Pham
Huu Ha

Digitally signed by Pham Huu Ha
DN: CN=Pham Huu Ha
Reason: I am the author of this document
Location:
Date: 2018-04-24 10:55:01

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN

NĂM 2017

Đà Lạt, tháng 4 năm 2018

I. Thông tin chung

1. Thông tin khái quát

Tên Công ty:	Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng
Tên tiếng Anh:	Lam Dong foodstuffs Joint – Stock Company
Tên viết tắt:	Ladofoods
Trụ sở chính:	Số 31, Ngô Văn Sở, phường 9, TP.Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng
Điện thoại:	02633 520 290
Fax:	02633 825 291
Website:	www.ladofoods.com
Giấy chứng nhận ĐKKD:	Số 5800408245 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Lâm Đồng cấp lần đầu ngày 05/1/2004, cấp thay đổi lần 20 ngày 04/4/2018
Vốn điều lệ:	146.571.500.000 đồng
Vốn đầu tư của chủ sở hữu:	183.371.240.567 đồng
Mã cổ phiếu:	VDL
Sàn giao dịch:	HNX

2. Quá trình hình thành và phát triển

a. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng có tiền thân là Công ty Thực phẩm Lâm Đồng được thành lập trên cơ sở sáp nhập 2 đơn vị: Xí nghiệp rượu Đà Lạt (xưởng rượu Lafaro của người Pháp xây dựng từ đầu thế kỷ 20) và Xí nghiệp Thực phẩm Đà Lạt vào năm 1990. Năm 1992, UBND tỉnh Lâm Đồng đã ra quyết định số 985/QĐ-UB thành lập doanh nghiệp nhà nước Công ty Thực phẩm Lâm Đồng.

Năm 2004: Công ty chính thức chuyển sang hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần.

Năm 2007: Công ty thực hiện niêm yết CP trên Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội với mã chứng khoán là VDL.

Năm 2012, Tổng công ty quản lý và kinh doanh vốn Nhà nước (SCIC) chuyển nhượng số cổ phần nắm giữ cho cổ đông bên ngoài, Công ty trở thành công ty cổ phần không có vốn nhà nước. Thành lập Công ty Chế biến Điều Xuất khẩu Lâm Đồng, trụ sở tại Huyện ĐạHuoai - Lầm Đồng.

Năm 2015, trên cơ sở Phân xưởng rượu Phát Chi, Công ty đã thực hiện đầu tư mở rộng và thành lập Nhà máy rượu vang Ladora Winery với công suất sản xuất 5 triệu lít/năm; Thành lập Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận để triển khai thực hiện dự án đầu tư vùng nguyên liệu nho rượu chất lượng cao.

Trải qua gần 20 năm xây dựng và phát triển, các sản phẩm rượu vang của Ladofoods đã trở thành thương hiệu vang nội địa hàng đầu tại Việt Nam và xuất khẩu sang các nước khác như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Trung Quốc, Thái Lan, Campuchia…

Quá trình tăng vốn của Công ty

+ Lần thứ nhất vào tháng 12/2009: Công ty phát hành cổ phiếu tăng vốn điều lệ từ 12.000.000.000 đồng lên 21.529.400.000 đồng;

+ Lần thứ 2 vào tháng 1/2011: Công ty thực hiện trả cổ phiếu thưởng và trả cổ tức bằng cổ phiếu nâng vốn điều lệ của Công ty lên 31.288.400.000 đồng;

+ Lần thứ 3 vào tháng 1/2013: Công ty thực hiện trả cổ phiếu thưởng 82% và trả cổ tức bằng cổ phiếu 18% nâng vốn điều lệ của Công ty lên 62.574.610.000 đồng;

+ Lần thứ 4 vào tháng 07/2014, Công ty thực hiện trả cổ tức bằng cổ phiếu (tỷ lệ 25%) và phát hành cổ phiếu thưởng (tỷ lệ 2,1:1) từ nguồn thặng dư vốn cổ phần, vốn khác của chủ sở hữu, quỹ đầu tư phát triển và lợi nhuận sau thuế chưa phân phối. Tổng số cổ phiếu sau khi phát hành là 10.801.339 Cổ phần, nâng vốn điều lệ của Công ty lên 108.013.390.000 đồng.

+ Lần thứ 5 vào tháng 7/2015: Công ty thực hiện trả cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu (tỷ lệ 15%). Tổng số cổ phiếu sau khi phát hành là 12.421.418 cổ phần.

+ Lần thứ 6 vào tháng 6/2016: Công ty thực hiện trả cổ tức năm 2015 bằng cổ phiếu (tỷ lệ 18%). Tổng số cổ phiếu sau khi phát hành là 14.657.150 cổ phần.

b. Một số giải thưởng đạt được

+ Huân chương lao động hạng I, II, III; Đơn vị Anh hùng lao động trong thời kỳ đổi mới .
+ Giải thưởng HVNCLC (2001 - 2017) và Top 100 sản phẩm tốt nhất do người tiêu dùng bình chọn năm 2010.
+ GTCLVN liên tục các năm từ 2005 - 2008 của Bộ KHCN; Giải bạc CLQG 2009, 2010, 2016 của Chính phủ.
+ Giải Thưởng Sao Vàng Đất Việt 2003, 2005, 2007 - 2009 do UBTW Hội Các Nhà DN Trẻ VN chứng nhận.
+ Cúp Vàng vì sự nghiệp bảo vệ môi trường Việt Nam (2008, 2009). LADOFOODS được chứng nhận đạt danh hiệu thương hiệu xanh bền vững năm 2009, 2010; Đạt thành tích xuất sắc trong xây dựng, phát triển thương hiệu và tham gia hội nhập kinh tế quốc tế 2009.
+ Biểu trưng "Doanh nghiệp tiêu biểu năm 2013" - "Cờ thi đua xuất sắc dẫn đầu khối thi đua 2013" - "Tập thể lao động xuất sắc 2012 - 2013"
+ Bằng khen của Hiệp hội rượu, bia, nước giải khát Việt nam "Đã có nhiều thành tích xuất sắc trong sản xuất kinh doanh và đóng góp vào sự phát triển của Hiệp hội giai đoạn 2010 - 2015". Bằng khen về "Thành tích chấp hành tốt các chính sách pháp luật thuế" 2012 - 2013. Bằng khen "Đã có thành tích xuất sắc trong thực hiện cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam giai đoạn 2009 - 2014".
+ Doanh nghiệp tiêu biểu - Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa nhiều năm liền 2012 - 2015.
+ "Đặc sản rượu Vang Đàlạt® của tỉnh Lâm Đồng được công nhận vào top 5 đặc sản nổi tiếng Việt Nam theo bộ tiêu chí công bố giá trị đặc sản Việt Nam" năm 2012; "Chai rượu Vang lớn nhất Việt Nam" năm 2015.
+ Giải bạc tại cuộc thi Vang quốc tế Cathay Pacific 2016, Giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại San Fansisco Mỹ.

