



CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG VIÊN NƯỚC ĐẦMSEN

Số 3 Hòa Bình, Phường 3, Quận 11, Thành phố Hồ Chí Minh

Tel: 38588418 - 38589991 - Fax: 38588419

Email: lienhe@damsenwaterpark.com.vn - http://www.damsenwaterpark.com.vn

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 1 năm 2016

TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC CHỈ TIÊU NGHỊ QUYẾT ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2015

Căn cứ Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên 2015 ngày 7/2/2015 của Công ty Cổ phần Công Viên Nước Đầm Sen, Ban lãnh đạo Công Viên Nước Đầm Sen báo cáo tình hình thực hiện các nhiệm vụ được ĐHĐCĐ giao cho, như sau:

I. TÌNH HÌNH CHUNG:

Tình hình kinh tế của nước ta và TP.HCM phục hồi khá rõ nét và đạt tốc độ tăng trưởng cao so với kế hoạch tăng trưởng GDP của cả nước ước đạt 6,68%, TP.HCM dự kiến đạt GDP là 9,8%. Đây là mức tăng trưởng liên tục cao trong 4 năm qua và là động lực để các ngành du lịch của cả nước đạt 7,8 triệu lượt khách tương đương với năm 2014. Song nền kinh tế nước ta vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức; giá dầu thô, hàng hoá thế giới giảm mạnh; thiên tai, lũ lụt, hạn hán... đã ảnh hưởng nhất định đến nền kinh tế nước ta.

Trong tình hình đó, công ty đã tập trung chỉ đạo, phấn đấu để thực hiện kế hoạch doanh thu và lợi nhuận mà ĐHĐCĐ đề ra.

II. NHỮNG KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC:

1. Hoạt động kinh doanh:

a) Về doanh thu

- Kế hoạch doanh thu năm 2015 là: 170 tỷ tăng 3,8% so với năm 2014. Công ty đã thực hiện được 171.777.349.551đ đạt 101,05% kế hoạch và bằng 104,58% so với cùng kỳ.
- Số lượng khách đạt 1.136.728 khách đạt 93,94% kế hoạch và bằng 97,48% so với cùng kỳ. Lượng khách giảm chủ yếu ở mảng khách đoàn trường học TP.

- ✦ Hiện nay, các trường học TP đang thực hiện việc hưởng nghiệp cho học sinh nhất là học sinh cấp 2 như: tham quan học tập trồng rau, chăn nuôi, nhà máy SX... cho nên việc tổ chức cho học sinh đi đến Công viên nước giảm so với cùng kỳ.
- ✦ Do diện tích công viên có giới hạn, việc đầu tư thêm trò chơi mới hết sức khó khăn nên sẽ phần nào hạn chế thu hút đối tượng khách là học sinh và giới trẻ.
- Tuy nhiên, lãnh đạo công ty đã xác định được khách hàng tiềm năng là khối trường học tỉnh, khối CQXN và GXHT. Đây là những khối có khả năng đến với công viên nên đã tập trung cho khâu tiếp thị trường học tỉnh và các khối này.

DTT			TỔNG CẢ NĂM 2015				
			TH 14	KH 15	TH 15	%/2014	%/KH
			164,256,239,584	170,000,000,000	171,777,349,551	104.58	101.05
CÔNG VIÊN NƯỚC	1	SL khách	1,166,099	1,210,000	1,136,728	97.48	93.94
	2	DỊCH VỤ	116,812,992,695	120,200,000,000	123,618,283,621	105.83	102.84
	a	Vé Cổng	112,786,515,414	116,000,000,000	119,622,406,327	106.06	103.12
	b	Vé Gửi Đồ	4,026,477,281	4,200,000,000	3,995,877,294	99.24	95.14
	3	ĂN UỐNG	40,702,834,210	44,000,000,000	40,830,018,084	100.31	92.80
	4	M BẢNG	842,727,293	820,000,000	932,681,834	110.67	113.74
	5	T. KHÁC	2,395,739,020	1,980,000,000	2,547,711,459	106.34	128.67
	Cộng CVN		160,754,293,223	167,000,000,000	167,928,694,998	104.46	100.56
CVKL	6	Doanh số	3,501,946,366	3,000,000,000	3,848,654,553	109.90	128.29

