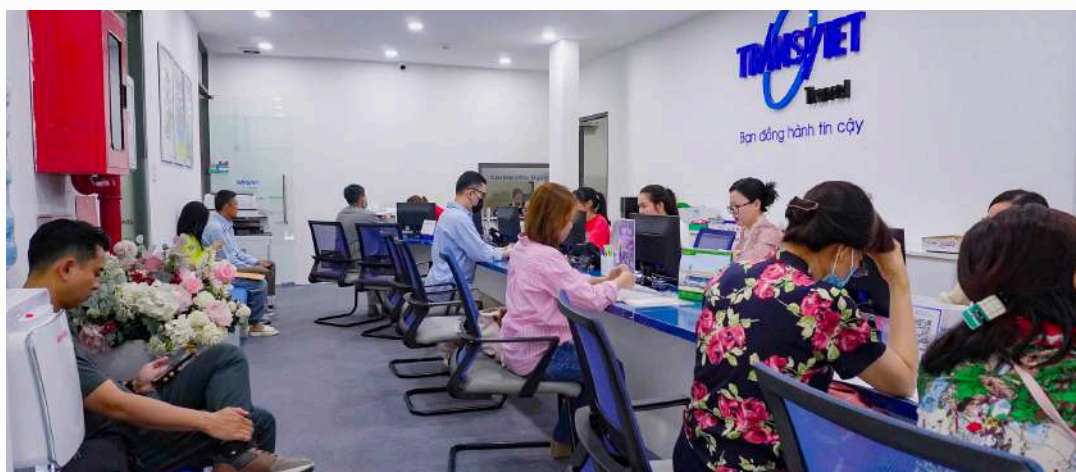
Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

NHỮNG NỖ LỰC ĐIỂN HÌNH CỦA CTS TRONG NĂM 2024:

TÍCH HỢP ESG VÀO SẢN PHẨM & TƯ VẤN CHO KHÁCH HÀNG



- Ưu tiên giới thiệu hành trình tối ưu phát thải, cung cấp thông tin CO₂ trong báo giá.
- Tự động thêm cảnh báo môi trường (CO₂) trong báo giá cho khách hàng có chính sách ESG.
- Áp dụng biểu tượng “Green Trip” cho các hành trình thân thiện môi trường.

QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG & LỰA CHỌN DỊCH VỤ BỀN VỮNG

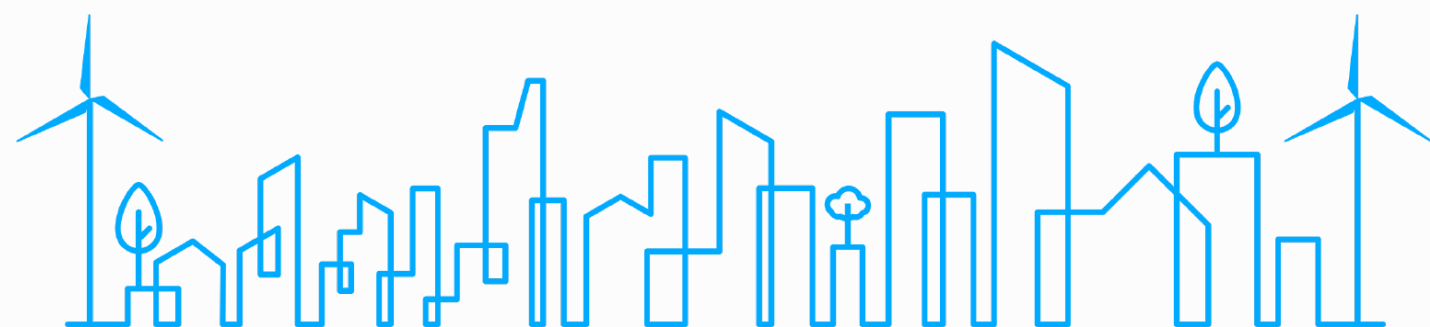


- Ưu tiên khách sạn và dịch vụ có chứng nhận “bền vững” trong hệ thống GDS.
- Kết nối dữ liệu CO₂ từ hệ thống GDS của CWT vào báo cáo nội bộ để theo dõi phát thải theo từng khách hàng.

NÂNG CAO NĂNG LỰC NỘI BỘ & TĂNG CƯỜNG TRUYỀN THÔNG ESG



- Tổ chức chia sẻ nội bộ định kỳ về ESG (case “đặt vé xanh”, hành trình bền vững...).
- Đào tạo nhân sự theo yêu cầu ESG của từng khách hàng lớn (mua sắm có trách nhiệm, giao tiếp thân thiện môi trường...).
- Tối ưu quy trình bằng công cụ số để giảm giấy trong báo giá, phiếu xác nhận và lịch trình.
- Tham gia các chiến dịch truyền thông ESG của khách hàng với vai trò TMC đồng hành.





Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

Trong hệ sinh thái của TransViet, song song với mạng lưới khách hàng doanh nghiệp của CTS, Phòng Sales GSA đóng vai trò trung tâm trong việc kết nối các hãng bay với mạng lưới đối tác gồm đại lý, doanh nghiệp và khách hàng cuối cùng. Nhận thức sâu sắc về tác động môi trường đáng kể của ngành hàng không, Phòng Sales GSA xác định rõ trách nhiệm trong việc định hướng và thúc đẩy các tiêu chuẩn kinh doanh có trách nhiệm, góp phần giảm thiểu dấu ấn carbon và nhân rộng các thực hành bền vững trên toàn bộ chuỗi giá trị.

NĂM 2024 ĐÁNH DẤU MỘT BƯỚC TIẾN CỤ THỂ TRONG CAM KẾT NÀY THÔNG QUA HÀNG LOẠT SÁNG KIẾN THIẾT THỰC:

MÔI TRƯỜNG



- Áp dụng tài liệu điện tử và QR code trong hầu hết sự kiện với các đại lý để giảm in ấn.
- Khuyến khích đại lý và đối tác sử dụng sản phẩm, dịch vụ hàng không có chứng nhận bền vững.

XÃ HỘI



- Truyền thông nội bộ và với đại lý về tiêu chuẩn du lịch có trách nhiệm.
- Lồng ghép giá trị văn hóa - cộng đồng vào các sự kiện và chương trình hợp tác.
- Khuyến khích đội ngũ bán hàng áp dụng hành vi nghề nghiệp phù hợp với chuẩn ESG.

QUẢN TRỊ



- Ưu tiên hợp tác với nhà cung cấp, hãng hàng không có chính sách ESG rõ ràng.
- Chuẩn hóa quy trình đánh giá nhà cung ứng theo tiêu chí xanh và trách nhiệm.



Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng



Chúng tôi cam kết đồng hành cùng các hãng hàng không và đại lý trong việc thúc đẩy hoạt động tiếp thị – bán hàng minh bạch và thân thiện với môi trường, đặt trách nhiệm xã hội và sự liêm chính vào trọng tâm của mọi quan hệ hợp tác.



