

**BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD 2020 VÀ
KẾ HOẠCH NĂM 2021**

Trong năm 2020, 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 2020.

Hội đồng quản trị kính báo cáo quý vị cổ đông kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh 2020 và kế hoạch kinh doanh năm 2021 như sau:

PHẦN I:

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH 2020

I. Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2020

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	2019	KH 2020	TH 2020	So sánh (%)	
						2020/2019	TH/KH
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	Tỷ đồng	309,7	361	295,3	95,4%	81,8%
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	20,7	7,1	13,2	63,8%	185,9%

Kết thúc năm tài chính 2020, doanh thu bán hàng đạt 295,3 tỷ đồng, tương ứng 81,8% kế hoạch và 95,4% cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 13,2 tỷ đồng, tương ứng 185,9% kế hoạch và 63,8% cùng kỳ.

+ Nguyên nhân chính dẫn đến doanh thu, lợi nhuận của Công ty thấp hơn cùng kỳ là do:

- Tại mảng rượu: Nghị định 100/2019/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt có hiệu lực (từ ngày 1/1/2020) đã ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ chung của ngành rượu bia cũng như hoạt động của Công ty.

Đặc biệt khi dịch cúm Covid 19 xuất hiện đã tác động đến hoạt động của hầu hết các lĩnh vực và tác động nghiêm trọng đến ngành du lịch, nhà hàng dẫn đến sức tiêu thụ giảm. Từ đó đã tác động xấu làm giảm doanh thu rượu năm 2020 của Công ty.

- Tại mảng điều: Năm 2020 thị trường Điều đã có tín hiệu tốt nên doanh thu & lợi nhuận đều tăng hơn năm 2019, tuy nhiên, năm 2020 vẫn tiếp tục là năm khó khăn của ngành điều, tiềm ẩn nhiều rủi ro khi lượng cung hàng đang vượt cầu, mức giá bán của công ty

phụ thuộc biến động giá điều trên thế giới. Do đó, công ty xác định ưu tiên mục tiêu đảm bảo an toàn vốn lên hàng đầu khi đưa ra các quyết định kinh doanh.

+ Nguyên nhân Doanh thu không đạt so với kế hoạch đề ra chủ yếu là vì sản phẩm đầu ra phụ thuộc vào biến động giá của thế giới mặt khác cũng vì mục tiêu đảm bảo an toàn vốn lên hàng đầu. Tuy doanh thu không đạt nhưng lợi nhuận của cả hai mảng đều vượt kế hoạch đặt ra. Đối với mảng Rượu đã thực hiện các biện pháp tiết giảm tối đa chi phí, đặc biệt là chi phí truyền thông. Đối với mảng điều do thu mua đầu vào năm này được thuận lợi kể cả chất lượng và giá đều tốt.

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

2.1. 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 hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty phù hợp với diễn biến của thị trường.
- Thực hiện kiểm toán độc lập năm tài chính theo đúng quy định. Thực hiện theo ủy quyền của Nghị quyết ĐHĐCĐ 2020, Hội đồng quản trị đã thực hiện lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính năm 2020 của Công ty là Công ty TNHH Hãng kiểm toán AASC.
- 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 Hoạt động các lĩnh vực

2.2.1 Lĩnh vực rượu vang và đồ uống khác

a) Hoạt động sản xuất – cung ứng

Bằng việc kiểm soát nghiêm ngặt các quy trình, công đoạn sản xuất, các sản phẩm của Ladofoods đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng theo các tiêu chuẩn Việt Nam cũng như tiêu chuẩn châu Âu.

Trong năm thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng, bảo dưỡng máy móc thiết bị, nâng cao trình độ năng lực, kinh nghiệm cho đội ngũ cán bộ công nhân viên tại nhà máy và các đơn vị thành viên, đảm bảo mục tiêu chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hoạt động cung ứng ổn định về nguồn cung và giá, nguyên liệu đáp ứng kịp thời nhu cầu sản xuất. Các trường hợp nhà cung cấp không đáp ứng được các tiêu chuẩn chất lượng, Công ty đều yêu cầu xử lý khắc phục hoặc chấm dứt hợp đồng, chuyển sang nhà cung cấp mới.

Quản lý công nghệ, sản xuất, chất lượng:

Là công ty sản xuất Vang dẫn đầu không những về thị phần mà còn về công nghệ sản xuất hiện đại theo tiêu chuẩn châu Âu cùng những kỹ thuật, bí quyết làm vang riêng, các quy trình sản xuất của Ladofoods luôn được đảm bảo theo những tiêu chuẩn cao nhất và không để xảy ra các sự cố về chất lượng sản phẩm. Các sản phẩm trước khi đưa ra thị trường đều được đội ngũ kỹ thuật kiểm tra các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh đảm bảo.

