

MỤC LỤC

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH.	1
1. Tổ chức đăng ký	1
2. Tổ chức tư vấn	1
II. CÁC KHÁI NIỆM VÀ NHÓM TỪ VIẾT TẮT	1
III. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ	2
1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển	2
2. Danh sách cổ đông sáng lập và tỉ lệ cổ phần nắm giữ	4
3. Danh sách những Công ty mẹ và Công ty con của tổ chức phát hành	4
4. Hoạt động kinh doanh	4
5. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong năm gần nhất	8
6. Hội đồng quản trị, Ban giám đốc, Ban kiểm soát	12
7. Tài sản của Hanoimilk	18
8. Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức trong 02 năm tới	19
9. Căn cứ xây dựng kế hoạch lợi nhuận, cổ tức	20
10. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức	23
11. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Công ty	23
12. Các thông tin tranh chấp kiện tụng liên quan tới Công ty có thể ảnh hưởng đến giá cổ phiếu	23
IV. CHỨNG KHOÁN ĐĂNG KÝ GIAO DỊCH	24
V. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC ĐĂNG KÝ GIAO DỊCH	25
1. Tổ chức tư vấn	25
2. Tổ chức kiểm toán	26
VI. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO	26
1. Rủi ro về kinh tế	26
2. Rủi ro pháp luật	26



3.	Rủi ro tỉ giá và cạnh tranh.....	27
4.	Rủi ro khác.....	27
VII. MỘT SỐ LƯU Ý TRONG BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA CÔNG TY		27
1.	Ý kiến kiểm toán về tính hiện hữu của tài sản tại thời điểm 31/12/2005.....	27
2.	Ý kiến kiểm toán về vấn đề một số khoản phải thu chưa có đối chiếu công nợ tại thời điểm 31/12/2005.	28
3.	Về vấn đề không thống nhất trong xử lý kế toán.	28
4.	Về chênh lệch số dư cuối kỳ 2005 và đầu kỳ năm 2006 ở Bảng cân đối kế toán. ..	28
VIII. PHỤ LỤC.....		29

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH.

1. Tổ chức đăng ký

Ông **Trần Đăng Tuấn** Chủ tịch Hội đồng quản trị – Tổng Giám đốc

Bà **Nguyễn Thị Thu Huyền** Quyền Kế toán trưởng

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản cáo bạch này là phù hợp với thực tế mà chúng tôi được biết hoặc đã thu thập một cách hợp lý.

2. Tổ chức tư vấn

Đại diện theo pháp luật: Ông **Nguyễn Quang Vinh**

Chức vụ: Giám đốc Công ty Cổ phần Chứng khoán Bảo Việt.

Bản cáo bạch này là một phần của hồ sơ đăng ký giao dịch do Công ty Cổ phần Chứng khoán Bảo Việt tham gia lập trên cơ sở Hợp đồng tư vấn đăng ký giao dịch chứng khoán tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Hà Nội số 143/2006/BVSC.NV1-TV ký ngày 18/9/2006 giữa Công ty Cổ phần chứng khoán Bảo Việt với Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội. Chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trong Bản cáo bạch này đã được thực hiện một cách hợp lý và cẩn trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội cung cấp.

II. CÁC KHÁI NIỆM VÀ NHÓM TỪ VIẾT TẮT

Công ty:	Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
Tổ chức đăng ký:	Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
HANOIMILK:	là tên viết tắt của Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
UBCKNN:	Ủy ban Chứng Khoán Nhà nước
TTGDCK:	Trung tâm Giao dịch Chứng khoán
CNĐKKD:	Chứng nhận đăng ký kinh doanh.
HĐQT:	Hội đồng quản trị
ĐHĐCĐ:	Đại hội đồng cổ đông
UHT:	Sữa tiệt trùng

III. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ

1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

1.1. Lịch sử hình thành

- Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội được thành lập ngày 02/11/2001 theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0103000592 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Hà Nội cấp ngày 02/11/2001. Ngày 08/3/2002, Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội khởi công xây dựng Nhà máy chế biến sữa Hà Nội tại địa bàn xã Quang Minh, huyện Mê Linh, tỉnh Vĩnh Phúc dưới hình thức chi nhánh của Công ty theo Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh số 1913000036 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc cấp ngày 19/3/2002. Nhà máy có công suất trên 40 triệu lít sữa/năm, là một nhà máy có quy mô lớn ở Việt Nam tại thời điểm đó với tổng mức đầu tư trên 100 tỷ đồng. Nhà máy chế biến sữa Hà Nội đã được Ủy ban Nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc cấp Giấy chứng nhận ưu đãi đầu tư số 1746/CNUĐĐT ngày 9/5/2002.
- Ngày 04/4/2002, Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội đã chính thức ký kết hợp đồng mua thiết bị chế biến sữa đồng bộ và hiện đại của Tập đoàn Tetra Pak - Thụy Điển. Sau hơn một năm xây dựng, lắp đặt thiết bị và chạy thử nghiệm, nhà máy đã hoàn thành và chính thức đi vào hoạt động.
- Tháng 10/2004, Nhà máy chế biến sữa Hà Nội đạt mức sản lượng 100 triệu sản phẩm.
- Ngày 5/5/2006, Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội đã chuyển cơ sở kinh doanh từ Thành phố Hà Nội về Tỉnh Vĩnh Phúc, Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc đã cấp Giấy chứng nhận đăng ký lại kinh doanh số 1903000210 ngày 5/5/2006.
- Cho đến nay, sau 5 năm hoạt động, Hanoimilk với dòng sản phẩm chủ lực hiện tại là IZZI và Yoha đang ngày một giành được sự tin yêu của người tiêu dùng, tốc độ tăng trưởng hoạt động luôn ở mức cao so với tốc độ tăng trưởng chung của toàn ngành, từng bước khẳng định thương hiệu Hanoimilk là một thương hiệu mạnh trong ngành sản xuất sữa Việt Nam.
- Trong quá trình hoạt động, Công ty cũng nhận được nhiều bằng khen của các cơ quan về kết quả hoạt động kinh doanh của mình:
 - Bằng khen “Đạt thành tích xuất sắc trong sản xuất kinh doanh năm 2004” do Hiệp hội Doanh nghiệp vừa và nhỏ ngành nghề nông thôn Việt Nam trao tặng.
 - Bằng khen về sản xuất kinh doanh và hoạt động xã hội năm 2004 do Ủy ban Nhân dân Thành phố Hà Nội trao tặng.
 - Bằng khen về đạt thành tích xuất sắc trong hoạt động sản xuất kinh doanh các năm 2003 – 2005 do Ủy ban Nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc trao tặng.

1.2. Giới thiệu về Công ty

- **Tên Công ty** : **CÔNG TY CỔ PHẦN SỮA HÀ NỘI**
- **Tên tiếng Anh** : **HANOIMILK JOINT STOCK COMPANY**
- **Tên viết tắt** : **HANOIMILK. JSC**
- **Biểu tượng của Công ty** : 
- **Trụ sở chính** : Km 9 - Đường Bắc Thăng Long Nội Bài – Khu Công nghiệp Quang Minh, thôn Gia Trung, xã Quang Minh, huyện Mê Linh, tỉnh Vĩnh Phúc.
 - Điện thoại : (84 - 04) 8866567/63
 - Fax : (84 - 04) 8866564
- **Email** : info@hanoimilk.com
- **Website** : www.izzi.com.vn
- **Giấy chứng nhận ĐKKD** : Số 1903000210 đăng ký lần đầu ngày 2/11/2001, đăng ký lại lần 1 ngày 5/5/2006, đăng ký thay đổi lần thứ 9 ngày 29/11/2006 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Vĩnh Phúc cấp.
- **Ngành nghề kinh doanh** :
 - Sản xuất và buôn bán: sữa bò, sữa đậu nành; các sản phẩm từ sữa; chế biến các sản phẩm nông sản thực phẩm, các loại nước uống trái cây; Buôn bán nguyên liệu, thiết bị vật tư và sản phẩm ngành sữa, ngành chế biến thực phẩm;
 - Tư vấn đầu tư nông, công nghiệp; Xây dựng công trình dân dụng, công nghiệp; Kinh doanh bất động sản, khách sạn, nhà hàng, siêu thị; Kinh doanh hạ tầng khu công nghiệp; Kinh doanh, nuôi trồng, chế biến thủy sản; Đào tạo công nhân kỹ thuật hệ trung học và cao đẳng;
 - Mua bán xuất nhập khẩu đồ dùng cá nhân và gia đình, vật phẩm quảng cáo, tranh ảnh, đồ chơi (trừ đồ chơi có hại cho giáo dục nhân cách, sức khỏe của trẻ em hoặc ảnh hưởng tới an ninh, trật tự an toàn xã hội); Máy móc, thiết bị văn phòng, văn phòng phẩm; Đại lý mua, đại lý bán, ký gửi hàng hoá.
- **Vốn điều lệ** : **70.495.000.000 VNĐ**



Nhà máy chế biến sữa Hà Nội đặt tại xã Quang Minh, huyện Mê Linh, tỉnh Vĩnh Phúc

2. Danh sách cổ đông sáng lập và tỉ lệ cổ phần nắm giữ

Danh sách cổ đông sáng lập và số cổ phần nắm giữ theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của Hanoimilk như sau:

STT	TÊN CỔ ĐÔNG	SỐ CỔ PHẦN SỞ HỮU	TỶ LỆ (%)
1	NGUYỄN THỊ XUÂN SÂM	140.000	1,99%
2	TRẦN ĐĂNG TUẤN	140.000	1,99%
3	ĐINH VĂN THỊNH	140.000	1,99%
4	PHAN ĐỨC BÌNH	140.000	1,99%
	TỔNG CỘNG	560.000	7,96%

3. Danh sách những Công ty mẹ và Công ty con của tổ chức phát hành

Danh sách Công ty nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Công ty: không có
Danh sách những Công ty mà Hanoimilk nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối: không có

