



CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG
BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
NĂM 2018



Đà Lạt, tháng 7 năm 2019

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 21 ngày 05/06/2018 |
| Vốn điều lệ: | 146.571.500.000 đồng |
| Vốn đầu tư của chủ sở hữu: | 190.311.485.758 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 cuối thế kỷ 19 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 cổ phiếu 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 ĐạHuoi - Lâm Đồng.

Năm 2015: Đánh dấu sự tăng trưởng của Ladofoods khi đầu tư mở rộng nhà máy sản xuất rượu vang trên khuôn viên 6ha tại Phát Chi, Trạm Hành, Đà Lạt – địa điểm cao nhất tại Đà Lạt, đảm bảo khí hậu quanh năm mát mẻ, ổn định cho việc lên men rượu - với công suất 5 triệu lít/năm. Hệ thống dây chuyền máy móc hiện đại, khép kín cùng đội ngũ chuyên gia, kỹ thuật có chuyên môn đã đảm bảo đưa đến khách hàng những chai vang có chất lượng tốt nhất, an toàn sức khỏe;

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 hơn 25 năm xây dựng và phát triển, các sản phẩm rượu vang của Ladofoods với thương hiệu Vang Đà Lạt, Chateau Dalat 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 - 2018) 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 KH-CN; 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 Đà Lạt® 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.

- + Vang Đà Lat và Chateau Dalat là hai sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia năm 2018 do Chính phủ trao tặng.

c. Ngành nghề kinh doanh và địa bàn kinh doanh

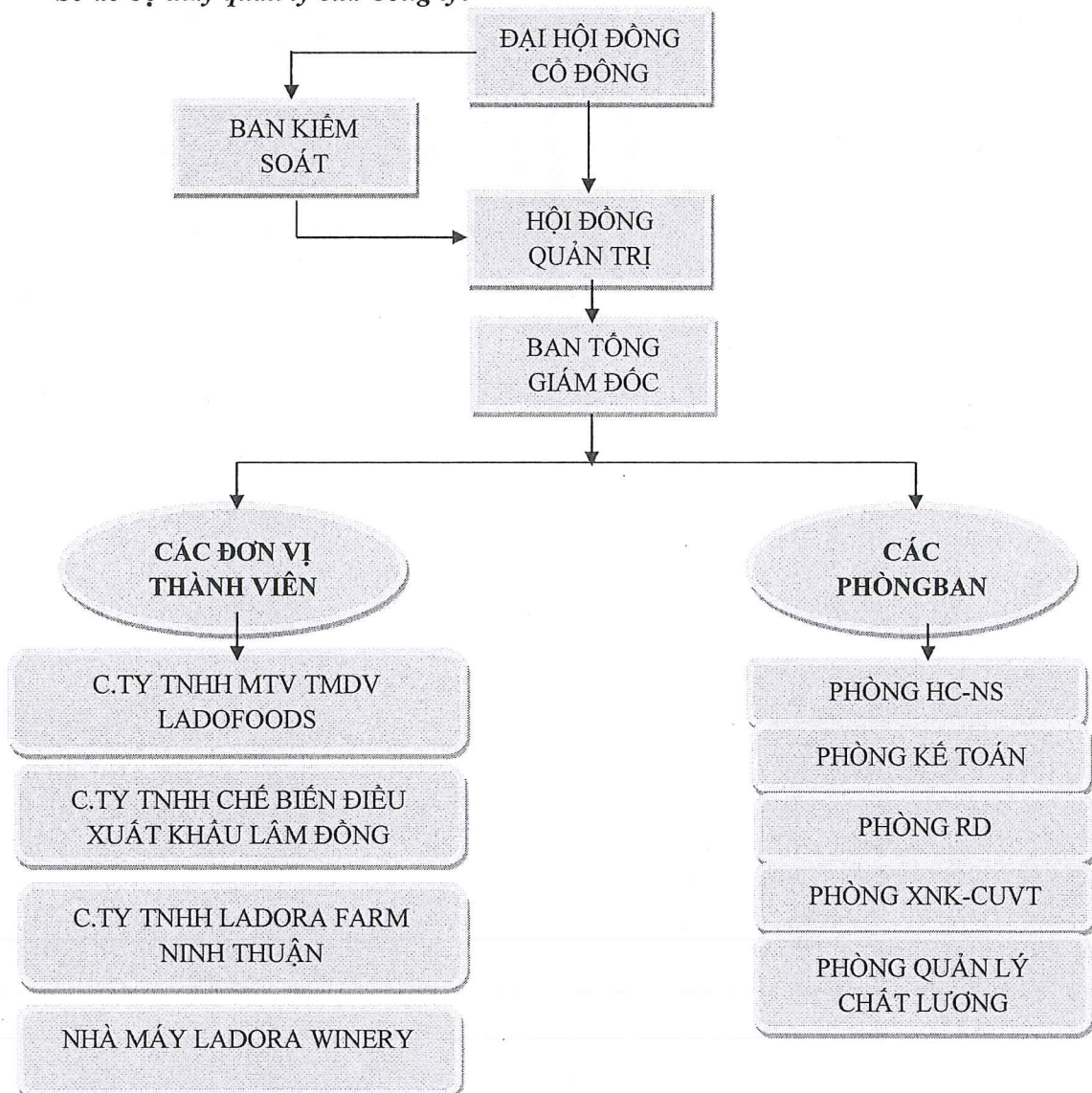
- Ngành nghề kinh doanh chính: Chế biến rượu vang các loại, nhân điều xuất khẩu và các loại nông sản thực phẩm.
- Địa bàn kinh doanh: Công ty có địa bàn kinh doanh trên phạm vi cả nước và xuất khẩu.

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 ĐHCĐ.

