

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM
VỀ TÌNH HÌNH KINH DOANH NĂM 2008
DHĐCD thường niên 2009

Năm 2008 được đánh giá là năm hết sức khó khăn của nền kinh tế thế giới với nhiều biến động khó lường. Bối cảnh cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu diễn ra hết sức phức tạp: tình hình lạm phát tăng cao trong 9 tháng đầu năm và thiếu phát xuất hiện vào 3 tháng cuối năm, lãi suất Ngân hàng liên tục thay đổi, chỉ số VN index trên thị trường chứng khoán liên tục giảm mạnh.... Điều này đã ảnh hưởng rất lớn đến nhu cầu tiêu dùng của người dân trên thị trường bán lẻ và ảnh hưởng không nhỏ đối với thị trường kinh doanh bất động sản, đặc biệt là ngành kinh doanh địa ốc, cho thuê văn phòng và TTTM vốn đã là thế mạnh kinh doanh chính của Công ty Cổ phần Vincom.

Tình hình kinh tế suy giảm cả trong và ngoài nước đã có những tác động rõ rệt đến đầu ra của ngành Kinh doanh địa ốc Xu hướng cắt giảm chi phí của khách thuê văn phòng đang ngày càng rõ rệt. Ý định xem xét việc mở rộng diện tích văn phòng của nhiều Công ty lớn đều đã bị trì hoãn. Do đó, số lượng các yêu cầu thuê văn phòng bắt đầu giảm hàng quý trong năm 2008. Tuy tình hình thị trường có nhiều yếu tố bất lợi như trên nhưng nhờ có những định hướng nhạy bén để đưa ra chiến lược kinh doanh đúng đắn của HĐQT, cùng với sự đồng thuận và nỗ lực cố gắng của Ban Tổng Giám đốc và toàn thể CBNV Công ty, tình hình thực hiện các hoạt động kinh doanh trong năm 2008 tuy có ít nhiều bị ảnh hưởng nhưng về cơ bản vẫn đạt được những kết quả nhất định.

Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty năm 2008:

Các số liệu tài chính sau đây của Công ty cổ phần Vincom biểu hiện rõ nét và đầy đủ nhất kết quả của sự nỗ lực phấn đấu của toàn thể Ban Lãnh đạo và CBNV Công ty:

1. Doanh thu thuần năm 2008 đạt 239 tỷ đồng, tăng 59 tỷ đồng so với năm 2007 (mức tăng tương đương 32.8 %).

2. Lợi nhuận sau thuế đạt 125,9 tỷ đồng, giảm 143 tỷ đồng so với năm 2007 – mức giảm tương đương 53.1%. (Năm 2007 lợi nhuận sau thuế của Công ty đạt 268,7 tỷ đồng). Lợi nhuận sau thuế năm 2008 không bằng năm 2007 do các nguyên nhân chủ yếu sau:

- Trong năm 2008, mặc dù Công ty đã đặc biệt chú trọng tới công tác kiểm soát chi phí - do đó khoản chi phí giá vốn và chi phí bán hàng đã giảm trong năm 2008 từ mức trung bình khoảng 36% doanh thu xuống mức 31% doanh thu song do trong năm 2008, chi phí quản lý vẫn tăng lên bởi việc mở rộng văn phòng đại diện, chi nhánh Công ty tại Tp. Hồ Chí Minh và các chi phí cho việc phát triển dự án.
- Bên cạnh đó, trong năm 2008 Công ty đã tích cực tham gia các hoạt động từ thiện, ủng hộ hỗ trợ cho người nghèo với tổng mức chi cao hơn năm 2007.

3. Thực hiện các nghĩa vụ nộp thuế:

Tổng số thuế Công ty đã nộp cho Nhà nước trong năm 2008 là 39,7 tỷ đồng, trong đó có 30,7 đồng là thuế thu nhập doanh nghiệp và các loại thuế khác là 9 tỷ đồng.

4. Thu nhập cho Cổ đông:

Trên cơ sở số liệu đã được kiểm toán bởi E&Y, toàn bộ lãi sau thuế của năm 2008 của cổ đông công ty mẹ là 124,7 tỷ đồng. Lãi cơ bản trên một cổ phiếu của năm 2008 là: 1.091 đồng.

Năm 2008 là cũng là năm Công ty CP Vincom được vinh dự đón nhận nhiều giải thưởng lớn và bằng khen... của các hiệp hội, tổ chức như: Giải thưởng **Sao Vàng Đất Việt** dành cho Top 100 thương hiệu hàng đầu năm 2008, Giải thưởng thương mại dịch vụ - **Top Trade Services** năm 2008, Giải thưởng **Tinh hoa Việt Nam**, Giải thưởng **Trí tuệ** năm 2008, Giải thưởng **Ngôi sao Việt Nam** năm 2008 dành cho Tổng Giám đốc Công ty và Giải thưởng **Nhân ái Việt Nam** năm 2008 dành cho Doanh nghiệp Việt Nam tiêu biểu có nhiều đóng góp tích cực cho các hoạt động xã hội – từ thiện vì cộng đồng; v.v... Đó chính là những phần thưởng xứng đáng dành cho sự nỗ lực không mệt mỏi của Ban Lãnh đạo và toàn thể CBNV công ty Vincom trong một năm đầy những khó khăn và thách thức.

