

BẢN TÓM TẮT TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG

CÔNG TY CỔ PHẦN XUYỀN THÁI BÌNH

(Giấy chứng nhận ĐKKD lần đầu số 4103003790 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TPHCM cấp ngày 31 tháng 08 năm 2005, đăng ký thay đổi lần thứ 04 ngày 05 tháng 05 năm 2009)



ISO 9001:2008

PAN PACIFIC CORP.
Professional Property Care

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU

TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

(Đăng ký niêm yết số: /GCN-SGDHCM do Sở Giao dịch Chứng khoán TPHCM cấp ngày ... tháng ... năm 2010)

TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)



Bản tóm tắt này và tài liệu bổ sung sẽ được cung cấp tại:

1. Công ty Cổ phần Xuyền Thái Bình

236/43/2 Điện Biên Phủ, Phường 17, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 3 840 6868

Fax: (84.8) 3 514 6721

Email: info@panpacific.vn

Website: www.panpacific.vn

2. Công ty cổ phần Chứng khoán Sài Gòn

72 Nguyễn Huệ, P.Bến Nghé, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 3 824 2897

Fax: (84.8) 3 824 2997

E-mail: ssi@ssi.com.vn

Website: www.ssi.com.vn

Phụ trách công bố thông tin:

Họ tên: Ông Nguyễn Văn Khải

Chức vụ: Tổng Giám đốc

Điện thoại: (84.8) 3 840 6868

Fax: (84.8) 3 514 6721

CÔNG TY CỔ PHẦN XUYỀN THÁI BÌNH

(Giấy chứng nhận ĐKKD số 4103003790 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TPHCM cấp ngày 31 tháng 08 năm 2005, đăng ký thay đổi lần thứ 04 ngày 05 tháng 05 năm 2009)

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tên cổ phần:	Cổ phần Công ty Cổ phần Xuyền Thái Bình
Loại cổ phần:	Cổ phần phổ thông
Mệnh giá:	10.000 đồng/cổ phần
Tổng số lượng niêm yết:	11.550.000 cổ phần
Tổng giá trị niêm yết:	115.500.000.000 đồng

TỔ CHỨC KIỂM TOÁN:

- Công ty Cổ phần Kiểm toán và Tư vấn (A&C)

Địa chỉ: 229 Đồng Khởi, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 3 827 2295

Fax: (84.8) 3 827 2298 – 3 827 2300

Email: info@auditconsult.com.vn

Website: www.auditconsult.com.vn

TỔ CHỨC TƯ VẤN:

- Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

Trụ sở chính:

Địa chỉ: Số 72 Nguyễn Huệ, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 3 824 2897

Fax: (84.8) 3 824 7430

Email: ssi@ssi.com.vn

Website: www.ssi.com.vn

MỤC LỤC

I.	TÊN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ CHUYỂN NIÊM YẾT	2
1.	Tóm tắt quá trình hình thành phát triển	2
2.	Danh sách những công ty mẹ và công ty con của tổ chức niêm yết, những công ty mà tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức niêm yết;	4
II.	NHỮNG SỰ KIỆN QUAN TRỌNG PHÁT SINH TRONG 2 NĂM GẦN NHẤT	6
1.	Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh trong 2 năm gần nhất	6
2.	Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu	17
3.	Tóm tắt quá trình tăng vốn từ khi chuyển thành Công ty Cổ phần	18
4.	Tóm tắt quá trình mua/ bán cổ phiếu quỹ từ khi trở thành công ty cổ phần.....	19
5.	Các cam kết chưa thực hiện	19
6.	Nhân sự chủ chốt.....	19
III.	Kế hoạch phát triển trong tương lai.....	20
1.	Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong năm tiếp theo	20
2.	Căn cứ xây dựng kế hoạch	20
3.	Thông tin về các hợp đồng đang thực hiện hoặc đã được ký kết.....	21



ISO 9001:2008

BẮN CÁO BẠCH

CÔNG TY CỔ PHẦN XUYỀN THÁI BÌNH



DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

UBCK	:	Ủy Ban Chứng Khoán Nhà nước
SGDCK	:	Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh
SKH&ĐT	:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (DPI)
TP. HCM	:	Thành phố Hồ Chí Minh
ĐHĐCĐ	:	Đại hội đồng cổ đông
HĐQT	:	Hội đồng quản trị
SXKD	:	Sản xuất kinh doanh
VND	:	Đồng Việt Nam
TSCĐ	:	Tài sản cố định
Công ty	:	Công ty Cổ phần Xuyên Thái Bình
PAN Pacific	:	Công ty Cổ phần Xuyên Thái Bình
CBCNV	:	Cán bộ công nhân viên



ISO 9001:2008



I. TÊN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ CHUYỂN NIÊM YẾT

1. Tóm tắt quá trình hình thành phát triển

1.1 Giới thiệu về công ty

Công ty Cổ phần Xuyền Thái Bình là một công ty cung cấp dịch vụ vệ sinh công nghiệp và bảo dưỡng bất động sản chuyên nghiệp đầu tiên tại Việt Nam.

Công ty được thành lập năm 1998 dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn. Ngày 31/08/2005 Công ty được Sở kế hoạch và Đầu tư Tp.Hồ Chí Minh (DPI) cấp giấy phép chuyển đổi hình thức hoạt động sang Công ty cổ phần theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh Công ty cổ phần số 4103003790, hoạt động theo Luật Doanh nghiệp Việt Nam.

Ngày 22/12/2006, Công ty Cổ phần Xuyền Thái Bình chính thức giao dịch cổ phiếu tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Hà Nội.

- Tên doanh nghiệp: CÔNG TY CỔ PHẦN XUYỀN THÁI BÌNH
- Tên tiếng anh: PAN PACIFIC CORPORATION
- Tên viết tắt: **PAN PACIFIC**
- Trụ sở chính: 236/43/2 Điện Biên Phủ, Phường 17, Quận Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
- Điện thoại: (84.8) 3 840 6868 Fax: (84.8) 3 514 6721
- Email: info@panpacific.vn Website: www.panpacific.vn
- Mã số thuế: 0301472704
- Nơi mở tài khoản ngân hàng:

TT	Ngân hàng giao dịch	Số tài khoản	Ghi chú
1.	Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Sài Gòn	14755329	VND
2.	Ngân hàng TMCP Quốc tế Việt Nam – CN HCM	601704060102897	VND
3.	Ngân hàng TMCP Đông Á – Hội sở HCM	00138272001	VND
4.	Ngân hàng NN&PTNT – CN Mạc Thị Bưởi	1900201262958	VND

- Ngành nghề kinh doanh chính:
 - Mua bán nhà ở, nhận quyền sử dụng đất để xây dựng nhà ở để bán hoặc cho thuê
 - Dịch vụ vệ sinh nhà cửa;
 - Kinh doanh bất động sản;
 - Cho thuê xe có người lái để vận tải hành khách, hợp đồng chở khách đi tham quan, du lịch. Cho thuê xe ô tô;
 - Hoạt động xử lý chất thải rắn, lỏng, khí thải công nghiệp (không hoạt động tại trụ sở);
 - Dịch vụ sửa chữa nhà; dịch vụ chống mối mọt, diệt côn trùng;
 - Dịch vụ trang trí nhà cửa, phong cảnh, vườn cảnh, non bộ công viên, vườn thú;
 - Dịch vụ quản lý nhà cao tầng, căn hộ;
 - Mua bán thiết bị vệ sinh công nghiệp;
 - Mua bán quần áo;
 - Đại lý ký gởi hàng hóa;
 - Dịch vụ tin học: tư vấn lắp đặt phần cứng, phần mềm máy tính;



ISO 9001:2008



- Dịch vụ thương mại;
- Tư vấn đầu tư (trừ tư vấn tài chính);
- Đại lý phát hành sách báo có nội dung được phép lưu hành.

1.2 Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

Pan Pacific được thành lập năm 1998 dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn với vốn đăng ký ban đầu là 250 triệu đồng; là công ty cung cấp dịch vụ vệ sinh công nghiệp và bảo dưỡng bất động sản chuyên nghiệp đầu tiên tại Việt Nam. Pan Pacific hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vệ sinh, bảo trì bất động sản, nhà máy, xí nghiệp, bệnh viện, và siêu thị; thực hiện các dịch vụ trong lĩnh vực căn hộ và các dịch vụ khác như dịch vụ chống mối mọt, diệt côn trùng; dịch vụ trang trí vườn cảnh, công viên, vườn thú, v.v...

Khách hàng chính của Công ty là các siêu thị, bệnh viện, nhà máy, cao ốc lớn tại Việt Nam. Hơn 5 năm qua, phạm vi công việc của Pan Pacific được đa dạng hóa, từ cung cấp dịch vụ cho các văn phòng và cao ốc đến dịch vụ bảo trì và quản lý bệnh viện, siêu thị, nhà máy, v.v...

Công ty có lợi thế về công nghệ thông qua mối quan hệ mật thiết với các chuyên gia Nilfisk – nhà sản xuất thiết bị vệ sinh công nghiệp quy mô lớn nhất Đan Mạch và các công ty hóa chất khác như 3M, Diversey Lever, NCL, Goodmaids. Hơn nữa, Pan Pacific có đội ngũ cán bộ công nhân viên giàu kinh nghiệm được đào tạo bởi các chuyên gia về sử dụng thiết bị, hóa chất vệ sinh đạt chuẩn quốc tế.

Công ty được Sở kế hoạch và Đầu tư Tp.Hồ Chí Minh (DPI) cấp giấy phép chuyển đổi hình thức hoạt động sang Công ty cổ phần theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh Công ty cổ phần số 4103003790 ngày 31/08/2005, hoạt động theo Luật Doanh nghiệp Việt Nam với số vốn điều lệ là 6,2 tỷ đồng.

Tháng 10/2005, Công ty tăng vốn điều lệ từ 6,2 tỷ đồng lên 20 tỷ đồng

Nửa đầu năm 2006, Ban điều hành Công ty quyết định mua lại 80% Pan Pacific – Hà Nội (Công ty Cổ phần Liên Thái Bình). Việc sáp nhập làm tăng vị thế của Pan Pacific trong ngành công nghiệp vệ sinh bằng cách sử dụng một thương hiệu Pan Pacific trên toàn quốc.