❖ **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 | 42/20 Nguyễn Giản Thanh, Phường 15, Quận 10, TP.HCM | Cung cấp các dịch vụ bán hàng, tiêu thụ sản phẩm của Công ty và mở rộng hoạt động | 15 | 100 |

| TT | Tên doanh nghiệp | Địa chỉ | Lĩnh vực kinh doanh | Vốn góp (tỷ đồng) | Chiếm tỷ lệ (%) |
|----|----------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | | kinh doanh thương mại | | |
| 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 |
| 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

Với mục tiêu xây dựng, phát triển Ladofoods trở thành thương hiệu hàng đầu Việt Nam trong ngành chế biến rượu vang và các sản phẩm từ nho, đưa thương hiệu Vang Đà Lạt trở thành thương hiệu vang thay thế các sản phẩm vang nhập khẩu tại phân khúc khách hàng phổ thông, trung bình, luôn hướng đến bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Đồng thời đưa thương hiệu Chateau Dalat trở thành thương hiệu quốc gia, vươn tầm khu vực và quốc tế.

Ladofoods xây dựng các mục tiêu chiến lược như sau:

- Sản phẩm:

Luôn sáng tạo, linh hoạt và đi trước đón đầu. Đầu tư cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm; nghiên cứu phát triển sản phẩm mới có giá trị cao và lợi thế cạnh tranh. Cung cấp sản phẩm chất lượng cao, luôn thỏa mãn, đáp ứng được nhu cầu, mong muốn, thị hiếu đa dạng của khách hàng trong và ngoài nước.

- Thị trường:

Luôn dẫn đầu thị trường vang và các sản phẩm nước trái cây có nguồn gốc từ nho. Hợp tác chặt chẽ với đối tác trên tinh thần tin tưởng, tôn trọng, bình đẳng vì sự thành công của khách hàng và của công ty.

Mục tiêu tăng trưởng 30% hàng năm, thị phần vang nội chiếm trên 80

- Thương hiệu: Tăng nhận diện thương hiệu, truyền tải các giá trị cảm xúc tới khách hàng. Hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu và bảo vệ thương hiệu.

- Nguồn nguyên liệu nho

Phát triển, mở rộng vùng nguyên liệu nho với 100ha của doanh nghiệp và 300ha liên kết với nông dân.

Gắn kết phát triển vùng nguyên liệu với việc nâng cao đời sống người dân địa phương, hướng dẫn, giới thiệu nông dân các kỹ thuật trồng, chăm sóc nho, bao tiêu sản phẩm đầu ra.

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 cạnh 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 chuyên 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 thông qua việc tổ chức đánh giá và tìm kiếm mở rộng các nhà cung cấp 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 bảo 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.

- Vị thế:

- + Thị phần: Đối với thị trường sản xuất vang nội, Ladofoods là một trong những công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam và cũng là đơn vị, tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt với hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước.
- + Sản lượng: Sản lượng sản xuất và tiêu thụ đạt mức: 2,5 – 3 triệu lít/năm, hướng đến mục tiêu sản xuất 5.000.000 lít/năm
- + Hệ thống phân phối: phủ 100% thị trường 63 tỉnh thành trên toàn quốc, phủ 100% hệ thống siêu thị có giấy phép buôn bán rượu và hệ thống các nhà hàng, khách sạn 4sao, 5 sao, với hơn 30.000 điểm bán trên toàn quốc.
- + Thị trường xuất khẩu: các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Campuchia, Singapore, Lào, Malaysia, trong đó Nhật chiếm hơn 50% doanh số. Đang tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước trong khu vực châu Á, châu Mỹ, châu Âu.
- + Phân khúc sản phẩm vang cao cấp: Ladofoods là đơn vị tiên phong và duy nhất tại Việt Nam đã tạo ra sản phẩm vang 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, khách quốc tế.

Sản phẩm Chateau Dalat Signature Shiraz – sản phẩm vang Việt đầu tiên đã đạt giải bạc tại cuộc thi vang quốc tế Hong Kong International Wine & Spirit, đạt giải đồng tại cuộc thi vang quốc tế tại San Fansisco, Mỹ.

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”.

Sản phẩm vang của Ladofoods cũng là sản phẩm vinh dự được Chính phủ sử dụng tại Apec 2006 và Apec 2017.

+ Nguyên liệu nho rượu: Là đơn vị đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam đến hiện tại đã đầu tư thành công vùng nguyên liệu nho rượu theo mô hình nông nghiệp công nghệ cao, ứng dụng kỹ thuật canh tác nho theo hàng rào (cọc) của châu Âu.

- Năm 2018, sản phẩm Chateau Dalat và Vang Đà Lạt được Chính phủ công nhận là sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia năm 2018, khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành sản xuất vang nội của Ladofoods.

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.

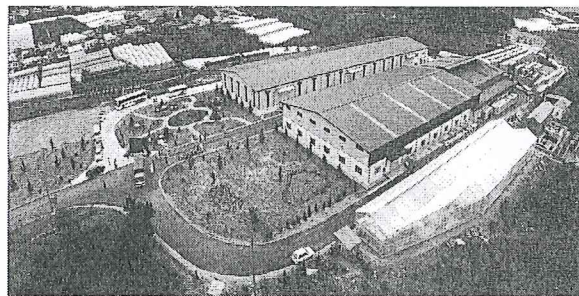
II. Tình hình hoạt động kinh doanh

1. Hoạt động sản xuất kinh doanh chính

1.1. Sản xuất rượu vang

Nhà máy sản xuất

Thụ hưởng bí quyết làm vang của người Pháp đã tích lũy và mang đến Việt Nam từ thế kỷ 19, Ladofoods đã giữ gìn và phát triển, mang đến cho người tiêu dùng những chai vang có chất lượng, chứa đựng hồn phách tinh tế, lãng mạn của cao nguyên Đà Lạt. Đó là sự kết hợp giữa nghệ thuật ủ vang truyền thống với công nghệ tiên tiến được chuyển giao bởi các chuyên gia đến từ cái nôi rượu vang Châu Âu.



