

BÁO CÁO CỦA HĐQT
KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD 2017 VÀ
KẾ HOẠCH NĂM 2018

Trong năm 2017, căn cứ theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên, Hội đồng quản trị Công ty đã chỉ đạo Ban Tổng Giám đốc triển khai thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch đầu tư năm 2017.

Hoạt động Hội đồng Quản trị luôn bám sát Điều lệ công ty, làm việc trên tinh thần trách nhiệm, luôn quan tâm đặt lợi ích của cổ đông và vì sự phát triển bền vững của công ty lên hàng đầu. Định kỳ HĐQT họp trực tiếp hoặc trực tuyến để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, việc triển khai thực hiện nghị quyết từng quý, 6 tháng, 9 tháng và cả năm, bàn bạc triển khai các giải pháp thực hiện kế hoạch, chương trình công việc trong thời gian kế tiếp và tiến độ thực hiện Nghị quyết của Hội đồng.

Bằng sự quyết tâm, sự đoàn kết thống nhất cao trong nội bộ cùng với sự nỗ lực phấn đấu của người lao động và các đoàn thể trong doanh nghiệp, sự hợp tác tích cực của quý khách hàng cùng các giải pháp kinh doanh phù hợp, sự chỉ đạo tích cực của ban lãnh đạo, Công ty đã đạt được các kết quả đáng khích lệ.

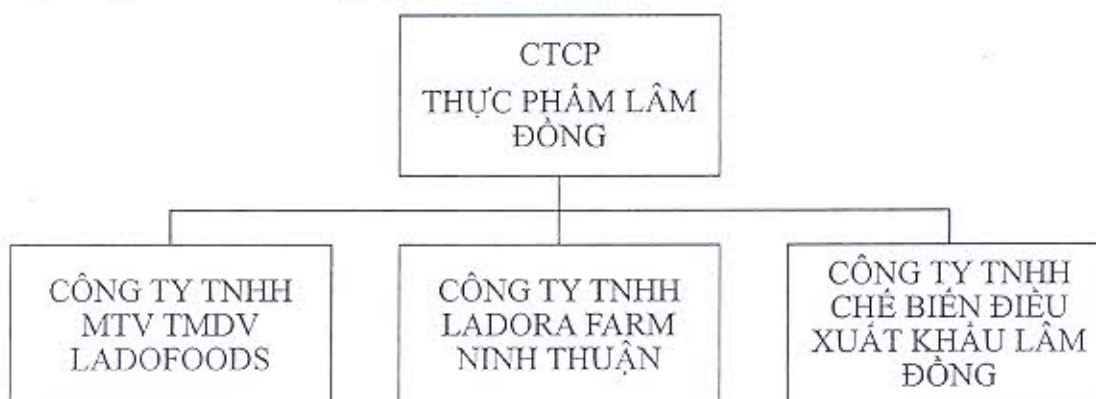
Hội đồng quản trị kính báo cáo quý vị cổ đông kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh 2017 và kế hoạch kinh doanh năm 2018.

PHẦN I:

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH 2017

I. Bộ máy tổ chức

Hệ thống tổ chức của công ty gồm các đơn vị:



Trong đó:

- Công ty CP Thực phẩm Lâm Đồng gồm:

+ Nhà máy rượu vang Ladora Winery tại Đà Lạt chuyên sản xuất rượu vang và các loại nước ép trái cây đặc sản Đà Lạt.

+ Khối văn phòng gồm 05 phòng chức năng tại Đà Lạt gồm: Phòng Hành chính – Nhân sự, Phòng Kế toán, Phòng Cung ứng Vật tư và Xuất nhập khẩu, Phòng Nghiên cứu và Phát triển và Phòng Quản lý Chất lượng.

- Các công ty con do Công ty CP Thực phẩm Lâm Đồng sở hữu 100% vốn điều lệ:

+ Công Ty TNHH MTV TMDV Ladofoods, văn phòng tại TP. HCM, với chức năng chuyên trách việc cung cấp các dịch vụ bán hàng, tiêu thụ sản phẩm của Công ty và mở rộng hoạt động kinh doanh thương mại.

+ Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận với chức năng trồng nho rượu, phát triển vùng nguyên liệu, cung cấp nguyên liệu trái nho cho Nhà máy Ladora Winery.

+ Công ty TNHH Chế biến Điều xuất khẩu Lâm Đồng với chức năng chế biến và kinh doanh nhân điều xuất khẩu.

II. Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2017

1/ Kết quả thực hiện các chỉ tiêu

Căn cứ Nghị Quyết của Đại hội đồng Cổ đông và từ tình hình thực tế, Hội đồng Quản trị đã ban hành các Nghị Quyết và giao Ban Tổng giám đốc triển khai thực hiện với kết quả đạt được như sau:

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2016	KH 2017	Năm 2017	So sánh (%)	
						2017/2016	TH/KH
1	Tổng tài sản	Tỷ đồng	230		261	113,48	
2	Doanh thu bán hàng	Tỷ đồng	446,5	540	592	132,59	109,63
3	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	25,74	30	26,3	102,18	87,67

Kết thúc năm tài chính doanh thu đạt 592 tỷ đồng, tăng 13,48% so cùng kỳ, đạt 109,63% kế hoạch; Lợi nhuận 26,3 tỷ đồng tăng 2,18% so cùng kỳ, hoàn thành 87,67% kế hoạch. Nguyên nhân chính không đạt kế hoạch lợi nhuận là do giá nguyên liệu đầu vào tăng nên mặc dù doanh số tăng nhưng lợi nhuận không đạt theo mong muốn.

2/ Tình hình tổ chức thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh

2.1. Công tác quản lý tài chính

- Xây dựng kế hoạch tài chính theo định kỳ, đảm bảo nguồn vốn đáp ứng nhu cầu của công ty với chi phí sử dụng vốn thấp nhất.

- Giám sát việc thực hiện các kế hoạch tài chính, chi phí và quản lý vốn tại các công ty, kịp thời điều chỉnh phù hợp hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

- Thực hiện kiểm toán độc lập năm tài chính theo đúng quy định. Thực hiện theo ủy quyền của Nghị quyết ĐHĐCĐ 2017, Hội đồng quản trị đã thực hiện lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính năm 2017 của Công ty là Công ty TNHH kiểm toán và tư vấn A&C.

- Thực hiện thanh toán cổ tức năm 2016 bằng tiền mặt (tỷ lệ chi trả 10%) theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên năm 2017 theo đúng quy định.

- Thực hiện công tác báo cáo, công bố thông tin, công khai kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội theo quy định.

2.2. Công tác đầu tư:

Trong năm 2017, Công ty đã thực hiện đầu tư:

TT	Đơn vị đầu tư	Thực hiện 2017	Hạng mục đầu tư
1	Nhà máy Ladora Winery	4.544.150.195	Dây chuyền dán nhãn decal; Máy dán tem thuế; Bồn lên men; Dây chuyền vang nhẹ độ+có gaz; Máy chiết bao phức hợp; máy lọc vang; cải tiến máy dán nhãn
2	Công ty TNHH Chế biến điều XK Lâm Đồng	1.631.414.810	Máy móc thiết bị và hệ thống điện
3	Công TNHH Ladora Farm Ninh Thuận	4.711.476.105	Mở rộng diện tích canh tác thêm 6,5 ha nho, đầu tư máy móc thiết bị: Máy cắt đa năng, máy băm-cò; Vật tư cây giống; Xây dựng cơ bản vườn nho...
4	Công ty TNHH TM-DV Ladofoods	626.000.000	Xe ô tô phục vụ công tác
	Tổng cộng:	11.513.041.110	

2.3. Công tác thị trường, nghiên cứu marketing, xây dựng và quảng bá thương hiệu

2.3.1. Lĩnh vực rượu vang

a) Một số thuận lợi, khó khăn

- Thuận lợi:

+ Vang Đà Lạt là thương hiệu mạnh nên ngày càng được nhiều người tiêu dùng biết đến, sự hiện diện của Vang Đà Lạt tại các hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi ngày càng gia tăng về số lượng.

+ Chateau Dalat được Chính phủ lựa chọn phục vụ nguyên thủ các quốc gia tại Apec 2017 là một thuận lợi lớn để công ty phát triển thương hiệu và tăng trưởng doanh số cho nhãn hiệu này cùng các nhãn sản phẩm khác của Công ty trong thời gian tới.

+ Hiện nay xu hướng mua sắm của người tiêu dùng đang chuyển dịch mạnh từ kênh truyền thống sang hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi, đặc biệt là tại các tỉnh, thành phố lớn.

+ Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và rượu vang là sự lựa chọn thích hợp để thay thế cho các loại thức uống có cồn khác.

- Khó khăn:

+ Các loại rượu vang ngoại nhập từ Chi Lê, Úc, Pháp, Ý xuất hiện ngày càng nhiều tại các siêu thị, cửa hàng.