**Bà Nguyễn Thị Hạnh Dung
Trưởng nhóm phòng GSA**



Chất lượng Dịch vụ và An toàn Tour (GRI 416-1, 416-2)

Truyền thông Minh bạch và Tiếp thị Sản phẩm (GRI 417-1, 417-2, 417-3)

Tăng cường Quản trị Sản phẩm Tập trung vào Khách hàng

Để đảm bảo rằng trách nhiệm sản phẩm không chỉ là một chính sách mà còn là thực hành sống động, TransViet đã chính thức hóa các cơ chế sau:

CAM KẾT CHÍNH SÁCH

- Cam kết minh bạch 100% các sản phẩm
- Bộ Quy tắc ứng xử cho các đối tác dịch vụ
- Quy trình khẩn cấp cho hướng dẫn viên

ĐÀO TẠO & ĐỒNG BỘ NỘI BỘ

- Hợp tác liên phòng ban giữa Marketing, Chăm sóc khách hàng và các đội ngũ Sản phẩm
- Xem xét phản hồi khách hàng hàng quý để điều chỉnh nội dung
- Khảo sát khách hàng định kỳ để đảm bảo truyền thông phù hợp với kỳ vọng của họ

TƯƠNG TÁC VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

- Tích hợp phản hồi từ hướng dẫn viên và các đối tác
- Hội thảo đồng tổ chức với các bên liên quan để thường xuyên cập nhật những nhu cầu và vấn đề quan tâm

Những thực hành này không chỉ nâng cao niềm tin mà còn đặt ra tiêu chuẩn cao hơn cho tiếp thị đạo đức và du lịch an toàn trong toàn ngành du lịch Việt Nam.



1738_Lâm Nhật Quang

Mình đi tour Nhật Bản ngày 5/8 cùng chị Hdv tên Moon. Nhìn chung tour tuy đi hơi vội nên có lẽ phù hợp với ai thích checkin chứ ko phù hợp cho ai cần mua sắm. Nên hỏi kỹ bên transviet trước khi đặt tour cho đúng nhu cầu. Chị hdv vui tính, tận tình, giới thiệu nhiều cái hay mà ít khi được nghe thấy trên báo, truyền hình...



Hai Tran

Tôi đã sử dụng nhiều dịch vụ tại TransViet trong nhiều năm qua. Từ các chuyến tham quan đến dịch vụ book phòng, vé máy bay. Các dịch vụ cty cung cấp đều rất tốt và chuyên nghiệp. Nhân viên rất thân thiện, ai cũng dễ thương. Hướng Dẫn Viên đều có trình độ tốt và phục vụ rất chu đáo. Chắc chắn tôi sẽ tiếp tục chọn TransViet trong tương lai.



Bạn đồng hành tin cậy

CON NGƯỜI VÀ KHÔNG GIAN LÀM VIỆC

(Theo GRI 401, 403 – SDG 8)



TUYỂN DỤNG VÀ PHÚC LỢI NHÂN VIÊN

Con người là nền tảng cho sự bền bỉ của TransViet và là động lực cho hành trình phát triển bền vững của chúng tôi. Chúng tôi cam kết xây dựng một môi trường làm việc minh bạch, hỗ trợ và bao dung, nơi mọi nhân viên đều được tôn trọng, bảo vệ và trao quyền để phát triển cả về chuyên môn lẫn cá nhân.



Trong ngành du lịch và khách sạn, nơi con người là trung tâm của mọi trải nghiệm, Bộ phận Hành chính - Nhân sự cam kết xây dựng nền tảng lực lượng lao động bền vững, linh hoạt và có trách nhiệm cho TransViet. Sứ mệnh của chúng tôi là đảm bảo môi trường làm việc minh bạch và bao trùm, tối ưu hóa vận hành nội bộ và vun đắp văn hóa quan tâm, tôn trọng và đa dạng tại tất cả các chi nhánh. Chúng tôi tích hợp các nguyên tắc ESG vào quy trình nhận việc, đào tạo và đánh giá hiệu suất, trao quyền cho mỗi nhân viên trở thành một “Đại sứ” trong công việc hàng ngày.



Bà Huỳnh Thị Lệ Cẩm
Giám đốc Hành chính - Nhân sự



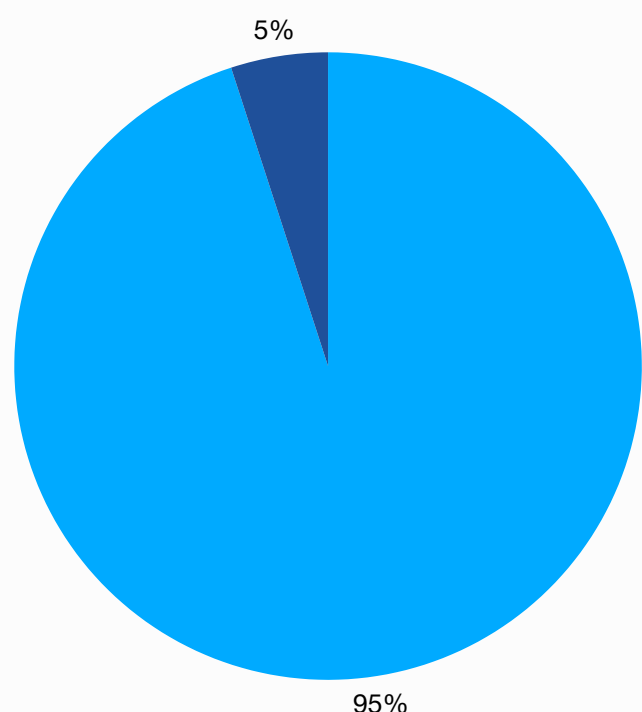
Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp

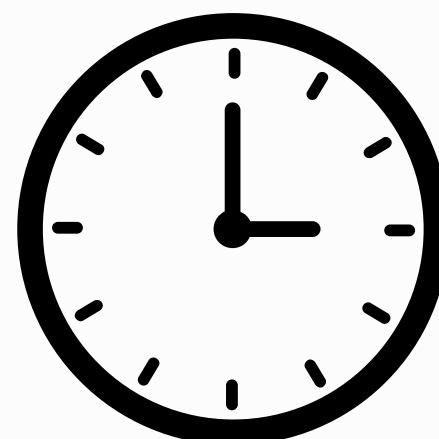
CƠ CẤU NHÂN SỰ & TỶ LỆ NHÂN VIÊN THAY ĐỔI

Tính đến cuối năm 2024, TransViet duy trì lực lượng lao động ổn định, với 95% nhân viên làm việc theo hợp đồng toàn thời gian và tổng cộng 309.264 giờ làm việc. Trong năm, công ty đã tuyển dụng 27 nhân sự mới, trong khi 35 nhân viên nghỉ việc, chủ yếu là những cá nhân dưới 30 tuổi, với lý do cá nhân hoặc tìm kiếm cơ hội trải nghiệm mới