Với tổng số lao động hiện tại khoảng 4.490 cán bộ công nhân viên và quản lý được đào tạo chuyên nghiệp bao gồm khoảng 1.000 lao động ở phía Bắc và 3.490 lao động ở phía Nam, Công ty luôn đạt tốc độ tăng trưởng doanh thu bình quân 35% trong hơn sáu năm qua (2002 – 2008). Công ty đã nhận được chứng chỉ ISO 9001 - 2008 của BVQI - Anh Quốc trong lĩnh vực vệ sinh công nghiệp & bảo dưỡng bất động sản.

Tháng 10/2006, được sự đồng ý của Đại hội đồng cổ đông, Công ty tăng vốn điều lệ từ 20 tỷ lên 32 tỷ thông qua việc chào bán thêm cổ phần cho Cán bộ công nhân viên Công ty và cổ đông chiến lược, nhằm mục đích tăng vốn lưu động đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh.

Tháng 02/2007, cũng được sự đồng ý của Đại hội cổ đông, Công ty tăng vốn điều lệ từ 32 lên 70 tỷ thông qua việc chia cổ tức bằng cổ phiếu, chào bán cho cổ đông hiện hữu, cán bộ công nhân viên chủ chốt và đối tác chiến lược theo Giấy phép của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước ngày 27/9/2007.

Ngày 29 tháng 01 năm 2008 Chủ tịch Ủy Ban Chứng khoán Nhà nước đã cấp giấy chấp nhận đăng ký chào bán số 288/UBCK-ĐKCB cho CTCP Xuyền Thái Bình được phép chào bán 7.200.000 cổ phiếu để tăng vốn điều lệ từ 70 tỷ đồng lên 142 tỷ đồng. Tuy nhiên, Đại hội cổ đông (ĐHCD) CTCP Xuyền Thái Bình đã quyết định hủy việc phát hành tăng vốn nói trên vào kỳ họp ĐHCD thường niên 2008 ngày 12/04/2008.

Tháng 3 năm 2008 Công ty đã góp vốn 80% vốn điều lệ thành lập Công ty CP Thương mại Pan chuyên ngành nghề mua bán máy móc, dụng cụ thiết bị ngành công nghiệp, lắp đặt, sửa chữa, bảo dưỡng máy móc, thiết bị công nghiệp, hàng điện tử. Hiện nay, Công ty CP Thương mại Pan đang là nhà phân phối chính thức của tập đoàn Nilfisk tại Việt Nam.

Tháng 10/2008 HĐQT quyết định tiến hành mua tiếp 20% cổ phần Pan Pacific Hà Nội tiến hành sở hữu 100% VDL theo nghị quyết số 02-10/NQ/2008-PPC ngày 11 tháng 10 năm 2008.

Tháng 5/2010, được sự đồng ý của Đại hội cổ đông, Công ty tăng vốn điều lệ từ 70 tỷ lên 115,5 tỷ thông qua việc phát hành cổ phiếu thường, chào bán cho cổ đông hiện hữu, cán bộ công nhân viên chủ chốt theo Giấy phép của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước ngày 26/02/2010.

Tháng 11/2009, Pan Pacific đã góp 100% vốn điều lệ thành lập Công ty TNHH Một thành viên Dịch vụ Xuyền Thái Bình (Pan Service).

Vốn điều lệ hiện tại của Pan Pacific: 115.500.000.000 đồng. Công ty đang tiến hành làm thủ tục đổi giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh tại Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh nhằm đăng ký vốn điều lệ mới (115.500.000.000 đồng)

2. Danh sách những công ty mẹ và công ty con của tổ chức niêm yết, những công ty mà tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức niêm yết;

2.1 Công ty TNHH Liên Thái Bình

Công ty TNHH Liên Thái Bình (Pan Pacific Hà Nội) được thành lập năm 1993 dưới hình thức Công ty trách nhiệm hữu hạn với vốn đăng ký ban đầu là 150 triệu đồng, từ năm 1999, vốn tăng lên 1 tỷ đồng. Trong năm 2006, Công ty chuyển thành Công ty Cổ phần Liên Thái Bình với vốn điều lệ 4 tỷ đồng. Công ty Cổ phần Xuyền Thái Bình mua lại 80% cổ phần Pan Pacific Hà Nội nửa đầu năm 2006. Năm 2008, Công ty Cổ phần Liên Thái Bình đã tăng vốn điều lệ từ 4 tỷ lên 6 tỷ. Tháng 10 năm 2008, HĐQT quyết định tiến hành mua tiếp 20% VDL tiến tới sở hữu 100% VDL.

Trụ sở chính của Pan Pacific Hà Nội đặt tại 1C Ngõ Quyền, Quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội.

Hoạt động kinh doanh chính gồm dịch vụ vệ sinh, dịch vụ bảo trì, diệt côn trùng, cây cảnh, cung cấp dịch vụ vệ sinh.

Pan Pacific Hà Nội hiện có khoảng 1.000 lao động, trong đó khoảng 960 lao động phổ thông.

Khách hàng chính của Pan Pacific Hà Nội là các cao ốc văn phòng như Trung tâm Quốc tế, Metropole; các khách sạn nổi tiếng như Sofitel Plaza, Hanoi Horizon; các đại sứ quán Úc, Mỹ, Anh, Ý...; nhiều nhà máy tại Khu Công nghiệp Thăng Long; các siêu thị nước ngoài lớn tại Hà Nội như Metro Thăng Long và Metro Hoàng Mai, Big C Thăng Long, Big C Hải Phòng, Metro Hồng Bàng; nhiều văn phòng nước ngoài như Mitsubishi, văn phòng đại diện Ford Vietnam, Baker & McKenzie, Samsung, tòa nhà Dầu Khí; và nhiều bệnh viện như Bệnh viện Nhi Trung Ương, Phòng khám Việt – Hàn, v.v...

2.2 Công ty Cổ Phần Thương Mại Pan (Pan Trading)

Công ty Cổ Phần Thương Mại Pan (Pan Trading) được thành lập vào năm 2008 dưới hình thức Công ty cổ phần với vốn đăng ký là 6 tỷ đồng. Trong đó, Công ty Cổ phần Xuyền Thái Bình chiếm 80% điều lệ.



ISO 9001:2008



Trụ sở chính của Pan Trading đặt tại tòa nhà văn phòng Pan số 236/43/2 Điện Biên Phủ, Phường 17, Quận Bình Thạnh, Tp.HHCM.

Hoạt động kinh doanh chính gồm: Mua bán hóa chất (trừ hóa chất có tính độc hại mạnh), máy móc, dụng cụ thiết bị ngành công nghiệp – lâm nghiệp – xây dựng. Đại lý ký gửi hàng hóa. Lắp đặt, sửa chữa, bảo dưỡng máy móc, thiết bị công nghiệp, hàng điện tử.

Khách hàng chính của Pan Trading là các hệ thống siêu thị và trung tâm thương mại: Metro, Lotte. Hệ thống khách sạn cao cấp: Rex, Sheraton Saigon, Sheraton Nha Trang, Legend, Windsor. Nhà máy sản xuất: Nestle Vietnam, Sanofi Aventis, Sonion, Bayer Vietnam, Zuellig Pharma. Ngoài ra còn một số khách hàng khác: sân bay Cam Ranh, các Công ty Thủy Sản: Nam Việt, Bình An, Thủy Sản Mekong...

2.3 Công ty TNHH MTV Dịch Vụ Xuyên Thái Bình

Công ty TNHH Một thành viên Dịch vụ Xuyên Thái Bình (Pan Service) được thành lập vào ngày 24/11/2009 với vốn đăng ký là 25 tỷ đồng do Công ty Cổ Phần Xuyên Thái Bình sở hữu 100% vốn điều lệ.

Trụ sở chính của Pan Service đặt tại tòa nhà văn phòng Pan Pacific số 236/43/2 Điện Biên Phủ, Phường 17, Quận Bình Thạnh, TP. HCM.

Hoạt động kinh doanh chính gồm: Vệ sinh nhà cửa; vệ sinh nhà cửa và các công trình; Dịch vụ chăm sóc và duy trì cảnh quan; Cho thuê cây cảnh; Xử lý và tiêu hủy rác thải không độc hại; Xử lý và tiêu hủy rác thải độc hại (không hoạt động tại trụ sở); Quản lý bất động sản.

Khách hàng chính của Pan Service là hệ thống bệnh viện khu vực TP.HCM, Tây Nam Bộ, Đông Nam Bộ & khu vực Miền Trung; hệ thống trung tâm thương mại: Parkson, Lotte, Diamond Plaza...; hệ thống các trường học Quốc Tế: Việt Úc, Việt Mỹ, ACG, Vstar...; cụm cảng hàng không Miền Nam; nhà máy Intel, P&G, các khách hàng khác trong khu công nghiệp Bình Dương và khu công nghệ cao Quận 9; hệ thống các khối cao ốc văn phòng và khu căn hộ tại khu vực Tp. HCM và khu vực Đông Nam Bộ.

II. NHỮNG SỰ KIỆN QUAN TRỌNG PHÁT SINH TRONG 2 NĂM GẦN NHẤT

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh trong 2 năm gần nhất

1.1 Cơ cấu doanh thu các loại hình sản phẩm dịch vụ của Công ty qua các năm

Phạm vi và lĩnh vực hoạt động chính của Công ty bao gồm:

- Dịch vụ vệ sinh nhà cửa;
- Hoạt động xử lý chất thải rắn, lỏng, khí thải công nghiệp;
- Dịch vụ sửa chữa nhà;
- Dịch vụ chống mối mọt, diệt côn trùng;
- Dịch vụ trang trí nhà cửa, phong cảnh, vườn cảnh, non bộ, công viên, vườn thú;
- Dịch vụ quản lý nhà cao tầng, căn hộ;
- Kinh doanh bất động sản;
- Cho thuê xe có người lái để vận tải hành khách, hợp đồng chờ khách đi tham quan, du lịch. Cho thuê xe ô tô.