4. Hoạt động kinh doanh

4.1. Sản phẩm, dịch vụ chính

Thị trường sữa hiện nay của Việt Nam bao gồm các nhóm sản phẩm chính là nhóm sữa bột, bột dinh dưỡng, nhóm sản phẩm sữa đặc và nhóm sản phẩm sữa tươi, sữa chua. Sản phẩm của Hanoimilk hiện tại là sữa nước tiệt trùng và sữa chua uống tiệt trùng đóng bao bì giấy. Hiện nay Hanoimilk đang có 02 dòng sản phẩm với các thương hiệu chính là:

Nhóm sản phẩm sữa tiệt trùng với thương hiệu IZZI: bao gồm các sản phẩm IZZI Dâu W 180 ml, IZZI Socola Wedge 180 ml, IZZI có đường Wedge 180 ml, IZZI Dừa 110W, IZZI có đường 180B, IZZI Dâu 180B, IZZI Socola 180B, IZZI Dừa 180B, IZZI không đường 180B, IZZI có đường 200F, IZZI Socola 200F, IZZI hương dâu 200F, IZZI không đường 200F, IZZI có đường 110W, IZZI Dâu 110W, IZZI Socola 110W ...

Một số sản phẩm chính trong nhóm sản phẩm sữa tiệt trùng:



IZZI 110 có đường

IZZI 180 dâu

Túi IZZI 200 ml

IZZI 110 dâu

Nhóm sản phẩm sữa chua với thương hiệu Yoha và Yotuti: bao gồm các sản phẩm SCU Yoha Dâu 180 ml, Yotuti Cam 110W, Yotuti Dâu 110W, Yotuti Cam 180B, Yotuti Dâu 180B, Yoha Cam 180B.

Một số sản phẩm chính trong nhóm sản phẩm sữa chua:



Yoha – hộp vuông

Yo-tuti 110

Yoha cam

Yo-tuti cam 180

Yo-tuti hộp tròn

Trong đó nhóm sản phẩm mang thương hiệu IZZI chiếm doanh số chính. Các thương hiệu của Hanoimilk đã được đăng ký nhãn hiệu hàng hoá tại Cục sở hữu trí tuệ và tiêu chuẩn chất lượng tại Bộ Y tế cũng như kiểm định tại Trung tâm kiểm định tiêu chuẩn đo lường 1.

Sản phẩm IZZI là dòng sản phẩm sữa tiệt trùng đầu tiên tại Việt Nam có bổ sung Lysine - đây là một chất bổ dưỡng rất cần thiết cho cơ thể của trẻ em, Lysine giúp trẻ hấp thụ các chất dinh dưỡng, tăng cường sức đề kháng phát triển toàn diện về trí tuệ và thể lực cũng như chiều cao. Hiện nay thương hiệu IZZI đã được đại đa số người tiêu dùng biết đến như một nhãn hiệu quen thuộc và không thể thiếu trong mỗi gia đình dành cho trẻ em.

So với các sản phẩm sữa khác, định vị thương hiệu của Hanoimilk tập trung vào đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng cho khách hàng với các mục tiêu giúp phát triển toàn diện về trí tuệ, thể lực cũng như chiều cao và thuận tiện trong sử dụng.

Đối với dòng sản phẩm sữa tiệt trùng thương hiệu IZZI, dòng sản phẩm chủ lực của Hanoimilk, định vị cho thương hiệu IZZI đối với trẻ em từ 3 - 6 tuổi là: Sữa tươi IZZI đáp ứng tốt nhất cho sự tăng trưởng về thể lực và trí tuệ. Sản phẩm IZZI có sự khác biệt so với các sản phẩm khác ở những đặc điểm: sản phẩm có dung tích nhỏ, bổ sung lysine bên cạnh sữa giàu vitamin, khoáng chất và hình ảnh giọt sữa ngộ nghĩnh với các chương trình quảng cáo khuyến mại riêng cho bé mọi lúc, mọi nơi.

Một trong những nền tảng chiến lược cạnh tranh của Hanoimilk đó chính là sự khác biệt trong sản phẩm với:

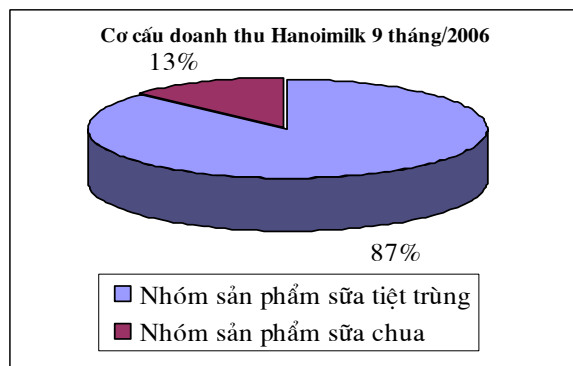
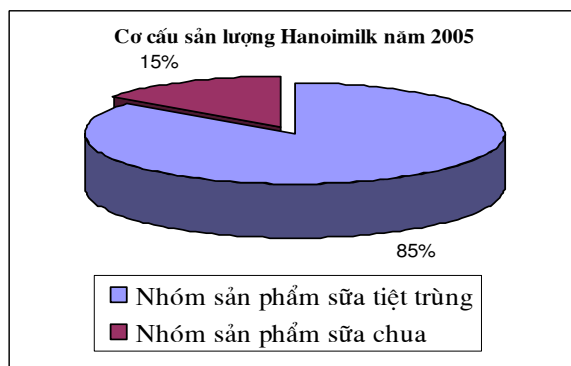
- Thương hiệu riêng cho trẻ em (chữ IZZI và giọt sữa ngộ nghĩnh)
- Sản phẩm dinh dưỡng: với vitamin và lysine
- Sản phẩm riêng cho trẻ em: bao bì nhỏ, kiểu wedge, dành riêng cho trẻ em