+ Bên cạnh đó là các loại vang bình dân nhái và giả thương hiệu Vang Đà Lạt vẫn tiếp tục xuất hiện nhiều trên thị trường, gây ra sự nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

+ Hoạt động bán hàng của Công ty còn chịu tính mùa vụ cao, đặc biệt là khu vực miền Bắc.

b) Nghiên cứu, cải tiến và sản xuất sản phẩm mới

- Cùng đội ngũ chuyên gia và dây chuyền sản xuất hiện đại, Công ty luôn nỗ lực không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm và đưa ra thị trường những sản phẩm đạt các tiêu chí chất lượng của quốc tế đồng thời phù hợp với xu hướng, thị hiếu, khẩu vị người tiêu dùng Việt Nam.

- Trong năm 2017, Công ty đã đưa ra thị trường dòng sản phẩm Nouvo Sangria. Đây là loại vang có thể uống cùng đá, theo phong cách Tây Ban Nha, phù hợp khẩu vị của người Việt, thiết kế bao bì tinh tế, ấn tượng.

- Bên cạnh đó, trong năm 2017, Công ty cũng đã cải tiến, nghiên cứu và đưa ra thị trường các sản phẩm mới với thiết kế nhãn sang trọng, phù hợp nhiều mục đích sử dụng của khách hàng như: Vang Đà Lạt Classic – Special, Vang Đà Lạt Export Blue, Vang Chateau Dalat Special – Sauvignon Blanc, Vang Apec Collection 2017.

Các sản phẩm hứa hẹn sẽ phát triển mạnh và góp phần đáng kể vào tăng trưởng của công ty trong những năm tới.

- Ngoài ra công ty vẫn tiếp tục đầu tư nghiên cứu một số sản phẩm mới có nhiều tiềm năng: Vang non (đã đưa mời khách hàng dùng thử trong dịp lễ hội Festival hoa Đà Lạt 2017 và đón nhận được phản hồi tích cực từ khách hàng); Vang ngọt, Vang thanh long, nước giải khát uống liền khác.

- Trong quá trình nghiên cứu phát triển các dòng sản phẩm, công ty luôn có sự hợp tác, trao đổi, hỗ trợ từ các chuyên gia nước ngoài để đảm bảo tạo ra các sản phẩm đúng chất lượng quốc tế.

c) Hệ thống quản lý chất lượng

- Theo dõi, duy trì việc vận hành hệ thống tại các bộ phận theo tiêu chuẩn ISO 22000.

- Đã thực hiện đánh giá nội bộ công tác quản lý chất lượng tại các bộ phận theo đúng kế hoạch: hệ thống đáp ứng tốt phục vụ cho quản lý sản xuất.

d) Công tác marketing, bán hàng

- Trong năm 2017, Công ty tiếp tục thực hiện các hoạt động marketing để tăng độ nhận diện của sản phẩm trên thị trường, khẳng định sự sở hữu độc quyền thương hiệu “Vang Đà Lạt” và vị thế là một thương hiệu vang dẫn đầu của Ladofoods.

- Diễn hình tại lễ hội Festival Đà Lạt, Ladofoods đã được UBND tỉnh Lâm Đồng và các sở ban ngành đồng ý và hỗ trợ tổ chức thành công “Đêm hội Vang Đà Lạt- Tự hào về Đà Lạt” với nhiều hoạt động hấp dẫn như giới thiệu về văn hóa Đà Lạt và văn hóa Vang, thử rượu và trao đổi cùng các chuyên gia, các hoạt động âm nhạc sôi động...Chương trình đã thu hút hàng chục nghìn khách du lịch trong nước và nước ngoài tham gia..

Từ thành công của sự kiện này, UBND tỉnh Lâm Đồng đã đồng ý chủ trương cho Công ty tổ chức “Đêm hội vang Đà Lạt” hàng năm vào 31.12 dương lịch hoặc ngày lễ giáng sinh 24.12 để quảng bá, giới thiệu và tôn vinh thương hiệu rượu Vang Đà Lạt.

- Cũng trong năm 2017 sản phẩm Chateau Dalat của Công ty đã vinh dự được Chính phủ lựa chọn sử dụng tiếp đãi nguyên thủ các quốc gia tại Hội nghị APEC 2017 tại Đà Nẵng và các sự kiện xuyên suốt trong chuỗi các hoạt động của hội nghị Apec 2017. Sản phẩm đã

đón nhận được nhiều khen ngợi từ các quan khách chính phủ và quốc tế. Sản phẩm này trong năm 2017 cũng đã dành thêm được huy chương đồng tại cuộc thi Vang Quốc tế San Francisco.