b) Về lợi nhuận

- Do công tác quản lý của công ty đã đi vào nề nếp và có kinh nghiệm nên việc quản trị tài chính được thực hiện tốt. Kết quả lợi nhuận toàn công ty cả năm tương đối tốt.
- Lợi nhuận sau thuế đạt: 70,5 tỷ.
- Lãi cơ bản trên cổ phiếu là: 83,43% (cùng kỳ 80,8%).

2. Hoạt động đầu tư:

- Việc đầu tư các dự án ra bên ngoài, HĐQT và Ban điều hành đã xúc tiến từ năm 2014 và đang tìm kiếm các dự án về dịch vụ du lịch. Song song việc đầu tư thêm các dự án, HĐQT và Ban điều hành xác định việc đầu tư là cần thiết. Đây là việc khó khăn đòi

hỏi nhiều thủ tục khi xúc tiến đầu tư và đang trong giai đoạn liên hệ với các Sở ban ngành của TP.

- Công viên đã xây dựng khu vực tắm áp lực phục vụ Tết dương lịch và khu vực Massage sưởi ấm bằng năng lượng mặt trời trong công viên để làm phong phú thêm sản phẩm phục vụ du khách đến vui chơi trong dịp Tết Nguyên Đán.

3. Công tác Marketing, xây dựng thương hiệu, hoạt động của cổ phiếu DSN trên sàn giao dịch chứng khoán:

- Đáp ứng nhu cầu vui chơi giải trí ngày một cao của du khách, công viên đã tích cực không ngừng hoàn thiện việc tổ chức các sự kiện gắn với các ngày nghỉ lễ bằng các chương trình ca nhạc, các đợt khuyến mãi lớn trong năm như: lễ Noel, tết Dương lịch, tết Nguyên Đán, giỗ tổ Hùng Vương 10/3, 30/4, hoạt động hè, 2/9, sinh nhật công viên...
- Thông qua một số kênh thông tin để quảng bá các chương trình của công viên đến với du khách trên trang web, facebook, các kênh TV trung ương và địa phương lân cận từng thời điểm và thời lượng phù hợp. Qua đó, khách hàng đã biết đến công viên nhiều hơn.
- Về tài trợ: do có khó khăn chung về kinh tế, các đơn vị tài trợ đã thu hẹp phạm vi quảng bá sản phẩm nên việc tiết kiệm chi phí là tất yếu. Công viên cũng đã thực hiện được: 1.848.588.727đ đạt 94,8% kế hoạch và đạt 106,64% so với cùng kỳ.
- Năm 2015, công viên thực hiện 378 spots quảng bá 30s, 60 giây báo, 20 giây tự giới thiệu, 52 giây quảng bá trên đài phát thanh VOV giao thông. Ngoài ra, còn đẩy mạnh thực hiện quảng bá internet, mạng xã hội – Facebook, gửi tin nhắn SMS chương trình đến từng khách hàng, hệ thống LCD các toà nhà văn phòng, trung tâm thương mại. Mặc dù tăng cường các mảng quảng bá, khuyến mãi, ca nhạc không vượt tổng chi phí kế hoạch được duyệt trong cả năm.

4. Công tác duy tu, bảo dưỡng:

- Về công tác bảo vệ môi trường: công ty luôn tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường của cơ quan quản lý, đặc biệt quan tâm chú trọng việc thực hiện báo cáo giám sát chất lượng môi trường định kỳ 2 lần/năm gồm các chỉ tiêu nước thải, chất thải nguy hại, không khí, độ ồn, bụi... nộp cho Phòng TNMT Quận 11.
- Công ty quy định chặt chẽ việc sử dụng nước trong chế biến thực phẩm đảm bảo lưu lượng nước xả thải không vượt quá mức cho phép và vệ sinh các hố ga trước khi xả

vào hệ thống. Trong năm đã tiến hành xây dựng xong hệ thống xử lý nước thải 50m³/ngày của các khu vực ăn uống.