▪ **Hệ thống quản lý chất lượng:**

Xác định hệ thống quản lý chất lượng là một trong những yếu tố quan trọng quyết định chất lượng cũng như thỏa mãn các nhu cầu khách hàng, Ladofoods luôn duy trì cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng. Hiện nay, bên cạnh áp dụng phần mềm quản trị doanh nghiệp (ERP), Ladofoods áp dụng hệ thống quản lý an toàn thực phẩm theo phiên bản ISO 22000:2018 – HACCP và các tiêu chuẩn hiện hành theo quy định của pháp luật.

▪ **Quản lý công nghệ**

Hoạt động quản lý công nghệ luôn được công ty theo dõi, kiểm soát chặt chẽ việc thực hiện theo đúng quy định của Công ty. Tiếp nhận và giải quyết kịp thời các sự cố phát sinh trong quá trình sản xuất, ban hành quy định an toàn trong quản lý, sử dụng các vật tư, nguyên vật liệu. Trong năm 2020, đơn vị cũng đã đưa ra phương án dùng bã men làm phân bón tại vùng nguyên liệu, giảm chi phí xử lý môi trường. Các hoạt động đầu tư, trang bị thiết bị, máy móc sản xuất thực hiện theo đúng kế hoạch đề ra.

▪ **Nghiên cứu, thử nghiệm, phát triển sản phẩm**

- Hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm luôn được Công ty chú trọng và đẩy mạnh nhằm đa dạng hóa các sản phẩm đồng thời không ngừng tìm tòi, ứng dụng các kỹ thuật trên thế giới để cải thiện chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, phát triển sản phẩm phù hợp với xu hướng, thị hiếu tiêu dùng của khách hàng.
- Trong năm, Ladofoods tiếp tục thử nghiệm và đã thực hiện cải thiện chất lượng dòng sản phẩm Vang Đà Lạt, đưa sản phẩm ra thị trường năm 2020 - 2021. Bên cạnh cải thiện chất lượng các sản phẩm đang có, Công ty đã hoàn thành và đưa ra thị trường các sản phẩm mới:
 - + Bộ sản phẩm Vang hầm rượu:
 - + Vivazz nho có gas giá rẻ
 - + Vang hồng đóng chai Hock
- 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.

b) Hoạt động bán hàng

- Đối với thị trường sản xuất vang nội, Ladofoods tiếp tục giữ vị thế là công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam và cũng là đơn vị, tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt chiếm hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước.
- Các sản phẩm vang và nước uống của Công ty đã phủ rộng khắp và hầu hết tại kênh siêu thị và cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc cũng như hệ thống kênh bán hàng truyền thống trên 63 tỉnh thành. Đặc biệt là kênh phân phối siêu thị (MT) được chú trọng và phát triển mở rộng.
- Cơ cấu sản phẩm tiếp tục có sự chuyển dịch tăng tỷ trọng các dòng sản phẩm trung, cao cấp của Công ty: vang Chateau Dalat và Sangria – Vang uống với đá. Dòng sản phẩm Chateau Dalat luôn được các cơ quan, bộ ban ngành tin tưởng và lựa chọn sử dụng trong các sự kiện quan trọng.

- Tuy nhiên, giai đoạn quý I/2020, do ảnh hưởng của dịch Covid 19, sức tiêu thụ của ngành rượu bia giảm mạnh, đặc biệt tại các khu vực thị trường du lịch, dẫn đến tốc độ tiêu thụ hàng hóa giảm, lượng hàng tồn kho tại Nhà phân phối và điểm bán cao. Năm 2020 – 2021 có thể được coi là năm nhiều biến động đến hoạt động bán hàng của công ty nói riêng và ngành sản xuất kinh doanh bia rượu nói chung. Trước những khó khăn này, Công ty đã kịp thời đưa ra các giải pháp ứng phó: rà soát, đánh giá lại từng vùng, kênh thị trường, sản phẩm trọng tâm để đưa ra chính sách bán hàng phù hợp. Kiểm soát chặt chẽ các chi phí hoạt động.

c) Hoạt động Vùng nguyên liệu nho vang chất lượng cao

- Ladofoods đã mạnh dạn đầu tư và áp dụng sáng tạo kỹ thuật trồng nho theo phương pháp trồng cọc của châu Âu vào điều kiện đặc thù về môi trường khí hậu tại Việt Nam từ năm 2012.
- Vùng nguyên liệu nho vang được áp dụng kỹ thuật canh tác hiện đại, sử dụng công nghệ cao vào chăm sóc nho như (hệ thống tưới nhỏ giọt, máy cày chuyên dụng (xới đất, cắt cành, làm cỏ, phun thuốc)...), sử dụng máy theo dõi thời tiết kết nối internet, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hoàn toàn có nguồn gốc hữu cơ (BIO) theo tiêu chuẩn của châu Âu...
- Hiện tại, Công ty đã thực hiện 25ha và tiến tới 100ha trong 5 năm tới. Công ty cũng đã được UBND tỉnh Ninh Thuận chấp nhận mở rộng dự án lên 300 ha.