Tận dụng điều kiện thiên nhiên ưu đãi cho Đà Lạt, nhà máy làm vang nằm trên khuôn viên 6 hecta đặt tại Điểm công nghiệp Phát Chi - Thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng – nơi có vị trí địa lý cao nhất tại Đà Lạt (hơn 1.600m so với mặt nước biển), khí hậu quanh năm mát mẻ tạo môi trường phù hợp đều suốt quanh năm cho việc lên men rượu vang. Hệ thống máy móc thiết bị hiện đại từ châu Âu với dây chuyền tự động, khép kín theo nguyên tắc một chiều, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng mới nhất (HACCP - ISO 22000), công suất máy móc đạt 5 triệu lít sản phẩm/năm

Trong từng giai đoạn làm vang các chuyên gia, kỹ thuật viên của Ladofoods luôn kiểm soát chặt chẽ, đảm bảo chất lượng vang theo các thông số, chỉ tiêu quy định. Những chai vang đưa ra thị trường đều được đảm bảo ổn định, đạt chất lượng tốt nhất.

Vùng nguyên liệu

Rượu vang là loại đồ uống được lên men từ nho nên để làm ra những chai vang ngon thì giống nho và trái nho đóng vai trò quan trọng hàng đầu. Khác với những trái nho ăn quả, nho làm rượu vang có trái nhỏ hơn, ngọt hơn, nhiều hạt, vỏ dày. Những trái nho đưa vào sản xuất đều được lựa chọn kỹ, chùm nho chín đều, không sâu bệnh, trái nho đạt độ chín, độ chất tối nhất để đảm bảo chất lượng từng chai vang.



Bên cạnh nguyên liệu nho Cardinal của Ninh Thuận, bằng tư duy hoàn toàn mới và cùng sự thấu hiểu mỗi loại nho sẽ tạo nên hương vị đặc trưng khác nhau cho vang, Ladofoods đã dày công nghiên cứu, đưa về những giống nho phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng Việt Nam.

Ladofoods là Công ty duy nhất ở Việt Nam phát triển vùng nguyên liệu nho rượu và áp dụng thành công phương pháp canh tác nho cọc theo phương pháp châu Âu tại Ninh Thuận. Những trái nho rượu thu hoạch đã đáp ứng các yêu cầu về độ đường (độ Brix trên 20), độ chất phù hợp để tạo ra những chai vang ngon.



Để đạt được thành công này, Ladofoods đã gửi rất nhiều mẫu đất sang châu Âu phân tích và chọn giống nho vang thích hợp nhất với thổ nhưỡng Việt Nam để phát triển. Lựa chọn phương pháp trồng nho theo kiểu hàng rào (cọc) giúp vườn luôn thông thoáng, ít sâu bệnh, chất lượng quả cao, lá và chùm quả được tiếp xúc tối đa với ánh nắng mặt trời.

Các quá trình làm đất, hệ thống nước tưới, trồng cây, tía cành, phun thuốc, thu hoạch được thực hiện với quy trình chặt chẽ và khoa học thông qua hệ thống máy móc hiện đại (máy cày đa năng, hệ thống tưới nhỏ giọt, hệ thống thiết bị theo dõi thời tiết, độ ẩm của đất...) và sự giám sát của các chuyên gia châu Âu và trong nước, giúp tăng năng suất lao động cũng như đồng đều về chất lượng cho từng cây trồng.

Sản phẩm

Mỗi loại vang đều có một công thức, bí quyết riêng từ thời gian ủ, nhiệt độ ủ, loại men, loại nho, tỷ lệ phối trộn giữa các loại nho... để tạo màu sắc, hương vị đặc trưng (độ chua, độ ngọt, độ tannin (chát), độ cồn và phức hợp hương được tạo ra từ quá trình lên men).

Đến nay, Công ty đã đem đến thị trường nhiều dòng sản phẩm vang từ phổ thông đến dòng cao cấp được giới chuyên môn và những người sành vang đánh giá cao. Trong đó, tiêu biểu là các dòng sản phẩm Vang Đà Lạt và dòng vang Việt cao cấp Chateau Dalat đầu tiên trên thị trường.

- Dòng sản phẩm phổ thông - Vang Đà Lạt gồm có các sản phẩm các loại: Vang đà lạt Dankia, Classic, Export, Superior, Premium, Excellence...




- Ladofoods là đơn vị duy nhất được UBND thành phố Đà Lạt chấp thuận được sử dụng địa danh “Đà Lạt” trong việc đăng ký nhãn hiệu “Vang Đà Lạt”.

Dòng sản phẩm Vang Đà Lạt được vinh dự sử dụng tại APEC 2006

- Dòng sản phẩm cao cấp - Chateau Dalat với các sản phẩm đáp ứng cho phân khúc sản phẩm trung và cao cấp. Đây là sản phẩm vang cao cấp đầu tiên và duy nhất của Việt Nam được lên men 100% từ những trái nho rượu (nho Shirah, nho Cabernet Sauvignon...) được trồng theo phương pháp canh tác cọc, công nghệ cao và ủ trong gỗ sồi, đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, sánh ngang với các loại vang nhập.

Dòng sản phẩm Chateau Dalat được vinh dự sử dụng tại APEC 2017, đạt giải tại các cuộc thi vang quốc tế.

Hình ảnh sản phẩm:

| Dòng sản phẩm | Phân khúc thị trường | Năm đưa ra thị trường | Thông tin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Vang Đà Lạt</p>  | Phổ thông | 1999 | <p>Vang Đà Lạt - được lên men từ Nho Cardinal (giống nho phổ biến tại Ninh Thuận)</p> <p>Gồm 08 sản phẩm các loại.</p> <p>Ladofoods luôn khẳng định vị thế vang nội hàng đầu trên thị trường với mạng lưới phân phối phủ khắp toàn quốc.</p> |
| <p>Vang Chateau Dalat</p>  | Trung và cao cấp | 2008 | <p>Chateau Dalat được lên men từ Nho rượu (Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz, Chardonay, Sauvignon Blanc)</p> <p>Chateau Dalat là thành quả của quá trình nghiên cứu, thử nghiệm nhiều năm của Công ty từ lựa chọn giống nho, canh tác, phát triển vùng nguyên liệu nho rượu đến kỹ thuật làm vang theo các tiêu chuẩn thế giới.</p> <p>Gồm 13 sản phẩm các loại.</p> |
| <p>Vang Nouvo Sangria</p>  | Phổ thông, trung, cao cấp | 2017 | <p>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.</p> <p>Gồm Sangria đỏ và Sangria trắng.</p> |

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

Mạng lưới tiêu thụ

Công ty có mạng lưới tiêu thụ rộng khắp trong nước với trên 30.000 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 ...