a. Sản lượng sản phẩm qua các năm

Đơn vị tính: lít

Stt	Nhóm sản phẩm	2005	9 tháng 2006
1	Nhóm sản phẩm sữa tiệt trùng	15.646.219	14.319.889
2	Nhóm sản phẩm sữa chua	2.719.837	2.291.698
	Tổng cộng	18.366.056	16.611.587

Nguồn: Hanoimilk

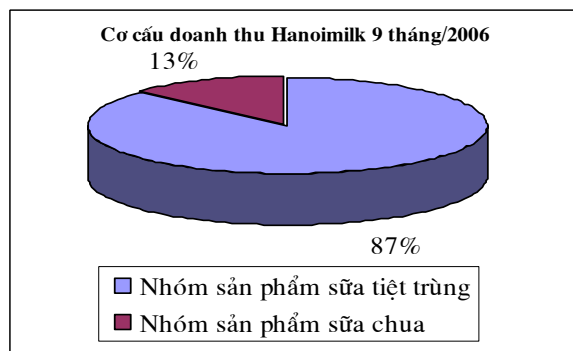
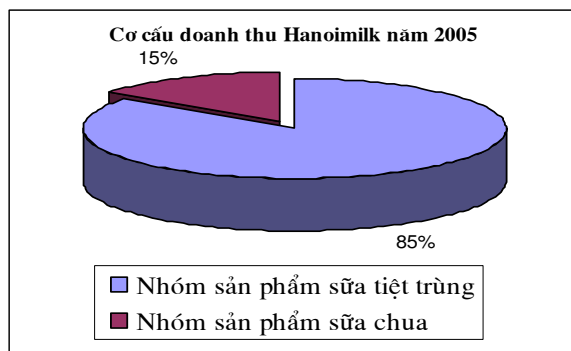


b. Doanh thu các sản phẩm sữa qua các năm

Đơn vị tính: đồng

Stt	Nhóm sản phẩm	2005	9 tháng 2006
1	Nhóm sản phẩm sữa tiệt trùng	236.485.194.938	237.605.043.491
2	Nhóm sản phẩm sữa chua	42.022.080.000	34.681.602.889
	Tổng cộng	278.507.274.938	272.286.646.380

Nguồn: Hanoimilk



4.2. Kế hoạch phát triển kinh doanh

❖ Kế hoạch sản xuất và đầu tư:

- Đầu tư nâng cấp mở rộng nhà máy để tối đa hoá công suất thiết kế bao gồm mua thêm máy rót, đầu tư xây dựng kho tàng và hạ tầng nhằm đảm bảo tăng sản lượng với tốc độ 25 - 30%/năm đến năm 2010, hướng tới mục tiêu đạt 850 - 900 tỷ doanh thu vào năm 2010.
- Đầu tư xây dựng xưởng chế biến sản phẩm mới để sản xuất sữa chua ăn, một số sản phẩm nước trái cây, sản phẩm dinh dưỡng và sữa đặc có đường nhằm đạt được mức doanh thu tăng thêm khoảng 200 - 250 tỷ đồng/năm. Kế hoạch đầu tư dự kiến triển khai trong hai năm 2007 - 2008.

❖ Kế hoạch xây dựng thương hiệu

Sản phẩm của Hanoimilk thuộc nhóm sản phẩm thực phẩm tiêu dùng, khách hàng tiêu thụ và sử dụng sản phẩm của Công ty là các hộ gia đình và người dân. Chính vì vậy việc xây dựng và phát triển thương hiệu đóng một vai trò hết sức quan trọng đối với sự thành công và phát triển của Công ty. Nhận thức rõ việc này, trong những năm tới Công ty đặt trọng tâm vào việc phát triển thương hiệu với các kế hoạch cụ thể sau:

- Ngoài thương hiệu IZZI, Hanoimilk sẽ tập trung xây dựng và phát triển thương hiệu Yoha và Yotuti dành cho trẻ em nhằm phát triển sản phẩm sữa chua.
- Nghiên cứu phát triển một số sản phẩm dinh dưỡng mang thương hiệu mới như sữa đặc có đường, sữa bột.
- Đẩy mạnh hoạt động marketing thông qua các chương trình quảng cáo truyền hình, tham gia hội chợ hàng Việt Nam chất lượng cao, tham gia tài trợ cho các chương trình đặc biệt là các chương trình dành cho thiếu nhi. Qua đó phát triển hình ảnh và thương hiệu của các dòng sản phẩm nói riêng và thương hiệu Hanoimilk nói chung.
- Đẩy mạnh hoạt động quan hệ công chúng (PR) : Xây dựng hình ảnh, thương hiệu IZZI gắn kết với các hoạt động của trẻ em thông qua việc tài trợ cho một số chương trình sinh hoạt văn hoá thiếu nhi, tài trợ cho các cung văn hoá thiếu nhi ... Xây dựng thương hiệu Công ty Hanoimilk thông qua việc tài trợ cho một số chương trình chăn nuôi, phát triển nguồn nguyên liệu, dùng thương hiệu để góp vốn liên doanh, liên kết và đầu tư, phát triển thương hiệu hướng tới việc nhượng quyền, cho thuê thương hiệu.