c. Ngành nghề kinh doanh và địa bàn kinh doanh

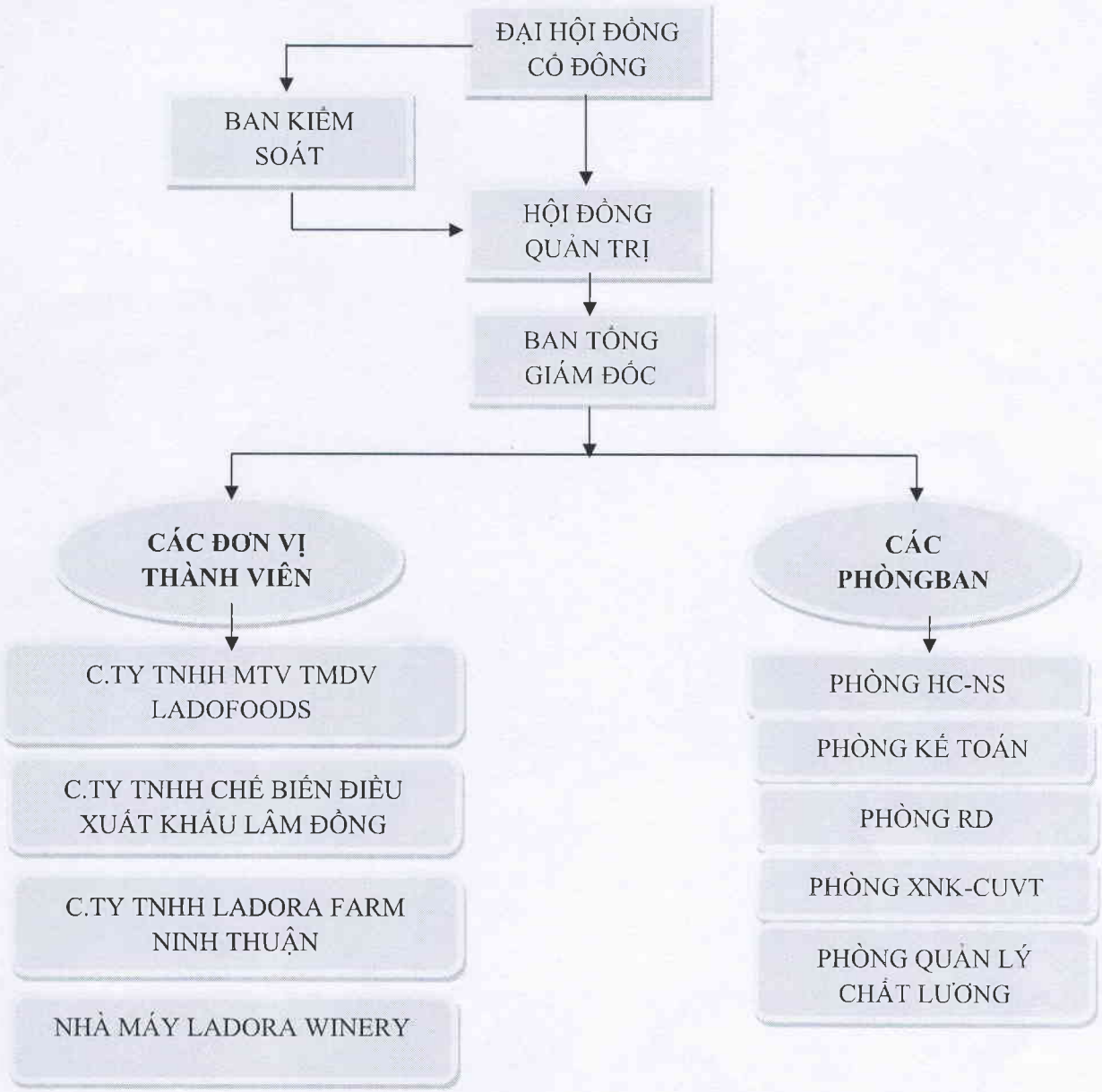
- Ngành nghề kinh doanh chính: Chế biến rượu vang các loại, nhân điều xuất khẩu và các loại nông sản thực phẩm.
- Địa bàn kinh doanh: Công ty có địa bàn kinh doanh trên phạm vi cả nước và xuất khẩu.

3. Thông tin về mô hình quản trị, tổ chức kinh doanh và bộ máy quản lý

a. Cơ cấu bộ máy quản trị của Công ty

Hiện tại, Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng đang áp dụng theo mô hình tổ chức của công ty cổ phần. Mô hình quản trị này được xây dựng dựa trên mục tiêu phát triển chiến lược kinh doanh của Công ty, tuân thủ theo các quy định của Pháp luật Việt Nam và các quy định tại Điều lệ Công ty. Qua quá trình phát triển và ngày càng kiện toàn bộ máy quản lý, hiện bộ máy quản lý của Công ty có cơ cấu tổ chức như sau:

Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty:



❖ **Đại hội đồng cổ đông**

Gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết và là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của công ty, có quyền quyết định tỷ lệ trả cổ tức hàng năm; phê chuẩn báo cáo tài chính hàng năm và ngân sách tài chính cho năm tài chính tiếp theo; thảo luận và thông qua Báo cáo của Ban kiểm soát, báo cáo của Hội đồng quản trị, kế hoạch phát triển ngắn hạn và dài hạn của công ty; bầu và bãi miễn thành viên HĐQT, BKS; bổ sung và sửa đổi điều lệ; quyết định loại và số lượng cổ phần phát hành; sáp nhập hoặc chuyển đổi công ty; tổ chức lại và giải thể công ty...

❖ **Hội đồng quản trị**

HĐQT là cơ quan quản lý cao nhất của công ty giữa hai kỳ đại hội cổ đông, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định mọi vấn đề có liên quan đến mục đích, quyền lợi của công ty - trừ những vấn đề thuộc thẩm quyền của ĐHĐCĐ.

❖ **Ban kiểm soát**

Là cơ quan trực thuộc Đại hội đồng cổ đông, do Đại hội đồng cổ đông bầu ra, chịu trách nhiệm trước Đại hội đồng cổ đông trong thực hiện các nhiệm vụ được giao. Ban Kiểm soát có nhiệm vụ giám sát Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc trong việc quản lý và điều hành công ty, kiểm soát hoạt động kinh doanh, báo cáo tài chính của công ty. Ban kiểm soát hoạt động độc lập với Hội đồng Quản trị và bộ máy điều hành của Ban tổng Giám đốc.

❖ **Ban Tổng Giám đốc**

Ban Tổng Giám đốc Công ty gồm một Tổng Giám đốc và các Phó Tổng Giám đốc do HĐQT bổ nhiệm và bãi nhiệm. Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm trực tiếp trước HĐQT về việc tổ chức, quản lý, điều hành toàn diện các hoạt động hằng ngày của công ty theo Nghị quyết, Quyết định của HĐQT và Đại hội đồng cổ đông.

Phó Tổng giám đốc được HĐQT/Tổng Giám đốc phân công, ủy nhiệm quản lý và điều hành một hoặc một số lãnh vực hoạt động của công ty. Phó Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm trước Tổng Giám đốc và liên đới trách nhiệm với Tổng Giám đốc trước HĐQT trong phạm vi được phân công, ủy nhiệm.

❖ **Các phòng ban, Nhà máy**

- Phòng Hành chính nhân sự;
- Phòng Kế toán;
- Phòng Công nghệ và Nghiên cứu Phát triển (RD);
- Phòng Xuất nhập khẩu và Cung ứng Vật tư;
- Phòng Quản lý chất lượng;
- Nhà máy Ladora Winery.