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 2018

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

| TT | Chỉ tiêu | Đơn vị | Năm 2017 | KH 2018 | Năm 2018 | So sánh (%) | |
|----|----------------------|---------|----------|---------|----------|-------------|-------|
| | | | | | | 2018/2017 | TH/KH |
| 1 | Doanh thu bán hàng | Tỷ đồng | 624,5 | 650 | 463,8 | 74,3% | 71,3% |
| 2 | Lợi nhuận trước thuế | Tỷ đồng | 29,3 | 30 | 22,2 | 75,7% | 73,9% |

Năm 2018 là năm đầu tiên Công ty thực hiện chuyển đổi niên độ tài chính từ năm dương lịch (từ ngày 1/1 đến hết ngày 31/12 hàng năm) sang từ ngày 1/4 đến hết ngày 31/3 năm sau.

Kết thúc năm tài chính 2018, doanh thu bán hàng đạt 463,8 tỷ đồng, tương ứng 71,3% kế hoạch và 74,26% cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 22,2 tỷ đồng, tương ứng 73,9% kế hoạch và 75,7% cùng kỳ.

Nguyên nhân chính dẫn đến doanh thu, lợi nhuận của Công ty không đạt theo kế hoạch năm đã đề ra là do sự sụt giảm mạnh doanh thu, lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh điều. Năm 2018 được đánh giá là năm khó khăn nhất đối với ngành điều trong vòng 10 năm qua, giá nguyên liệu đầu vào cao do ảnh hưởng từ giá nguyên liệu năm 2017, trong khi giá nguyên liệu đầu ra biến động bất thường, liên tục giảm mạnh, lượng cung điều trên thế giới tăng. Do ảnh hưởng của việc giảm giá quá sâu, nhiều công ty nhỏ, lò ché đóng cửa, nhu cầu nguyên liệu không cao, hoạt động mua điều thô trong nước cũng trầm lắng. Thị trường giao dịch chậm chạp, không có nhiều giao dịch thành công. Nhiều doanh nghiệp buộc phải bán giá thấp để giải phóng hàng tồn, có nguồn hoàn trả nợ vay ngân hàng, các ngân hàng siết lại hạn mức cho vay đối với ngành điều. Hầu hết các doanh nghiệp trong ngành điều

Tính từ tháng 4/2018 đến hết tháng 3/2019, hoạt động sản xuất kinh doanh chế biến điều xuất khẩu không đạt kế hoạch và lỗ 5,5 tỷ đồng.

Hoạt động sản xuất kinh doanh rượu vang và các đồ uống khác năm 2018 có mức lợi nhuận đạt kế hoạch đề ra.

3. Tình hình tổ chức thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh

3.1. 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 phù hợp hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Thực hiện kiểm toán độc lập năm tài chính theo đúng quy định. Thực hiện theo ủy quyền của Nghị quyết ĐHĐCĐ 2018, Hội đồng quản trị đã thực hiện lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính năm 2018 của Công ty là Công ty TNHH kiểm toán và tư vấn A&C.

Thực hiện thanh toán cổ tức năm 2017 bằng tiền mặt (tỷ lệ chi trả 10%) theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên năm 2018 theo đúng quy định.

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

3.2. Hoạt động các lĩnh vực

6.1.1. Lĩnh vực rượu vang và đồ uống khác

a) Quản lý công nghệ, 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:**

- Theo dõi, duy trì việc vận hành hệ thống tại các bộ phận theo tiêu chuẩn ISO 22000, tổ chức đánh giá nội bộ 2 lần và đánh giá chính thức của bên thứ 3 phù hợp với tiêu chuẩn ISO 22000-2005.
- Ban hành mục tiêu chất lượng năm 2019 và triển khai cho các bộ phận thực hiện.

▪ **Quản lý công nghệ**

- Men giống: Thử nghiệm các giống men mới, lựa chọn một số giống men đưa vào áp dụng sản xuất như giống men cao độ mới (lên men vang nho cao độ), đã khắc phục được các yếu điểm của giống men cũ khi lên men vang.
- Rà soát định mức tiêu hao vật tư năm 2017 và ban hành định mức mới áp dụng cho năm 2018 -2019. Hàng tháng, Công ty thực hiện đánh giá tiêu hao vật tư, hầu hết kết quả sử dụng nằm trong mức cho phép.
- Rà soát thực hiện định mức kinh tế kỹ thuật trong 3 năm 2015-2017: các nguyên liệu vật tư đều thực hiện nằm trong mức quy định.
- Lập biện pháp phòng ngừa, ứng phó sự cố xảy ra trong quá trình sản xuất tại nhà máy.
- Đánh giá các quy trình công nghệ đang áp dụng và điều chỉnh tăng năng suất sản xuất.

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

- Hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm tiếp tục 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 đã thử nghiệm và cải thiện chất lượng dòng sản phẩm Vang Đà Lạt và được đưa ra thị trường từ tháng 7/2018. Bên cạnh cải thiện chất lượng các sản phẩm đang có, Công ty cũng triển khai dự án sản phẩm mới vang mật ong, mật ong:
 - + Vang mật ong: Vang mật ong được lên men 100% bằng mật ong, bằng công nghệ lên men lạnh nên vẫn giữ được nguyên vẹn vi lượng, khoáng chất và thành phần bổ dưỡng của mật ong. Các mẫu cảm quan đều nhận được phản hồi tốt từ thị trường.
 - + Sản phẩm vang mật ong đáp ứng cho phân khúc khách hàng trung và cao cấp với thiết kế sang trọng và sẽ được đưa ra thị trường vào khoảng quý 3/2019.
 - + Mật ong đóng chai: Sản phẩm mật ong đóng chai là dòng sản phẩm mới giúp đa dạng hóa các sản phẩm và hạn chế một phần tính mùa vụ của Công ty từ các sản phẩm rượu vang đang kinh doanh. Ladofoods đã tìm kiếm, lựa chọn, nghiên cứu 03 dòng sản phẩm mang đặc trưng của vùng cao nguyên Lâm Đồng.