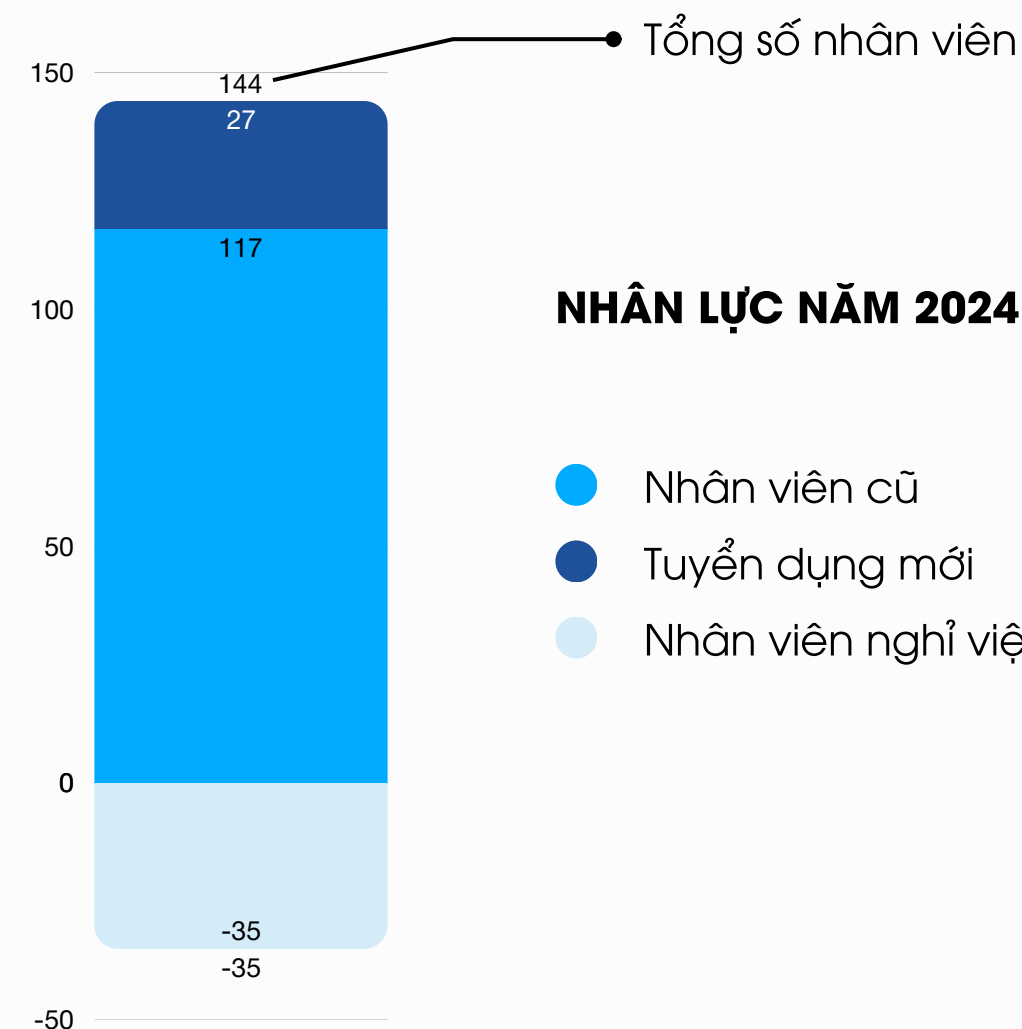
CƠ CẤU NHÂN VIÊN THEO LOẠI HÌNH LAO ĐỘNG

- Hợp đồng toàn thời gian
- Hợp đồng bán thời gian



309.264

Thời gian làm việc



NHÂN LỰC NĂM 2024

- Nhân viên cũ
- Tuyển dụng mới
- Nhân viên nghỉ việc



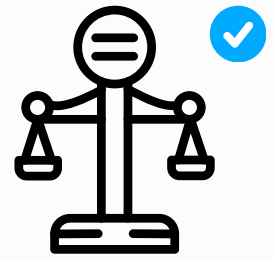
Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

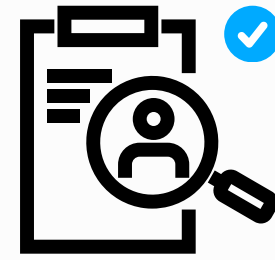
Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp

CHÍNH SÁCH TUYỂN DỤNG & PHÚC LỢI

Chính sách nhân sự của chúng tôi được xây dựng trên các nguyên tắc:



Không phân biệt đối xử và cơ hội bình đẳng



Thăng tiến nội bộ khi có thể



Chế độ đãi ngộ minh bạch dựa trên hiệu suất

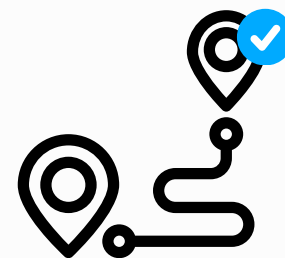
Nhân viên toàn thời gian được hưởng:



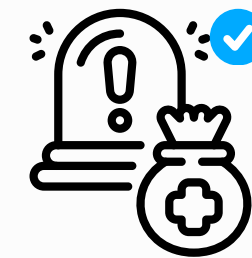
Bảo hiểm xã hội, y tế và thất nghiệp bắt buộc