- Về công tác duy tu bảo dưỡng: Duy trì việc sơn đáy hồ và duy tu bảo dưỡng vệ sinh máy móc thiết bị, trò chơi theo định kỳ hàng năm sau đợt lễ 2/9.
- Đã hoàn thiện phòng Massage tia nước (water jet massage) và tiếp tục nâng cấp hồ Massage bằng hệ thống sưởi ấm dùng năng lượng mặt trời đưa vào kinh doanh trong dịp Tết nguyên đán 2016.

5. Tình hình quản lý tài chính:

- Tình hình tài chính của công ty đảm bảo sự minh bạch của một đơn vị niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán và được kiểm tra quản lý thận trọng.
- Số liệu kế toán phát sinh được kiểm tra, cập nhật đầy đủ thường xuyên và hạch toán đúng theo quy chuẩn. Báo cáo quyết toán thuế, kết quả hoạt động kinh doanh hàng tháng đảm bảo chính xác kịp thời nhanh chóng phục vụ tốt công tác phân tích và đề ra phương án kinh doanh hợp lý.
- Các chi phí cho hoạt động đầu tư xây dựng, sửa chữa, quảng cáo, điều hành kinh doanh đều được kiểm soát trong phạm vi mà Đại hội đồng cổ đông đã thông qua trong năm.
- Các khoản đầu tư tài chính được lập dự phòng giảm giá, các khoản khấu hao TSCĐ đưa vào chi phí đầy đủ.
- Tiền mặt tại quỹ được kiểm tra thường xuyên và luôn được cân nhắc tính toán sao cho có lợi nhất cho công ty.

6. Hoạt động của HĐQT, BKS:

- Hoạt động của Hội Đồng Quản Trị (HĐQT) và Ban Kiểm Soát (BKS) theo nguyên tắc tập trung dân chủ, phát huy được sức mạnh tập thể, tuân thủ nghiêm chỉnh các Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, chính sách pháp luật của Nhà nước. Kết quả của quá trình hoạt động trên đã được thể hiện rõ qua các kết quả kiểm toán tài chính của công ty và được đánh giá rất tốt. HĐQT luôn đảm bảo đầy đủ, đúng kỳ các phiên họp, có sự tham dự của BKS và Ban điều hành bám sát diễn biến thị trường và kế hoạch kinh doanh để xây dựng chương trình nghị sự phù hợp có chất lượng
- Những chủ trương, quyết nghị tại các phiên họp định kỳ và bất thường của HĐQT – BKS được công ty công bố công khai, kịp thời sau phiên họp trong vòng 24 giờ đảm

bảo sự minh bạch trên thị trường và chấp hành các quy định của Sở giao dịch chứng khoán.

III. NHỮNG TỒN TẠI, NHƯỢC ĐIỂM:

Một số điểm nêu trong nghị quyết ĐHCĐ còn triển khai chậm như công tác đầu tư phát triển dự án tại Quận 9.

Công tác đầu tư cải tạo nâng cấp thêm trò chơi mới trong công viên chưa quyết liệt do những hạn chế về mặt bằng hiện tại.

Mặc dù còn những tồn tại trên, công viên chịu ảnh hưởng rất nhiều bởi thời tiết diễn biến phức tạp... thị trường du lịch có nhiều cạnh tranh gay gắt. Song công viên vẫn hoàn thành và hoàn thành vượt mức kế hoạch đề ra, đảm bảo lợi nhuận sau thuế và cổ tức bằng năm 2014 (năm nay là 4 năm liên tục cổ tức đạt trên 60%).