Các sản phẩm này đều được tiêu thụ tại phân khúc khách hàng trung và cao cấp.

- 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 marketing

- Hoạt động marketing vẫn luôn không ngừng đổi mới nhằm phù hợp với tín hiệu thay đổi của thị trường. Năm 2018, không chỉ chú trọng các kênh tiếp thị truyền thống, hoạt động truyền thông tiếp thị số (digital marketing) được đẩy mạnh thông qua các kênh của Công ty và mạng xã hội như facebook, youtube,..., giúp tiếp cận gần và trực tiếp hơn đến các đối tượng khách hàng.
- Tiếp tục tổ chức hoạt động “Đêm hội vang Đà Lạt” hàng năm tại Đà Lạt để quảng bá, giới thiệu thương hiệu Vang Đà Lạt đến các du khách, khách hàng.
- Cũng trong năm 2018, Thương hiệu Vang Đà Lạt và Chateau Dalat của Công ty đã vinh dự được chính phủ lựa chọn là sản phẩm đạt “Thương hiệu quốc gia”. Đây là dấu mốc quan trọng khẳng định chất lượng cũng như vị thế dẫn đầu của Công ty trong ngành sản xuất rượu vang trong nước.
- Đối với sản phẩm mới vang Nouvo Sangria, triển khai mạnh các hoạt động truyền thông cũng như các hoạt động giới thiệu sản phẩm vang Nouvo Sangria – Vang uống với đá thông qua các hoạt động uống thử (sampling) đến khách hàng trên toàn quốc và nhận được sự phản hồi tích cực từ khách hàng đặc biệt tại kênh bán hàng siêu thị.

c) Hoạt động kinh doanh phân phối

▪ Kinh doanh nội địa

- Đối với thị trường sản xuất vang nội, Ladofoods là một trong những công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam và cũng là đơn vị, tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt với hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước.
- Năm 2018, Ladofoods tiếp tục duy trì và xây dựng hệ thống phân phối vững mạnh tại tất cả các kênh bán hàng. 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 khách hàng thuộc khối tổ chức, cơ quan cũng được chú trọng phát triển hơn trong năm 2018.
- Cơ cấu sản phẩm trong năm 2018 cũng đang có sự chuyển dịch tăng tỷ trọng các dòng sản phẩm trung, cao cấp của Công ty. Các sản phẩm Chateau Dalat và Sangria – Vang uống với đá – đã có sự tăng trưởng. Dòng sản phẩm Chateau Dalat luôn được các cơ quan, bộ ban ngành tin tưởng và lựa chọn sử dụng.
- Bên cạnh đó, Tình trạng vang giả, vang nhái thương hiệu Vang Đà Lạt vẫn xuất hiện trên thị trường và gây ảnh hưởng đến uy tín, hình ảnh của thương hiệu. Bên cạnh đó là Chính sách đeo bám, gây mập mờ nhãn hiệu của các công ty sản xuất Vang trong

nước (đối thủ cạnh tranh) gây ảnh hưởng đến thị trường, quan trọng nhất là tại các thị trường du lịch khách nước ngoài.

▪ **Kinh doanh quốc tế**

- Năm 2018, hoạt động kinh doanh quốc tế tiếp tục mở rộng thâm nhập vào các thị trường quốc tế thông qua việc tìm kiếm, hợp tác với các đối tác phân phối tại các thị trường.
- Công ty đã xuất hàng đến các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Campuchia, Singapore, Lào, Malaysia. Tiếp xúc, chào giá, xúc tiến bán hàng mở rộng, tập trung phát triển thị trường Nhật. Đồng thời Đang tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước trong khu vực châu Á, châu Mỹ.

d) Hoạt động đầu tư

- **Nhà máy Ladora Winery:** Năm 2018 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.
- **Dự án hầm vang Chateau Dalat:** Bắt đầu thi công trong tháng 9/2018, công trình đến này về cơ bản đã hoàn thành việc xây dựng và các hạng mục nội thất, sân vườn và hạng mục phụ trợ. Đây là không gian được thiết kế, thi công theo chuẩn hầm vang của châu Âu.

Các phương án triển khai đưa dự án đi vào hoạt động trong tháng 7/2019 đang được Công ty gấp rút hoàn thiện.

Thông qua hoạt động du lịch hầm vang là cơ hội để Ladofoods tiếp cận, kết nối trực tiếp với người tiêu dùng và người tiêu dùng có thể tìm hiểu, khám phá về vang Việt và văn hóa rượu vang.

e) 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 doanh nghiệp 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.

- Khu vực vườn liên kết với hộ nông dân, vườn phát triển tốt, tỷ lệ cây cho bông đạt cao, chất lượng nho thu hoạch tốt.
- Đối với hoạt động đầu tư, nghiên cứu, trồng khảo nghiệm các giống nho khác và nho tươi ăn quả: thử nghiệm 02 giống nho ăn quả, tỷ lệ cây sống cao (trên 90%).



Bên cạnh đó, Ladofoods cũng phối hợp với Viện nghiên cứu bông và phát triển nông nghiệp Nha Hồ - Ninh Thuận để tìm hiểu các giống nho phù hợp, hiệu quả kinh tế cao.