Khách hàng chính của Công ty là các siêu thị, bệnh viện, nhà máy, cao ốc lớn tại Việt Nam. Hơn 10 năm qua, phạm vi công việc của Pan Pacific Corp được đa dạng hóa, từ cung cấp dịch vụ cho các văn phòng và cao ốc đến dịch vụ bảo trì và quản lý bệnh viện, siêu thị, nhà máy & mở rộng thêm dịch vụ vệ sinh phòng sạch tại khu công nghiệp Bình Dương.





Doanh thu và lợi nhuận theo phân khúc thị trường chính

Bảng 1: Cơ cấu doanh thu dịch vụ vệ sinh giai đoạn 2008 – Tháng 9/2010

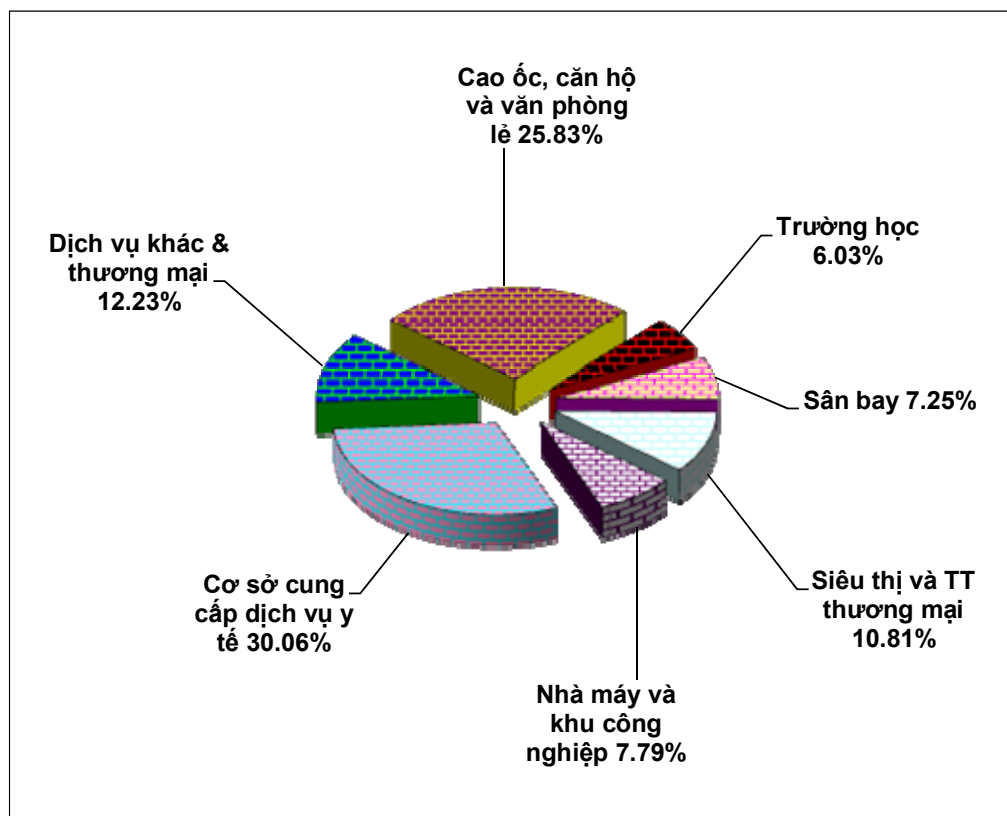
Đvt: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		9T/2010	
	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
Cao ốc và căn hộ, văn phòng lẻ	31.342	24,89	40.854	25,83	52.285	36,0%
Trường học	5.588	4,43	9.537	6,03	7.782	5,4%
Sân bay	9.418	7,48	11.467	7,25	5.241	3,6%
Siêu thị và trung tâm thương mại	12.124	9,64	17.097	10,81	11.046	7,6%
Nhà máy, Khu công nghiệp	11.429	9,08	12.321	7,79	15.605	10,7%
Các cơ sở cung cấp dịch vụ y tế	40.787	32,39	47.544	30,06	38.062	26,2%
Dịch vụ khác và thương mại (*)	15.210	12,09	19.345	12,23	15.356	10,6%
Tổng cộng	125.898	100,00	158.165	100,00	145.377	100,00

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán 2008, 2009 và Báo cáo tài chính hợp nhất quyết toán 9T/2010

(*): **Dịch vụ khác** là dịch vụ thực hiện phát sinh 1 lần như: phủ keo sàn nhà, lau kính, tổng vệ sinh, giặt thảm, ghế.

Thương mại: bán hóa chất làm sạch phục vụ cho ngành vệ sinh, máy móc thiết bị vệ sinh công nghiệp của Cty Pan Trading con..



Hình 1: Cơ cấu doanh thu năm 2009

Bảng 2: Cơ cấu lợi nhuận gộp dịch vụ vệ sinh giai đoạn 2008 – Tháng 9/2010

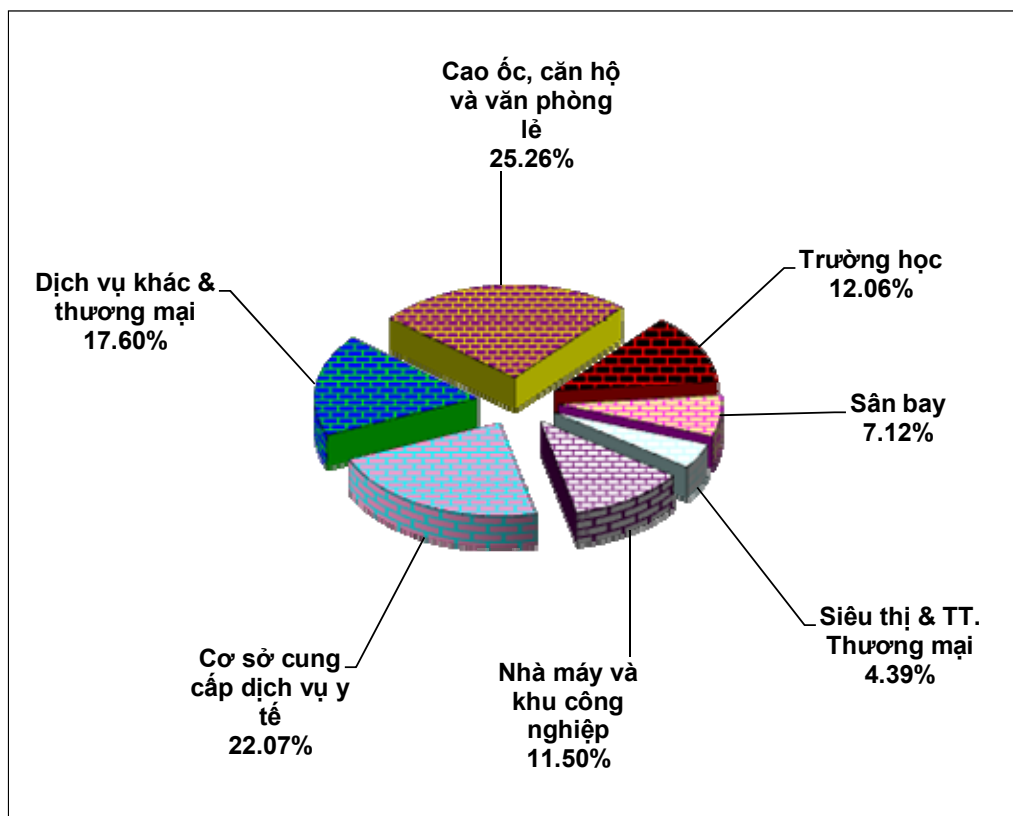
Đvt: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		9T/2010	
	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
Cao ốc và căn hộ, văn phòng lẻ	6.860	26,63	8.403	25,26	8.365	34,53%
Trường học	1.655	6,42	4.012	12,06	1.789	7,39%
Sân bay	2.030	7,88	2.368	7,12	943	3,89%
Siêu thị và trung tâm thương mại	1.273	4,94	1.460	4,39	1.458	6,02%
Nhà máy, Khu công nghiệp	3.743	14,53	3.825	11,50	3.277	13,53%
Các cơ sở cung cấp dịch vụ y tế	6.295	24,44	7.341	22,07	5.550	22,91%
Dịch vụ khác và thương mại (*)	3.898	15,14	5.856	17,06	2.840	11,72%
Tổng cộng	25.754	100,00	33.265	100,00	24.222	100,00

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán 2008, 2009 và Báo cáo tài chính hợp nhất quyết toán 9T/2010

(*): **Dịch vụ khác** là dịch vụ thực hiện phát sinh 1 lần như: phủ keo sàn nhà, lau kính, tổng vệ sinh, giặt thảm, ghế.

Thương mại: bán hóa chất làm sạch phục vụ cho ngành vệ sinh, máy móc thiết bị vệ sinh công nghiệp của Cty Pan Trading con..



Hình 2: Cơ cấu lợi nhuận gộp năm 2009

Trong các năm qua, mặc dù hầu hết các doanh nghiệp gặp khó khăn do nền kinh tế trong nước suy yếu bởi khủng hoảng thì Pan Pacific tiếp tục tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận với tốc độ trung bình trên 20%. Năm 2008, khi khủng hoảng kinh tế chạm đáy, Công ty cũng chịu ảnh hưởng nhất định đến hoạt động kinh doanh, thể hiện ở doanh thu tăng khoảng 32% nhưng lợi nhuận gộp chỉ tăng khoảng 12% so với năm 2007. Sang năm 2009, với sự phục hồi của nền kinh tế, lợi nhuận gộp của Công ty tăng mạnh (khoảng 28%) so với năm 2008.