4. Các công ty con và công ty liên kết

4.1. Công ty con

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Lĩnh vực kinh doanh	Vốn góp (tỷ đồng)	Chiếm tỷ lệ (%)
01	Công ty TNHH MTV TMDV Ladofoods	46 Bạch Đằng 2, phường 2, quận Tân Bình, TP Hồ Chí Minh	Cung cấp các dịch vụ bán hàng, tiêu thụ sản phẩm của Công ty và mở rộng hoạt động kinh doanh thương mại	15	100
02	Công ty TNHH Chế biến Điều XK Lâm Đồng	Khu phố 2, Thị trấn Madaguôi, Đạ Huoai, Lâm Đồng	Sản xuất, chế biến nhân điều xuất khẩu	15	100

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Lĩnh vực kinh doanh	Vốn góp (tỷ đồng)	Chiếm tỷ lệ (%)
03	Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận	Xã Nhơn Sơn, huyện Ninh Sơn, tỉnh Ninh Thuận	Trồng nho rượu, phát triển vùng nguyên liệu, cung cấp nguyên liệu trái nho cho Nhà máy Ladora Winery	5	100

4.2. Công ty liên kết: Không có

5. Định hướng phát triển

- Tập trung xây dựng các giá trị cốt lõi của doanh nghiệp: (1) hiệu quả, (2) năng lực cạnh tranh, (3) thị phần, (4) thương hiệu, (5) kinh doanh bền vững, có trách nhiệm với các bên hữu quan (khách hàng, cổ đông và người lao động trong doanh nghiệp) một cách hài hòa;
- Phát huy các năng lực lõi (nêu trên), phát triển mở rộng và đa dạng hóa kinh doanh thương mại các sản phẩm có thế mạnh của địa phương;
- Nâng cao năng lực quản lý, kiểm soát thị trường, xây dựng mối quan hệ khách hàng bền chặt, hệ thống phân phối bền vững; gia tăng thị phần, tiếp tục bảo vệ và phát triển thương hiệu, đẩy mạnh truyền thông để củng cố, nâng cao hình ảnh, tài sản, vị thế thương hiệu vang Việt - Vang Đàlạt, Chateau Đàlạt;
- Bảo đảm tình hình tài chính ổn định, an toàn, sử dụng vốn có hiệu quả.

6. Các rủi ro

Ngoài các yếu tố rủi ro chung về kinh tế vĩ mô như tăng trưởng kinh tế, lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái... tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của mọi loại hình doanh nghiệp, thì hoạt động của Ladofoods còn chịu tác động của một số rủi ro đặc thù dưới đây:

Rủi ro về thị trường

Yếu tố thị trường tác động mạnh nhất đến hoạt động của Ladofoods là sự canh tranh từ các hãng rượu vang nhập khẩu, có thương hiệu và nhiều kinh nghiệm đặc biệt là khi Việt Nam đang thực hiện điều chỉnh các chính sách thuế theo cam kết WTO và các hiệp định thương mại trong thời gian tới.

Với dân số trẻ và tốc độ tăng trưởng kinh tế qua các năm cùng sự thay đổi trong lối sống, tiêu dùng chuyển đổi dần từ đồ uống có cồn quen thuộc (rượu mạnh, bia) sang vang, thị trường Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường vang giàu tiềm năng phát triển. Các sản phẩm vang nhập khẩu được dự báo sẽ tăng mạnh trong thời gian tới, từ đó sẽ gia tăng mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp.

Ladofoods với lợi thế là đơn vị vang nội địa duy nhất tại Việt Nam được đầu tư một cách hệ thống từ vùng nguyên liệu đến công nghệ sản xuất cùng đội ngũ chuyên gia nước ngoài, các sản phẩm Vang Đà Lạt, Chateau Dalat đang ngày càng được phân khúc khách hàng trung và cao cấp ưa chuộng và luôn duy trì được vị thế vang Việt đứng đầu. Đồng thời có được sự đón nhận tốt từ các nước châu Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Thái Lan,...). Tận dụng lợi thế này, Ladofoods đã mở rộng thị trường, kiểm soát điểm bán và tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng để có được kế hoạch thị trường phù hợp.

Rủi ro về nguyên vật liệu

Nguyên liệu chính phục vụ cho sản xuất của Ladofoods là từ nho rượu và nho Cadinal trồng tại Ninh Thuận. Những rủi ro về thời tiết như hạn hán, mưa… sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến sản lượng nguyên liệu. Do đó, Công ty có thể gặp rủi ro khi nguồn nguyên liệu, giá nguyên liệu biến động bất thường dẫn đến khan hiếm và giá nguyên liệu tăng cao. Ngoài ra, giá cả một số vật liệu (chai, nút bấc,…) phụ thuộc vào giá nhập khẩu trên thế giới.

Để hạn chế rủi ro này, Công ty đã thực hiện đầu tư thành công vùng nguyên liệu nho rượu tại Ninh Thuận và liên kết với các hộ nông dân mở rộng diện tích vùng nguyên liệu nho rượu, duy trì mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp.

Đối với các nguyên vật liệu khác, Ladofoods cũng đa dạng hóa các nhà cung cấp trong và ngoài nước nhằm hạn chế tối đa rủi ro cung ứng cho sản xuất.

Ladofoods cũng đẩy mạnh công tác nghiên cứu, dự báo thị trường, lập kế hoạch cung ứng nguyên vật liệu phù hợp với hoạt động sản xuất và thị trường. Đồng thời luôn đảm bảm mức dự trữ nguyên liệu ổn định, an toàn cho hoạt động sản xuất.

Rủi ro về chính sách pháp luật

Hoạt động kinh doanh của Ladofoods chịu sự điều chỉnh của nhiều luật và chính sách quản lý của Nhà nước như luật doanh nghiệp, luật thương mại, luật đầu tư, các luật thuế, luật môi trường, luật an toàn thực phẩm…. Trong đó, các quy định về thuế tiêu thụ đặc biệt ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động và hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Ngoài ra, hoạt động kinh doanh của công ty cũng liên quan đến các quy định của pháp luật quốc tế trong các hoạt động mua các vật tư như chai, bấc do điều kiện trong nước chưa sản xuất đáp ứng được yêu cầu và các quy định xuất khẩu sản phẩm. Điều này, đòi hỏi công ty phải có hiểu biết về các luật pháp quốc tế cũng như quy định về thương mại quốc tế để có thể giao dịch với các tổ chức, doanh nghiệp trên thế giới.

Khi hệ thống các luật, chính sách của Nhà nước và các nước có sự thay đổi sẽ gây tác động đến hoạt động của doanh nghiệp. Để hạn chế những rủi ro, Công ty thường xuyên cập nhật thông tin hướng dẫn về thuế. Định kỳ rà soát lại các giao dịch và việc kê khai các loại thuế phát sinh.

7. Vị thế của doanh nghiệp

Theo hiệp hội Rượu bia & nước giải khát, có hơn 15 công ty trong nước chuyên sản xuất và nhập khẩu rượu vang. Trong đó nổi trội trong lĩnh vực sản xuất rượu vang có 3 công ty sản xuất cạnh tranh trực tiếp với Ladofoods là Công ty cổ phần rượu bia Đà Lạt (Dabeco), Công ty TNHH Vĩnh Tiến, Công ty cổ phần Vang Thăng Long. Các công ty này cạnh tranh chủ yếu tại phân khúc sản phẩm có giá thấp và trung bình.

Tại phân khúc này, thương hiệu Vang Đà Lạt vẫn đang là thương hiệu dẫn đầu về chất lượng và chiếm thị phần lớn (60% thị phần trong số các nhãn hiệu vang nội), phủ rộng khắp các tỉnh thành cả nước và đã xuất khẩu sang nhiều nước. Cùng sự thay đổi về mẫu mã, cải tiến chất lượng, các sản phẩm Vang Đà Lạt vẫn đang là thương hiệu vang nội hàng đầu tại Việt Nam.