❖ Về kế hoạch phân phối sản phẩm

Với đặc thù là sản phẩm thực phẩm tiêu dùng và khách hàng của Công ty là người dân, hộ gia đình nên việc xây dựng một hệ thống phân phối rộng lớn, hiệu quả đóng một vai trò hết sức quan trọng đối với sự phát triển hoạt động kinh doanh của Công ty. Trong những năm tới kế hoạch phát triển mạng lưới phân phối của Hanoimilk như sau:

- Kênh phân phối truyền thống: Sản phẩm của Hanoimilk hiện nay được bán rộng rãi trên toàn 64 tỉnh thành, tuy nhiên thị trường tiêu thụ chính là miền Bắc và Bắc miền Trung. Kênh phân phối truyền thống của Công ty được thực hiện thông qua các nhà phân phối

đến các điểm bán lẻ trên cả nước. Trong những năm tới Công ty tiếp tục củng cố và mở rộng mạng lưới các nhà phân phối tại khu vực phía bắc, xây dựng và phát triển các nhà phân phối trung thành và bền vững, tiến tới việc thực hiện đầu tư các kho lạnh bảo quản sản phẩm ở phía nam, từng bước mở rộng thị trường và phát triển mạng lưới phân phối ở phía nam.

- Tổ chức xây dựng một số kênh phân phối lớn như hệ thống các siêu thị; phân phối sản phẩm trực tiếp đến tận tay khách hàng thông qua việc tiếp cận và cung cấp sản phẩm đến các trường học, nhà máy, xí nghiệp.
- Nâng cấp trình độ quản lý và giám sát bán hàng, Hanoimilk sẽ quản lý toàn bộ quá trình bán hàng, marketing, khuyến mại, hỗ trợ bán hàng và vận tải nhằm nâng cao năng lực cho hệ thống phân phối của Công ty.

❖ Kế hoạch về tài chính

- Duy trì mối quan hệ tốt đẹp hiện có với các ngân hàng thương mại truyền thống như BIDV, HSBC ... và các ngân hàng thương mại khác, các tổ chức tài chính để tạo sự gắn kết và hỗ trợ về vốn cho sản xuất kinh doanh.
- Phát hành thêm cổ phiếu nâng vốn điều lệ lên 100 tỷ đồng, huy động vốn chủ sở hữu phục vụ sản xuất kinh doanh, đáp ứng vốn cho các dự án đầu tư dài hạn cũng như mục tiêu tăng trưởng của Công ty.

5. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong năm gần nhất

5.1. Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm gần nhất

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	CHỈ TIÊU	Năm 2005	9 tháng/2006
1	Tổng giá trị tài sản	207.546	224.787
2	Doanh thu thuần	288.076	277.743
3	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	12.963	- 4.410
4	Lợi nhuận khác	7.141	13.065
5	Lợi nhuận trước thuế	20.104	8.654
6	Lợi nhuận sau thuế	20.096	8.654

Nguồn: Báo cáo tài chính kiểm toán 2005, 9 tháng/2006

Trong năm 2005, thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp trên Báo cáo tài chính của Công ty thể hiện số thuế phải nộp phát sinh liên quan tới hoạt động của Văn phòng Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội.