Hai phân khúc thị trường đóng góp lớn nhất vào doanh thu thuần và lợi nhuận gộp của Pan Pacific là mảng **“Cao ốc, căn hộ và văn phòng”** và **“Cơ sở cung cấp dịch vụ y tế”**. Mặc dù mảng **“Cơ sở cung cấp dịch vụ y tế”** có tỷ trọng doanh thu thuần cao nhất (trên 30%) nhưng có tỷ trọng lợi nhuận gộp thấp hơn mảng **“Cao ốc, căn hộ và văn phòng”** và có xu hướng giảm qua các năm (tỷ trọng doanh thu giảm từ 32,39% năm 2009 xuống 23,68% 6T/2010). Mảng **“Cao ốc, căn hộ và văn phòng”** chiếm tỷ trọng lợi nhuận gộp lớn nhất của Công (năm 2009 chiếm 25,2%) tuy doanh thu từ mảng này chỉ đứng thứ 2. Với xu hướng tăng tỷ trọng trong cơ cấu doanh thu và lợi nhuận gộp, mảng **“Cao ốc, căn hộ và văn phòng”** hứa hẹn sẽ là mảng phân khúc thị trường hàng đầu trong hoạt động kinh doanh của Công ty trong tương lai.

1.2 Nguyên vật liệu

Một số các nguyên vật liệu chính Công ty đang sử dụng hiện nay:

- Hóa chất 3M của Mỹ.
- Giấy vệ sinh, giấy lau tay của các nhà cung cấp lớn như Puppily, Viễn Đông, Vĩnh Huê...
- Hóa chất Multipine, hóa chất lau kính, sunlight, sun, Aci clean, Anios Pray, Brasso, Cloramin B, javel, ...
- Khẩu trang y tế, pad, flatmos, găng tay cao su...

Công ty luôn chủ động về nguồn nguyên liệu từ các nhà cung cấp lớn, ký hợp đồng nguyên năm như: 3M của Mỹ, New Toyo, Viễn Đông, Vĩnh Huê, hệ thống phân phối tập đoàn Metro Cash Carry...

a. Sự ổn định của các nguồn cung cấp này;

Để hạn chế tối đa sự phụ thuộc vào một nhà cung cấp, chiến lược của Công ty để giữ được sự ổn định về giá cả, mỗi một nguồn nguyên liệu Công ty luôn có từ hai đến ba nhà cung cấp khác nhau. Công ty luôn duy trì mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp nhằm đảm bảo nguồn nguyên liệu đầu vào đảm bảo chất lượng và giá cả hợp lý.

b. Ảnh hưởng của giá cả nguyên vật liệu đến doanh thu, lợi nhuận

Từ nay đến cuối năm, giá cả nguyên vật liệu biến động lớn, một số nguồn nguyên vật liệu Công ty sử dụng là sản phẩm nhập khẩu, chưa sản xuất trong nước. Sự biến động tỷ giá đồng USD vào cuối năm sẽ ảnh hưởng lớn đến giá cả hóa chất, giấy vệ sinh, bao rác... sẽ tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty.

Tuy nhiên, trong cơ cấu giá thành sản phẩm dịch vụ của Công ty, nguyên vật liệu chiếm tỷ trọng từ 6 – 8% nên biến động giá cả nguyên vật liệu ảnh hưởng không lớn đến lợi nhuận hoạt động của Công ty.

1.3 Chi phí sản xuất

Bảng 3: Cơ cấu chi phí giá vốn giai đoạn 2008 – Tháng 9/2010

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		9T/2010	
	Giá trị (Triệu đ)	%	Giá trị (Triệu đ)	%	Giá trị (Triệu đ)	%
<u>Giá vốn dịch vụ</u>	<u>99.721</u>	<u>99,57</u>	<u>122.384</u>	<u>97,99</u>	<u>115.709</u>	<u>95,5</u>
Chi phí nguyên vật liệu	12.764	12,75	14.622	11,71	12.608	10,4
Chi phí nhân công	75.275	75,17	93.685	75,01	91.252	75,3
Chi phí sản xuất chung	11.682	11,67	114.077	11,27	11.848	9,8
<u>Giá vốn hàng hóa</u>	<u>423</u>	<u>0,43</u>	<u>2.516</u>	<u>2,01</u>	<u>5.446</u>	<u>4,5</u>
Cộng	100.144	100,00	124.900	100,00	121.155	100,00

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán 2008, 2009 và Báo cáo tài chính hợp nhất quyết toán 9T/2010

Trong cơ cấu chi phí sản xuất cấu thành nên giá vốn, chi phí nhân công hiện nay chiếm tương đương trên 75%. Tỷ lệ chi phí nhân công trên giá vốn đã và sẽ tăng đều hàng năm do (1) sự cạnh tranh thu hút nguồn lao động từ các ngành, các vùng công nghiệp khác; (2) tác động của hệ số trượt giá sinh hoạt hàng năm; (3) tác động của việc điều chỉnh chính sách của nhà nước về mức lương tối thiểu theo lộ trình nhằm cân bằng mức thu nhập giữa các khu vực kinh tế khác nhau. Các chi phí sản xuất chung có xu hướng gia tăng xuất phát từ tình hình hoạt động và yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ, điều này đòi hỏi nhiều chi phí quản lý, dịch vụ tại công trình hơn.

Tỷ trọng này tại Pan Pacific Corp thường cao hơn tại các doanh nghiệp cùng ngành vì chính sách của Ban Giám đốc luôn đảm bảo các quyền lợi hợp lý của người lao động và cố gắng tạo mức thu nhập cạnh tranh so với các doanh nghiệp cùng ngành nghề khác.

Tuy nhiên Ban Giám đốc Công ty luôn quan tâm đến việc quản trị chi phí sản xuất và chi phí quản lý luôn được đặt thành một trong những nhiệm vụ trọng tâm đối với Ban quản trị sản xuất. Việc kiểm soát chi phí sản xuất nhằm cắt giảm tối đa các chi phí sản xuất và chi phí quản lý bất hợp lý được thực hiện thường xuyên và triệt để giúp việc kinh doanh của công ty linh hoạt và hiệu quả hơn. Bên cạnh đó, Công ty đã xây dựng được mối quan hệ hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp lớn uy tín trong và ngoài nước, chính vì vậy nguồn vật tư, thiết bị phục vụ sản xuất của công ty luôn đảm bảo ổn định về chất lượng và giá cả hợp lý.

1.4 Trình độ công nghệ

Công ty có lợi thế về công nghệ thông qua mối quan hệ mật thiết với các chuyên gia Nilfisk – nhà sản xuất thiết bị vệ sinh công nghiệp quy mô lớn nhất Đan Mạch và các công ty hóa chất hàng đầu như 3M, Ecolab, Diversey Lever, NCL, Goodmaids. Hơn nữa, Pan Pacific có đội ngũ cán bộ công nhân viên giàu kinh nghiệm được đào tạo bởi các chuyên gia về sử dụng thiết bị, hóa chất vệ sinh đạt chuẩn quốc tế.

1.5 Tình hình nghiên cứu và phát triển sản phẩm, dịch vụ mới

Cùng với đà tăng trưởng của nền kinh tế Việt Nam trong những năm tới, thị trường dịch vụ vệ sinh công nghiệp dự đoán sẽ phát triển rất nhanh. Nhu cầu của thị trường sẽ có sự biến chuyển cả về chất lẫn về lượng. Hiện tại bộ phận nghiên cứu và phát triển sản phẩm & thị trường của Công ty do Phó Tổng giám đốc phụ trách Kinh doanh và Tiếp thị quản lý trực tiếp thường xuyên thực hiện các khảo sát đánh giá thị trường nhằm đưa ra các báo cáo, dự đoán nhu cầu thị trường. Dựa vào các báo cáo này Ban Giám đốc Công ty sẽ có những kế hoạch cụ thể nhằm xây dựng nguồn lực và thiết kế các sản phẩm đáp ứng với nhu cầu thị trường. Thực tế các năm vừa qua công ty luôn tiên phong trong việc tạo dựng và khai thác các thị trường & sản phẩm dịch vụ mới.

Trong năm 2010, hòa cùng với bước tiến phát triển đô thị hóa & quy hoạch các khu công nghiệp trọng điểm, Công ty sẽ tập trung duy trì thị phần sẵn có và khai thác tối đa cơ hội thị trường hai thành phố lớn và các vùng tiềm năng lân cận như: Tỉnh Bình Dương, Đồng Nai, Vũng Tàu... Hiện nay, Pan Pacific là nhà thầu chính thức của các tập đoàn và dự án lớn: Intel, Kumho, P&G, Petro VN, Nhà máy bán dẫn Ges...

Công ty vẫn tiếp tục theo đuổi chiến lược phát triển theo hướng cung cấp các dịch vụ trọn gói các sản phẩm: chăm sóc cây cảnh, bảo dưỡng tòa nhà, dịch vụ hậu cần, diệt côn trùng, diệt khuẩn, nhân viên hành chánh & nhân viên tạp vụ... cho các tập đoàn lớn HP, Intel, P&G... Hiện nay, Công ty đang hợp tác với đối tác ISS là nhà thầu chuyên cung cấp các dịch vụ ngành vệ sinh công nghiệp trọn gói lớn trên thế giới với hơn 100 năm kinh nghiệm.

Định hướng của Công ty là phát triển các nhóm dịch vụ này thông qua các hợp đồng hợp tác kinh doanh, liên kết, mua và sáp nhập với các công ty chuyên nghiệp (trong và ngoài nước) khác mà không đầu tư xây dựng từ đầu.

1.6 Hoạt động marketing

Sản phẩm

Hiện nay dịch vụ của công ty được phân chia theo 7 nhóm chính: (1) Cao ốc văn phòng và căn hộ, (2) Siêu thị và trung tâm thương mại, (3) Nhà máy và khu công nghiệp, (4) Dịch vụ y tế, (5) Trường học, (6) Sân bay, (7) Các công trình lễ khác & dịch vụ 1 lần. Trong đó, nhóm (1) mang lại lợi nhuận cao hơn hết. Vì vậy trong các năm tới, Pan Pacific sẽ tập trung vào mảng cao ốc văn phòng và căn hộ như một sản phẩm chiến lược. Bên cạnh đó sẽ phát triển và mở rộng lĩnh vực hoạt động của Công ty sang các lĩnh vực khác, cụ thể là dịch vụ du lịch, dịch vụ quản lý bất động sản...