Đối với phân khúc sản phẩm cao cấp, mặc dù vang ngoại nhập vẫn đang chiếm ưu thế, nhưng với các sản phẩm Chateau Dalat – sản xuất từ các trái nho rượu của Việt Nam với quy trình, công nghệ sản xuất châu Âu đã khẳng định được chất lượng trên thị trường và nhận được đánh giá cao về chất lượng từ các quan chức ngoại giao, nhà khách chính phủ và các bộ ban ngành.

Tháng 11/2016, sản phẩm Chateau Dalat Signature Shiraz của Công ty đã đạt giải bạc tại cuộc thi quốc tế Hong Kong International Wine & Spirit. Đây là sản phẩm đầu tiên của Việt Nam tham gia và đạt giải tại một quốc thi quốc tế về rượu vang, lần đầu tiên đánh dấu sản phẩm Vang Việt Nam trên bản đồ vang thế giới của Ladofoods.

Đây là bước đầu thành công cho khát vọng của tập thể cán bộ công nhân viên Ladofoods trong việc "ghi vang Việt trên bản đồ vang thế giới".

Năm 2017, sản phẩm Chateau Dalat tiếp tục đạt giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại Mỹ. Đặc biệt, tại Hội nghị Apec lần thứ 25 – năm 2017, Chateau Dalat Signature Shiraz đã được lựa chọn là sản phẩm sử dụng để thiết đãi các nguyên thủ quốc gia các nước tham dự Hội nghị.

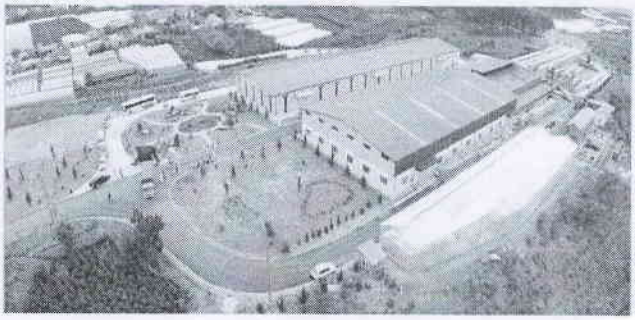
Đối với lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều, bằng thương hiệu sản phẩm nhân điều xuất khẩu – Ladocashew, vị thế cùng uy tín của công ty không ngừng được giữ vững và nâng cao, luôn được Bộ Công thương xếp loại doanh nghiệp xuất khẩu uy tín liên tục 2001 - 2017.

II. Tình hình hoạt động kinh doanh

1. Hoạt động sản xuất kinh doanh chính

1.1. Sản xuất rượu vang

Các sản phẩm vang được sản xuất theo công nghệ sản xuất lên men từ trái cây (nho, dâu tằm) kết hợp truyền thống và hiện đại của châu Âu với những bí quyết riêng của Công ty được thừa hưởng từ thời Pháp.



Công ty có các dòng sản phẩm vang chính gồm:

Dòng sản phẩm	Phân khúc thị trường	Năm đưa ra thị trường	Thông tin
Vang Đà Lạt	Phổ thông	1999	Vang Đà Lạt - được lên men từ Nho Cardinal (giống nho phổ biến tại Ninh Thuận) Gồm 08 sản phẩm các loại. Ladofoods luôn khẳng định vị thế vang nội hàng đầu trên thị trường với mạng lưới phân phối phủ khắp toàn quốc.
Vang Chateau Dalat	Trung và cao cấp	2013	Chateau Dalat được lên men từ Nho rượu (Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz, Chardonay, Sauvignon Blanc) Chateau Dalat là thành quả của quá trình nghiên cứu,

Dòng sản phẩm	Phân khúc thị trường	Năm đưa ra thị trường	Thông tin
			nho, canh tác, phát triển vùng nguyên liệu nho rượu đến kỹ thuật làm vang theo các tiêu chuẩn thế giới. Gồm 13 sản phẩm các loại.
Vang Nouvo Sangria 	Phổ thông, trung, cao cấp	2017	Nouvo Sangria là loại vang có thể uống cùng đá, lên men từ nho rượu và ngâm, ủ cùng các loại trái cây. Đây là sản phẩm sản xuất theo công thức từ Tây Ban Nha. Gồm Sangria đỏ và Sangria trắng.

Ngoài các sản phẩm vang, công ty còn có các dòng nước trái cây và các sản phẩm khác từ nho như Nouvo, Vivazz...

Mạng lưới tiêu thụ

Công ty có mạng lưới tiêu thụ rộng khắp trong nước với trên 10.000 điểm bán là các cửa hàng, siêu thị, nhà hàng, khách sạn.

Kênh phân phối truyền thống (GT): Sản phẩm của Công ty đã phủ khắp 64 tỉnh thành cả nước. Các nhà phân phối đều có tiềm lực tài chính tốt, nhiều kinh nghiệm trong kinh doanh rượu, hệ thống bán hàng rộng.

Kênh phân phối siêu thị (MT): Tại tất cả các hệ thống siêu thị và hầu hết các cửa hàng tiện lợi đều có sự hiện diện của sản phẩm vang của công ty.

Kênh nhà hàng, khách sạn (Horebar): Năm 2017, bên cạnh sản phẩm Vang Đà lạt, dòng sản phẩm cao cấp Chateau Dalat đã xuất hiện tại các nhà khách, nhà hàng, khách sạn, sân bay trên toàn quốc như Nhà khách chính phủ, phòng chờ hạng thương gia, khu vực cách ly quốc tế tại sân bay quốc tế Nội Bài, nhà khách UBND tỉnh, Anna Mandara Resort & Spa… và các nhà hàng, khách sạn, resort khác toàn quốc.

Ngoài ra, các sản phẩm rượu vang còn được xuất khẩu sang các nước khác như Nhật Bản, Singapore, Malaysia, Hàn Quốc, Thái Lan, Lào, Campuchia …

Giải thưởng

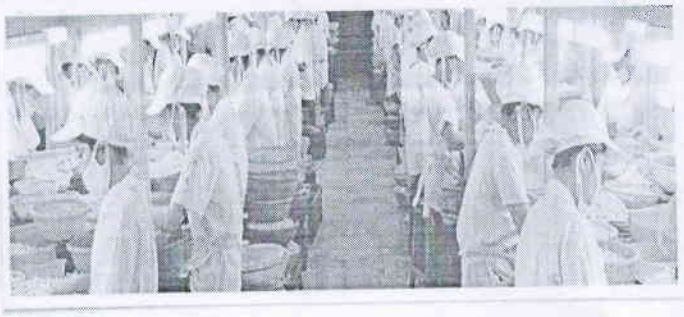
- Tháng 11/2016, sản phẩm Chateau Dalat Signature Shiraz của Công ty đã đạt giải bạc tại cuộc thi quốc tế Hong Kong International Wine & Spirit.

- Năm 2017: giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại San Fancisco - Mỹ

- Tại Hội nghị Apec 2017: Sản phẩm Chateau Dalat Signature Shiraz của Công ty đã vinh dự được Chính phủ lựa chọn sử dụng tại Apec 2017.

1.2. Lĩnh vực sản xuất điều

Với thương hiệu Ladocashew, sản phẩm nhân điều của Công ty được xuất khẩu trực tiếp sang các nước châu Âu (Anh, Hà Lan, Canada, Ý, Đức, Bỉ..), Mỹ, Úc,...với trên 30 nhà nhập khẩu nước ngoài.