5.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm báo cáo

- Trong năm 2005, giá cả nhiên liệu đầu vào của Hanoimilk hầu hết đều tăng từ 5% - 10%, đặc biệt nguyên liệu đường 40% - 50 % vào 6 tháng cuối năm, điều này đã làm cho chi phí sản xuất trong năm 2005 của Công ty tăng lên đáng kể.
- Trong năm Hanoimilk có một số thay đổi trong đội ngũ lãnh đạo và cán bộ công nhân viên Công ty và Nhà máy chế biến sữa Hà Nội. Tuy nhiên hoạt động SXKD vẫn được duy trì và phát triển mạnh mẽ. Công ty tiếp tục đầu tư nâng cấp, cải tạo và thực hiện dự án mở rộng sản xuất, nâng công suất nhà máy lên 2,5 lần.
- Hệ thống quản lý của Công ty vẫn còn một số hạn chế trong việc hoạch định kế hoạch sản xuất, các hoạt động quản lý tài chính, quản lý bán hàng, marketing chưa mang tính chuyên nghiệp cao. Công ty chưa xây dựng được cho mình hệ thống các nhà phân phối trung thành và chuyên nghiệp; sự phát triển của hệ thống, độ bao phủ chưa đều; việc quản lý các chương trình khuyến mại, quản lý hàng tồn còn bất cập đôi khi còn gây ra lãng phí. Việc đầu tư chưa đồng bộ, cơ cấu đầu tư thiết bị chưa thật sự hợp lý, chưa đáp ứng được yêu cầu cho sự phát triển của Công ty.
- Theo kế hoạch kinh doanh năm 2006 đã được Đại hội đồng cổ đông của Hanoimilk thông qua tại phiên họp đại hội cổ đông thường niên ngày 2/4/2006, doanh thu kế hoạch của năm 2006 được đề ra là 420 tỷ đồng, thực hiện đầu tư mở rộng nhà máy chế biến sữa Hà Nội đạt công suất 60 triệu lít/năm, thực hiện các chương trình marketing trọng tâm vào thị trường trẻ em với 41% tổng dung lượng, với mục tiêu chiếm lĩnh trên 12% thị phần trong cả nước, tổng chi phí marketing dự kiến ở mức 9,13% doanh thu, tương đương 38 tỷ đồng.
- Triển khai kế hoạch đã được Đại hội đồng cổ đông thông qua, song song với việc thực hiện việc đầu tư mở rộng nhà máy chế biến sữa, Công ty đã thực hiện các chương trình marketing và quan hệ công chúng (PR) nhằm phát triển thị phần, hướng tới mục tiêu doanh thu đặt ra. Theo kế hoạch về đầu tư, việc mở rộng và nâng công suất nhà máy sẽ hoàn thành và đi vào sản xuất từ tháng 02/2006, tuy nhiên trong quá trình triển khai có gặp phải một số vướng mắc nên dây chuyền sản xuất số 2 của Nhà máy tới tháng 6/2006 mới đi vào hoạt động. Điều này khiến cho Công ty bị thiếu hụt sản phẩm để tiêu thụ trên thị trường, làm cho doanh thu chưa đạt được mức như kế hoạch đề ra, trong khi chi phí về marketing và PR đã được đầu tư thực hiện. Đây chính là nguyên nhân của việc lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của Hanoimilk không cao trong 9 tháng đầu năm 2006 vừa qua. Lợi nhuận khác 9 tháng đầu năm 2006 của Công ty đạt trên 13 tỷ đồng, đây là khoản tiền nhà cung cấp bao bì Tetra Par hỗ trợ tài chính cho hoạt động tiếp thị thông qua việc chiết khấu giảm giá bán bao bì cho Hanoimilk.

- Dây chuyền 2 đã đi vào hoạt động, nâng tổng năng lực sản xuất của Hanoimilk lên 60 triệu lít/năm cùng với kết quả các chương trình marketing và PR đã thực hiện trong năm 2006 sẽ là tiền đề và điều kiện tốt để Công ty có mức tăng trưởng mạnh mẽ về doanh thu và lợi nhuận cho năm 2007.

5.3. Một số chỉ tiêu tài chính của Hanoimilk

CHỈ SỐ	Năm 2005
1. Chỉ số về khả năng thanh toán	
– Hệ số thanh toán ngắn hạn	0,9
– Hệ số thanh toán nhanh	0,2
2. Chỉ số về cơ cấu vốn	
– Hệ số Nợ/Tổng tài sản	0,75
– Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	2,95
3. Chỉ số về năng lực hoạt động	
– Vòng quay tổng tài sản	1,4
– Vòng quay Tài sản lưu động	2,5
– Vòng quay các khoản phải thu	15,0
– Vòng quay hàng tồn kho	2,4
4. Chỉ số về khả năng sinh lời	
– Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	7,0%
– Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	38,3%
– Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	9,7%
– Hệ số Lợi nhuận từ HĐKD/Doanh thu thuần	4,5%

Nguồn: Báo cáo kiểm toán năm 2005

Một số phân tích của Công ty Chứng khoán Bảo Việt về các chỉ số tài chính của Hanoimilk, các phân tích này được dựa trên các lý thuyết về tài chính, tiền tệ và chứng khoán chứ không có ý nghĩa đảm bảo giá trị của chứng khoán và chỉ nhằm mục đích cho các nhà đầu tư tham khảo khi ra quyết định đầu tư:

Về khả năng thanh toán:

Hệ số thanh toán ngắn hạn, được tính bằng Tài sản lưu động (tài sản ngắn hạn) chia cho Nợ ngắn hạn, cho biết một đồng nợ ngắn hạn của Công ty được đảm bảo thanh toán bởi bao nhiêu đồng tài sản lưu động. Kết quả tính toán hệ số thanh toán ngắn hạn của Hanoimilk năm 2005 là 0,9. Hệ số thanh toán nhanh, được tính bằng Tài sản lưu động trừ đi Hàng tồn kho sau đó chia cho Nợ ngắn hạn, cho biết một đồng nợ ngắn hạn được đảm bảo bởi bao nhiêu đồng tài sản lưu động có khả năng thanh khoản cao. Hệ số thanh toán nhanh của Hanoimilk năm 2005 là 0,2. Các chỉ tiêu này của Hanoimilk là chưa thật sự cao, Công ty cần có chính sách để nâng cao chỉ tiêu này.