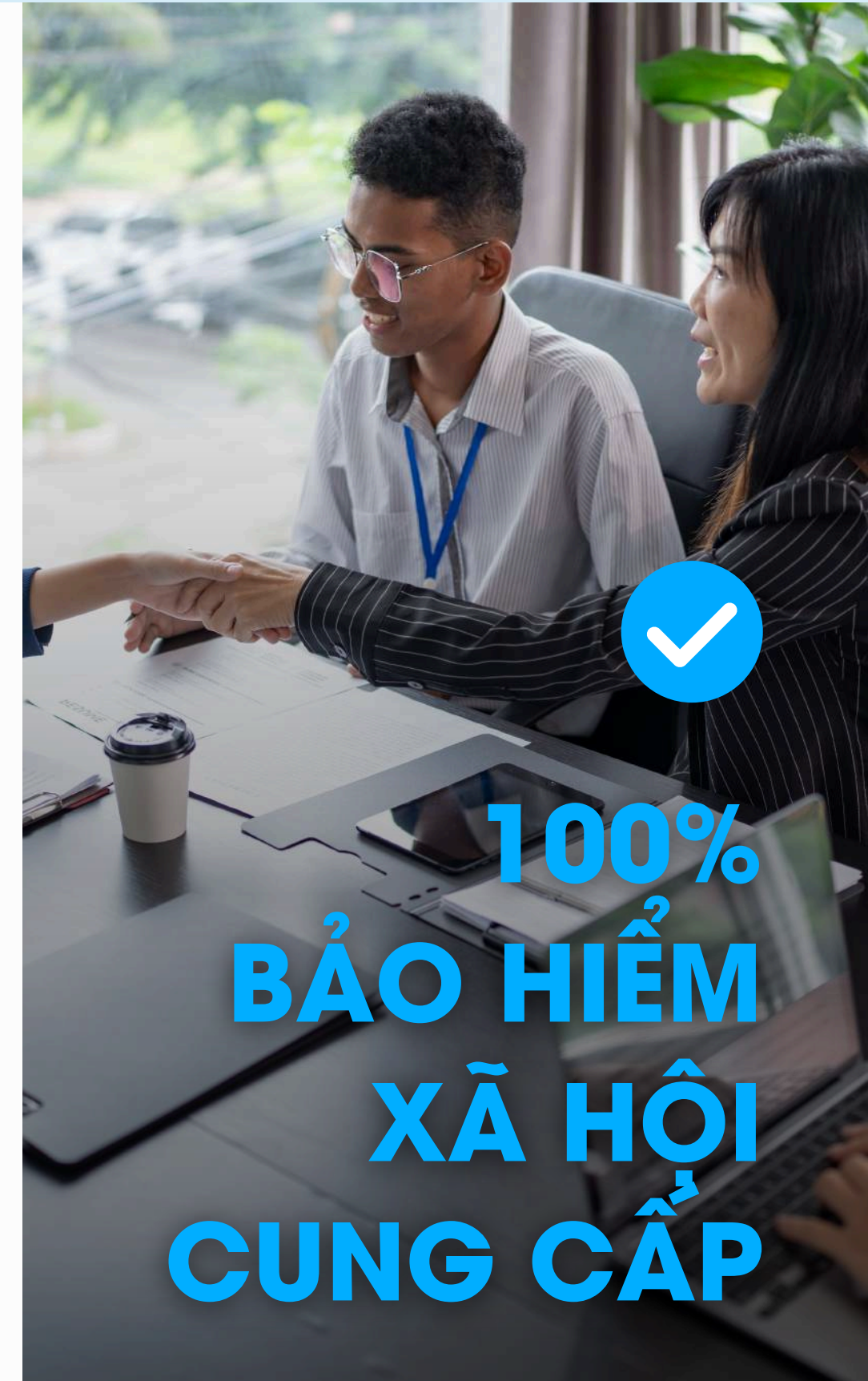
Khám sức khỏe định kỳ



Các chuyến đi và hoạt động team - building do công ty tài trợ



Quỹ hỗ trợ cho các vấn đề gia đình, sinh nhật và các nhu cầu khẩn cấp



**100%
BẢO HIỂM
XÃ HỘI
CUNG CẤP**



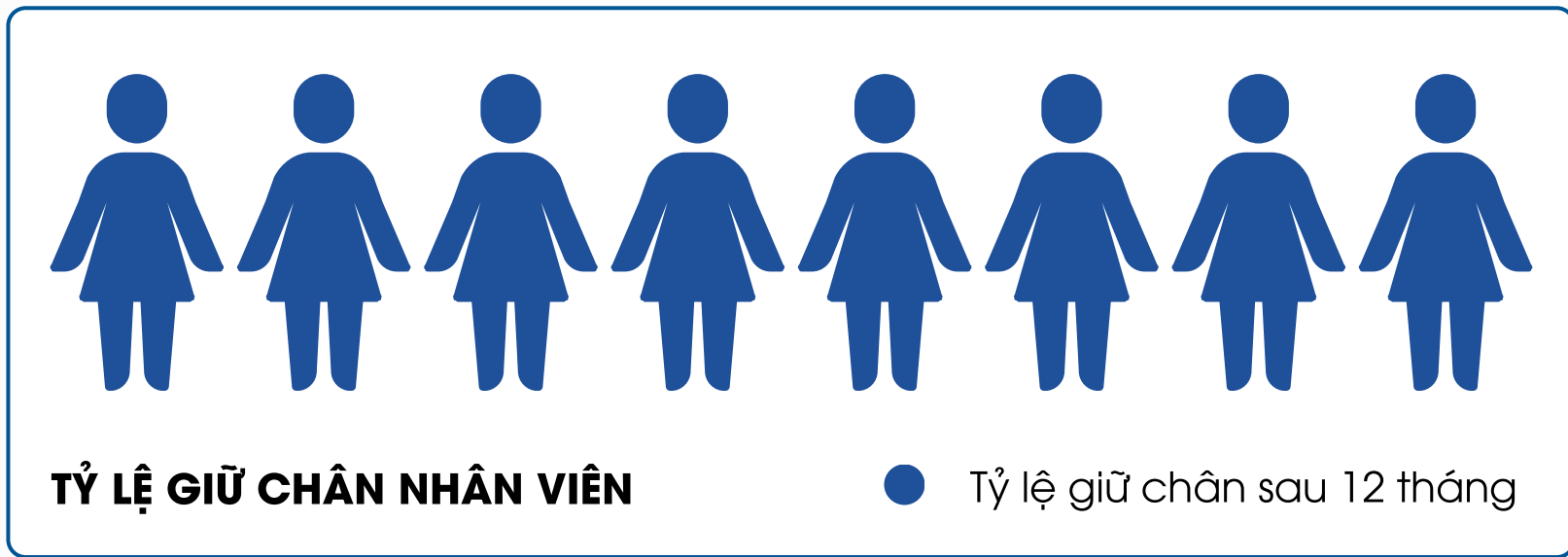
Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp

CHÍNH SÁCH NGHỈ THAI SẢN

Trong năm 2024, có 8 nhân viên nữ nghỉ thai sản, tất cả đều quay trở lại làm việc. Tỷ lệ giữ chân sau 12 tháng nghỉ thai sản đạt 100%.



ĐÀO TẠO & GẮN KẾT NỘI BỘ

Chúng tôi triển khai đào tạo kỹ năng mềm, các khóa học ngôn ngữ và các chương trình ghi nhận nhân viên định kỳ. Nhân viên được khuyến khích đóng góp phản hồi và ý tưởng thông qua khảo sát và các buổi đối thoại với ban lãnh đạo.





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tinh Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp



AN TOÀN VÀ SỨC KHỎE NGHỀ NGHIỆP

Trong một ngành nhịp độ cao và trực tiếp phục vụ khách hàng như du lịch, TransViet coi sức khỏe và an toàn nghề nghiệp là một trụ cột then chốt trong phát triển lực lượng lao động bền vững.

HỆ THỐNG QUẢN LÝ & PHẠM VI BAO PHỦ

100% nhân viên được bao phủ bởi hệ thống An toàn & Sức khỏe Nghề nghiệp (OHS) nội bộ của TransViet, tuân thủ Luật An toàn và Vệ sinh Lao động của Việt Nam và đang trong lộ trình để phù hợp với tiêu chuẩn ISO 45001 trong tương lai.



Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp



QUẢN LÝ RỦI RO & CHUẨN BỊ KHẨN CẤP

Trong năm 2024, chúng tôi ghi nhận tỷ lệ tai nạn nghề nghiệp nghiêm trọng là 0%, nhờ việc áp dụng các kỳ nghỉ bắt buộc giữa các tour dài và giám sát khối lượng công việc chủ động trong mùa cao điểm.





Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tinh Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp



THỨC ĐẨY SỨC KHỎE THỂ CHẤT & TINH THẦN

Các chương trình sức khỏe và thể chất tự nguyện bao gồm:

Chiến dịch “Tuần lễ sức khỏe”



Yoga, thiền và các bài tập thể dục nhẹ



Tư vấn sức khỏe tinh thần bảo mật



(Các chương trình này mang tính tự nguyện, không ảnh hưởng đến chế độ đãi ngộ và tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật nghiêm ngặt.)



Tuyển dụng và Phúc lợi Nhân viên

An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp

Quản lý Rủi ro & Chuẩn bị Khẩn cấp

QUAN HỆ LAO ĐỘNG & TRUYỀN THÔNG HAI CHIỀU

Cơ chế vận hành và kiểm soát

01

Các buổi họp định kỳ giữa ban quản lý và đại diện nhân viên

02

Khảo sát ẩn danh hai lần mỗi năm

03

Các kênh phản hồi trực tiếp cá nhân

Trong một khảo sát nội bộ năm 2024 của chúng tôi cho thấy, có hơn 70% nhân viên đánh giá các chính sách hiện tại là hiệu quả và đề xuất mở rộng hỗ trợ sức khỏe tinh thần cùng cơ hội nâng cao kỹ năng.



Bạn đồng hành tin cậy

CỘNG ĐỒNG VÀ DU LỊCH BỀN VỮNG

(Theo GRI 413, 203 – SDG 8, 11, 15)



Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp

CAM KẾT PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG

Du lịch không chỉ là chuỗi trải nghiệm dành cho du khách mà còn là một mạng lưới phức tạp các tương tác với điểm đến và cộng đồng địa phương. Tại TransViet, chúng tôi tin rằng cộng đồng không chỉ là bối cảnh cho các sản phẩm du lịch, mà còn là một phần không thể tách rời của giá trị văn hóa, tạo nên ý nghĩa cho mỗi chuyến đi.

Khi tổ chức các tour, đặc biệt là ở các vùng xa xôi, làng nghề truyền thống hoặc khu vực nhạy cảm về văn hóa, chúng tôi hoàn toàn nhận thức được cả tác động tích cực lẫn các tác động tiềm ẩn tiêu cực:





CHÍNH SÁCH VÀ HÀNH ĐỘNG VÌ CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG

Mặc dù TransViet chưa chính thức hóa một “Chính sách Du lịch có trách nhiệm”, nhưng các cam kết của chúng tôi đã được hiện thực hóa thông qua các thực hành và sáng kiến thử nghiệm, chẳng hạn như:

ĐIỂM NỔI BẬT TRONG ĐÁNH GIÁ RỦI RO SỨC KHỎE & AN TOÀN:



Tôn trọng các chuẩn mực địa phương



Các tour không được tổ chức trong các dịp lễ tôn giáo lớn hoặc ngày lễ địa phương nếu chưa tham vấn trước.