IV. KẾ HOẠCH KINH DOANH TOÀN CÔNG TY NĂM 2016:

1. Các chỉ tiêu cơ bản

Những kết quả đạt được của năm 2015 là tiền đề và động lực cho sự phát triển của năm 2016. Theo nhận định của chính phủ, GDP tăng trưởng của năm 2016 sẽ đạt cao hơn năm 2015 tạo đà cho phát triển nhanh và bền vững hơn trong các năm tiếp theo. Đặc biệt là TP.HCM có rất nhiều điểm sáng về tăng trưởng...

Đối với Công ty CP Công viên nước Đầm Sen đang tái cấu trúc lại hệ thống trò chơi để đáp ứng nhu cầu hấp dẫn – mới lạ cho du khách với tiêu chí: Xanh – Sạch – Hấp dẫn – An toàn – Thân thiện.

HĐQT và BDH đề nghị các chỉ tiêu cụ thể cho năm 2016 như sau:

- Doanh thu CVN là 171 tỷ đồng tăng 1,82% so với thực hiện năm 2015. Doanh thu CVKL là 4 tỷ đồng.
- Tổng tích lũy (gồm khấu hao + LN TT): 95 tỷ đồng (54,28%/doanh thu kế hoạch CVN)
- Cổ tức tối thiểu: 36%.
- Tổng lương + thù lao HĐQT – BKS 16% (trong đó 15% CBNV – 1% HĐQT – BKS) + phụ cấp 200 triệu đồng/tháng cho cán bộ công nhân viên.
- Chi phí quảng bá: 6% DTT.
- Được khen thưởng từ lợi nhuận sau thuế cho HĐQT, BKS, BDH và CBNV như thông lệ hàng năm đã được ĐHCĐ thường niên lần 5 nhiệm kỳ 2 ngày 18/2/2012 thông qua.

- Tiếp tục liên hệ để có thể triển khai dự án tại Quận 9 càng sớm càng tốt và tiếp xúc với các Sở ban ngành có liên quan về các dự án khác có triển vọng.

2. Biện pháp tổ chức thực hiện

a. Tổ chức bộ máy:

- Đẩy mạnh bộ phận giúp việc cho HĐQT về nghiên cứu các dự án đầu tư mới và nâng cấp công viên thêm trò chơi mới năm 2016.

b. Các biện pháp thực hiện:

- Đầu tư nâng cấp 1 trò chơi mới, hoàn thiện hồ Massage được sưởi ấm bằng năng lượng mặt trời.
- Đẩy mạnh việc quảng bá đầu tư cho mảng ăn uống trong công viên, đặc biệt là Phố nướng DSN, Nhà Hàng Damsenwaterpark.
- Tiếp tục thực hiện chương trình tái cấu trúc công viên trong vòng 3 năm 2015 – 2017, dần nâng chất lượng tại công viên.
- Nghiên cứu các chương trình khuyến mãi tại công viên hấp dẫn – hiệu quả hơn.
- Chọn các kênh quảng bá hiệu quả – nhanh, hấp dẫn với du khách theo độ tuổi để thúc đẩy mọi đối tượng tìm hiểu, quan tâm đến công viên nhiều hơn.
- Động viên CBNV tham gia, xây dựng và phát triển thương hiệu “damsenwaterpark” bằng các phong trào thi đua trong năm.
- Tập trung khảo sát các dự án phục vụ dịch vụ du lịch tại TP.HCM.
- Phát huy những thành quả đã đạt được và những trải nghiệm 16 năm qua. HĐQT và Ban điều hành sẽ tập trung trí tuệ của tập thể CBNV và người lao động để tạo bước chuyển biến mới trong năm 2016.

Nơi nhận:

- Thành viên HĐQT;
- Ban TGD, Ban Kiểm soát;
- Cổ đông; website (để công bố)
- Lưu: HĐQT.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



Đặng Ngọc Nghĩa