Về cơ cấu vốn:

Hệ số nợ/Tổng tài sản của Hanoimilk bằng 0,75 và hệ số nợ/vốn chủ sở hữu là 2,95. Các chỉ số này đánh giá mức độ sử dụng nợ trong cơ cấu nguồn vốn và việc sử dụng đòn bẩy tài chính trong hoạt động của Hanoimilk.

Các chỉ tiêu về năng lực hoạt động:

Các chỉ tiêu về năng lực hoạt động cho biết chất lượng quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh, hiệu quả sử dụng các tài sản của một công ty. Vòng quay Tổng tài sản cho biết một đồng tài sản tạo ra bao nhiêu đồng Doanh thu. Kỳ quả tính toán cho thấy một đồng tài sản của Hanoimilk năm 2005 tạo ra 1,4 đồng doanh thu. Vòng quay các khoản phải thu ở mức 15 lần năm 2005 cho thấy Công ty quản lý tốt công tác thu hồi tiền bán hàng. Vòng quay hàng tồn kho và vòng quay vốn lưu động xấp xỉ ở mức 2,4 và 2,5 trong năm 2005 cho thấy thời gian sản xuất, lưu kho, tiêu thụ sản phẩm cũng như hoạt động của Công ty, cũng như thấy rõ trong cơ cấu tài sản lưu động của Hanoimilk, hàng tồn kho chiếm tỉ trọng lớn.

Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời:

Các chỉ tiêu sinh lời trực tiếp phản ánh hiệu quả hoạt động kinh doanh cuối cùng của một công ty. Chỉ số như lợi nhuận sau thuế/doanh thu thuần, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/doanh thu thuần năm 2005 ở 7,0% và 4,5%. Tỉ suất lợi nhuận sau thuế/vốn chủ sở hữu năm 2005 đạt 38%, đây là một tỉ lệ sinh lời khá cao, phản ánh hiệu quả hoạt động của Công ty.

5.4. Tình hình phát hành thêm cổ phiếu, tăng vốn của Hanoimilk

Theo Điều lệ doanh nghiệp, Vốn điều lệ của Hanoimilk mà các cổ đông cam kết góp là 50.000.000.000 đồng. Tuy nhiên đến hết thời điểm 31/12/2005, số vốn góp của cổ đông Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội mới chỉ đạt là 35.495.000.000 đồng.

Trong năm 2006, theo Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông tại phiên họp Đại hội cổ đông thường niên ngày 02/04/2006, Hanoimilk đã thực hiện phát hành tăng vốn điều lệ, giá trị phát hành tính theo mệnh giá là 35 tỷ đồng với chi tiết sau đây:

- ❖ **Đợt 1:** Chào bán 200.000 cổ phần, mệnh giá 100.000 đồng/1 cổ phần tương đương với tổng mệnh giá 20 tỷ đồng chẵn trong đó:
 - + Giai đoạn 1: Bán cho cổ đông hiện hữu theo phương thức quyền mua là 10:3 (cổ đông sở hữu 10 cổ phần cũ được mua 03 cổ phần mới), giá phát hành là 200.000 đồng/1 cổ phần. Tổng số cổ phần phát hành là 106.485 cổ phần, tương đương 10.648.500.000 đồng, trong đó cổ đông hiện hữu là các cổ đông có tên trong danh sách cổ đông tính đến ngày 02/4/2006. Thời hạn phát hành và hạn nộp tiền cuối cùng là 31/5/2006.
 - + Bán cho các đối tác chiến lược, CBCNV chủ chốt theo quyết định của HĐQT số lượng 10.000 cổ phần, tương đương 1.000.000.000 tính theo mệnh giá, giá bán 200.000 đồng/1 cổ phần. Thời hạn nộp tiền là 30/12/2006.

- + Giai đoạn 2: Bán tiếp cho các cổ đông Công ty, cổ đông hiện hữu của Hanoimilk được quyền mua theo tỉ lệ 10:2 (cổ đông sở hữu 10 cổ phần cũ sẽ được quyền mua 02 cổ phần mới, trong đó cổ đông hiện hữu là các cổ đông có tên trong danh sách cổ đông tính đến ngày 02/4/2006), với giá phát hành là 200.000 đồng/1 cổ phần. Tổng số cổ phần phát hành là 70.990 cổ phần, tương đương 7.099.000.000 đồng, thời hạn nộp tiền cuối cùng là ngày 30/6/2006.
- ❖ **Đợt 2:** Chào bán 150.000 cổ phần, mệnh giá 100.000 đồng/1 cổ phần tương đương với tổng mệnh giá 15 tỷ đồng chẵn trong đó:
 - + Bán tiếp cho các cổ đông hiện hữu theo phương thức quyền mua là 10:4 (cổ đông sở hữu 10 cổ phần cũ sẽ được quyền mua 04 cổ phần mới, trong đó cổ đông hiện hữu là các cổ đông có tên trong danh sách cổ đông tính đến ngày 02/4/2006), với giá phát hành là 200.000 đồng/cổ phần. Tổng số cổ phần phát hành là 141.980 cổ phần, tương đương 14.198.000.000 đồng. Thời hạn đăng ký trước ngày 30/4/2006, hạn cuối cùng đến ngày 30/9/2006.
 - ❖ Tổng số cổ phần còn lại sau 2 đợt phát hành là 20.545 tương đương 2.054.500.000 đồng và số cổ phần còn lại (nếu có) sẽ được giao cho HĐQT xét duyệt bán theo danh sách cho các đối tác chiến lược và lãnh đạo Công ty, cán bộ chủ chốt của Công ty trên cơ sở đóng góp vào sự phát triển của Công ty theo mức giá 200.000 đồng/1 cổ phần.