- Bên cạnh các sự kiện trên, trong năm Công ty cũng đã đầu tư xây dựng showroom, biển hiệu, quầy kệ, hình ảnh tại các điểm bán trên toàn quốc. Đồng thời tổ chức hội nghị khách hàng, giới thiệu sản phẩm tại từng khu vực.

Triển khai đồng bộ các hoạt động truyền thông đại chúng: PR, Digital, Social theo các sự kiện lớn của công ty, triển khai quảng cáo, giới thiệu sản phẩm Vang Đà Lạt trong dịp lễ tết cổ truyền và giải bóng đá U23 châu Á.

- Song song việc mở rộng các kênh bán hàng truyền thống, kênh bán hàng hiện đại, sản phẩm của công ty đã được mở rộng sử dụng tại các resort, khách sạn lớn, đại sứ quán và các dịp lễ quan trọng của các cơ quan nhà nước.

Năm 2017, công ty mở rộng thêm 02 thị trường Lào và Malaysia nâng tổng số thị trường công ty xuất khẩu lên 7 quốc gia, trong đó Nhật chiếm hơn 50% doanh số, tiếp theo là Hàn Quốc, Thái Lan, Campuchia, Singapore, Lào, Malaysia.

e) Hoạt động đầu tư

- **Nhà máy Ladora Winery:** Năm 2017 Công ty tiếp tục đầu tư hoàn thiện dây chuyền sản xuất hiện đại để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Đồng thời hoàn thiện cảnh quan nhà máy, tạo môi trường làm việc xanh, chất lượng.

Nghiên cứu và triển khai xây dựng Dự án hầm vang Chateau Dalat tại Phát Chi, Đà Lạt với không gian được thiết kế độc đáo, theo chuẩn hầm rượu vang của châu Âu. Đây là cơ hội để người tiêu dùng có thể tìm hiểu, khám phá về vang Việt và văn hóa rượu vang cũng như tạo ra sự kết nối giữa khách hàng và Ladofoods.

- **Vùng nguyên liệu nho:** Sau khi hoàn thành giai đoạn 1 của dự án (20 ha nho rượu), Công ty tiếp tục thực hiện giai đoạn 2 của dự án, đầu tư các máy móc thiết bị (máy cày đa năng, máy băm cỏ,...), mở rộng diện tích liên kết với nông dân. Cây nho rượu đã sinh trưởng phát triển tốt, ít sâu bệnh, chất lượng quả tốt (độ Brix trên 20) đáp ứng được yêu cầu sản xuất vang chất lượng cao.

Bên cạnh các giống nho đã có, công ty cũng đã tiến hành đầu tư nghiên cứu, trồng khảo nghiệm các giống nho khác và nho tươi ăn quả...

Thực hiện các thủ tục liên quan việc xây dựng và triển khai dự án về vùng nguyên liệu kết hợp với du lịch, tham quan.

2.3.2. Lĩnh vực điều

a) Hoạt động sản xuất, kinh doanh

Nguyên liệu Việt Nam vụ 2017 bị mất mùa nghiêm trọng do thời tiết mưa nhiều trong thời gian điều ra hoa và bị sâu bệnh trên diện rộng, giá nguyên liệu trong nước và nước ngoài ở mức cao so với các năm trước.

Nguyên liệu sản xuất chủ yếu là nguyên liệu Châu Phi: chất lượng của tất cả các vùng đều có thu hồi tốt so với năm 2016, hàng khô, chất lượng hàng về đạt và nhiều lô cao hơn hợp đồng đã ký

Từ đánh giá tình hình nguyên liệu Việt Nam và thế giới, công ty đã chủ động linh hoạt điều chỉnh các giải pháp sản xuất lẫn thị trường nhằm đạt hiệu quả cao nhất. Năm 2017 là năm khó khăn với ngành điều nhưng mảng điều của công ty đã đạt được kết quả rất tốt.

b) Hệ thống quản lý chất lượng

Hệ thống quản lý chất lượng ISO 22.000-2005 và HACCP tại công ty được áp dụng và không ngừng nâng cao hiệu lực, hiệu quả.

Trong năm 2017, công ty đã thực hiện đánh giá nội bộ 03 lần, tái đánh giá bên ngoài của tổ chức SGS và đạt các tiêu chuẩn đánh giá của FDA – Mỹ.

Hệ thống quản lý về an toàn vệ sinh thực phẩm – HACCP được kiểm soát chặt chẽ và thực hiện đầy đủ theo quy định.