Công ty thực hiện chào bán dịch vụ bằng các phương pháp:

- Đối với khối Khu công nghiệp và nhà máy: Tiếp cận các công ty FDI ngay từ ban đầu dựa vào nguồn thông tin từ các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền. Thông thường 1 dự án xây dựng phải mất từ 3 – 5 năm để hoàn thành, Công ty giữ liên lạc với khách hàng và ngay thời điểm khoảng 6 tháng trước khi đưa vào hoạt động, Công ty sẽ tiến hành khảo sát mặt bằng, đưa ra hồ sơ thầu và đề xuất theo nhu cầu khách hàng về giờ phục vụ, dịch vụ bên trong hay bên ngoài v.v...
- Đối với khối cao ốc văn phòng, trung tâm thương mại: Qua công ty quản lý bất động sản. Đây là hình thức bán sỉ, để thực hiện điều này, Công ty thường chi khoản chiết khấu nhóm hàng (group discount).
- Đối với khối siêu thị, bệnh viện: theo dõi quy hoạch tổng thể từ các cấp có liên quan.

Phân phối

Công ty cung cấp dịch vụ trực tiếp đến khách hàng mà không sử dụng dịch vụ bên ngoài. Hiện nay Công ty có Trụ sở tại Tp.Hồ Chí Minh, Công ty con tại Hà Nội và Chi nhánh tại Đà Nẵng giúp mạng lưới cung cấp dịch vụ dễ dàng và trải rộng khắp cả nước.

Xúc tiến bán hàng

Trong mảng (2) Siêu thị và trung tâm thương mại, Pan Pacific làm việc cho các tập đoàn nước ngoài. Theo tốc độ tăng trưởng của họ, hàng năm Pan Pacific có chính sách giảm giá phù hợp.

Giá

Công ty không áp dụng chiến lược cạnh tranh về giá.

Giá cung cấp dịch vụ được xác định theo hai giai đoạn:

- Đưa ra giá thầu: giá được đưa ra để chào dịch vụ
Đưa ra giá khảo sát: sau khi khảo sát thực tế, xác định nhu cầu nguyên vật liệu cần bao nhiêu, tình trạng thực tế. Giá thành phụ thuộc vào (1) mức độ yêu cầu khách hàng, (2) kết cấu nhà, (3) tính toán giá thành khách hàng để xác định chi phí bao gồm nhân công, máy móc và vật liệu tiêu hao. Đơn giá bán bình quân tính theo đầu người khoảng 2,4 – 3,2 triệu đồng/người.

1.7 Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong 2 năm gần nhất

Bảng 4: Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2008 – Tháng 9/2010

Đvt: triệu đồng

Chỉ tiêu	2008	% tăng/giảm	2009	% tăng/giảm	9T/2010
Tổng giá trị tài sản	213.383	(28,71)	233.790	9,56	325.163
Doanh thu thuần	125.898	31,73	158.165	25,56	145.377
Lợi nhuận thuần từ HĐ kinh doanh	22.035	(63,29)	44.525	102,1	11.746
Lợi nhuận khác	1.825	(4462,5)	34	(98,13)	7
Lợi nhuận trước thuế	23.860	(63,29)	44.559	86,75	11.754
Lợi nhuận sau thuế	20.690	59,34	34.429	66,4	8.647

Lợi ích cổ đông thiểu số	335		42	(87,46)	181
Lợi nhuận sau thuế cổ đông công ty mẹ	20.355	(59,50)	34.386	68,93	8.466
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức (%) ⁽¹⁾	68.78	13,07	30.54	(38,24)	-
Tỷ lệ cổ tức (%) ⁽²⁾	20,00	(20,00)	15,00	(5,00)	-

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán 2008, 2009 và Báo cáo tài chính hợp nhất quyết toán 9T/2010

- (1) Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức các năm 2008, 2009 được tính trên cơ sở là số tiền chi trả cổ tức từ lợi nhuận của năm tài chính tương ứng chia cho lợi nhuận sau thuế của cổ đông công ty mẹ của năm tài chính tương ứng; Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức năm 2010 được tính trên cơ sở kế hoạch của cả năm 2010 theo Nghị quyết ĐHCĐ thường niên 2010,
- (2) Tỷ lệ cổ tức các năm 2008 và 2009 là số tiền chi trả cổ tức từ lợi nhuận của năm tài chính tương ứng chia cho vốn điều lệ, thực tế đã chi trả lần lượt là 20% và 15%; Tỷ lệ cổ tức năm 2010 là tỷ lệ cổ tức cả năm theo Nghị quyết ĐHCĐ thường niên 2010.

1.8 Giải trình cho phần vấn đề chưa thống nhất của kiểm toán trong Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2008

Ý kiến của kiểm toán: “Tập đoàn chưa thực hiện lập đầy đủ dự phòng giảm giá đối với các khoản đầu tư vào chứng khoán đã có giá tham chiếu trên thị trường. Theo ước tính của chúng tôi dựa vào giá chứng khoán niêm yết và giá chứng khoán chưa niêm yết được tham khảo trên thị trường tại thời điểm ngày 31 tháng 12 năm 2008, giá trị cần lập dự phòng do giá trên thị trường giảm so với giá trị sổ sách là 10.014.401.700 VND đối với các chứng khoán niêm yết và 31.468.000.000 VND đối với các chứng khoán chưa niêm yết. Tuy nhiên, Tập đoàn mới chỉ trích lập dự phòng là 31.400.000.000 VND. Khoản dự phòng cần phải trích lập bổ sung là 10.082.401.700 VND.” trong báo cáo tính chính hợp nhất 2008.

Công ty có ý kiến giải thích như sau: Giá chứng khoán trên thị trường cuối năm 2008 suy giảm mạnh. Theo khuyến cáo của kỳ quyết toán thuế với Tổng Cục Thuế năm vừa qua, Công ty chúng tôi quyết định thực hiện trích lập tương ứng 75% tổng giảm giá. Phần chênh lệch còn lại sẽ được xem xét lập dự phòng bổ sung vào năm sau là 10.082.401.700 VNĐ.

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất của Công ty hiện đang ghi nhận lợi nhuận sau thuế là 20.690.969.317 VNĐ và chỉ tiêu lợi nhuận sau thuế chưa phân phối trình bày trên Bảng cân đối kế toán tại thời điểm ngày 31 tháng 12 năm 2008 là 10.090.931.327 VNĐ. Tuy nhiên do việc chưa lập dự phòng đầy đủ cho các khoản đầu tư chứng khoán nêu trên, nếu tiến hành điều chỉnh thì lợi nhuận sau thuế năm nay của Công ty là 12.020.103.855 VNĐ, lợi nhuận chưa phân phối trên Bảng cân đối kế toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2008 sẽ là 1.420.065.865 VNĐ (sau khi đã chia cổ tức năm 2007 và trích lập các quỹ tại Công ty CP Xuyền Thái Bình, Công ty TNHH Liên Thái Bình năm 2008 và tạm ứng 15% cổ tức theo Nghị quyết số 02-11/2008/QĐ-HĐQT ngày 10 tháng 11 năm 2008 của HĐQT Công ty CP Xuyền Thái Bình).

1.9 Giải trình cho phần vấn đề chưa thống nhất của kiểm toán trong Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2009

Ý kiến của kiểm toán: “Năm 2008 Tập đoàn chưa thực hiện lập đầy đủ dự phòng giảm giá đối với các khoản đầu tư vào chứng khoán đã có giá tham chiếu trên thị trường. Theo ước tính của chúng tôi dựa vào chứng khoán niêm yết và giá chứng khoán chưa niêm yết được tham khảo trên thị trường tại thời điểm ngày 31 tháng 12 năm 2008, giá trị cần lập dự phòng do giá trên thị trường giảm so với giá trị sổ

sách là 10.014.401.700 VNĐ đối với các chứng khoán niêm yết và 31.468.000.000 VNĐ đối với các chứng khoán chưa niêm yết. Tuy nhiên, Tập đoàn mới chỉ trích lập dự phòng là 31.400.000.000 VNĐ. Khoản dự phòng cần phải trích lập bổ sung vào năm trước là 10.082.401.700 VNĐ. Nếu việc trích lập dự phòng được thực hiện đầy đủ thì lợi nhuận năm trước sẽ giảm đi 10.082.401.700 VNĐ và lợi nhuận năm nay sẽ tăng thêm cùng một khoản là 10.082.401.700 VNĐ”

Công ty có ý kiến giải thích như sau: Lý do khoản trích lập dự phòng 10.082.401.700 VNĐ không thực hiện đã được giải trình trong phần “Vấn đề chưa thống nhất của kiểm toán trong Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2008”. Do không trích lập dự phòng 10.082.401.700 VNĐ trong năm 2008, công ty không thực hiện hoàn nhập dự phòng khoản này trong năm 2009, dẫn đến lợi nhuận năm 2009 sẽ không tăng một khoản là 10.082.401.700 VNĐ

1.10 Giải trình cho phần vấn đề chưa thống nhất của kiểm toán trong Báo cáo tài chính hợp nhất 6 tháng đầu năm 2010

Ý kiến kiểm toán: “Công ty chưa xem xét lập dự phòng giảm giá đầu tư chứng khoán ngắn hạn của các cổ phiếu chưa niêm yết và đầu tư dài hạn khác với giá trị đầu tư ghi sổ lần lượt là 31.159.880.000 VNĐ (xem thuyết minh V.2 trong BCTC soát xét 6 tháng đầu năm 2010) và 9.697.400.000 VNĐ (xem thuyết minh V.13 trong BCTC soát xét 6 tháng đầu năm 2010)”

Công ty có ý kiến giải thích như sau: Công ty không lập dự phòng giảm giá đầu tư chứng khoán ngắn hạn của các cổ phiếu chưa niêm yết là do Công ty chưa thu thập được thông tin về giá thị trường của các cổ phiếu này cũng như chưa thu thập được đầy đủ các tài liệu liên quan đến tình hình tài chính của các công ty mà Công ty đang đầu tư tại ngày 30 tháng 6 năm 2010

1.11 Những thay đổi chủ yếu trong năm 2 gần nhất

Tình hình sử dụng vay nợ

Tình hình kinh tế trong nước trong giai đoạn 2008 - 2009 gặp nhiều khó khăn do suy thoái, nguồn vốn tín dụng bị thắt chặt và chi phí lãi vay cao. Tuy nhiên, Công ty có lợi thế trong việc nắm giữ một lượng lớn tiền mặt nên không có khoản vay lớn nào phát sinh trong hai năm vừa qua.