Các định mức sản xuất, quy trình kỹ thuật, kiểm soát, quản lý vùng nguyên liệu đã được xây dựng, điều chỉnh trong năm. Cây nho 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.

- Các hoạt động chăm sóc cây được thực hiện và kiểm soát theo đúng các quy trình kỹ thuật. Cây nho phát triển tốt, trái chín đạt tiêu chuẩn chất lượng.
- Trong năm, kết hợp với chuyên gia nho vang tại châu Âu và trong nước, công ty thực hiện các phương pháp khảo nghiệm để đánh giá và điều chỉnh phương án chăm sóc phù hợp với sự phát triển của cây nho, điều chỉnh bổ sung các hàm lượng chất cho cây và đất.
- Các giống nho ăn quả mới được trồng thử nghiệm từ năm 2018 được đánh giá tốt về khả năng sinh trưởng và năng suất. Chùm trái to và chắc, đẹp mắt, độ Brix gần 26.
- Các công tác chăm sóc, bảo dưỡng máy móc thiết bị tại vườn duy trì và đảm bảo hoạt động ổn định.

2.2.2. Lĩnh vực sản xuất chế biến điều xuất khẩu

a) Hoạt động sản xuất

- Nguyên liệu: Tình hình thu mua nguyên liệu trong nước vụ 2020 so với 2019 bước đầu có thuận lợi hơn. Sản lượng thì đạt theo kỳ vọng và tiến độ thu mua, chất lượng ổn định trong suốt quá trình mùa vụ, tỷ lệ hao hụt sau sơ chế thấp hơn năm 2019. Đối với nguyên liệu nhập khẩu, giá cao nên Công ty nhập cầm chừng một phần sản xuất, một phần để kinh doanh.

- Do ảnh hưởng giá nguyên liệu không ổn định, để đảm bảo hiệu quả sản xuất và an toàn vốn cho hoạt động của Công ty, Công ty sắp xếp bố trí hợp lý hoạt động sản xuất, tiết giảm các chi phí, cân đối hoạt động sản xuất và thị trường đầu ra.

b) Hoạt động bán hàng

- Sản lượng và doanh thu năm 2020 thấp do thời điểm mùa vụ thu hoạch giá điều thô cao, giảm chậm trong khi giá nhân giảm theo chiều đi xuống không phục hồi, do đó mất cân đối, không ký bán thị trường khác như Mỹ, Âu mà đa số bán thị trường Trung Quốc và Nhật để có giá tốt hơn.
- Trong quý 1/2020, do dịch cúm viêm đường hô hấp Covid 19, thị trường Trung Quốc ngưng mua từ tháng 12 và ngay dịp tết nguyên đán là thời điểm tiêu thụ tốt nhất lại bị đóng băng nên sản lượng tiêu thụ của Công ty giảm mạnh so với cùng kỳ.
- Năm 2020 hoạt động bán hàng tập trung vào 3 thị trường chính là Mỹ, Nhật Bản và Trung Quốc. Các thị trường khác như Âu, Úc giảm do giá bán không cân đối được với giá nguyên liệu đầu vào .

III. Hoạt động của Hội đồng quản trị

1. Các cuộc họp HĐQT

Năm 2020, Hội đồng quản trị đánh giá Ban lãnh đạo đã có nhiều nỗ lực trong việc tổ chức, triển khai các hoạt động kinh doanh theo các Nghị quyết của ĐHĐCĐ và HĐQT. Do ảnh hưởng của Dịch cúm Covid 19 đã tác động xấu đến kết quả hoạt động kinh doanh năm 2020 của công ty. Trước tình hình đó, ban điều hành đã kịp thời xây dựng và triển khai các phương án ứng phó, đảm bảo an toàn và hiệu quả hoạt động 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 tham gia để giải trình các công việc đã thực hiện và đưa ra giải pháp, phương hướng hoạt động phù hợp.

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 của ĐHĐCĐ và Nghị quyết, Quyết định của HĐQT nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động, quản lý của Công ty.

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 gửi 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.

Ban Tổng giám đốc công ty đã triển khai thực hiện đầy đủ nội dung Nghị quyết, Quyết định của Hội đồng quản trị ban hành, nỗ lực thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra. Thực hiện báo cáo và tuân thủ các quy định về quản trị công ty.