6.1.2. Lĩnh vực sản xuất chế biến điều xuất khẩu

Hoạt động sản xuất

- Nguyên liệu Việt Nam vụ mùa 2018 sản lượng cao hơn nhưng chất lượng nguyên liệu thấp hơn năm 2017, tỷ lệ thu hồi thấp. Nguyên liệu sản xuất trong năm chủ yếu từ châu Phi. Giá nguyên liệu vẫn cao do ảnh hưởng từ giá năm 2017.
- Từ thời điểm tháng 5/2018, giá nhân điều giảm sâu, biến động bất thường so với giá nguyên liệu công ty. Hoạt động kinh doanh nguyên liệu không thực hiện được. Hoạt động thu mua nguyên liệu của Công ty năm 2018 chỉ duy trì ở mức đáp ứng nhu cầu sản xuất tạo công ăn việc làm cho người lao động (giảm công suất), giữ khách hàng, duy trì thị trường và hạn chế tối đa rủi ro, đảm bảo thu hồi vốn nhanh.

Thị trường tiêu thụ

- Năm 2018, các đối tác không ký hợp đồng mua xa như các năm trước (ký hợp đồng trước 3 – 4 tháng) mà ký hợp đồng gần (thời gian từ khi ký đến giao hàng khoảng 1 tháng) nên gây khó khăn cho các công ty sản xuất cân đối nguồn nguyên liệu.
- Giá nhân điều xuất khẩu ở mức thấp so với giá nguyên liệu, tổng sản lượng tiêu thụ năm 2018 giảm so với năm 2017 (giảm 6,9% so với năm 2017). Thị trường Mỹ vẫn là thị trường tiêu thụ chính với hợp đồng ký đều và giá tốt hơn các thị trường khác. Các thị trường Trung Quốc, Úc, Nhật tiêu thụ không tốt vẫn còn tồn hàng năm trước.

| TT | Khách hàng | Tỷ trọng | Thị phần tiêu thụ | | |
|----|------------|----------|-------------------|-------|-------|
| | | | 2018 | 2017 | 2016 |
| 1 | Mỹ | % | 46,74 | 38,18 | 40,49 |
| 2 | Châu Âu | % | 4,69 | 14,81 | 7,86 |
| 3 | Trung Quốc | % | 23,33 | 19,98 | 18,34 |
| 4 | Úc | % | 0 | 5,23 | 6,95 |
| 5 | Nhật | % | 9,37 | 15,64 | 18,84 |
| 6 | Singapore | % | 0 | 0,87 | 0 |
| 7 | Nội địa | % | 1,58 | 0,5 | 0,98 |
| 8 | Nội tiêu | % | 5,86 | 4,8 | 6,54 |

- Năm 2018, hầu hết các doanh nghiệp ngành điều đều lỗ. Ngân hàng siết lại hạn mức vay các công ty điều, Hoạt động của Công ty điều cũng chưa kịp thời điều chỉnh linh động với sự biến đổi bất thường của thị trường điều dẫn đến hoạt động kinh doanh năm 2018 không đạt kế hoạch.

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 | Bà Doãn Thị Thu Hương | Phó Tổng Giám đốc | 26.101 | |
| 3 | Bà Lê Thúy Hằng | Giám đốc nhà máy | 4 | Bổ nhiệm ngày 1/4/2018 |
| 4 | Bà Phan Thị Cúc Hương | Giám đốc tài chính | 18.103 | |
| 5 | Ông Phan Anh Tú | Kế toán trưởng | 708 | |

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, Chủ tịch HĐQT Công ty CP Dược thiết bị y tế Đà Nẵng.

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.

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
Bà Lê Thúy Hằng – Giám đốc nhà máy. Bổ nhiệm ngày 1/4/2018.
 Giới tính : Nữ
 Ngày tháng năm sinh : 16/3/1968
 Nơi sinh : Thành phố Đà Lạt, Lâm Đồng
 Quốc tịch : Việt Nam
 Quê quán : Quảng Trị
 Địa chỉ thường trú : 60 Hoàng Hoa Thám, phường 10, Đà Lạt
 Điện thoại liên lạc : 063.3874439
 Trình độ văn hoá : 12/12
 Trình độ chuyên môn : Cử nhân hóa học
 Chức vụ hiện nay : Giám đốc nhà máy
Ông Phan Anh Tú – Kế toán trưởng.
 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 31/3/2019 là 211 người. Trong đó:

| STT | Trình độ | Số lượng |
|-----|----------|----------|
| 1 | Thạc sĩ | 02 |
| 2 | Đại học | 50 |

| | | |
|---|-------------------|-----|
| 3 | Cao đẳng | 10 |
| 4 | Trung cấp và khác | 149 |

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 Sĩ.... 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 thể 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.

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 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 2017 | Năm 2018 | % tăng giảm |
|-------------------------|----------|----------|-------------|
| 1. Tổng giá trị tài sản | 263.314 | 228.092 | -13,38% |

| | | | |
|--------------------------------------------|---------|---------|----------|
| 2. Vốn chủ sở hữu | 188.282 | 190.311 | 1,08% |
| 3. Nợ phải trả | 75.031 | 37.781 | -49,65% |
| 4. Doanh thu | 624.810 | 463.810 | -25,77% |
| 5. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh | 29.827 | 21.243 | -28,78% |
| 6. Lợi nhuận khác | (518) | 928 | -279,15% |
| 7. Lợi nhuận trước thuế | 29.308 | 22.171 | -24,35% |
| 8. Lợi nhuận sau thuế | 23.547 | 16.686 | -29,14% |

(Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất kiểm toán năm 2018 - VDL)

So với năm 2017, tổng tài sản hợp nhất năm 2018 giảm 35 tỷ đồng tương ứng với 13,4%, trong đó tài sản ngắn hạn giảm 42 tỷ đồng, tài sản dài hạn tăng 7,56 tỷ đồng. Nguyên nhân chính dẫn đến việc thay đổi tổng tài sản hợp nhất năm 2018 là do giảm dự trữ hàng tồn kho nguyên liệu điều, không dự trữ như các năm trước do giá điều đầu ra không ổn định, giảm sâu, chưa có dấu hiệu phục hồi rõ rệt trong năm 2019.