Nhìn chung việc triển khai áp dụng hệ thống QLCL theo tiêu chuẩn ISO và HACCP tại công ty được các tổ chức bên ngoài đánh giá đạt yêu cầu.

c) Thị trường tiêu thụ

- Tổng thành phẩm tiêu thụ 2017 so với kế hoạch và 2016 đều tăng 13,9%, sản lượng vượt kế hoạch nhờ phát triển mảng kinh doanh nhân.

- Đối với khách hàng Mỹ, Châu Âu, Nhật,... ngày càng yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm: mùi, vị, không sót tạp chất trong sản phẩm, độ ẩm phải < 4,2-4,5%.

- Hàng bán Trung Quốc năm nay chủ yếu bán hàng cấp dưới, không kèm hàng cấp trên như mọi năm do giá không theo hàng xuất container, khách hàng yêu cầu về chất lượng phải nền trắng, không sót bẻ, độ ẩm phải khô. Từ đầu tháng 10/2017 đến nay thị trường Trung Quốc giao dịch kém, không mua hàng do không tiêu thụ được, thời điểm mua bán chuẩn bị cho Tết Nguyên đán nhưng không có tín hiệu khả quan, khách chỉ chọn mua một số loại W320 thật đẹp, các loại nám như LBW, DW, DW2,... không mua hàng, bên cạnh đó Trung quốc tăng thuế không cho nhập khẩu qua đường tiểu ngạch.

- Thị trường tiêu thụ:

TT	Khách hàng	Tỷ trọng	Thị phần cung ứng các khách hàng			
			Năm 2017	Năm 2016	Năm 2015	Năm 2014
1	Mỹ	%	38,18	40,49	26,25	38,76
2	Châu Âu	%	14,81	7,86	26,05	8,21
3	Trung Quốc	%	19,98	18,34	24,23	25,19
4	Úc	%	5,23	6,95	6,07	4,69
5	Nhật	%	15,64	18,84	11,13	17,67
6	Singapore	%	0,87	0	0	0
7	Nội địa	%	0,5	0,98	0,78	0,5
8	Nội tiêu	%	4,8	6,54	3,45	4,98

Trong đó:

- Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu chính, khách Mỹ mua đều, thanh toán nhanh, chi phí một số khách hàng thấp hơn Châu Âu.

- Thị trường Châu Âu tăng so với 2016, tuy nhiên thanh toán DP chậm.

- Thị trường Nhật năm nay bán đều cho khách Blaxton, khi giá tăng thị trường này không mua hàng.
- Thị trường Úc năm nay tiếp tục thấp do khách mua ít hơn so với mọi năm.
- Thị trường Trung Quốc không bằng so với hai năm trước.

III. Hoạt động của Hội đồng quản trị

1. Các cuộc họp HĐQT

Hội đồng Quản trị tổ chức các cuộc họp định kỳ 3 tháng/lần. Trong năm 2017 Hội đồng quản trị đã tổ chức các cuộc họp (bao gồm họp trực tiếp và xin ý kiến Hội đồng quản trị bằng văn bản) để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2016 và triển khai thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2017 và Nghị quyết, quyết định của Đại hội đồng cổ đông.

Trong các cuộc họp của Hội đồng quản trị, tùy theo nội dung công việc, Hội đồng Quản trị phân công cho thành viên Hội đồng Quản trị hoặc Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm triển khai thực hiện.

Ngoài các buổi họp trực tiếp định kỳ, tùy thuộc vào tình hình cụ thể những sự việc phát sinh cần có ý kiến thống nhất của các thành viên, Hội đồng Quản trị thực hiện việc trao đổi lấy ý kiến qua các buổi họp trực tuyến, điện thoại, email...

Tất cả các vấn đề, các giải pháp liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đều được các thành viên HĐQT thống nhất ra Nghị quyết, Quyết định và Ban Tổng Giám đốc triển khai thực hiện.

Trong năm 2017, Hội đồng quản trị đã thông qua một số nội dung chính sau:

- Thông qua kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2017 và tổ chức họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2017;
- Thông qua việc bổ nhiệm Giám đốc tài chính, Kế toán trưởng của Công ty;
- Lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính;
- Đánh giá và thông qua kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh quý, năm;
- Phê duyệt dự án xây dựng Nhà trưng bày và hầm rượu vang Chateau Dalat;
- Thực hiện lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản về việc thay đổi niên độ kế toán.

2. Hoạt động giám sát của HĐQT đối với Ban Tổng Giám đốc

HĐQT thường xuyên kiểm tra, giám sát việc triển khai thực hiện các Nghị quyết, Quyết định của ĐHCĐ và HĐQT đảm bảo hiệu quả hoạt động, quản lý của Công ty.