Hội đồng quản trị đánh giá cao sự đoàn kết, đồng lòng của Ban điều hành cũng như cán bộ công nhân viên công ty trước ảnh hưởng của dịch bệnh Covid 19, kịp thời đưa ra các giải pháp trước tình hình dịch bệnh đảm bảo an toàn sức khỏe cho người lao động cũng như đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh vẫn diễn ra liên tục.

PHẦN II:

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021

I. Kế hoạch sản xuất kinh doanh

Theo các báo cáo đánh giá ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19 đến tình hình kinh tế Việt Nam từ nay đến các tháng cuối năm, việc dịch cúm quay lại lần 4 đã tác động mạnh đến thị trường tiêu dùng, kìm hãm sức mua bởi thu nhập hộ gia đình và cá nhân giảm.

Du lịch là ngành chịu ảnh hưởng nặng nề nhất. Đặc biệt, những ngành vốn được coi là ít chịu ảnh hưởng nhất như ngành bán lẻ nhưng cũng bị sụt giảm doanh thu, người dân chủ yếu mua các sản phẩm nhu yếu phẩm thiết yếu.

Trong bối cảnh này, Công ty đã thực hiện đánh giá những ảnh hưởng của dịch Covid 19 đến hoạt động của Công ty, xây dựng các phương án ứng phó, giảm thiểu tối đa các tác động liên quan cũng như duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh, đảm bảo đời sống cán bộ công nhân viên.

Kế hoạch kinh doanh năm 2021 như sau:

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2020	Kế hoạch 2021	KH 2021/TH 2020 (%)
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	Tỷ đồng	295,3	321	108,7
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	13,2	5,9	44,7

II. Các giải pháp chính thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh 2021

1. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh rượu vang

1.1. Công tác tổ chức sản xuất

- Nhà máy sản xuất chủ động lập kế hoạch, tiến độ sản xuất linh hoạt, nhịp nhàng. Xây dựng cơ cấu tiêu thụ sát với nhu cầu thực tế của thị trường, đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu khách hàng nhằm 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, sắp xếp kế hoạch phù hợp, tối đa hóa năng suất và tiết giảm các chi phí trước ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19.
- Duy trì, cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng.

1.2. Nghiên cứu, phát triển sản phẩm

- Triển khai đề án nghiên cứu cải tiến chất lượng các dòng sản phẩm giai đoạn 2021 – 2022 từ quy trình, công thức, kỹ thuật làm vang.
- Tiếp tục nghiên cứu, phát triển các dòng sản phẩm mới với mục đích đa dạng hóa danh mục sản phẩm trên cơ sở phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng và nhu cầu của khách hàng.

1.3. Công tác cung ứng vật tư, nguyên liệu

- Tổ chức đánh giá, 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 chính.
- 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.
- 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.

1.4. Công tác thị trường

- Đánh giá và điều chỉnh phương án kinh doanh phù hợp trong hoàn cảnh thị trường tiếp tục bị ảnh hưởng bởi dịch cúm Covid 19. Đẩy mạnh tập trung vào các dòng sản phẩm có biên lợi nhuận cao, khu vực thị trường, khách hàng trọng tâm (các thành phố lớn, thành phố du lịch đặc biệt tại Đà Lạt).
- Tiếp tục mở rộng hệ thống bao phủ tại các thị trường tỉnh để chuẩn bị cho mùa cao điểm.
- Tập trung khai thác mạnh thị trường nội địa. Linh động trong chính sách bán hàng. Phát triển các sản phẩm mới cho các thị trường.
- Tập trung Mở rộng phát triển kênh MT, xác định đây là kênh phát triển lâu dài, bền vững của Công ty. Gia tăng hình ảnh hiện diện, trưng bày tại siêu thị.
- Tích cực xây dựng hình ảnh thương hiệu của Công ty trên thị trường bằng việc thực hiện các chiến lược quảng bá thông qua các phương tiện truyền thông và có cam kết về hiệu quả.

2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều

Năm 2021, HĐQT và ban lãnh đạo Công ty xác định là năm tiếp tục khó khăn cho ngành điều khi mà cung vượt cầu, rủi ro giá cả diễn biến bất thường cũng như dịch cúm Covid 19 vẫn đang tiếp tục ảnh hưởng đến các nước trên thế giới.

Vì vậy, mục tiêu đề ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh điều là bảo đảm an toàn vốn cho công ty. Các chính sách điều hành đảm bảo linh hoạt với diễn biến thị trường. Tìm kiếm, cập nhật thông tin thị trường kịp thời.

Nơi nhận:

- Cổ đông;
- HĐQT;
- Lưu: VT.

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH

CÔNG TY
CỔ PHẦN THỰC PHẨM
LÂM ĐỒNG

TP. ĐÀ LẠT - T. LÂM ĐỒNG

Đinh Thị Mộng Vân