Trong năm 2018, tài sản dài hạn tăng do đầu tư xây dựng dự án hầm vang Đà Lạt và tiếp tục đầu tư vùng nguyên liệu nho rượu.

b. Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

| STT | Chỉ tiêu | ĐVT | Năm 2017 | Năm 2018 |
|----------|----------------------------------------|-----|----------|----------|
| 1 | Chỉ tiêu về khả năng thanh toán | | | |
| 1.1 | Hệ số thanh toán ngắn hạn | lần | 2,78 | 4,52 |
| 1.2 | Hệ số thanh toán nhanh | lần | 1,06 | 1,64 |
| 2 | Cơ cấu vốn | | | |
| 2.1 | Nợ phải trả/Tổng tài sản | % | 0,28 | 0,17 |
| 2.2 | Nợ phải trả/vốn chủ sở hữu | % | 0,4 | 0,2 |
| 3 | Chỉ tiêu năng lực hoạt động | | | |
| 3.1 | Vòng quay hàng tồn kho | Lần | 4,41 | 4,09 |
| 3.2 | Doanh thu thuần/tổng tài sản | lần | 2,34 | 2,01 |
| 4 | Chỉ tiêu về khả năng sinh lời | | | |
| 4.1 | Hệ số lợi nhuận sau thuế /DT thuần | % | 3,8 | 3,6 |
| 4.2 | Hệ số lợi nhuận sau thuế /VCSH | % | 12,5 | 8,8 |
| 4.3 | Hệ số LN sau thuế /TTS | % | 8,9 | 7,3 |
| 4.4 | Hệ số LN từ HĐKD/DT thuần | % | 4,8 | 4,6 |

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

Ảnh hưởng từ hoạt động sản xuất kinh doanh điều đã kéo các chỉ tiêu về doanh thu, lợi nhuận của Công ty năm 2018 giảm so với kế hoạch và cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên các chỉ tiêu về khả năng thanh toán của Công ty đều cải thiện tốt hơn, một phần do giảm tỷ lệ nợ vay.

c. Tình hình nợ phải trả

Đơn vị tính: triệu đồng

| STT | Chỉ tiêu | Năm 2017 | Năm 2018 |
|------------|-------------------------------------|----------|----------|
| I. | Nợ ngắn hạn | 74.267 | 36.294 |
| 1. | Phải trả người bán ngắn hạn | 4.421 | 5.786 |
| 2. | Người mua trả tiền trước ngắn hạn | 596 | 11.297 |
| 3. | Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước | 5.663 | 5.051 |
| 4. | Phải trả người lao động | 5.844 | 3.114 |
| 5. | Chi phí phải trả ngắn hạn | 11 | 311 |
| 6. | Phải trả ngắn hạn khác | 609 | 580 |
| 7. | Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn | 56.777 | 9.833 |
| 8. | Quỹ khen thưởng, phúc lợi | 347 | 321 |
| II. | Nợ dài hạn | 765 | 1.487 |
| 1. | Vay và nợ thuê tài chính dài hạn | 765 | 845 |
| 2. | Thuế thu nhập hoãn lại phải trả | - | 642 |
| III | Tổng | 75.032 | 37.781 |

Năm 2018 tổng nợ phải trả giảm 49,6% tương ứng 37,25 tỷ đồng so với năm 2017. Nguyên nhân giảm do nợ vay tài chính ngắn hạn giảm 46 tỷ đồng (giảm 82% so cùng kỳ). Công ty không có khoản nợ quá hạn.

6. Kế hoạch phát triển trong thời gian tới

6.1. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh rượu vang

6.6.1. Công tác tổ chức sản xuất

- Nhà máy sản xuất 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.
- Chuyển đổi hệ thống QLCL theo tiêu chuẩn ISO 22000:2018.

6.6.2. Nghiên cứu, phát triển sản phẩm

- Triển khai đề án nghiên cứu cải tiến chất lượng các dòng sản phẩm giai đoạn 2019 – 2020 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.

6.6.3. 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 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.
- 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.

6.6.4. Công tác thị trường

- Đẩy mạnh tập trung vào các dòng sản phẩm có biên lợi nhuận cao, khu vực thị trường, khách hàng trọng tâm. Tiếp tục mở rộng hệ thống bao phủ tại các thị trường tỉnh.
- Tập trung khai thác mạnh thị trường nội địa với tiềm năng phát triển còn rất lớn. Duy trì và mở rộng
- Tích cực xây dựng hình ảnh thương hiệu của Công ty trên thị trường bằng việc thực hiện các chiến lược quảng cáo thông qua các phương tiện truyền thông và có cam kết về hiệu quả.

Xây dựng và đưa du lịch kết hợp với rượu vang thành chiến lược marketing. 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.

6.2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều

Năm 2019, 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. Đặc biệt khi kh

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.

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 08/07/2019)

| STT | Cổ đông | Số lượng cổ phiếu | Tỷ lệ sở hữu |
|-----------|-------------------------------|-------------------|---------------|
| | | | (%) |
| I | Trong nước | 14.537.004 | 99,18% |
| 1 | Cổ đông là cá nhân trong nước | 1.387.502 | 9,54% |
| 2 | Cổ đông là tổ chức trong nước | 13.149.502 | 90,46% |
| | <i>Trong đó:</i> | | |
| | <i>Nhà nước</i> | 0 | 0 |
| II | Nước ngoài | 120.146 | 0,82% |
| 1 | Cổ đông là cá nhân nước ngoài | 110.972 | 92,36% |
| 2 | Cổ đông là tổ chức nước ngoài | 9.174 | 7,64% |
| | Cộng | 14.657.150 | 100% |

c. Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn cổ phần của công ty (tính đến thời điểm 08/07/2019)

| 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 | 5.613.217 | 38,3 |
| | Cộng | 13.088.499 | 89,3 |

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.