Các khoản đầu tư lớn

Công ty tiếp tục tập trung đầu tư vào lĩnh vực vệ sinh công nghiệp, lĩnh vực thương mại, đặc biệt là mua bán thiết bị vệ sinh công nghiệp; thiết bị làm sạch và bảo trì công trình hạ tầng đô thị. Ngoài ra, năm 2009 Công ty thành lập Công ty TNHH Một thành viên Dịch vụ Xuyền Thái Bình và tập trung đầu tư tiếp các dự án trọng điểm có tính khả thi và hiệu quả cao như: dự án khu khoáng tắm bùn tại Phan Thiết, dự án bất động sản An Lạc Tp.HCM bên cạnh các dự án đầu tư tài chính khác.

Chiến lược kinh doanh

Năm 2010, Pan Pacific tập trung nghiên cứu thêm thị trường tiềm năng về cung cấp thiết bị ngành vệ sinh công nghiệp và hóa chất ngành. Qua tiến trình nghiên cứu về đối thủ cạnh tranh trong ngành như: Johnson, 3M, Ecolab, và Filmop..., Pan Pacific quyết tâm đầu tư thêm vốn cho Công ty con Pan Trading để mở rộng kênh phân phối sản phẩm thiết bị vệ sinh của tập đoàn Nilfisk ra phía Bắc, làm đại lý phân phối độc quyền nhãn hiệu hóa chất của tập đoàn Ecolab.

Bên cạnh đó, nhằm nâng cao chiến lược cạnh tranh trong ngành dịch vụ vệ sinh về chất lượng, Pan Pacific hướng tới các gói thầu cung cấp dịch vụ trọn gói: dịch vụ diệt công trùng, diệt khuẩn, dịch vụ phòng sạch, dịch vụ chăm sóc cây cảnh, dịch vụ kỹ thuật tòa nhà, dịch vụ cung cấp nhân viên hành chánh, văn thư, tạp vụ & các dịch vụ hỗ trợ văn phòng khác... Đây là phân khúc thị trường tiềm năng

trong tương lai gần, đáp ứng nhu cầu của các công ty, tập đoàn đa quốc gia đầu tư hoạt động tại Việt Nam. Nhà máy Intel là một điển hình mà công ty đã tiếp cận và ký hợp đồng cung cấp dịch vụ thường xuyên theo mô hình này.

Tại Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2010, ĐHCĐ đã thông qua quyết định thay đổi định hướng phát triển và mô hình hoạt động của Công ty giai đoạn 2010-2015, theo đó hoạt động của Công ty sẽ tập trung vào các lĩnh vực:

- Đầu tư tài chính ngắn hạn;
- Đầu tư tài chính dài hạn (không trực tiếp điều hành) vào các ngành nghề BĐS, Dịch vụ khác; và
- Đầu tư và điều hành trực tiếp vào hệ thống công ty hoạt động trong ngành dịch vụ tiện ích để tạo ra các gói dịch vụ và giải pháp cho các khách hàng.

Sản phẩm, dịch vụ mới

Trong năm 2009, hòa cùng với bước tiến phát triển đô thị hóa & quy hoạch các khu công nghiệp trọng điểm, Công ty tập trung duy trì thị phần sẵn có và khai thác tối đa cơ hội thị trường hai thành phố lớn và các vùng tiềm năng lân cận như: Tỉnh Bình Dương, Đồng Nai, Vũng Tàu...Hiện nay, Pan Pacific là nhà thầu chính thức của các tập đoàn và dự án lớn: Intel, Kumho, P&G, Petro VN, Nhà máy bán dẫn Ges...

Với việc đầu tư thành lập Công ty Cổ Phần Thương mại Pan, Công ty đã mở ra một mảng kinh doanh mới, đó là thương mại. Chỉ sau một năm thành lập, doanh số của mảng kinh doanh thương mại này tăng 128% từ 3,9 tỷ đồng lên 8,9 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế của mảng này trong năm 2009 là 1,1 tỷ đồng đạt 36,6% vốn đầu tư. Đây là một trong những ngành có nhiều tiềm năng; theo đánh giá của Công ty, thị trường sẽ phát triển mạnh trong giai đoạn kinh tế phục hồi sắp tới và khi tình hình kinh tế đạt được đà tăng trưởng như trước sẽ kéo theo nhu cầu lớn về loại sản phẩm mà Công ty đang cung cấp. Dự kiến doanh lĩnh vực thương mại trong giai đoạn 2010 - 2015 sẽ tăng trưởng từ 40% đến 60% về doanh thu.

Chính sách kế toán áp dụng

Năm 2010, trong phạm vi có liên quan, Công ty áp dụng các quy định tại Thông tư số 244/2009/TT-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2009 của Bộ Tài chính hướng dẫn sửa đổi, bổ sung Chế độ kế toán doanh nghiệp.

1.12 Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong năm báo cáo

a. Đặc thù ngành:

Sản phẩm dịch vụ vệ sinh của Pan Pacific có ít giá trị kỹ thuật cao, cấu thành giá trị dịch vụ chủ yếu là nhân công với chi phí nhân công hiện nay chiếm tương đương 75%. Hoạt động cung cấp dịch vụ vệ sinh gắn liền với con người, đây là yếu tố nếu có biến động sẽ ảnh hưởng lớn đến hoạt động của doanh nghiệp. Tỷ lệ chi phí nhân công trên giá vốn đã và sẽ tăng đều hằng năm do (i) sự cạnh tranh thu hút nguồn lao động từ các ngành, các vùng công nghiệp khác; (ii) tác động của hệ số trượt giá sinh hoạt hằng năm; (iii) tác động của việc điều chỉnh chính sách của nhà nước về mức lương tối thiểu theo lộ trình nhằm cân bằng mức thu nhập giữa các khu vực kinh tế khác nhau. Do đó, Ban Giám đốc luôn đảm bảo các quyền lợi hợp lý của người lao động và cố gắng tạo mức thu nhập cạnh tranh so với các doanh nghiệp cùng ngành nghề khác.

Xem xét về tiêu chí chất lượng, đối thủ cạnh tranh của Pan Pacific được chia thành 2 nhóm:

- Dạng Công ty do Việt kiều đầu tư: nhóm này am hiểu về thị trường Việt Nam và đang có nhu cầu liên doanh với các đối tác nước ngoài. Đây được xem là đối thủ đang gây áp lực cạnh tranh hiện tại.

- Công ty 100% vốn nước ngoài: có thương hiệu, tiềm lực tài chính mạnh (có thể dùng chính sách giá hoặc hỗ trợ cho khách hàng). Việc áp dụng quy trình và đưa người nước ngoài trực tiếp quản lý tại Việt Nam là điểm hạn chế của các doanh nghiệp này. Tuy nhiên khi thị trường đủ lớn, thì Pan Pacific khó có lợi thế cạnh tranh do những công ty này có khả năng cung cấp dịch vụ trọn gói. Nhóm này được xác định là đối thủ cạnh tranh chủ yếu trong tương lai.

Về xu thế phát triển ngành có thể thấy rằng ngày càng có nhiều sự cạnh tranh, đồng thời với việc phân khúc thị trường dựa trên các yếu tố giá cả, chất lượng dịch vụ cũng như nhu cầu thực tế của khách hàng; sự khan hiếm lao động phổ thông và chi phí nhân công tăng do ảnh hưởng các yếu tố khác của nền kinh tế (giá cả, lạm phát, v.v...) sẽ là những yếu tố tác động trực tiếp đến sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp. Pan Pacific có hệ thống dịch vụ vệ sinh đa dạng và phân theo 5 nhóm khách hàng chính: cao ốc và căn hộ (40% thị phần); siêu thị và trung tâm thương mại (65% thị phần); nhà máy và khu công nghiệp (60% thị phần); Cảng hàng không (50% thị phần); dịch vụ y tế và trường học (100% thị phần).

Ngoài ra, về lâu dài, lợi nhuận biên có xu hướng giảm do xu thế cạnh tranh trong ngành khi nền kinh tế hội nhập, đầu tư nước ngoài gia tăng, các công ty trong ngành có kinh nghiệm kỹ thuật, quản lý vượt trội và quy mô ngành nghề đa dạng, tiềm năng vốn mạnh có khả năng cung cấp dịch vụ trọn gói.

b. Thuận lợi:

Năm 2007 – 2009, nguồn vốn đầu tư vào Việt Nam tăng mạnh tại 3 khu vực kinh tế trọng điểm phía nam (Tp.HCM, Đồng Nai, Bình Dương). Theo xu hướng phát triển đô thị hóa, hàng loạt các dự án (cao ốc thương mại, căn hộ cao cấp, trung tâm thương mại, nhà máy...) đã được xây hoàn thiện và đưa vào hoạt động mang đến cho Công ty cơ hội kinh doanh mới.

Xây dựng được văn hóa của công ty trên cơ sở chia sẻ thông tin và quyền lợi giữa lãnh đạo và nhân viên.

Có vị thế nhất định trên thị trường dịch vụ vệ sinh tại Việt Nam do Công ty đã xây dựng được đội ngũ nhân viên có chuyên môn, kỹ thuật và kinh nghiệm. Tạo lập được một thương hiệu, uy tín và thị phần rất vững chắc (chiếm trên 40% thị phần trên cả nước).

Công nghệ tiên tiến, trang thiết bị và hóa chất vệ sinh đạt tiêu chuẩn Quốc tế.