Tích hợp các yếu tố địa phương



Một số tour được chọn bao gồm trải nghiệm như làng nghề truyền thống, ẩm thực địa phương và homestay dựa vào cộng đồng.



Quan hệ đối tác đa chiều



Hướng dẫn viên đóng vai trò là cầu nối chính giữa doanh nghiệp, khách hàng và cộng đồng địa phương, thu thập phản hồi và truyền đạt kỳ vọng một cách minh bạch.



Tại TransViet, cam kết phát triển cộng đồng không dừng lại ở chính sách hay nguyên tắc chung, mà được hiện thực hóa thông qua từng sản phẩm, từng hành trình và từng bộ phận trực tiếp triển khai tour tại điểm đến. Trong đó, Phòng Inbound và Phòng Hành hương đóng vai trò then chốt trong việc đưa các giá trị phát triển bền vững vào thực tiễn, thông qua cách thiết kế sản phẩm, lựa chọn đối tác, gắn kết cộng đồng địa phương và tạo ra các trải nghiệm du lịch có trách nhiệm, nhân văn và lâu dài.

PHÒNG INBOUND: LAN TỎA GIÁ TRỊ CỘNG ĐỒNG THÔNG QUA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM



Mỗi chương trình Inbound không chỉ là một chuyến đi, mà còn là cơ hội để kết nối du khách quốc tế với cộng đồng địa phương theo cách tôn trọng và bền vững.



Ông Dương Hoài Vũ
Giám đốc kinh doanh phòng Inbound



Trong năm 2024, Phòng Inbound tập trung vào các thực hành thiết thực nhằm giảm tác động môi trường và gia tăng giá trị cho cộng đồng địa phương:

- 01** Triển khai thử nghiệm “Tour không rác nhựa” tại Hội An và Mekong, nhận được phản hồi tích cực từ 90% du khách
- 02** Tăng tỷ lệ đối tác địa phương từ 45% lên 60% trong các chương trình trải nghiệm tour Inbound
- 03** Giới thiệu nội bộ về ESG và thiết kế sản phẩm bền vững cho nhân viên Inbound



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp

PHÒNG HÀNH HƯƠNG - PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG DỰA TRÊN GIÁ TRỊ NHÂN VĂN VÀ ĐỨC TIN

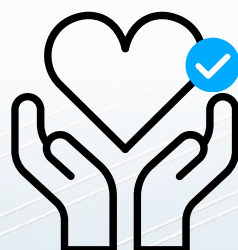


Hành hương bền vững không chỉ là hành trình đức tin, mà còn là trách nhiệm với con người, cộng đồng và môi trường nơi chúng tôi đặt chân đến

Ông Nguyễn Quang Điệp
Trưởng nhóm phòng Hành hương



Trong năm 2024, Phòng Hành hương đã triển khai nhiều hoạt động mang tính xã hội và môi trường rõ nét:



Đã thực hiện các hoạt động bác ái tại Việt Nam, Israel, Vatican trong các chuyến hành hương năm 2024.



Hơn 85% khách hành hương được hướng dẫn phân loại rác và sử dụng bình nước cá nhân.



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp

Trong giai đoạn 2025–2026, TransViet đặt mục tiêu thiết lập:



Một bộ nguyên tắc để tích hợp các yếu tố cộng đồng vào thiết kế sản phẩm.



Quy trình đánh giá tác động xã hội của các hoạt động du lịch.



Cơ chế tham vấn cộng đồng chính thức, đặc biệt đối với các điểm đến nhạy cảm cao.

NGUYÊN TẮC

QUY TRÌNH

VẬN HÀNH

**PHÁT TRIỂN CHÍNH SÁCH
DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM
2024 - 2026**



Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp



Đội ngũ Vận hành tour của chúng tôi đóng vai trò trực tiếp và thiết thực trong việc hiện thực hóa cam kết du lịch có trách nhiệm của TransViet. Bằng cách hợp tác với các nhà cung cấp địa phương, làng nghề truyền thống và các đối tác dựa vào cộng đồng, chúng tôi đảm bảo mỗi hành trình tạo ra giá trị chung, giúp bảo vệ môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa và nâng cao sinh kế địa phương. Thông qua các sáng kiến như tích hợp làng nghề truyền thống, hỗ trợ khách sạn được chúng nhận sinh thái và ưu tiên trải nghiệm du lịch giảm rác thải, chúng tôi biến mỗi chuyến tour thành cơ hội đóng góp lại cho các điểm đến mà chúng tôi ghé thăm.



Bà Nguyễn Huỳnh Thanh Tâm
Trưởng nhóm phòng Điều hành



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp

CÁC CHƯƠNG TRÌNH GẮN KẾT CỘNG ĐỒNG VÀ ĐÓNG GÓP

Trong năm 2024, TransViet đã hợp tác với khách hàng và các đối tác địa phương để triển khai một số chương trình xã hội và từ thiện tại các điểm đến quan trọng:



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp

CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ NHÀ Ở

HUYỆN BA TỜ

QUẢNG NGÃI

Loại hình tham gia

Tài trợ tài chính cho việc xây dựng nhà ở

Giá trị đóng góp

120 triệu VNĐ + truyền thông

Đối tác / Đơn vị hợp tác

Chính quyền thành phố Quảng Ngãi

Tác động xã hội

- Đóng góp vào quỹ học bổng cho học sinh có hoàn cảnh khó khăn
- Tăng cường kết nối với cộng đồng doanh nghiệp và học thuật
- Khẳng định vai trò của TransViet trong việc thúc đẩy giáo dục và hoạt động từ thiện xã hội



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp

GIẢI GOLF TỪ THIỆN

GÂY QUỸ CHO HỌC SINH KHÓ KHĂN



Hình thức

Tài trợ và truyền thông

Giá trị đóng góp

120 triệu VNĐ + truyền thông

Đối tác / Đơn vị hợp tác

Hội Cựu sinh viên Trường đại học Bách khoa thành phố Hồ Chí Minh

Tác động xã hội

- Đóng góp vào quỹ học bổng cho học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn
- Tăng cường kết nối với cộng đồng doanh nghiệp và học thuật
- Khẳng định vai trò của TransViet trong việc thúc đẩy giáo dục và các hoạt động từ thiện xã hội



Cam kết Phát triển Cộng đồng

Chính sách và Hành động vì Cộng đồng Địa phương

Các Chương trình Gắn kết Cộng đồng và Đóng góp



Với vai trò là tiếng nói của TransViet đến công chúng, Bộ phận Marketing của chúng tôi nhận thức sâu sắc về trách nhiệm xã hội và môi trường. Chúng tôi cam kết đảm bảo rằng mỗi chiến dịch không chỉ truyền tải giá trị thương hiệu mà còn nâng cao nhận thức về du lịch bền vững và phát triển cộng đồng. Thông qua các chương trình CSR hợp tác, chiến dịch truyền thông xanh và các sáng kiến kể chuyện, chúng tôi hướng tới việc truyền cảm hứng cho du khách và đối tác cùng chung tay tạo ra giá trị chung cho con người, văn hóa và thiên nhiên.