Doanh thu của Công ty vẫn đến chủ yếu từ hoạt động xuất khẩu, chiếm trên 90% tổng doanh thu. Một số thị trường tiêu thụ chính của Công ty: Mỹ, châu Âu, Úc, Trung Quốc, Nhật Bản...

Trong đó, Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu của Công ty với ưu điểm tần suất mua hàng đều, thanh toán nhanh, chi phí một số khách hàng thấp hơn Châu Âu.

2. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2017

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2016	KH 2017	Năm 2017	So sánh (%)	
					2017/2016	TH/KH
Doanh thu	Tỷ đồng	447	540	592	132,4%	109,6%
Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	25,74	30	26,26	102,0%	87,5%

Năm 2017, 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.

Các hoạt động sản xuất kinh doanh trong năm 2017

2.1. 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.

+ Chauteau 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 Lat 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) 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.

- Điển hình tại lễ hội Festval 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..

+ Chauteau 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 Lat 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) 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.

- Điển hình tại lễ hội Festval 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.

2.2. 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) 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 bể, 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

3. Tổ chức và nhân sự

3.1. Danh sách ban điều hành

STT	Họ tên	Chức danh	Số cổ phần sở hữu	Ghi chú
1	Ông Đỗ Thành Trung	Chủ tịch HĐQT kiêm TGĐ	324.822	Giữ chức vụ TGĐ từ ngày 1/4/2018
2	Ông Nguyễn Hữu Thụy	Tổng Giám đốc	0	Thôi giữ chức vụ TGĐ từ ngày 1/4/2018
3	Bà Doãn Thị Thu Hương	Phó Tổng Giám đốc	26.101	
4	Ông Phạm Văn Anh	Phó Tổng Giám đốc	5.059	Nghỉ hưu từ ngày 11/10/2017
5	Bà Phan Thị Cúc Hương	Giám đốc tài chính	18.103	Bổ nhiệm ngày 1/3/2017
6	Ông Phan Anh Tú	Kế toán trưởng	708	Bổ nhiệm ngày 1/3/2017

Tóm tắt lý lịch

Ông Đỗ Thành Trung – Chủ tịch HĐQT. Kiêm Tổng Giám đốc từ ngày 1/4/2018

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 05/11/1972

Nơi sinh : Tân Dân, Khoái Châu, Hưng Yên

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Tân Dân, Khoái Châu, Hưng Yên .

Địa chỉ thường trú : Trung hòa, Nhân Chính, Hà Nội.

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế (MBA)

Chức vụ hiện nay : Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc

Chức vụ tại tổ chức khác: Chủ tịch HĐQT kiêm TGĐ Công ty CP Elmich, Chủ tịch HĐQT Công ty CP Biocont Việt Nam, Chủ tịch HĐQT Công ty CP kho vận ABPlus, Thành viên HĐQT Công ty CP Dược thiết bị y tế Đà Nẵng.

Ông Nguyễn Hữu Thụy – Tổng Giám đốc. Thôi giữ chức vụ Tổng Giám đốc từ ngày 1/4/2018

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 25/5/1970

Nơi sinh : Đà Nẵng

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Quảng Nam

Địa chỉ thường trú : Lý Thường Kiệt, Phường 14, Quận 10, Thành Phố Hồ Chí Minh

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Kỹ sư Hóa Thực Phẩm, Cử nhân Quản trị Kinh doanh

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc CTCP Thực phẩm Lâm Đồng

Bà Doãn Thị Thu Hương – Phó Tổng Giám đốc

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 30/04/1963

Nơi sinh : Đà Lạt

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Phú Đô, Hà Đông, Hà Sơn Bình

Địa chỉ thường trú : 7/1 Lãnh Địa Đức Bà, Đà Lạt

Điện thoại liên lạc : 063.3874181

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân Hoá

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT, Phó Tổng Giám đốc CTCP Thực phẩm Lâm Đồng, Giám đốc Công ty TNHH MTV Chế biến Điều xuất khẩu

Ông Phạm Văn Anh – Phó Tổng Giám đốc. Nghỉ hưu từ ngày 11/10/2017.

Giới tính : Nam
Ngày tháng năm sinh : 29/9/1956
Nơi sinh : Đà Lạt
Quốc tịch : Việt Nam
Quê quán : Thừa Thiên Huế
Địa chỉ thường trú : G5 Mạc Đĩnh Chi, Phường 4, Đà Lạt
Điện thoại liên lạc : 063.3874439
Trình độ văn hoá : 12/12
Trình độ chuyên môn : Cử nhân Quản trị Kinh doanh
Chức vụ hiện nay : Phó Tổng Giám đốc

Bà Phan Thị Cúc Hương – Giám đốc tài chính. Bổ nhiệm ngày 1/3/2017.

Giới tính : Nữ
Ngày tháng năm sinh : 19/3/1967
Nơi sinh : Thừa Thiên Huế
Quốc tịch : Việt Nam
Quê quán : Đà Lạt
Địa chỉ thường trú : 50 hẻm Ngô Quyền, TP Đà Lạt
Điện thoại liên lạc : 063.3874439
Trình độ văn hoá : 12/12
Trình độ chuyên môn : Cử nhân tài chính kế toán
Chức vụ hiện nay : Giám đốc tài chính

Ông Phan Anh Tú – Kế toán trưởng. Bổ nhiệm ngày 1/3/2017.

Giới tính : Nam
Ngày tháng năm sinh : 07/10/1973
Nơi sinh : Đà Lạt
Quốc tịch : Việt Nam
Quê quán : Đà Lạt
Địa chỉ thường trú : Yersin, Phường 10, Đà Lạt
Điện thoại liên lạc : 063.3520290
Trình độ văn hóa : 12/12
Trình độ chuyên môn : Cử nhân tài chính kế toán
Chức vụ hiện nay : Kế toán trưởng

3.2. Số lượng cán bộ công nhân viên

Tổng số lao động đến 31/12/2017 là 342 người. Trong đó:

STT	Trình độ	Số lượng
1	Thạc sĩ	03
2	Đại học	108
3	Cao đẳng	25
4	Trung cấp và khác	206

Ưu thế của Công ty trong việc sản xuất rượu vang chính là đội ngũ kỹ sư, chuyên gia làm vang được đào tạo và làm việc trong môi trường vang chuyên nghiệp tại nhiều quốc gia như Pháp, Ý, Thụy Sỹ.... Trong quá trình nghiên cứu, phát triển các sản phẩm cũng như phát triển vùng nguyên liệu của Công ty luôn có sự hợp tác, trao đổi, theo dõi sát sao của các chuyên gia nước ngoài để đảm bảo tạo ra các sản phẩm đúng tiêu chuẩn quốc tế.

3.3. Chính sách

a. Chính sách đào tạo

Đào tạo là nhiệm vụ trọng tâm trong chính sách phát triển nguồn nhân lực của Công ty. Hàng năm dựa trên kế hoạch đào tạo, phát triển nhân lực, Công ty thực hiện đào tạo hội nhập, đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, Đào tạo kỹ năng mềm, Bồi dưỡng và phát triển thế hệ lãnh đạo tương lai, nhân lực kế cận.