Tại các cuộc họp đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, HĐQT đều mời thành viên Ban tổng giám đốc, BKS tham gia để giải trình các công việc đã thực hiện và đưa ra giải pháp, phương hướng hoạt động phù hợp.

Trong quá trình điều hành, từ tình hình thực tế khi có những việc phát sinh thuộc quyền quyết định của Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc đều gọi Tờ trình xin ý kiến và được sự thống nhất của Hội đồng quản trị để triển khai thực hiện theo đúng quy định của Pháp luật.

PHẦN II:

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2018

I. Kế hoạch sản xuất kinh doanh

1. Kế hoạch kinh doanh

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2017	Kế hoạch 2018	KH 2018/TH 2017 (%)
1	Doanh thu	Tỷ đồng	592,0	650	109,8
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	26,3	30	114,1

2. Kế hoạch đầu tư

STT	Đơn vị	Tổng KH đầu tư năm 2018
1	Nhà máy Ladora Winery	18.928.350.000
2	Công ty TNHH Chế biến điều XK Lâm Đồng	2.834.300.000
3	Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận	2.520.000.000
	Tổng cộng	24.282.650.000

Trong năm, HĐQT và Tổng Giám đốc công ty căn cứ tình hình thị trường để xem xét, kịp thời điều chỉnh kế hoạch sản xuất kinh doanh cho hợp lý, nhằm đạt hiệu quả tốt nhất.

II. Các giải pháp thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh 2018

1. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh rượu vang

1.1. Công tác tổ chức sản xuất

- Nhà máy Ladora Winery chủ động lập kế hoạch, tiến độ sản xuất linh hoạt, nhịp nhàng. Hàng tháng, quý phối hợp chặt chẽ với Công ty TM-DV Ladofoods xây dựng chi tiết cơ cấu tiêu thụ sát với nhu cầu thực tế của thị trường, đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu khách hàng, khai thác tối đa các cơ hội kinh doanh.

- Quản lý tốt chi phí hoạt động, hàng tồn kho, vật tư, nguyên vật liệu, máy móc thiết bị; sản xuất sản phẩm có chất lượng ổn định, đạt các tiêu chuẩn quy định, giảm thiểu tối đa các sản phẩm lỗi ra thị trường; kiểm soát định mức chi phí sản xuất hợp lý.

- Bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn lao động; bố trí, phân công lao động hợp lý, khoa học, hiệu quả.

1.2. Công tác cung ứng vật tư, nguyên liệu

- Xây dựng kế hoạch, tiến độ cung ứng vật tư, nguyên liệu năm và chi tiết theo từng tháng, quý, bảo đảm cung ứng đủ nguyên liệu, mức dự trữ an toàn; chất lượng, giá cả hợp lý.

- Tổ chức đánh giá nhà cung cấp định kỳ, thường xuyên tìm kiếm các nguồn cung ứng mới có chất lượng, tổ chức đấu thầu để có nguồn cung đáp ứng được các tiêu chí về chất lượng, kịp thời và chi phí thấp nhất đối với các nguồn vật tư, nguyên liệu chủ yếu.

- Đề xuất các giải pháp thu mua kịp thời, có tính toán hiệu quả cho các vật tư, nguyên liệu trọng yếu: trái nho, trái dâu tằm, bao bì... để bảo đảm kế hoạch sản xuất trong năm.

- Đáp ứng linh hoạt nhu cầu vật tư, nguyên liệu cho những phát sinh mới của thị trường, cho công tác phát triển sản phẩm mới, sản phẩm thử nghiệm.

- Phát triển, mở rộng vùng nguyên liệu nho rượu của Công ty đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, đảm bảo nguồn nguyên liệu đáp ứng nhu cầu tăng trưởng của Công ty trong các năm tiếp theo.

Duy trì và ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các nông dân, đại lý đảm bảo ổn định nguồn cung và giá nguyên liệu. Đồng thời áp dụng các biện pháp kiểm tra, giám sát chặt chẽ chất lượng nguyên liệu đầu vào theo đúng tiêu chuẩn. Tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật trồng, chăm sóc nho rượu cho các hộ dân liên kết và nông dân trong vùng. Từ đó tạo ra mối liên hệ phát triển bền vững, hài hòa doanh nghiệp – nông dân với mục tiêu nâng cao năng suất, chất lượng, giảm giá thành.

1.3 Công tác thị trường

a) Hệ thống phân phối

- Tiếp tục quy hoạch hệ thống phân phối và định hình bán hàng theo từng kênh: kênh truyền thống, kênh hiện đại, kênh Horebar, kênh bán hàng trực tuyến (online)....