**Bà Lê Nhựt Thiên Ân
Giám đốc Marketing**





THEO DÕI TÁC ĐỘNG & PHẢN HỒI CỘNG ĐỒNG

Hiện tại, TransViet chưa có hệ thống chính thức để đo lường tác động của các hoạt động liên quan đến cộng đồng. Tuy nhiên, công ty đã lập kế hoạch để:

01

Xây dựng khung chỉ số tác động xã hội (ví dụ: số hộ gia đình được hưởng lợi, thu nhập địa phương tạo ra, mức độ hài lòng của cộng đồng).

02

Thiết lập các kênh phản hồi trực tiếp với đại diện cộng đồng tại các điểm đến nhạy cảm.

03

Đào tạo hướng dẫn viên và nhân viên địa phương về các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm

Hiện tại, việc tham vấn cộng đồng được thực hiện một cách không chính thức, chủ yếu thông qua các tương tác giữa hướng dẫn viên hoặc nhà điều hành địa phương. Trong giai đoạn tiếp theo, TransViet sẽ thiết kế và triển khai một quy trình tham vấn chính thức, đảm bảo giao tiếp hai chiều, minh bạch và ghi chép đầy đủ phản hồi từ cộng đồng.



DU LỊCH XANH: CHUYỂN TỪ NHẬN THỨC SANG HÀNH ĐỘNG CỤ THỂ

(Phù hợp với Mục tiêu phát triển bền vững số 12, 13 và các nguyên tắc định hướng của SBTi)



Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

GREEN TOURISM LÀ GÌ?

TẠI SAO NGÀNH DU LỊCH PHẢI CHUYỂN ĐỔI?

- ✓ Du lịch xanh không chỉ là tránh sử dụng nhựa hay trồng cây, nó còn liên quan đến việc thay đổi cách chúng ta đi du lịch, tiêu dùng và tương tác với các điểm đến. Điều này có nghĩa là nhận thức rằng du lịch cần tái tạo giá trị, không chỉ giải trí, và rằng ngành du lịch chỉ có thể phát triển bền vững khi hệ sinh thái và cộng đồng được bảo vệ.
- ✓ Ngành du lịch vừa là động lực tạo ra giá trị kinh tế vừa là nguồn gây áp lực lên môi trường, từ tiêu thụ năng lượng, phát sinh chất thải, phương tiện vận tải phát thải carbon cao đến tình trạng quá tải du lịch. Đối với các đơn vị điều hành tour như TransViet, chuyển đổi xanh không còn là lựa chọn mà là trách nhiệm nhằm:

01

GIẢM THIỂU TÁC ĐỘNG KHÍ HẬU

Đặc biệt là từ các phát thải liên quan đến du lịch

02

PHÙ HỢP VỚI CÁC KHUÔN KHỔ QUỐC TẾ MỚI NỔI

Bao gồm các mục tiêu dựa trên khoa học (SBTi) và tiêu chuẩn báo cáo ESG

03

ĐÁP ỨNG KỶ VỌNG NGÀY CÀNG CAO CỦA DU KHÁCH CÓ Ý THỨC

Đặc biệt là các thế hệ trẻ, những người đánh giá cao mục đích bên cạnh trải nghiệm giải trí.



Khi rủi ro khí hậu ngày càng gia tăng, ngành du lịch cần chuyển từ nhận thức thụ động sang hành động đo lường được - làm tốt bằng cách làm đúng



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

ĐIỂM KHỞI ĐẦU CỦA TRANSVIET LÀ GÌ?

Hành trình xanh của TransViet khởi đầu không bằng những cam kết lớn lao, mà bằng những bước đi nhỏ, có chủ ý xuyên suốt chuỗi giá trị của chúng tôi. Phương pháp của chúng tôi tập trung vào ba điểm tiếp cận thực tiễn:

ĐÀO TẠO VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC

Các hội thảo nội bộ trong năm 2024 đã giới thiệu các khái niệm cơ bản về du lịch xanh, rủi ro khí hậu và du lịch giảm tác động tới các đội ngũ sản phẩm, bán hàng và vận hành của chúng tôi.

LỰA CHỌN ĐỐI TÁC

Chúng tôi bắt đầu tích hợp hiệu suất môi trường vào đánh giá nhà cung cấp, đặc biệt là các khách sạn, nhà cung cấp vận tải và các đơn vị điều hành tour địa phương.

TRUYỀN THÔNG VỚI KHÁCH HÀNG

Các mô tả tour hiện bao gồm ghi chú về bền vững (ví dụ: điểm đến không sử dụng nhựa, hoạt động dựa vào cộng đồng). Trong các khảo sát sau tour, chúng tôi bổ sung câu hỏi về mức độ hài lòng về môi trường- là chỉ số đại diện cho nhu cầu và nhận thức của khách hàng.



Giai đoạn đầu này giúp chúng tôi xác định rõ các thách thức, nhận diện những đối tác sẵn sàng hợp tác, và bắt đầu **chuyển tư duy từ tuân thủ sang đồng kiến tạo**



Tổng quan & Lời nhắn từ Ban lãnh đạo

Về Transviet travel (GRI 2-1, 2-6)

Tham vấn Các Bên Liên quan, Đánh giá Rủi ro và Xác định Các Vấn đề Cốt lõi

Quản trị và Quản lý Phát triển Bền vững (Theo GRI 2-9 đến 2-30)

Đóng góp vào Kinh tế và Tính Bền vững (GRI 201-1, 201-3, 201-4)

Hiệu quả Hoạt động về Môi trường (GRI 305, 308, 414 - SDGs 12, 13)

Trách nhiệm về Sản phẩm và Quyền lợi Khách hàng (GRI 416, 417)

Con người và Không gian Làm việc (GRI 401, 403 - SDG 8)

Cộng đồng và Du lịch Bền vững (GRI 413, 203 - SDG 8, 11, 15)

Du lịch Xanh: Chuyển từ Nhận thức sang Hành động Cụ thể

Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

Trong vai trò tiên phong dẫn dắt hệ thống, bộ phận Tourdesk đã khởi xướng những nốt nhạc đầu tiên trong bản hòa tấu Du lịch Xanh thông qua những hoạt động như:



“Phát triển bền vững không chỉ nằm ở sản phẩm, mà bắt đầu từ cách chúng tôi tư vấn, lựa chọn đối tác và đồng hành cùng khách hàng trong từng hành trình”



Bà Nguyễn Thị Duyên
Giám đốc kinh doanh phòng Visa và Tourdesk





Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

TỔ CHỨC 02 BUỔI TẬP HUẤN NỘI BỘ VỀ: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG BỀN VỮNG. TIÊU CHUẨN CƠ BẢN CỦA ESG TRONG NGÀNH DU LỊCH, PHÁT ĐỘNG PHONG TRÀO DỌN RÁC VÌ CỘNG ĐỒNG



100% nhân viên tham gia, trong đó 86% đánh giá nội dung hữu ích và có thể áp dụng trong công việc hằng ngày (qua khảo sát nội bộ tháng 10/2024).

ĐƯA VÀO THỬ NGHIỆM CHƯƠNG TRÌNH TOUR CÓ YẾU TỐ HỖ TRỢ CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM, KẾT NỐI VỚI MÔ HÌNH HOMESTAY VÀ LÀNG NGHỀ ĐỊA PHƯƠNG, TRẢI NGHIỆM VĂN HÓA, PHƯƠNG TIỆN CÔNG CỘNG TẠI NƯỚC NGOÀI



Nhận được phản hồi tích cực từ khách hàng cá nhân và nhóm nhỏ; mở hướng để phát triển dòng sản phẩm du lịch có trách nhiệm trong năm 2025

SOẠN THẢO TÀI LIỆU HƯỚNG DẪN PHỤC VỤ NHÓM KHÁCH HÀNG CÓ NHU CẦU ĐẶC BIỆT (NGƯỜI CAO TUỔI, NGƯỜI KHUYẾT TẬT, KHÁCH YÊU CẦU VỀ TÔN GIÁO).



