

Bình Dương, ngày 08 tháng 04 năm 2020

## BÁO CÁO

### BÁO CÁO KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NHIỆM KỲ 2015 - 2020 PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ KẾ HOẠCH SXKD NHIỆM KỲ 2020 - 2025

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông Công ty Cổ Phần Vitaly

#### PHẦN I

#### KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NHIỆM KỲ 2015 - 2020

#### I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH:

##### 1. Tình hình thị trường:

###### a. Thuận lợi:

- Nhà nước tăng cường kiểm soát để ngăn chặn việc nhập lậu sản phẩm gạch ốp lát qua đường tiểu ngạch từ Trung Quốc về Việt nam
- Trong những năm đầu của giai đoạn nhu cầu xây dựng lớn, tốc độ đô thị hóa tăng nhanh
- Kinh tế tăng trưởng cao, thu nhập bình quân đầu người tăng lên
- Các tổ chức tín dụng có nhiều gói ưu đãi, hỗ trợ lãi suất vay cho các doanh nghiệp sản xuất quy mô vừa và nhỏ.

###### b. Khó khăn:

- Giai đoạn từ năm 2015÷2020 là giai đoạn có rất nhiều chính sách về quản lý xây dựng thay đổi, vì vậy thị trường vật liệu xây dựng gặp nhiều khó khăn.
- Các chính sách về quản lý bảo vệ môi trường được thắt chặt hơn như khai thác nguồn nguyên liệu tự nhiên, dẫn đến việc khan hiếm cát xây dựng.
- Sản xuất gạch ốp lát liên tục được đầu tư máy móc thiết bị mới, công nghệ hiện đại, công suất lớn.
- Thị trường gạch ceramic hiện nay cung vượt cầu, áp lực cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn.

##### 2. Tình hình Công ty:

###### a. Thuận lợi:

- Được sự quan tâm chỉ đạo sâu sát của HĐQT, sự tin tưởng của các cổ đông, sự hỗ trợ của Tổng Công ty VLXD Số 1 – CTCP và sự giúp đỡ, hợp tác quý báu của Công ty TNHH Mua Bán Nợ và Tài Sản Tồn Động DATC.
- Có sự định hướng đúng đắn trong sắp xếp nhân sự phù hợp đội ngũ cán bộ chủ chốt đã phát huy năng lực rất tốt và sẵn sàng ứng phó với mọi tình huống khó khăn để ổn định SXKD góp phần xây dựng công ty phát triển bền vững.
- Cán bộ công nhân viên đoàn kết, thống nhất, cùng nhau xây dựng mái nhà VITALY ổn định và ngày càng phát triển bền vững hơn.

- Thương hiệu sản phẩm gạch ceramic VITALY vẫn giữ được lòng tin đối với người tiêu dùng trong nước và nước ngoài.
- Công ty đã đầu tư lắp đặt và đưa vào vận hành khai thác máy mài cạnh, máy in kỹ thuật số tại các dây chuyền sản xuất.

**b. Khó khăn:**

- Số lỗ lũy kế đến ngày 31/12/2014 là 72,443 tỷ đồng; Đến thời điểm 31/12/2019, lỗ lũy kế còn là 13,540 tỷ đồng.
- Dư nợ phải trả cao, nguồn vốn mất cân đối, chi phí tài chính cao.
- Dây chuyền sản xuất đầu tư lâu, công nghệ cũ, lạc hậu và sử dụng hóa khí nên thường xuyên bảo dưỡng, sửa chữa máy móc thiết bị; Quản lý nguồn nước thải đảm bảo môi trường theo quy định của nhà nước dẫn đến chi phí sản xuất tăng lên.
- Đặc thù công việc nặng, bụi, ồn và thu nhập chưa cao vì vậy việc tuyển dụng công nhân có tay nghề là rất khó.