Chính sách đào tạo được thực hiện nhất quán từ cấp độ cơ bản đến chuyên sâu thông qua các chương trình đào tạo nội bộ và qua các đơn vị tư vấn đào tạo chuyên nghiệp.

b. Chính sách tuyển dụng

Mục tiêu tuyển dụng của công ty là thu hút nhân tài đáp ứng yêu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh,đảm bảo chất lượng nhân sự. Việc tuyển dụng lao động được thực hiện dựa trên bản mô tả công việc và tiêu chuẩn chức danh công việc.

c. Chính sách sáng tạo

Để kịp thời khen thưởng nhằm động viên tinh thần sáng tạo của CBCNV đồng thời quản lý, sử dụng có hiệu quả các sáng kiến, sáng chế, Công ty đã xây dựng các quy định, quy chế về việc đăng ký, tổ chức đánh giá khen thưởng và quản lý, sử dụng các sản phẩm trí tuệ.

d. Chính sách đãi ngộ

Để phát huy được mọi tiềm năng, năng lực, tạo động lực thúc đẩy của mỗi cá nhân, Công ty xây dựng chiến lược đãi ngộ tổng thể bao gồm đãi ngộ tài chính và phi tài chính. Hệ thống lương thưởng được thiết kế khoa học, có tính động, định hướng theo hiệu quả làm việc, đảm bảo công bằng nội bộ và có tính cạnh tranh cao.

Công ty luôn trân trọng và đánh giá cao những nỗ lực, sáng tạo, sự tận tâm và thành quả từng thành viên mang lại và cam kết ghi nhận bằng các cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp, được tôn vinh và khẳng định bản thân với tất cả các thành viên.

3. Tình hình đầu tư

Với định hướng phát triển tập trung vào chất lượng sản phẩm, tạo ra các sản phẩm vang theo đúng các tiêu chuẩn, chuẩn mực quốc tế, Công ty đã đầu tư mạnh vào việc phát triển vùng nguyên liệu, cải tiến công nghệ sản xuất, xây dựng, mở rộng nhà máy sản xuất. Cụ thể:

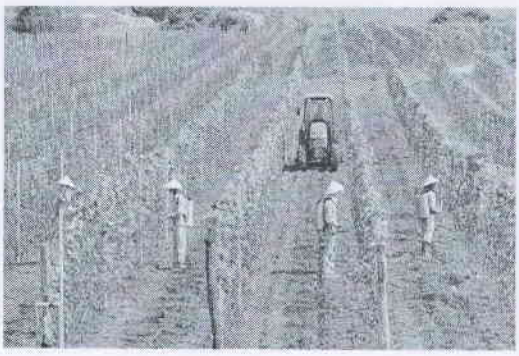
- **Nhà máy Ladora Winery**: Năm 2017 Công ty tiếp tục đầu tư hoàn thiện dây chuyền sản xuất hiện đại để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Đồng thời hoàn thiện cảnh quan nhà máy, tạo môi trường làm việc xanh, chất lượng.

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.



4. Hệ thống quản lý chất lượng

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

- Đã thực hiện đánh giá 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.

5. Tình hình tài chính

a. Tình hình tài chính

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017	% tăng giảm
1. Tổng giá trị tài sản	229.960	260.662	13,35%
2. Vốn chủ sở hữu	177.071	183.371	3,56%
3. Nợ phải trả	52.889	77.291	46,14%
4. Doanh thu	446.562	591.775	32,52%
5. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	25.656	26.186	2,06
6. Lợi nhuận khác	89	73	-17,88
7. Lợi nhuận trước thuế	25.746	26.260	1,99
8. Lợi nhuận sau thuế	20.562	20.957	1,92

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2017 - VDL)

Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2016	Năm 2017
1	**Chỉ tiêu về khả năng thanh toán**			
1.1	Hệ số thanh toán ngắn hạn	lần	3,49	2,67
1.2	Hệ số thanh toán nhanh	lần	1,57	0,95
2	**Cơ cấu vốn**			
2.1	Nợ phải trả/Tổng tài sản	%	23,00	29,65
2.2	Nợ phải trả/vốn chủ sở hữu	%	29,87	42,15
3	**Chỉ tiêu năng lực hoạt động**			
3.1	Vòng quay hàng tồn kho	Lần	4,19	4,65
3.2	Doanh thu thuần/tổng tài sản	lần	2,00	2,39
4	**Chỉ tiêu về khả năng sinh lời**			
4.1	Hệ số lợi nhuận sau thuế /DT thuần	%	4,64	3,57
4.2	Hệ số lợi nhuận sau thuế /VCSH	%	12,33	11,63
4.3	Hệ số LN sau thuế /TTS	%	9,28	8,54
4.4	Hệ số LN từ HĐKD/DT thuần	%	4,64	4,46

(Nguồn: Công ty cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng)

6. Kế hoạch phát triển trong thời gian tới

6.1. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh rượu vang

6.1.1. 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.

6.1.2. 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.

6.1.3. 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, Chateau 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.

6.1.4. 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.

6.1.5. 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.

6.1.6. 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.

6.1.7. Công tác nghiên cứu sản phẩm mới

- 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.

6.1.8. 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.

6.2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều

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

6.2.1. 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.

6.2.2. 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…

6.2.3. Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới

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

6.2.4. 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.

6.2.5. 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.

7. Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu

a. Cổ phần

Tổng số cổ phần đang lưu hành : 14.657.150 cổ phần

Loại cổ phần : Cổ phần phổ thông

Số lượng cổ phần chuyển nhượng tự do : 14.657.150 cổ phần

Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 0 cổ phần

b. Cơ cấu cổ đông (tính đến thời điểm 12/4/2018)

STT	Cổ đông	Số lượng cổ phiếu	Tỷ lệ sở hữu (%)
I	**Trong nước**	**14.506.304**	**98,97%**
1	Cổ đông là cá nhân trong nước	1.839.793	12,68%
2	Cổ đông là tổ chức trong nước	12.666.511	87,32%
	Trong đó:		
	Nhà nước	*0*	
II	**Nước ngoài**	**150.846**	**1,03%**
1	Cổ đông là cá nhân nước ngòai	139.772	92,66%
2	Cổ đông là tổ chức nước ngoài	11.074	7,34%
	Cộng	**14.657.150**	**100%**

c. Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn cổ phần của công ty (tính đến thời điểm 12/4/2018)

STT	Tên cổ đông	Số CP sở hữu	Tỷ lệ (%)
1	Công ty Cổ phần Elmich	7.475.282	51
2	CTCP Đầu tư và sản xuất Thống Nhất	5.130.096	35
Cộng		**12.605.378**	**86**

d. Tình hình thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu: Không có

e. Giao dịch cổ phiếu quỹ: Không có.

f. Các chứng khoán khác: Không có.

8. Báo cáo tác động liên quan đến môi trường và xã hội của công ty

Hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và cung cấp đồ uống, thực phẩm, Ladofoods luôn ý thức và cam kết chính sách về bảo vệ môi trường qua việc đáp ứng tốt các yêu cầu về hệ thống xử lý nước thải, khí thải, chất thải, tiêu thụ năng lượng trong quá trình vận hành, "xanh hóa" nhà máy sản xuất, gia tăng tìm kiếm đầu tư các thiết bị, công nghệ giúp tiết kiệm năng lượng để giảm thiểu tối đa tác động đến môi trường.

Công ty cũng luôn cập nhật các văn bản quy định, tiêu chuẩn an toàn và sức khỏe người lao động trong sản xuất và kiểm soát chặt chẽ chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm đối với tất cả các sản phẩm nhằm đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng.