Giúp nâng cao sự hài lòng và nhận được phản hồi tích cực từ khách.



Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

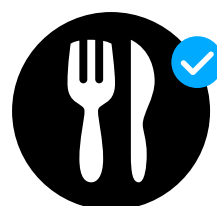
Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

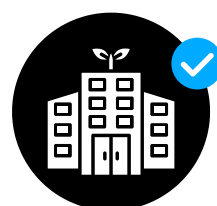
HÀNH ĐỘNG NGẮN HẠN VÀ TÁC ĐỘNG ĐO LƯỜNG (2024 - 2025)

Trong 12-18 tháng tới, TransViet cam kết triển khai một số sáng kiến cụ thể, vừa khả thi vừa tạo tác động đáng kể:



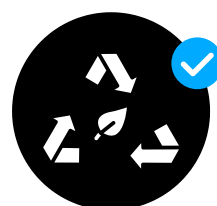
GIẢM THỊT ĐỎ TRONG MENU TOUR

Thay thế thịt bò/cừu bằng gà, cá hoặc lựa chọn thực vật trong ít nhất **10%** các gói tour tiêu chuẩn outbound, đặc biệt là các tour nhóm nhiều ngày. Điều này giúp giảm lượng phát thải liên quan đến hệ thống thực phẩm.



ƯU TIÊN KHÁCH SẠN ĐƯỢC CHỨNG NHẬN SINH THÁI

Chọn tích cực các cơ sở lưu trú có chứng nhận môi trường được công nhận như Green Key, EarthCheck hoặc tương đương. Đến cuối năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu **10%** đặt phòng khách sạn trong nước đáp ứng ít nhất một tiêu chuẩn môi trường.



GIẢM THIỂU ĐỒ DÙNG MỘT LẦN

Tiếp tục triển khai các vật dụng du lịch tái sử dụng (băng rôn, túi, bình nước) và khuyến khích khách hàng mang theo bộ dụng cụ vệ sinh cá nhân.



THÚC ĐẨY CÁC TOUR MÙA THẤP ĐIỂM & TOUR ÍT PHỔ BIẾN

Giảm áp lực tại các điểm đến cao điểm và phân bổ lợi ích du lịch một cách công bằng hơn



Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

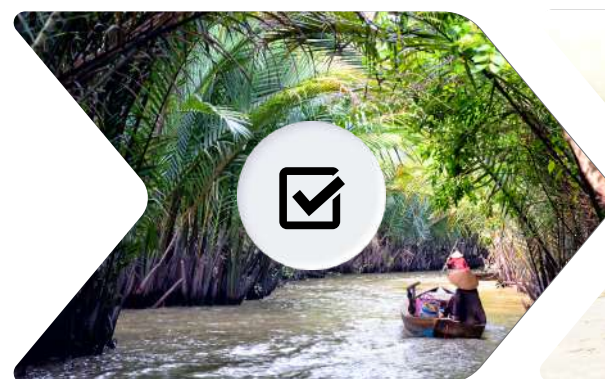
Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

KẾ HOẠCH TRUNG HẠN: THIẾT LẬP TIÊU CHUẨN 'TRANSVIET DU LỊCH XANH' (2025 - 2027)

Từ năm 2025 trở đi, chúng tôi sẽ hướng tới việc thể chế hóa cam kết thông qua việc xây dựng Tiêu chí TransViet Green Tour (Tour du lịch xanh TransViet), làm chỉ số chuẩn nội bộ cho thiết kế sản phẩm, bán hàng và báo cáo.

Khung này có khả năng sẽ bao gồm:



Danh sách tiêu chí bền vững bắt buộc cho mỗi tour mới



Ma trận chấm điểm theo năm trụ cột: vận chuyển, lưu trú, hoạt động, bữa ăn và tuân thủ đối tác



Yêu cầu về "tuyên bố tác động" trong quá trình ra mắt và đánh giá sản phẩm



Tiêu chí tối thiểu cho việc công bố dấu chân carbon (ví dụ: sử dụng các hệ số phát thải công khai)



Tùy chọn bù đắp carbon hoặc đóng góp vào các sáng kiến xanh tại địa phương



Sáng kiến này cũng phù hợp với mục tiêu dài hạn của chúng tôi là tích hợp các yếu tố của Sáng kiến Mục tiêu Dựa trên Khoa học (SBTi), đặc biệt là phát thải Phạm vi 3 từ sản phẩm du lịch và các dịch vụ liên quan đến khách hàng.



Mặc dù TransViet chỉ là một doanh nghiệp nhỏ, nhưng với tầm nhìn và tham vọng bền bỉ, cùng mong muốn đồng hành lộ trình Netzero của Việt Nam, chúng tôi dự kiến sẽ tham gia cam kết và đặt mục tiêu giảm phát thải theo SBTi trong những năm tiếp theo. Chúng tôi xem các nguyên tắc của SBTi là các điểm tham chiếu giá trị. Đây chính là minh chứng cho việc "nói đi đôi với làm" của TransViet.



Du lịch Thân thiện Môi trường là gì và Lý do Ngành Du lịch Phải Chuyển đổi

Điểm khởi đầu của TransViet là gì?

Hành động Ngắn hạn và Tác động Đo lường (2024-2025)

Kế hoạch Trung hạn: Thiết lập Tiêu chuẩn 'TransViet Du lịch Xanh' (2025-2027)

Cam kết của Chúng tôi: Rõ ràng, Thích ứng và Đổi mới

CAM KẾT CỦA CHÚNG TÔI: RÕ RÀNG, THÍCH ỨNG VÀ ĐỔI MỚI

Chúng tôi nhận thức rằng “xanh hóa” ngành du lịch là một hành trình, không theo đường thẳng, mang tính lặp lại và thường phức tạp. Không có mô hình hoàn hảo nào cả. Nhưng chúng tôi tin rằng bằng cách minh bạch, linh hoạt và sẵn sàng học hỏi, TransViet có thể đóng vai trò ý nghĩa trong việc hình thành tương lai của du lịch có trách nhiệm.

Trong những năm tới, chúng tôi sẽ:

CÔNG BỐ TIẾN ĐỘ GREEN TOUR HÀNG NĂM

Bao gồm tỷ lệ sản phẩm đủ điều kiện và phản hồi từ khách hàng

01

TIẾP TỤC TƯƠNG TÁC VỚI CHUYÊN GIA, ĐỐI TÁC VÀ DU KHÁCH

Nhằm cùng phát triển các lựa chọn du lịch bền vững hơn

02

THỬ NGHIỆM CÁC HÀNH TRÌNH CARBON THẤP

Và áp dụng các công cụ ước tính carbon khi khả thi

03

THAM GIA HỌC HỎI LẦN NHAU

các công ty du lịch khác, cơ quan địa phương và các tổ chức quốc tế

04



Những nỗ lực, cam kết và thử nghiệm mà TransViet theo đuổi hôm nay chỉ là điểm khởi đầu cho một chặng đường dài hơn – nơi mỗi bước tiến nhỏ đều góp phần tạo nên những đổi thay lớn. Chúng tôi tin rằng với sự đồng hành của khách hàng, chuyên gia, đối tác và cộng đồng, tương lai của du lịch có trách nhiệm sẽ không chỉ là mục tiêu, mà sẽ trở thành chuẩn mực mới.



TransViet luôn sẵn sàng lắng nghe, học hỏi và cùng bạn kiến tạo những giá trị bền vững cho ngày mai.