Đội ngũ nhân viên lành nghề và giàu kinh nghiệm được đào tạo bởi các chuyên gia nước ngoài và cấp quản lý.

Đội ngũ lãnh đạo tại Pan Pacific gồm những người có trình độ học vấn cao, có kinh nghiệm quản lý điều hành và hoạt động nhiều năm trong ngành.

c. Khó khăn:

Do công ty đang trong thời gian phát triển nên có nhu cầu lớn về vốn trong khi nguồn vốn chủ sở hữu không đáp ứng kịp thời. Sản phẩm dịch vụ có ít giá trị kỹ thuật cao, cấu thành giá trị dịch vụ chủ yếu là nhân công, do chiến lược đầu tư cho thương hiệu và cho con người nên chi phí của Pan Pacific cao hơn các công ty trong ngành.

Vào những tháng cuối năm 2009, giá cả các mặt hàng nhu yếu phẩm liên tục tăng tác động đến quyết định điều chỉnh thu nhập cho công nhân viên. Năm 2010 tiếp tục là một năm khó khăn về kinh tế, tình hình kinh tế vĩ mô giảm sút kéo theo sự tái cơ cấu của nền kinh tế và cạnh tranh cũng quyết liệt hơn.

Một số dự án vệ sinh không còn hiệu quả đã và đang được Công ty cắt bỏ hoặc tiến hành đàm phán để đảm bảo các chỉ số hoạt động.

Một khó khăn luôn song hành đó là nguồn nhân lực phổ thông cho việc thực hiện dịch vụ vệ sinh. Tình trạng khan hiếm lao động phổ thông dẫn đến việc cạnh tranh và chi phí cho nhân sự ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong cấu thành nên chi phí.

2. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 5: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của công ty

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	9T/2010
1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
Hệ số thanh toán ngắn hạn (lần):			
TSLĐ/Nợ ngắn hạn	9,44	7,77	4,76
Hệ số thanh toán nhanh (lần):			
<u>TSLĐ - Hàng tồn kho</u> Nợ ngắn hạn	9,21	7,54	4,60
2. Chỉ tiêu về cơ cấu vốn			
Hệ số Nợ/Tổng tài sản (lần)	0,10	0,11	0,18
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu (lần)	0,11	0,13	0,22
3. Chỉ tiêu về năng lực hoạt động			
Vòng quay hàng tồn kho (lần):			
<u>Giá vốn hàng bán</u> Hàng tồn kho bình quân	30,85	24,80	14,91
Doanh thu thuần/Tổng tài sản (lần)	0,59	0,68	0,45
4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần (%)	16,37	21,73	5,82
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu (%)	11,24	17,35	3,19
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản (%)	9,70	14,73	2,60
Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần (%)	17,43	28,10	8,08

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán 2008, 2009 và Báo cáo tài chính hợp nhất soát xét 9T/2010

Khả năng thanh toán của Pan Pacific ở mức cao và rất an toàn. Cụ thể, hệ số thanh toán nhanh lớn hơn 7x đảm bảo các khoản nợ của Công ty trong ngắn hạn được thanh toán tốt bởi các tài sản ngắn hạn. Tuy nhiên, hệ số này khá cao có thể gây tình trạng mất cân đối của vốn lưu động do tập trung khá nhiều vào vốn bằng tiền và chứng khoán ngắn hạn dẫn đến hiệu quả sử dụng vốn lưu động của Công ty chưa cao.

Cơ cấu vốn của Pan Pacific cũng rất an toàn với tỷ lệ nợ khá thấp và ổn định qua các năm. Trong những năm gần đây, nợ chỉ chiếm khoảng 11% cơ cấu vốn của Công ty, trong đó nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn. Công ty có nợ vay dài hạn thấp cho thấy năng lực tài chính của Công ty thật sự vững mạnh; góp phần giảm thiểu đáng kể chi phí lãi vay. Tuy nhiên, mặc dù rủi ro tín dụng của Pan Pacific ở mức rất thấp; Công ty có thể chưa tận dụng sức mạnh của đòn bẩy tài chính để nâng cao khả năng sinh lời.

Do đặc thù của loại hình kinh doanh dịch vụ vệ sinh, chi phí chủ yếu là chi phí nhân công, hàng tồn kho không đáng kể nên Công ty có vòng quay hàng tồn kho khá cao. Hệ số vòng quay tài sản của Pan Pacific ở mức khá cao và tăng qua các năm cho thấy khả năng hoạt động của Công ty ngày càng hiệu quả

Năm 2008, nền kinh tế Việt Nam không tránh khỏi xu thế suy thoái kinh tế toàn cầu, lạm phát trên hai con số, ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp dẫn đến mức sinh lời của Pan Pacific chỉ ở mức trung bình tương đương với tỷ suất lợi nhuận trung bình từ tiền gửi ngân hàng (ROE năm 2008 đạt khoảng 11,24%). Sang năm 2009, cùng với sự hồi phục của nền kinh tế thế giới và Việt Nam, tỷ suất sinh lời của Pan Pacific đã tăng trưởng vượt bậc (ROE tăng lên 17,34% năm 2009). Trong 9 tháng đầu năm 2010, hệ số này chưa cao một phần do Công ty mới tăng vốn điều lệ. Tuy nhiên, đến cuối năm 2010 và các năm tới, khả năng sinh lời hứa hẹn tiếp tục tăng trưởng khi phần vốn mới bắt đầu mang lại lợi nhuận.

3. Tóm tắt quá trình tăng vốn từ khi chuyển thành Công ty Cổ phần

Bảng 6: Tóm tắt quá trình tăng vốn

STT	Hình thức phát hành	Ngày chốt danh sách cổ đông	Tỷ lệ phân bổ quyền	Giá phát hành	Ngày phát hành	Số lượng phát hành	Cơ quan chấp thuận mỗi lần phát hành tăng vốn
1. Tăng vốn lần 1: từ 6,2 tỷ đồng lên 20 tỷ đồng							
a.	Phát hành cho cổ đông sáng lập.	31/01/06		10.000	18/10/06	1.380.000	SKH&ĐT
2. Tăng vốn lần 2: từ 20 tỷ đồng lên 32 tỷ đồng							
a.	Phát hành cho đối tác chiến lược	12/12/06		32.000	25/10/06	1.000.000	SKH&ĐT
b.	Phát hành cho CBCNV	12/12/06		10.000	25/10/06	200.000	SKH&ĐT
3. Tăng vốn lần 3: từ 32 tỷ đồng lên 70 tỷ đồng.							
a.	Phát hành cho cổ đông hiện hữu	07/06/07	2 : 1	40.000	24/07/07	1.600.000	UBCK
b.	Trả cổ tức bằng cổ phiếu	07/06/07	2 : 1	-	24/07/07	1.600.000	UBCK
c.	Phát hành cho đối tác chiến lược	07/06/07	-	60.000	24/07/07	500.000	UBCK
d.	Phát hành cho CBCNV	07/06/07	-	20.000	24/07/07	100.000	UBCK
4. Tăng vốn lần 4: từ 70 tỷ đồng lên 115,5 tỷ đồng							
a.	Phát hành cho cổ đông hiện hữu	18/03/10	2 : 1	15.000	04/05/10	3.500.000	UBCK
b.	Thưởng bằng cổ phiếu	18/03/10	10 : 1	-	04/05/10	700.000	UBCK
c.	Phát hành cho CBCNV	18/03/10	-	15.000	04/05/10	350.000	UBCK



ISO 9001:2008



4. Tóm tắt quá trình mua/ bán cổ phiếu quỹ từ khi trở thành công ty cổ phần

Không có

5. Các cam kết chưa thực hiện

Không có

6. Nhân sự chủ chốt

Danh sách nhân sự chủ chốt

Stt	Họ và tên	Chức vụ	Số lượng cổ phần	Tỷ lệ sở hữu
1.	Hà Thị Thanh Vân	Chủ tịch HĐQT	825.000	7,14%
2.	Nguyễn Văn Khải	Ủy viên HĐQT	240.000	2,08%
3.	Nguyễn Xuân Thủy	Ủy viên HĐQT	86.000	0,74%
4.	Lê Mai Hương	Ủy viên HĐQT	3.200	0,03%
5.	Hoàng Đức Hòa	Ủy viên HĐQT	-	0%
6.	Nguyễn Văn Khải	Tổng giám đốc	(*) Số liệu đã nêu trên	(*) Số liệu đã nêu trên
7.	Hà Thị Thanh Vân	Phó tổng giám đốc	(*) Số liệu đã nêu trên	(*) Số liệu đã nêu trên
8.	Tạ Thị Ngũ Linh (*)	Trưởng Ban kiểm soát	100	0%
9.	Vũ Thị Ngân	Thành viên Ban kiểm soát	35.200	0,30%
10.	Bùi Thanh Vân	Thành viên Ban kiểm soát	6.400	0,06%
11.	Trương Thị Đông Hà	Kế Toán Trưởng	9.000	0,08%
Tổng cộng			1.204.800	10,43%

Nguồn: Danh sách cổ đông chốt ngày 04/10/2010

(*): Theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên 2010 số 01-04/2010/NQ-ĐHĐCĐ của Pan Pacific, Bà Tạ Thị Ngũ Linh được bầu làm Trưởng Ban Kiểm Soát thay Ông Phan Quốc Sơn

Cam kết nắm giữ cổ phần sở hữu

Trong đợt phát hành ngày 04/05/2010 tăng vốn điều lệ từ 70 tỷ đồng lên 115,5 tỷ đồng có 350.000 cổ phiếu phát hành cho cán bộ công nhân viên Công ty CP Xuyền Thái Bình bị hạn chế chuyển nhượng 2 năm kể từ ngày phát hành.