Quản lý nguồn nguyên liệu

Công ty đã ban hành yêu cầu kỹ thuật đối với tất cả các nguyên liệu đầu vào. Các nguyên liệu đầu vào trước khi được đưa vào sử dụng đều có kiểm soát của bộ phận kiểm soát chất lượng. Định kỳ, Ladofoods tổ chức đánh giá định kỳ nhà cung cấp để đảm bảo chất lượng nguồn nguyên liệu đầu vào.

Tiêu thụ năng lượng

Trong những năm qua, Công ty luôn quan tâm đến vấn đề tiết kiệm năng lượng trong sản xuất, liên tục nâng cấp, đầu tư thiết bị sản xuất để tiết kiệm điện. Việc đầu tư hệ thống máy móc đồng bộ và công nghệ sản xuất hiện đại, nhập khẩu từ Ý, Đức... cùng quy trình sản xuất khép kín giúp đảm bảo chất lượng sản phẩm và giảm tiêu hao năng lượng.

Ngoài ra, do vị trí nhà máy nằm ở khu vực có vị trí địa lý cao nhất tại Đà Lạt, khí hậu quanh năm mát mẻ, nên nhiệt độ lên men rượu được duy trì ổn định, giúp công ty giảm việc sử dụng năng lượng.

Ngoài ra, nhà máy sử dụng nhiên liệu tái tạo (vỏ hạt điều) trong quá trình sản xuất vừa tiết kiệm chi phí vừa bảo vệ môi trường.

Tiêu thụ nước

Công ty đã thay đổi quy trình công nghệ trong sản xuất nhằm giảm thiểu nguồn nước sử dụng cũng như nguồn nước thải ra môi trường.

Nghiên cứu và đầu tư dự án tái sử dụng nước thải, góp phần tiết kiệm nguồn nước, bảo vệ môi trường.

Xử lý chất thải

Hiện nay, nhà máy đã thu gom bã trái cây cung cấp lại cho nông dân làm phân bón. Các mảnh thủy tinh được thu gom tái chế trong xây dựng.

Đồng thời công ty sử dụng công nghệ sinh học hai giai đoạn kỵ khí – hiếu khí để xử lý nước thải công nghiệp và nước thải sinh hoạt, tuyệt đối không gây ảnh hưởng môi trường.

Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường

Ladofoods luôn ý thức bảo vệ môi trường đến từng cán bộ công nhân viên. Các nhà máy đều có hệ thống xử lý nước thải, chất thải rắn theo quy định. Việc vận hành, quản lý hệ thống xử lý nước thải tuân theo quy định của pháp luật. Chất thải rắn được thu gom và hợp đồng với các đơn vị có chức năng xử lý.

Số lần bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường: *Không*

Tổng số tiền do bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường: Không

9. Báo cáo liên quan đến trách nhiệm đối với cộng đồng địa phương

Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty gắn kết hài hòa với hoạt động xã hội. Năm 2017 Công ty đã phối hợp, hỗ trợ cùng địa phương các hoạt động động phát triển cộng đồng, từ thiện.

III. Đánh giá của Hội đồng quản trị về hoạt động của Công ty

1. Đánh giá của Hội đồng quản trị về kết quả hoạt động của Công ty

Tổng kết năm 2017, Công ty đạt tổng doanh thu 592 tỷ đồng, tăng 32,4% so với cùng kỳ năm 2016, lợi nhuận trước thuế đạt 26,26 tỷ đồng, tăng 2% so với cùng kỳ.

Mặc dù kết quả sản xuất kinh doanh về lợi nhuận chưa đạt được như kỳ vọng (đạt 87,5% kế hoạch năm 2017) nhưng có thể nói đây là nỗ lực rất lớn của ban điều hành trong điều kiện khó khăn khi giá nguyên liệu đầu vào đều tăng (trái nho, chai, nhãn…), đẩy chi phí giá vốn tăng từ đó tác động đến lợi nhuận của Công ty.

Trước tình hình đó, Ban điều hành công ty cũng đã điều chỉnh hoạt động linh hoạt, phù hợp thực tế thị trường, đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách hàng, giữ vững thị phần.

2. Đánh giá của Hội đồng quản trị về hoạt động của Ban Tổng Giám đốc

Trong năm 2017, HĐQT đã giao, phân quyền chủ động kinh doanh cho TGĐ và ban GĐ các Công ty con theo chỉ tiêu, mục tiêu cụ thể.

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 hoàn thành chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra. Thực hiện báo cáo và tuân thủ chặt chẽ các quy định về quản trị công ty.

Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng đã chủ động đề ra các giải pháp thiết thực, kiến nghị Hội đồng quản trị về việc điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh và triển khai thực hiện có hiệu quả.

3. Kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2018

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	26,26	30	114,1%

Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 sẽ được Hội đồng quản trị trình Đại hội đồng cổ đông thường niên ngày 28/4/2018.

IV. Quản trị Công ty

1. Hội đồng quản trị nhiệm kỳ 2012 – 2016

a. Thành viên và cơ cấu của HĐQT

STT	Họ tên	Chức vụ	Số lượng CP sở hữu	Ghi chú
1	Ông Đỗ Thành Trung	Chủ tịch HĐQT	324.822	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016
2	Ông Nghiêm Văn Thắng	Phó Chủ tịch HĐQT (Thành viên HĐQT không điều hành)	21.549	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016
3	Ông Nguyễn Văn Việt	Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT độc lập)	18.724	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016

4	Ông Nguyễn Hữu Thụy	Thành viên HĐQT điều hành	0	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016. Thôi giữ chức vụ TV HĐQT từ ngày 1/4/2018
5	Bà Doãn Thị Thu Hương	Thành viên HĐQT điều hành	26.101	Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016

Tóm tắt lý lịch

Ông Đỗ Thành Trung – Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc từ ngày 1/4/2018.

Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành

Ông Nghiêm Văn Thắng – Phó chủ tịch HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 16/02/1978

Nơi sinh : Xã Mễ Trì, Huyện Từ Liêm, Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Xã Mễ Trì,Huyện Từ Liêm, Hà Nội

Địa chỉ thường trú : Xóm 2, Thôn Phú Đô, Xã Mễ Trì, Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Kỹ sư Hóa thực phẩm - ĐH Bách khoa Hà Nội

Chức vụ hiện nay : Phó chủ tịch HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Thành viên HĐQT CTCP GTNFoods

Ông Nguyễn Văn Việt - Thành viên HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 01/11/1954

Nơi sinh : Đà Lạt

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Phù Cát, Bình Định

Địa chỉ thường trú : 145/8 Phan Đình Phùng Đà Lạt

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Kỹ sư cơ khí

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Không

Ông Nguyễn Hữu Thụy – Thành viên HĐQT. Thôi giữ chức vụ TV HĐQT từ ngày 1/4/2018

Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành

Bà Doãn Thị Thu Hương – Thành viên HĐQT

Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành

b. **Các tiểu ban thuộc HĐQT:** Không có

c. **Hoạt động của HĐQT**

Hội đồng quản trị đã chỉ đạo Ban Tổng Giám đốc công ty xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch đầu tư cùng các giải pháp triển khai thực hiện kế hoạch năm 2017. Ngày 27/4/2017 đã tổ chức thành công Đại hội cổ đông thường niên, Đại hội đã thống nhất các chỉ tiêu kế hoạch thực hiện cho năm 2017 mà HĐQT và BTGĐ đề ra.

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, Hội đồng quản trị.

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.