Định kỳ hằng năm gửi mẫu cho các Trung tâm Môi trường kiểm tra chất lượng môi trường không khí, chất lượng nước thải và lập báo cáo công tác bảo vệ môi trường gửi Sở Tài nguyên Môi trường đúng quy định; Thực hiện báo cáo đánh giá tác động môi trường của các dự án đầu tư và các hồ sơ pháp lý về mặt môi trường đầy đủ theo yêu cầu pháp luật quy định và các báo cáo về công tác môi trường theo yêu cầu của các cơ quan chức năng.

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 và sử dụng làm phân bón tại vùng nguyên liệu nho rượu. 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. Thay đổi quy trình công nghệ trong sản xuất nhằm giảm thiểu nguồn nước sử dụng cũng như nguồn nước thải. Nghiên cứu và đầu tư dự án tái sử dụng nước thải, góp phần tiết kiệm nguồn nước, bảo vệ 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 2018 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 hoạt động của Ban Tổng Giám đốc

Trong năm 2018, HĐQT đã giao, phân quyền chủ động kinh doanh cho TGD và ban GD các Công ty con theo chỉ tiêu, mục tiêu cụ thể.

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

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

Trong quá trình điều hành, từ tình hình thực tế khi có những việc phát sinh thuộc quyền quyết định của Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc đều 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 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.

2. Kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2019

| STT | Chỉ tiêu | ĐVT | Thực hiện 2018 | Kế hoạch 2019 | KH 2019/TH 2018 (%) |
|-----|----------------------|---------------|----------------|---------------|---------------------|
| 1 | Doanh thu | Tỷ đồng | 463,8 | 550 | 118,5 |
| 2 | Lợi nhuận trước thuế | Tỷ đồng | 22,17 | 26,6 | 120 |
| 3 | Cổ tức | % vốn điều lệ | Dự kiến 10% | Tối thiểu 10% | - |

Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2019 sẽ được Hội đồng quản trị trình Đại hội đồng cổ đông thường niên ngày 29/07/2019.

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 Thăng | Phó Chủ tịch HĐQT (Thành viên HĐQT không điều hành) | 0 | Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016 |
| 3 | Ông Nguyễn Văn Việt | Thành viên HĐQT (Thành viên HĐQT độc lập) | 8.724 | Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016 |
| 4 | Bà Doãn Thị Thu Hương | Thành viên HĐQT điều hành | 26.101 | Tái bổ nhiệm ngày 9/4/2016 |
| 5 | Ông Milan Novosad | Thành viên HĐQT | 0 | Bổ nhiệm ngày 28/4/2018 |

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 Thăng – Phó chủ tịch HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 16/02/1978

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

Quốc tịch : Việt Nam

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

Địa chỉ thường trú : Xóm 2, Thôn Phú Đô, Xã Mỹ 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

Bà Doãn Thị Thu Hương – Thành viên HĐQT

Đã trình bày tại tóm tắt lý lịch ban điều hành

Ông Milan Novosad – Thành viên HĐQT

Giới tính : Nam

Ngày tháng năm sinh : 08/02/1961

Nơi sinh : Ceská Republika, Cộng Hòa Séc

Quốc tịch : Cộng Hòa Séc

Quê quán : Cộng Hòa Séc

Địa chỉ thường trú : Ceská Republika, Cộng Hòa Séc

Điện thoại liên lạc : 063.3520290

Trình độ văn hoá : 12/12

Trình độ chuyên môn : Cử nhân quản trị kinh doanh

Chức vụ hiện nay : Thành viên HĐQT

Chức vụ nắm giữ tại tổ chức khác: Phó chủ tịch HĐQT Tập đoàn Elmich a.s tại Séc, Thành viên HĐQT CTCP Elmich – Việt Nam

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

c. **Hoạt động của HĐQT**

Hội đồng Quản trị tổ chức các cuộc họp định kỳ 3 tháng/lần. Trong năm 2018 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 2017 và triển khai thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 và Nghị quyết, quyết định của Đại hội đồng cổ đông.

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

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

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

Trong năm 2018, Hội đồng quản trị đã thông qua một số nội dung chính sau:

- Thông qua việc trình lấy ý kiến cổ đông bằng văn bản về việc thay đổi niên độ kế toán Công ty: *chuyển đổi kỳ kế toán năm dương lịch từ ngày 1/1 đến ngày 31/12 hàng năm thành kỳ kế toán từ ngày 1/4 đến 31/3 của năm sau*
- Thông qua kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 và tổ chức họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2019;
- Thông qua việc bổ nhiệm Tổng Giám đốc Công ty do thay đổi nhân sự;

- Thông qua việc tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018
- Lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính;
- Đánh giá và thông qua kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh quý, năm;
- Đánh giá triển khai dự án Nhà trưng bày và hầm rượu vang Chateau Dalat;

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 | 20.583 | Bổ nhiệm ngày 9/4/2016 |
| 3 | Bà Nguyễn Thị Anh Xuân | Thành viên BKS | 0 | Bổ nhiệm ngày 9/4/2016 |

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 Thủy, 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

b. Hoạt động của ban kiểm soát

Trong năm 2018 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 2018.
- 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 định kỳ, các thành viên Ban kiểm soát thường xuyên trao đổi công việc qua email, điện thoại,... cùng ban điều hành, HĐQT 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 | Trần Ngọc Huệ | Em ông Trần Việt Thắng – TV BKS | 0 | 0 | 107.900 | 0,74 | Mua cổ phiếu |
| 2 | Nghiêm Văn Thắng | Phó Chủ tịch HĐQT | 21.549 | 0,15 | 0 | 0 | Bán cổ phiếu |
| 3 | Nguyễn Văn Việt | Thành viên HĐQT | 18.724 | 0,13 | 8.724 | 0,06 | Bán cổ phiếu |
| 4 | Công ty cổ phần GTNFoods | Cổ đông lớn, người liên quan cổ đông nội bộ | 5.130.096 | 35 | 5.613.217 | 38,3 | Mua cổ phiếu |

- c. **Giao dịch khác (giao dịch cổ đông lớn):** Không
- 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 2018: www.ladofoods.vn.

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG

ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT



Đỗ Thành Trung