III. Kế hoạch phát triển trong tương lai

1. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong năm tiếp theo

Bảng 7: Dự kiến các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh 2010 – 2011

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011	
	Triệu đồng	% tăng (giảm) so với 2009	Triệu đồng	% tăng (giảm) so với 2010
Vốn điều lệ	115.500	65,00	115.500	-
Doanh thu thuần từ các hoạt động kinh doanh ⁽³⁾	250.000	25,00	325.000	30,00
Lợi nhuận sau thuế	39.000	30,00	51.000	30,76
Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần (%)	15,60	0,6	15,69	0,09
Lợi nhuận sau thuế/ Vốn chủ sở hữu (%)	16,32	1,72	19,11	2.79
Cổ tức/Vốn điều lệ (%)	25	5	25	-

Nguồn: Công ty CP Xuyền Thái Bình

⁽³⁾: là doanh số cộng gộp từ các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của công ty như Doanh thu dịch vụ vệ sinh & các dịch vụ liên quan, thu nhập từ hoạt động tài chính, thu nhập từ các hoạt động khác

2. Căn cứ xây dựng kế hoạch

- Căn cứ tốc độ tăng trưởng doanh thu của Pan Pacific trong thời gian 5 năm gần đây nhất trung bình đạt 30%/năm, doanh thu ước tính tăng trưởng cao trong giai đoạn từ 2010 - 2011, lần lượt là 25% so với năm 2009 và 30% so với năm 2010 ; về lâu dài lợi nhuận biên có xu hướng giảm do xu thế cạnh tranh trong ngành khi nền kinh tế hội nhập, đầu tư nước ngoài gia tăng, các công ty trong ngành có kinh nghiệm kỹ thuật, quản lý vượt trội và quy mô ngành nghề đa dạng, tiềm năng vốn mạnh có khả năng cung cấp dịch vụ trọn gói;
- Cơ cấu doanh thu theo phân khúc thị trường mảng dịch vụ vệ sinh, nhìn chung sẽ tiếp tục được duy trì như hiện nay với 07 dòng dịch vụ chủ yếu: Dịch vụ y tế, siêu thị, cao ốc và căn hộ, nhà máy, trường học, sân bay, các dịch vụ hỗ trợ khác.
- Hiện nay nhiều cao ốc tại khu vực trung tâm thành phố HCM (Quận 1, Quận 3, Quận 7...) như Diamond Plaza, Mê Linh Point, Metropolitan, Sài Gòn Centre, Sailing, Centec...đều đạt tỷ lệ cho thuê hơn 80% diện tích, một số còn đạt tới 100%. Điều này cho thấy ngành cung cấp dịch vụ bảo trì, vệ sinh tòa nhà ở Việt Nam hiện đang trong giai đoạn phát triển nhanh chóng, có tiềm năng lớn và hiện trên thị trường cũng chỉ có một số ít đối thủ cạnh tranh. Trong giai đoạn này, thị trường và nhu cầu cho dịch vụ của công ty phát triển nhanh chóng. Bên cạnh đó, thị trường ngành gia tăng thêm nhiều đối thủ cạnh tranh với phân khúc thị trường quy mô vừa và nhỏ tạo ra sự cạnh tranh về giá dịch vụ đối với khách hàng.

Trong năm 2009, Pan Pacific đã ký được khá nhiều các hợp đồng chính: Paragon, Centec Tower, Sailing Tower, Trung tâm thương mại Lotte Mart, Nhà máy Intel, Nhà máy bán dẫn Ges, tập đoàn hóa mỹ phẩm P&G...

Ngoài ra, tốc độ phát triển của ngành trong thời gian tới sẽ tiếp tục đạt mức tăng trưởng cao do hàng loạt các dự án xây dựng cao ốc văn phòng, căn hộ, trung tâm thương mại tại Thành phố Hồ

Chí Minh đang tiếp tục được gấp rút đẩy nhanh tiến độ để hoàn thành và đưa vào sử dụng trong năm tới và Pan Pacific Corp đã tiếp cận và ký hợp đồng tổng vệ sinh: khu căn hộ cao cấp Saigon Pearl; khu phức hợp: khách sạn, căn hộ cao cấp, trung tâm thương mại Kumho Asiana, Lotte, Parkson quận 11...

Cùng với định hướng phát triển nền giáo dục trong năm năm tới, phân khúc thị trường vệ sinh mầm trường học hiện nay Pan Pacific chiếm ưu thế nhất về thị phần. Song song với hai khách hàng lớn hiện có là khối trường học quốc tế Việt Úc, Việt Mỹ; Công ty đã ký được các hợp đồng lớn có tiềm năng lớn: Saigon Tech, Đại học Hoa Sen, Vstar, Quốc tế ACG...

Mảng dịch vụ y tế cũng là một lĩnh vực còn rất nhiều tiềm năng cho tăng trưởng mà Pan Pacific mới bắt đầu chiếm lĩnh trong thời gian gần đây, Pan Pacific mới cung cấp được dịch vụ cho khoảng 33 trong tổng số 45 bệnh viện và hàng chục cơ sở y tế khác tại khu vực Tp HCM. Như vậy tiềm năng phát triển mảng dịch vụ này của Pan Pacific là còn rất lớn. Dự đoán trong thời gian tới thị trường sẽ phát triển mạnh ở mảng dịch vụ y tế theo tiêu chuẩn nước ngoài như: BV Quốc tế Săn – Nhi (Bình Dương); BV Quốc tế Mỹ...

- d. Nhìn chung thị trường sẽ phát triển nhanh trong các năm tới do việc hình thành thói quen sử dụng dịch vụ và yêu cầu ngày càng cao về tính chuyên nghiệp trong công việc. Bên cạnh đó việc khó khăn trong quản lý và tuyển dụng lao động phổ thông cũng sẽ là yếu tố khách quan làm cho nhu cầu sử dụng dịch vụ tăng lên.

3. Thông tin về các hợp đồng đang thực hiện hoặc đã được ký kết

Pan Pacific tiếp tục đầu tư vào các dự án cung cấp dịch vụ vệ sinh công nghiệp như là một mảng kinh doanh truyền thống của công ty. Giá trị thu về từ các dự án vệ sinh hiện tại là khoảng 186 tỷ một năm, giá trị chi phí đầu tư (bao gồm trang thiết bị và vốn lưu động cho các dự án hoạt động, nhưng chưa bao gồm chi phí quản lý) đối với các dự án vệ sinh hiện đang được duy trì này là vào khoảng 148,8 tỷ một năm.

Đặc điểm của các dự án vệ sinh công nghiệp là thời gian hoạt động luôn lớn hơn một năm. Ngoài các dự án Dịch vụ vệ sinh đang được doanh nghiệp thực hiện, Pan Pacific cũng đang trong quá trình triển khai một số dự án Dịch vụ Vệ sinh mới tại khu vực TP. Hồ Chí Minh, TP. Hà Nội và TP. Đà Lạt. Các dự án Dịch vụ vệ sinh mới đang bắt đầu triển khai từ Quý 3/2010 cùng với tổng thể các Dự án đang thực hiện được liệt kê như dưới đây:

Đvt: triệu đồng

Stt	Ngày ký	Tên khách hàng	Nội dung	Giá trị hiện tại/năm (gồm VAT)	Thời hạn
1	1/2005	Tổng công ty cụm cảng hàng không Miền Nam	Dịch vụ vệ sinh	8.298	Ký một lần, Gia hạn từng năm (01/01/2010 – 31/12/2010)
2	3/2004	Bệnh viện Hùng Vương	Dịch vụ vệ sinh	6.342	Ký một lần, Gia hạn từng năm (01/01/2010 – 31/12/2010)



ISO 9001:2008



3	7/2006	Anh Văn Hội Việt Mỹ	Dịch vụ vệ sinh	4.184	Ký một lần, Gia hạn từng năm (1/11/2009 – 31/10/2010), Nghiệm thu thực tế.
4	10/2006	Trường Quốc tế Việt Úc	Dịch vụ vệ sinh	4.145	Ký một lần, Gia hạn từng năm (01/10/2010 – 30/09/2011), Nghiệm thu thực tế.
5	11/2008	Trung tâm Thương Mại Lotte Mart	Dịch vụ vệ sinh	2.748	Ký một lần, Gia hạn từng năm (01/01/2010 – 31/12/2010).
6	08/2010	Trung tâm Thương Mại Lotte Mart II	Dịch vụ vệ sinh	2.760	Ký một lần (01/08/2010 – 31/07/2011).
	09/2009	Kumho Asiana	Dịch vụ vệ sinh	3.823	Ký một lần Gia hạn từng năm (01/10/2010 – 30/09/2011).
	7/2009	Nhà Máy Intel	Dịch vụ vệ sinh	4.249	Cam kết chọn nhà thầu Pan Pacific, thực hiện theo PO từng tháng.
	1/2010	Nhà máy P&G	Dịch vụ vệ sinh	1.407	Cam kết chọn nhà thầu Pan Pacific, thực hiện theo PO từng tháng.
	10/2006	Bệnh viện Chợ Rẫy	Dịch vụ vệ sinh	3.444	Ký một lần, Gia hạn từng năm (01/06/2010 – 30/05/2011)
	1/2006	Bệnh viện Đồng Tháp	Dịch vụ vệ sinh	2.524	Ký một lần, Gia hạn từng năm (01/10/2010 – 30/09/2011)
	11/2005	Bệnh viện Trung Ương Huế	Dịch vụ vệ sinh	2.188	Ký một lần, Gia hạn từng năm



ISO 9001:2008



					(01/11/2009 – 31/10/2010)
Tổng cộng				46.112	

Nguồn: Công ty CP Xuyền Thái Bình

Ngoài các dự án Dịch vụ vệ sinh, Pan Pacific còn thực hiện đầu tư vào nhiều dự án đầu tư tài chính như: đầu tư vào cổ phiếu Công ty Cổ phần Xây Dựng và Phát triển Nhà Hoàng Anh, Đầu tư vào trái phiếu Công ty Cổ Phần Chứng Khoán Sài Gòn, đầu tư vào Công ty Bất động sản SSI, đầu tư vào Công ty cổ phần Việt Tín

Tp.HCM, Ngày tháng năm 2010

Đại diện theo pháp luật

(ký tên, đóng dấu)

Nguyễn Văn Khải