**II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2019:**

*(Kết quả SXKD của Công ty năm 2015, 2016, 2017, 2018 đã được báo cáo và thông qua trong các kỳ Đại hội đồng cổ đông thường niên)*

**1. Kết quả thực hiện sản xuất kinh doanh:**

Stt	Nội dung	Đvt	Kế hoạch 2015-2020	Thực hiện 2015-2020	TH so với KH 2015-2020	KH năm 2019	TH năm 2019	TH so với KH 2019
1	Sản lượng sản xuất	Tr.m2	22.500	24.200	107,56%	4.800	4.223	87,98%
-	Tỷ lệ loại 1	%	70,00%	82,31	117,59%	80,00%	87,80%	109,75%
2	Sản lượng tiêu thụ	m2	22.500	23.198	103,10%	5.000	3.824	76,48%
-	Trong nước	m2	20.250	21.160	104,49%	4.560	3.410	74,78%
-	Xuất khẩu	m2	2.250	2.038	90,57%	440	414	94,09%

**2. Các chỉ tiêu tài chính:**

Stt	Khoản mục	Đvt	KH 2015 - 2020	TH 2015 - 2020	TH so với KH 2015 - 2020 (%)	Kế hoạch năm 2019	Thực hiện năm 2019	TH so với KH 2019 (%)
<b>I.</b>	<b>Hoạt động SXKD</b>							
1	Tổng doanh thu	Tr.đ	1.636.502	1.624.978	99,30%	364.098	286.950	78,81%
	Các khoản giảm trừ DT	"	(500)	(2.087)	417,40%	(300)	(539)	179,67%
	Doanh thu bán hàng	"	1.636.502	1.623.873	99,23%	364.298	287.100	78,81%
	Doanh thu tài chính	"	500	3.192	638,40%	100	389	389,00%
2	Tổng chi phí	Tr.đ	1.544.282	1.554.942	100,69%	346.521	276.202	79,71%

	Giá vốn hàng bán	"	1.406.883	1.423.788	101,20%	314.220	249.884	79,53%
	Chi phí bán hàng	"	54.704	66.128	120,88%	15.300	14.506	94,81%
	Chi phí QLDN	"	42.272	47.919	113,36%	11.025	8.306	75,34%
	Chi phí tài chính	"	40.423	17.107	42,32%	5.976	3.506	58,67%
<b>3</b>	<b>Lợi nhuận từ SXKD</b>	<b>Tr.đ</b>	<b>92.220</b>	<b>70.036</b>	<b>75,94%</b>	<b>17.577</b>	<b>10.748</b>	<b>61,15%</b>
<b>II.</b>	<b>Hoạt động khác</b>	<b>Tr.đ</b>						
	Thu nhập khác	"	500	1.846	369,20%	100	982	982,00%
	Chi phí khác	"	750	4.126	550,13%	650	476	73,23%
	Lợi nhuận khác	"	(250)	(2.280)	912,00%	(550)	506	-92,00%
<b>III.</b>	<b>Tổng lợi nhuận trước thuế TNDN</b>	<b>Tr.đ</b>	<b>91.970</b>	<b>67.756</b>	<b>73,67%</b>	<b>17027</b>	<b>11254</b>	<b>66,10%</b>
	Chi phí thuế TNDN	"	14.842	8.851	59,63%	3.406	2.327	68,32%
	Lợi nhuận sau thuế TNDN	"	77.128	58.905	76,37%	13.621	8.927	65,54%
<b>IV</b>	<b>Khấu hao cơ bản</b>	<b>"</b>	<b>56.836</b>	<b>68.554</b>	<b>120,62%</b>	<b>13.497</b>	<b>13.445</b>	<b>99,61%</b>

### III. ĐÁNH GIÁ VỀ KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2019:

Qua kết quả thực hiện, hầu hết các chỉ tiêu đều không đạt so với kế hoạch đề ra và thấp hơn so với cùng kỳ năm trước; Do ảnh hưởng một số nhân tố như sau:

- Thị trường gạch ceramic hiện nay cung đã vượt cầu vì vậy áp lực cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn, thị phần ngày càng thu hẹp lại. Hiện nay có rất nhiều nhà máy đưa vào khai thác các dòng sản phẩm cùng chủng loại với VITALY.
- Được sự quan tâm chỉ đạo sâu sát của HĐQT, sự tin tưởng của các cổ đông, sự hỗ trợ của Tổng Công ty VLXD Số 1 – CTCP và sự giúp đỡ, hợp tác quý báu của Công ty TNHH Mua Bán Nợ và Tài Sản Tồn Động DATC.
- Có sự định hướng đúng đắn trong sắp xếp nhân sự phù hợp đội ngũ cán bộ chủ chốt đã phát huy năng lực rất tốt và sẵn sàng ứng phó với mọi tình huống khó khăn để ổn định SXKD góp phần xây dựng công ty phát triển bền vững.
- Đội ngũ cán bộ công nhân viên đoàn kết, thống nhất, cùng nhau khắc phục những khó khăn, chủ quan, khách quan để đạt kế hoạch sản xuất kinh doanh.
- Thương hiệu sản phẩm gạch ceramic VITALY vẫn giữ được lòng tin đối với người tiêu dùng trong nước và nước ngoài.

## PHẦN II

### PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NHIỆM KỲ 2020 - 2025

#### I. ĐÁNH GIÁ NHẬN ĐỊNH TÌNH HÌNH

##### 1. Tình hình thị trường tiêu thụ:

###### a. Giai đoạn 2020 – 2025:

- Chính phủ phần đầu phát triển mục tiêu kinh tế xã hội với mức tăng trưởng GDP tăng khoảng 7%/ năm và mục tiêu nhiệm vụ đẩy mạnh đô thị hóa, tiếp tục triển khai chiến lược phát triển nhà ở quốc gia (*nguồn tham khảo của Công ty chứng khoán Vietcombank*)
- Giai đoạn 5 năm tới dự báo ngành gạch ốp lát vẫn tiếp tục có xu hướng tăng trưởng mức 6% - 8% so với giai đoạn 2015 – 2020.
- Hiện nay, mức độ cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành sản xuất gạch ốp lát trở nên khốc liệt, đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất gạch Ceramic từ đó hình thành cuộc đua tranh giành thị trường, khách hàng giữa các nhà sản xuất.
- Các đơn vị sản xuất khác cùng phân khúc với Vitaly họ có rất nhiều lợi thế cạnh tranh về giá bán trên thị trường. Do đa số các đơn vị sản xuất gạch ceramic đầu tư sau, quy mô sản xuất rộng, công nghệ hiện đại, công suất lớn...

###### b. Năm 2020:

- Năm 2020 là năm sẽ còn nhiều khó khăn. Do sức ép nguồn cung và nhu cầu tiêu dùng những sản phẩm gạch có kích thước lớn từ thị trường sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến kế hoạch tiêu thụ của công ty trong năm 2020.
- Ngoài ra ngay từ đầu năm đại dịch Covid lây lan nhanh trên toàn thế giới cũng làm ảnh hưởng đến việc lưu thông hàng hóa trong nước cũng như xuất khẩu bị suy giảm mạnh.
- Thị trường tiêu thụ chính của Công ty Vitaly chủ yếu là khu vực miền đông, miền tây nam bộ nhưng tình hình thiên tai khắc nghiệt như xâm nhập mặn kéo dài, thiếu nước ngọt trầm trọng cũng ảnh hưởng đến tình hình tiêu thụ sản phẩm gạch ceramic.

##### 2. Tình hình Công ty

###### a. Thuận lợi

- Kết hợp chặt chẽ với Công ty Kinh Doanh Sản Phẩm Fico đẩy mạnh công tác tiếp thị, mở rộng thị trường, rà soát lại chiến lược kinh doanh phù hợp với từng thời điểm.
- Phát triển dòng sản phẩm, mẫu mã mới đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng.
- Vận dụng những cải tiến mới trong công nghệ sản xuất gạch ceramic vào trong các công đoạn sản xuất tại công ty.
- Thực hiện kiểm soát tốt định mức tiêu hao nguyên nhiên vật liệu, tỷ lệ bề vỡ trong quá trình sản xuất.