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

Các nghị quyết, quyết định của HĐQT

Stt	Số Nghị quyết/ Quyết định	Ngày	Nội dung
1	43/NQ-CPTP-HĐQT	28/2/2017	Thông qua Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2016 và kế hoạch kinh doanh năm 2017 và thời gian tổ chức đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2017
2	47/QĐ-CPTP-HĐQT	02/03/2017	Bổ nhiệm Giám đốc tài chính
3	48/QĐ-CPTP-HĐQT	02/03/2017	Bổ nhiệm Kế toán trưởng
4	94/QĐ-HĐQT	24/4/2017	Phân công tổ chức họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2017
5	16/NQ-HĐQT	05/4/2017	Vay vốn ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam
6	162/NQ-CPTP-HĐQT	28/6/2017	Lựa chọn đơn vị kiểm toán năm 2017
7	194/NQ-CPTP-HĐQT	07/08/2017	Triển khai thực hiện chi trả cổ tức 2016

8	193/QĐ-CPTP-HĐQT	07/08/2017	Thời gian thanh toán cổ tức năm 2016 bằng tiền mặt
9	234/NQ-CPTP-HĐQT	28/09/2017	Kết quả sản xuất kinh doanh 09 tháng đầu năm và kế hoạch các tháng cuối năm của lĩnh vực rượu vang
10	238/NQ-CPTP-HĐQT	28/09/2017	Kết quả sản xuất kinh doanh 09 tháng đầu năm và kế hoạch các tháng cuối năm của Công ty TNHH Chế biến điều xuất khẩu Lâm Đồng
11	235/NQ-CPTP-HĐQT	28/9/2017	Thay đổi thành viên Hội đồng thành viên Công ty TNHH Chế biến điều xuất khẩu Lâm Đồng
12	300/QĐ-CPTP-HĐQT	20/12/2017	Phê duyệt dự án xây dựng Nhà trưng bày và hầm rượu vang Chateau Dalat
13	17/NQ-CPTP-HĐQT	22/1/2018	Lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản

2. Ban kiểm soát

a. Thành viên và cơ cấu Ban kiểm soát

STT	Họ tên	Chức vụ	Số lượng CP sở hữu	Ghi chú
1	Bà Phạm Thu Hiền	Trưởng ban KS	0	Bổ nhiệm ngày 27/4/2017
2	Ông Trần Việt Thắng	Thành viên BKS		Bổ nhiệm ngày 9/4/2016
3	Bà Nguyễn Thị Anh Xuân	Thành viên BKS	0	Bổ nhiệm ngày 9/4/2016
4	Ông Phan Anh Tú	Trưởng BKS		Từ nhiệm thành viên BKS từ ngày 28/2/2017

Sơ yếu lý lịch BKS

Bà Phạm Thu Hiền – Trưởng BKS

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 25/08/1979

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Hà Nội

Địa chỉ thường trú : Số 8, ngõ 376, ngách 31 đường Bưởi, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế, chứng chỉ CPA Việt Nam, chứng chỉ thẩm định giá

Ông Trần Việt Thắng – Thành viên BKS

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 06/02/1973

Nơi sinh : Bắc Ninh

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Thừa Thiên Huế

Địa chỉ thường trú : Xuân Thuỷ, P Thảo Điền, Q2 TP HCM

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân Tài Chính Kế toán

Bà Nguyễn Thị Anh Xuân - Thành viên BKS

Giới tính : Nữ

Ngày tháng năm sinh : 30/05/1988

Nơi sinh : Hà Nội

Quốc tịch : Việt Nam

Quê quán : Hà Nội

Địa chỉ thường trú : Quận Hoàng Mai, Hà Nội.

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ kinh tế

Ông Phan Anh Tú – Trưởng BKS. Từ nhiệm ngày 28/2/2017

Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành

b. Hoạt động của ban kiểm soát

Trong năm 2017 Ban kiểm soát đã duy trì nhiệm vụ kiểm soát thường xuyên các hoạt động sản xuất kinh doanh thông qua hồ sơ, tài liệu, chứng từ và tham dự các cuộc họp của Hội đồng quản trị, Ban điều hành Công ty, bao gồm:

- Kiểm soát quá trình xây dựng và thực hiện kế hoạch SXKD tại công ty mẹ và các công ty con.
- Kiểm soát việc xây dựng và thực hiện các quy chế, quy định của Công ty.
- Kiểm soát việc thực hiện Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông năm 2017.
- Kiểm soát việc công bố thông tin theo quy định của công ty đại chúng và các quy định của Pháp luật.
- Kiểm soát báo cáo tài chính của Công ty theo kế hoạch.
- Kiểm soát định kỳ các hồ sơ kế toán của công ty mẹ và các đơn vị thành viên.

Tại các cuộc kiểm tra, kiểm soát của Ban kiểm soát đều có đưa ra biên bản kiểm tra và kết luận của ban kiểm soát. Các kết luận đều được Ban kiểm soát trao đổi, thống nhất cùng

ban điều hành và HĐQT, từ đó đưa ra các phương án nâng cao hiệu quả hoạt động của Công ty.

Ngoài các cuộc họp đình kỳ, các thành viên Ban kiểm soát thường xuyên trao đổi công việc qua email, điện thoại,…để giải quyết kịp thời các công việc phát sinh đột xuất.

3. Các giao dịch, thù lao và các khoản lợi ích của Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát

a. Lương thưởng, thù lao và các khoản lợi ích khác: Không.

b. Giao dịch cổ phiếu của cổ đông nội bộ

Stt	Người thực hiện giao dịch	Quan hệ với người nội bộ	Số cổ phiếu sở hữu đầu kỳ		Số cổ phiếu sở hữu cuối kỳ		Lý do tăng, giảm (mua, bán, chuyển đổi, thưởng...)
			Số cổ phiếu	Tỷ lệ (%)	Số cổ phiếu	Tỷ lệ	
1	Đỗ Thành Trung	Chủ tịch HĐQT	274.822	1,88	324.822	2,22	Mua cổ phiếu
2	Phạm Thị Thủy	Vợ ông Trần Việt Thắng – TV BKS	19.130	0,13	370	0	Bán cổ phiếu
3	Phạm Văn Anh	Phó TGĐ (nghỉ hưu từ ngày 10/11/2017)	40.159	0,27	18.059	0,12	Bán cổ phiếu
4	Trần Việt Thắng	TV BKS	173.683	1,18	20.583	0,14%	Bán cổ phiếu

c. Giao dịch khác (giao dịch cổ đông lớn): Không có

d. Hợp đồng hoặc giao dịch với cổ đông nội bộ: Không có

e. Việc thực hiện quy định về quản trị Công ty: Công ty thực hiện theo các quy định quản trị công ty của pháp luật, Điều lệ và các quy chế quản trị đối với công ty niêm yết

V. Báo cáo tài chính

1. Tổ chức kiểm toán

Công ty TNHH Kiểm toán và Tư vấn A&C

Địa chỉ : 02 đường Trường Sơn, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh

Website : www.a-c.com.vn

2. Báo cáo tài chính được kiểm toán

Báo cáo tài chính năm đã được kiểm toán bao gồm: Bảng cân đối kế toán; Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh; Báo cáo lưu chuyển tiền tệ; Bản thuyết minh Báo cáo tài chính theo quy định của pháp luật về kế toán và kiểm toán.

Địa chỉ công bố báo cáo tài chính kiểm toán công ty mẹ và hợp nhất năm 2017: www.ladofoods.vn.

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG
ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT

Đỗ Thành Trung