- Củng cố lại hệ thống phân phối: chuẩn hóa, sàng lọc, mở mới để hoàn thiện hệ thống theo tiêu chí chọn lọc những nhà phân phối có hệ thống bán hàng tốt và có tiềm lực tài chính mạnh. Đảm bảo độ bao phủ cao cho từng địa bàn thị trường và đối tượng khách hàng

- Tập trung khai thác theo chiều sâu những khu vực thị trường, khách hàng trọng tâm, có tiềm năng tiêu thụ số lớn, sức mua cao và đa dạng để khai thác tối đa các dòng sản phẩm của công ty.

b) Chính sách bán hàng

- Xây dựng chính sách bán hàng theo đặc thù của từng kênh bán hàng riêng, từng khu vực.

- Áp dụng chính sách bán hàng linh hoạt theo từng tháng, quý căn cứ trên kế hoạch chi tiết phân bổ cho từng kênh bán hàng, từng thị trường, từng khách hàng, bám sát tình hình thực tế thị trường và kết quả kinh doanh từng thời điểm để có giải pháp thúc đẩy bán hàng.

c) Kho vận

- Soát xét lại hệ thống kho bãi để đảm bảo năng lực đáp ứng hàng hóa kịp thời cho các khu vực thị trường, lưu chuyển hàng hóa, giải phóng tồn kho tại nhà máy.

- Nâng cao năng lực bộ máy kho vận, đánh giá, lựa chọn các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển chuyên nghiệp, quản lý tốt chi phí, thời gian vận chuyển trong mùa cao điểm.

d) Marketing – bán hàng

- Đầu tư nguồn lực thích hợp cho công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu để củng cố và nâng cao vị thế, hình ảnh thương hiệu Vang Đà Lạt, Château Đà Lạt và các dòng sản phẩm khác.

- Tăng cường công tác bảo vệ thương hiệu (cả về mặt pháp lý), xây dựng hình ảnh tại các điểm bán trọng tâm. Tổ chức các sự kiện giới thiệu sản phẩm mới trong năm.

- Tiếp tục xây dựng & hoàn thiện bộ máy tổ chức bán hàng, đánh giá, chuyên nghiệp hóa, nâng cao hiệu suất, hiệu quả làm việc;

- Thực hiện đào tạo thường xuyên, nâng cao nghiệp vụ bán hàng, kiến thức sản phẩm và kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống, xây dựng hình ảnh thương hiệu, uy tín thông qua đội ngũ nhân viên được huấn luyện chuyên nghiệp;

- Xây dựng và đưa du lịch kết hợp với rượu vang thành chiến lược marketing trong giai đoạn tới. Gồm chuỗi các hoạt động từ khám phá vùng nguyên liệu nho đến tìm hiểu, tham quan nơi chế biến, sản xuất vang và thưởng thức, tìm hiểu văn hóa rượu vang tại hầm vang đẳng cấp và khác biệt. Đây là mắt xích trong việc hoàn thiện chu trình hoạt động của công ty, khẳng định vị thế của một hãng rượu vang tầm cỡ.

- Trong năm 2018, Công ty cũng đăng ký tham gia chương trình Thương hiệu quốc gia – chương trình duy nhất quảng bá thương hiệu quốc gia thông qua các thương hiệu sản phẩm dịch vụ, nhằm nâng cao quản trị thương hiệu và quảng bá nhãn hiệu sản phẩm thị trường trong nước và quốc tế.

e) Mở rộng thị trường xuất khẩu và nhãn hàng riêng (OEM)

- Đầu tư xúc tiến thị trường xuất khẩu vang tại một số nước khu vực và châu Á.

- Tìm kiếm, thúc đẩy kênh bán hàng nhãn hàng riêng nhưng không ảnh hưởng đến định hướng và Thương hiệu của công ty.

1.4. Công tác đầu tư

- Thực hiện việc đầu tư xây dựng Nhà giới thiệu sản phẩm và Hầm rượu vang tại Đà Lạt. điểm du lịch vườn nho tại Ninh Thuận đúng tiến độ, yêu cầu.

- Quản lý tốt dự án đầu tư trồng nguyên liệu nho tại Ninh Thuận.

- Đầu tư và vận hành hiệu quả hệ thống dây chuyền máy móc mới lắp đặt.

- Hoàn thiện và vận hành có hiệu quả phần mềm quản lý doanh nghiệp ERP.