- Tập trung nghiên cứu cải tiến các toa phối liệu nhằm nâng cao năng suất chất lượng sản phẩm.

#### b. Khó khăn

- Số lỗ lũy kế đến ngày 31/12/2019 của Công ty là: 13,941 tỷ đồng.
- Nguồn tài chính của Công ty hiện nay vẫn còn bị mất cân đối, dư nợ phải trả cao.
- Công tác tuyển dụng lao động có tay nghề gặp nhiều khó khăn.
- Dây chuyền sản xuất lạc hậu, chi phí bảo dưỡng sửa chữa định kỳ cao, thời gian nhiều.
- Môi trường nước thải và khí thải trong sản xuất được siết chặt nên phải tăng chi phí xử lý.

## II. CÁC CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH:

Từ những đánh giá nhận định trên, Ban điều hành Công ty dự kiến xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh giai đoạn 2020 – 2025 như sau:

### 1. Kế hoạch sản xuất kinh doanh:

Stt	Nội dung	Đvt	Kế hoạch 2020 -2025	Kế hoạch 2020	Ghi chú
1	Sản lượng sản xuất	M2	23.000.000	4.400.000	S.phẩm loại A: 84%
2	Sản lượng tiêu thụ	M2	23.200.000	4.600.000	
3	Tổng doanh thu	Tr.đ	1.592.000	325.000	
4	Lợi nhuận trước thuế	Tr.đ	60.000	11.500	
5	Chi phí khấu hao	Tr.đ	70.000	15.560	

### 2. Kế hoạch đầu tư chiều sâu:

STT	Tên dự án / Hạng mục đầu tư	Số lượng	Tổng mức đầu tư dự kiến (tr.đ) 2020-2025	Kế hoạch 2020	Dự kiến nguồn vốn đầu tư	Ghi chú
1	Nhà kho chứa gạch	1	3.000	3.000	Vốn vay – Tự có	
2	Lò than xích DC1.2	1	3.000	3.000	Vốn vay – Tự có	
3	Máy đóng gói tự động	5	15.000	6.000	Vốn vay – Tự có	
4	Cải tạo thiết bị dây chuyền tráng men	5	5.000	-	Vốn vay – Tự có	
5	Thay sấy đứng sang sấy nằm; cải tạo thiết bị giảm tiêu hao nhiên liệu lò nung, nâng công suất lên 7 triệu m2/năm, chuyển đổi 1 dây chuyền sản xuất gạch ceramic sang gạch bán sứ		30.000	-	Vốn vay – Tự có	

### III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NHIỆM KỲ 2020 - 2025:

Để thực hiện được các mục tiêu cơ bản trong nhiệm kỳ 2020 - 2025 trong Công ty phải thực hiện tốt những nhiệm vụ cụ thể sau:

#### 1. Công tác kinh doanh và phát triển thị trường:

- Tăng cường khảo sát để mở rộng thêm thị trường trong nước và các nước lân cận.
- Xây dựng chiến lược kinh doanh và phân khúc thị trường hợp lý ở từng khu vực.
- Phối hợp chặt chẽ với Công ty FICO.COM để đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu VITALY
- Tăng cường mối quan hệ với các đại lý, đặc biệt quan tâm đến các đại lý có doanh số bán hàng cao và khả năng thanh toán tốt.
- Thường xuyên chăm sóc khách hàng để nắm được nhu cầu thiết yếu của thị trường và cung cấp cho phòng thiết kế những thông tin cần thiết nhằm phục vụ cho công tác thiết kế và phát triển mẫu mã có hiệu quả cao.
- Tìm kiếm mở rộng thêm thị trường xuất khẩu nhiều nước trong khu vực Thái Lan, Campuchia, Myanma, Yemen, Philippin, ....