CHỈ MỤC NỘI DUNG GRI

TIÊU CHUẨN GRI	CÔNG BỐ THÔNG TIN	VỊ TRÍ
GRI 2-1	Chi tiết về tổ chức	P.13
GRI 2-2	Các đơn vị được bao gồm trong báo cáo bền vững của tổ chức	P.13
GRI 2-3	Kỳ báo cáo, tần suất báo cáo và đầu mối liên hệ	P.13
GRI 2-4	Điều chỉnh lại thông tin đã công bố	Báo cáo đầu tiên, không có điều chỉnh
GRI 2-5	Đảm bảo độc lập bên ngoài	P.15
GRI 2-6	Hoạt động, chuỗi giá trị và các mối quan hệ kinh doanh	P.16
GRI 2-7	Người lao động	P.19
GRI 2-8	Người lao động không phải là nhân viên	P.19
GRI 2-9	Cơ cấu và thành phần bộ máy quản trị	P.32
GRI 2-10	Đề cử và lựa chọn cơ quan quản trị cao nhất	P.32
GRI 2-11	Chủ tịch cơ quan quản trị cao nhất	P.32
GRI 2-12	Vai trò của cơ quan quản trị cao nhất trong việc giám sát quản lý các tác động	P.34
GRI 2-13	Phân quyền trách nhiệm trong quản lý các tác động	P.32
GRI 2-14	Vai trò của cơ quan quản trị cao nhất trong báo cáo bền vững	P.32
GRI 2-15	Xung đột lợi ích	P.32

TIÊU CHUẨN GRI	CÔNG BỐ THÔNG TIN	VỊ TRÍ
GRI 2-16	Truyền đạt các mối quan ngại trọng yếu	P.32
GRI 2-17	Kiến thức tập thể của cơ quan quản trị cao nhất	P.34
GRI 2-18	Đánh giá hiệu quả hoạt động của cơ quan quản trị cao nhất	P.35
GRI 2-19	Chính sách thù lao	P.35
GRI 2-20	Quy trình xác định thù lao	P.35
GRI 2-21	Tỷ lệ tổng thù lao hằng năm	P.35
GRI 2-22	Tuyên bố về chiến lược phát triển bền vững	P.04
GRI 2-23	Cam kết chính sách	P.37
GRI 2-24	Lồng ghép các cam kết chính sách	P.37
GRI 2-25	Quy trình khắc phục các tác động tiêu cực	P.38
GRI 2-26	Cơ chế tìm kiếm tư vấn và phản ánh mối quan ngại	P.38
GRI 2-27	Tuân thủ pháp luật và quy định	P.38
GRI 2-28	Tư cách thành viên trong các hiệp hội	Chưa tham gia
GRI 2-29	Cách tiếp cận đối với sự tham gia của các bên liên quan	P.24
GRI 2-30	Thỏa ước lao động tập thể	P.39

CHỈ MỤC NỘI DUNG GRI

TIÊU CHUẨN GRI	CÔNG BỐ THÔNG TIN	VỊ TRÍ
GRI 3-1	Quy trình xác định các chủ đề trọng yếu	P.23
GRI 3-2	Danh sách các chủ đề trọng yếu	P.29
GRI 3-3	Quản lý các chủ đề trọng yếu	P.29
GRI 201-1	Giá trị kinh tế trực tiếp được tạo ra và phân phối	P.44
GRI 201-2	Tác động tài chính và các rủi ro, cơ hội khác do biến đổi khí hậu	P.48, 49
GRI 201-3	Nghĩa vụ của các chương trình hưu trí phúc lợi xác định và các kế hoạch hưu trí khác	P.45
GRI 201-4	Hỗ trợ tài chính nhận được từ Chính phủ	P.46
GRI 204-1	Tỷ lệ chi tiêu cho các nhà cung cấp địa phương	P.47
GRI 305-1	Phát thải khí nhà kính trực tiếp (Phạm vi 1)	P.51
GRI 305-2	Phát thải khí nhà kính gián tiếp từ năng lượng (Phạm vi 2)	P.51
GRI 305-3	Các phát thải khí nhà kính gián tiếp khác (Phạm vi 3)	P.52
GRI 305-4	Cường độ phát thải khí nhà kính	Chưa có thông tin
GRI 305-5	Giảm phát thải khí nhà kính	P.56
GRI 305-6	Phát thải các chất làm suy giảm tầng ô-dôn (ODS)	Chưa có thông tin
GRI 305-7	Ô-xít nitơ (NOx), ô-xít lưu huỳnh (SOx) và các phát thải không khí đáng kể khác	Chưa có thông tin

TIÊU CHUẨN GRI	CÔNG BỐ THÔNG TIN	VỊ TRÍ
GRI 308-1	Nhà cung cấp mới được sàng lọc theo các tiêu chí môi trường	P.62
GRI 308-2	Các tác động môi trường tiêu cực trong chuỗi cung ứng và các hành động đã thực hiện để ứng phó/khắc phục	P.63
GRI 401-1	Tuyển dụng nhân viên mới và tỷ lệ nghỉ việc của người lao động	P.80
GRI 401-2	Các phúc lợi dành cho người lao động toàn thời gian mà người lao động tạm thời hoặc bán thời gian không được hưởng	P.81
GRI 401-3	Nghỉ thai sản / nghỉ chăm sóc con	P.82
GRI 403-1	Hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	P.83
GRI 403-2	Nhận diện mối nguy, đánh giá rủi ro và điều tra sự cố	P.84
GRI 403-3	Dịch vụ y tế nghề nghiệp	P.85
GRI 403-4	Sự tham gia, tham vấn và truyền thông của người lao động về an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	P.86
GRI 403-5	Đào tạo người lao động về an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	P.83
GRI 403-6	Thúc đẩy sức khỏe người lao động	P.85
GRI 403-7	Phòng ngừa và giảm thiểu các tác động đến an toàn và sức khỏe nghề nghiệp có liên quan trực tiếp thông qua các mối quan hệ kinh doanh	Chưa có thông tin
GRI 403-8	Người lao động được bao phủ bởi hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp	P.83

CHỈ MỤC NỘI DUNG GRI

TIÊU CHUẨN GRI	CÔNG BỐ THÔNG TIN	VỊ TRÍ
GRI 403-9	Tai nạn lao động	P.84
GRI 403-10	Bệnh nghề nghiệp	P.84
GRI 413-1	Hoạt động có sự tham gia của cộng đồng địa phương, đánh giá tác động và các chương trình phát triển	P.94
GRI 413-2	Hoạt động có các tác động tiêu cực đáng kể, thực tế hoặc tiềm ẩn, đối với cộng đồng địa phương	Chưa có thông tin
GRI 414-1	Nhà cung cấp mới được sàng lọc theo các tiêu chí xã hội	P.62
GRI 414-2	Các tác động xã hội tiêu cực trong chuỗi cung ứng và các biện pháp đã thực hiện	P.63
GRI 416-1	Đánh giá tác động về sức khỏe và an toàn của các nhóm sản phẩm và dịch vụ	P.66
GRI 416-2	Các vụ việc không tuân thủ liên quan đến tác động về sức khỏe và an toàn của sản phẩm và dịch vụ	P.67
GRI 417-1	Yêu cầu về thông tin và ghi nhãn đối với sản phẩm và dịch vụ	P.69
GRI 417-2	Các vụ việc không tuân thủ liên quan đến thông tin và ghi nhãn sản phẩm và dịch vụ	P.70
GRI 417-3	Các vụ việc không tuân thủ liên quan đến truyền thông tiếp thị	P.70