1.5. Công tác tài chính

- Bảo đảm đáp ứng nhu cầu vốn kịp thời, đầy đủ cho công tác thu mua nguyên liệu điều, nguyên liệu trái cây & các vật tư chủ yếu khác cho năm 2018 mang lại hiệu quả;

- Quản trị tài chính, sử dụng vốn hiệu quả; thực hành kế toán quản trị và đầu tư;

- Thực hiện chương trình chống lãng phí, tổ chức quản lý chặt chẽ các yếu tố chi phí trong và ngoài sản xuất, trong sử dụng nguồn vốn.

1.6. Công tác tổ chức, nhân sự

- Cải tiến tổ chức bộ máy, nhân sự hợp lý, phù hợp để phát huy tối đa nguồn lực hiện có, nâng cao hiệu suất các quy trình làm việc.

- Thúc đẩy văn hóa doanh nghiệp, tạo môi trường làm việc tốt nhất cho nhân viên, khơi dậy niềm tự hào về công ty, xem xét lại đồng bộ nội quy quy chế từ công ty mẹ đến các công ty con.

- Có kế hoạch đào tạo nâng cao năng lực cho đội ngũ chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng, tay nghề cho đội ngũ công nhân.

- Cải tiến chính sách tiền lương cho người lao động theo hướng trả lương theo hiệu quả công việc, kích thích sự đóng góp tự nguyện của người lao động cho doanh nghiệp, xây dựng mức thu nhập cạnh tranh để giữ và thu hút nguồn nhân lực có chất lượng, có trình độ, tay nghề cao, bảo đảm lợi ích hài hòa giữa doanh nghiệp và người lao động; xây dựng nền tảng văn hóa tích cực trong doanh nghiệp, hướng đến phát triển doanh nghiệp bền vững.

1.7. Công tác nghiên cứu

- Triển khai các nghiên cứu để ổn định, nâng cao chất lượng rượu, thời gian bảo quản sản phẩm vang và các sản phẩm khác của công ty.

- Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu và theo xu hướng tiêu dùng, chuẩn bị sản phẩm cho năm 2019 và các năm tiếp theo.

1.8. Công tác khác

- Vận hành có hiệu quả hệ thống quản lý chất lượng ISO 22000, hệ thống HACCP và nâng cao chất lượng vận hành của hệ thống trong việc đặt các mục tiêu chất lượng cụ thể của các bộ phận & toàn công ty;

- Ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác nghiệp vụ, quản lý tại các phòng ban nghiệp vụ, công tác kế toán - tài chính, thống kê.

2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều

Năm 2018, HĐQT và ban lãnh đạo Công ty xác định vẫn khó khăn và rủi ro do giá đang cao, vì vậy vẫn giữ nguyên cách thức vận hành thận trọng và linh hoạt giữa sản xuất và kinh doanh.

2.1. Sản xuất

- Ổn định công nghệ, chất lượng sản phẩm khâu hấp, khâu cắt tách, hồi ẩm nhân, tách màu phân size.

- Hàng nhập kho đảm bảo chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, chú trọng tạp chất, độ ẩm, mùi, vị của sản phẩm.

- Theo dõi, nắm bắt thông tin thị trường, đồng thời chọn lựa các nhà cung ứng đảm bảo các yêu cầu của Công ty, đảm bảo nguyên liệu phục vụ cho sản xuất. Xây dựng, củng cố và phát triển các vệ tinh bán hàng cho Công ty.

2.2. Tiêu thụ

- Tập trung kinh doanh nhân điều theo kế hoạch có hiệu quả.

- Khai thác tốt các thị trường với khách hàng truyền thống : Úc, Nhật, Mỹ, EU,...

- Phát triển thêm khách hàng Châu Âu, Úc, Mỹ, Trung Quốc...

2.3 Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới

- Nghiên cứu, thử nghiệm, phát triển sản phẩm điều chế biến.

2.4 Quản lý chất lượng

Duy trì cải tiến và nâng cao hiệu lực, hiệu quả HT QLCL theo tiêu chuẩn ISO 22.000:2005 và HACCP. Xây dựng tiêu chuẩn BRC đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

2.5 Công tác tổ chức:

- Kiện toàn bộ máy tổ chức, nâng cao năng lực hoạt động của các phòng ban.
- Chuẩn hóa, nâng cao trình độ quản lý cho tổ trưởng, KCS .
- Tìm kiếm nguồn nhân lực bổ sung cho các chức danh đang thiếu.
- Tham dự các khóa đào tạo chuyên đề ngắn ngày.

Nơi nhận:

- Cô đồng;
- HĐQT, BKS, KTT;
- Lưu: VT.



Đỗ Thành Trung