#### 2. Về công tác quản lý sản xuất:

- Tăng cường chỉ đạo công nhân trong các công đoạn chấp hành nghiêm túc qui trình công nghệ và nội quy vận hành máy móc thiết bị ở từng ca sản xuất.
- Ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào thực tế sản xuất một cách hợp lý để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, tiết kiệm vật tư và giảm tỷ lệ phế phẩm ở mỗi công đoạn sản xuất.
- Phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng, đồng bộ giữa phòng Kỹ Thuật, phân xưởng Cơ Điện, phân xưởng Sản Xuất để điều tiết trong sản xuất hợp lý, giảm thiểu thời gian trống lò.
- Toàn thể CB\_CNV trong Công ty luôn cố gắng phấn đấu thực hiện tiêu chí là “Năng suất – Chất lượng – Giao hàng đúng hẹn” để thương hiệu gạch men VITALY mãi mãi là dấu ấn tốt đẹp trong lòng người tiêu dùng.

#### 3. Về Công tác tài chính:

- Cân đối hợp lý giữa các nguồn vốn vay từ ngân hàng, vốn tự có đảm bảo để thực hiện việc sản xuất kinh doanh và đầu tư chiều sâu cũng như hợp lý việc trả các khoản nợ.
- Tăng cường thu hồi công nợ, đồng thời giảm thiểu công nợ khó đòi.
- Rà soát các loại chi phí, đánh giá và phân tích thường xuyên để tiết kiệm tối đa chi phí.
- Thực hiện tốt quy chế tài chính, phát huy hiệu quả từng đồng vốn để quay vòng vốn nhanh và mang lại hiệu quả thiết thực cho Công ty.

#### 4. Về công tác Quản lý điều hành:

- Chú trọng về công tác tổ chức nhân sự, sắp xếp, định biên lao động. Bố trí nhân lực hợp lý từ tổ sản xuất ở các phân xưởng đến các phòng ban.
- Soát xét, tiếp tục hoàn chỉnh các quy chế, quy định, nội quy và các thông báo nội bộ nhằm nâng cao hơn nữa tinh thần trách nhiệm của CB.CNV. Xây dựng tác phong công nghiệp và văn hóa doanh nghiệp.
- Tăng cường công tác huấn luyện, đào tạo cho công nhân mới tuyển dụng, sát hạch tay nghề và nâng bậc thợ cho công nhân cũ.
- Xây dựng định mức lao động và đơn giá tiền lương hợp lý hơn nhằm đảm bảo tính công bằng cho người lao động yên tâm gắn bó với Công ty.

#### 5. Các Công tác khác:

- Lực lượng lao động là tài sản quý báu của công ty, do đó công tác chăm lo đời sống cho người lao động luôn được quan tâm hàng đầu.
- Đảm bảo quyền lợi vật chất và tinh thần của người lao động.
- Tăng cường kiểm tra chất lượng phục vụ cho các bữa ăn giữa ca, tuyệt đối không để xảy ra tình trạng ngộ độc thực phẩm tại bếp ăn tập thể của Công ty.
- Đảm bảo đầy đủ các nghĩa vụ và quyền lợi hợp pháp của người lao động như chế độ BHXH, khám sức khỏe định kỳ, bồi dưỡng độc hại...
- Công ty có tổng số khoảng hơn 400 cán bộ công nhân viên, có tổ chức Đảng, công đoàn và đoàn thanh niên, do đó các tổ chức luôn quan tâm chỉ đạo cán bộ công nhân viên thông suốt về tư tưởng chính trị, nêu cao tinh thần đoàn kết vượt qua mọi khó khăn để hoàn thành nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2020 được các cổ đông tin nhiệm và giao phó.
- Tăng cường công tác an ninh, bảo vệ tài sản Công ty. Mở các khóa đào tạo nghiệp vụ bảo vệ, công tác an toàn lao động và công tác phòng cháy chữa cháy.

Trên đây là kết quả sản xuất kinh doanh nhiệm kỳ 2015 - 2020 và phương hướng nhiệm vụ của nhiệm kỳ 2020 - 2025. Ban Điều hành tổng hợp báo cáo trình đại hội, rất mong được sự góp ý, hỗ trợ của Quý cổ đông.

*Xin chân thành cảm ơn Quý Cổ đông và trân trọng kính chào.*

**TM. BAN ĐIỀU HÀNH**



**VÔ VĂN TÙNG**