Về tình hình kinh doanh của tòa nhà Vincom City Towers năm 2008:

Trong năm 2008, doanh thu thu được từ hoạt động cho thuê văn phòng và các gian hàng tại tòa nhà Vincom City Towers vẫn là doanh thu chính của Công ty. Năm 2008, trong bối cảnh nhu cầu về thuê văn phòng sụt giảm mạnh nhưng tòa nhà Vincom City Towers đạt công suất cho thuê khu văn phòng trung bình ở mức 89.8% và công suất cho thuê tại khu TTTM đạt mức trung bình 96.8%.

Để giữ được vị thế trong bối cảnh cạnh tranh (cung nhiều, cầu ít), trong năm qua, Công ty đã không chỉ tiếp tục tiến hành quy hoạch lại và nâng cấp cả khu TTTM cũng như khu văn phòng cho thuê của tòa nhà VCT mà còn đặc biệt chú trọng tới việc nâng cao chất lượng dịch vụ. Việc đào tạo cho các CBNV khối dịch vụ của tòa nhà được thực hiện thường xuyên với những nội dung thực sự sát với nhu cầu thực tế.

Mặt khác, nhằm góp phần thu hút khách đến với VCT bởi uy tín của các sản phẩm cung cấp cho khách, Công ty cũng phối hợp tốt với các cơ quan quản lý chức năng, thường xuyên kiểm tra, nhắc nhở và đôn đốc các khách thuê trong tòa nhà trong việc thực hiện tốt các quy định của pháp luật, đảm bảo tốt nguồn gốc xuất xứ và chất lượng hàng hóa, sản phẩm cung cấp cho khách hàng, đảm bảo các tiêu chuẩn và yêu cầu về Vệ sinh An toàn Thực phẩm. Thực tế đã cho thấy, Tòa nhà VCT đã, đang và sẽ trở thành điểm đến lý tưởng và tin cậy của hàng ngàn lượt khách hàng trong đó có cả những khách hàng khó tính nhất. Để đạt được các kết quả trên, trong năm 2008, Công ty đã:

- Không ngừng nỗ lực hoàn thiện, kiện toàn bộ máy tổ chức của mình; tuyển chọn nhân sự có chọn lọc đồng thời xây dựng các chính sách đãi ngộ tốt và phù hợp, đảm bảo có được một ngũ CBNV chuyên nghiệp, năng động, sáng tạo và tâm huyết với Công ty;
- Tiếp tục hoàn thiện và nâng cấp cơ sở hạ tầng của tòa nhà với các trang thiết bị hiện đại và chất lượng phục vụ chuyên nghiệp hơn. Ngoài ra, Công ty đã rất chú trọng tới các hoạt động hỗ trợ cũng như chăm sóc các khách thuê của tòa nhà. Cụ thể như:
 - Đáp ứng tối đa các yêu cầu dịch vụ của khách hàng thuê trong Tòa nhà
 - Kết hợp tốt với chính quyền sở tại và các cơ quan quản lý địa phương đảm bảo có sự hỗ trợ tối đa cho hoạt động kinh doanh.
 - Tăng cường quảng bá, giới thiệu về hình ảnh công ty, tòa nhà và sản phẩm của khách hàng
 - Thường xuyên tổ chức nhiều sự kiện nổi bật, thu hút được sự quan tâm lớn của xã hội và của các giới truyền thông. góp phần đưa TTTM Vincom đã trở thành một địa chỉ quen thuộc của người dân Hà Nội cũng như khách tham quan và khách du lịch trong những dịp nghỉ cuối tuần và ngày lễ Tết đặc biệt.
 - Tác phong làm việc chuyên nghiệp – năng động – sáng tạo - hiệu quả của đội ngũ nhân viên và sự tận tâm phục vụ khách hàng, để khi nghĩ đến Vincom, khách hàng và người tiêu dùng luôn tin tưởng đó là một thương hiệu Việt - với sức mạnh phát triển kinh doanh mang nhiều tính đột phá và một dấu ấn văn hóa doanh nghiệp đặc sắc, là niềm tự hào về vị thế của người Việt Nam trên trường quốc tế.

Kế hoạch kinh doanh năm 2009

Bên cạnh việc khai thác tối đa hiệu suất sử dụng của các Bất động sản hiện có, công ty hướng tới việc tập trung mọi nguồn lực để thực hiện các dự án Bất động sản mới như dự án Vincom Park Place tại Hà Nội, dự án Eden tại TP Hồ Chí Minh,... nhằm mục tiêu vươn lên chiếm lĩnh vị trí tiên phong trong lĩnh vực bất động sản cao cấp tại Việt Nam. Ban Tổng Giám đốc công ty đã đặt ra kế hoạch kinh doanh cho năm 2009 như sau:

- | | |
|------------------------|-------------|
| - Doanh thu thuần | 293 tỷ đồng |
| - Lợi nhuận trước thuế | 171 tỷ đồng |
| - Lợi nhuận sau thuế | 147 tỷ đồng |

Trên cơ sở những kết quả đã đạt được trong năm 2008, Công ty CP Vincom với đội ngũ CBLĐ cũng như CBNV trẻ khỏe, có năng lực và đầy tâm huyết, với quyết tâm nỗ lực phấn đấu xây dựng và phát triển Công ty ngày một lớn mạnh, sẽ tiếp tục phát huy những thành tích đã đạt được, triển khai có hiệu quả nhất các đường lối, chiến lược đã được HĐQT hoạch định để tiếp tục khẳng định uy tín của thương hiệu Vincom trên thị trường./.