Đến nay việc phát hành của Hanoimilk đã hoàn tất, ngày 02/12/2006, Công ty Hợp danh Kiểm toán và tư vấn tài chính kế toán Việt Nam đã có văn bản xác nhận vốn góp của cổ đông Hanoimilk đến hết ngày 30/11/2006 là 105.495.000.000 đồng, trong đó:

- + Vốn góp của các cổ đông: 70.495.000.000 đồng
- + Thặng dư vốn cổ phần: 35.000.000.000 đồng

Hanoimilk đã đi đăng ký lại kinh doanh, điều chỉnh Vốn điều lệ trong Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đúng theo số vốn thực góp đến hết ngày 30/11/2006.

6. Hội đồng quản trị, Ban giám đốc, Ban kiểm soát

6.1. Danh sách thành viên Hội đồng quản trị

a. Ông TRẦN ĐĂNG TUẤN

- Giới tính : Nam
- Ngày tháng năm sinh : 02/09/1956
- Nơi sinh : Ninh Bình
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Kim Sơn, Ninh Bình
- Địa chỉ thường trú : 207 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội
- ĐT liên lạc ở cơ quan : 04 8866567

- Trình độ văn hóa : 10/10
- Trình độ chuyên môn : Cử nhân Kinh tế – Tài chính
- Quá trình công tác :
 - 1975 – 1982 : Học ở Liên Xô
 - 1982 – 1985 : Làm việc tại Tổng Công ty Xây dựng Hà Nội
 - 1986 – 2001 : Phó Giám đốc Xí nghiệp thiết kế – Công ty tư vấn đầu tư Xây dựng
 - 2001 – 2003 : Sáng lập viên, Ủy viên HĐQT, Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
 - 2003 – 2005 : Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Nhà máy chế biến Sữa Hà Nội;
 - 8/2005 – 10/2006 : Chủ tịch HĐQT, Phó Tổng Giám đốc Công ty CP Sữa Hà Nội
 - 10/2006 – nay : Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty CP Sữa Hà Nội
- Chức vụ công tác hiện nay : Chủ tịch Hội đồng quản trị, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
- Số cổ phần nắm giữ : 190.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
- Hành vi vi phạm pháp luật : không có.
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không có.

b. Ông: ĐÌNH VĂN THỊNH

- Giới tính : Nam
- Ngày tháng năm sinh : 15/07/1958
- Nơi sinh : Hà Bắc
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Bình Định, Gia Lương, Hà Bắc
- Địa chỉ thường trú : Nhà A5, làng Quốc tế Thăng Long, Phường Dịch Vọng, Q.Cầu Giấy, Hà Nội.
- Số điện thoại cơ quan : 04.8866567
- Trình độ văn hoá : 12/12
- Trình độ chuyên môn : Cử nhân Luật
- Quá trình công tác
 - 1976 – 1982 : Giáo viên dạy điện ở Liên Xô cũ;

- 1983 – 1984 : Tổng cục Dạy nghề;
 - 1984 – 1990 : Quản lý lao động (Liên Xô cũ);
 - 1991 – 1999 : Công ty DETESCO TW đoàn - Đại diện Thương mại tại Liên Xô cũ;
 - 1999 – 2001 : Phó Giám đốc Chi nhánh du lịch dịch vụ Vạn Hoa – Thành uỷ Hải phòng tại Hà Nội;
 - 2001 – nay : Công ty Cổ phần sữa Hà Nội (Ủy viên HĐQT, Phó Tổng Giám đốc, Phó Giám đốc Nhà máy, Tổng Giám đốc Công ty)
- Chức vụ công tác hiện nay : Phó Chủ tịch Hội đồng Quản trị, Phó Tổng Giám đốc Công ty CP Sữa Hà Nội
- Số cổ phần nắm giữ : 141.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
- Hành vi vi phạm pháp luật : Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích công ty: Không

c. Ông PHAN ĐỨC BÌNH

- Giới tính : Nam
- Ngày tháng năm sinh : 15/10/1973
- Nơi sinh : Đức Thọ, Hà Tĩnh
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Đức Thọ, Hà Tĩnh
- Địa chỉ thường trú : P.117 – B5, Vĩnh Hồ, Ngã Tư Sở, Đống Đa, Hà Nội
- Số điện thoại cơ quan : 04.8866567
- Trình độ văn hoá : 12/12
- Trình độ chuyên môn : Thạc sĩ Quản lý kinh tế trường Oashington (Hoa Kỳ)
- Quá trình công tác :
 - Công ty Coke Cola Việt Nam : 10 năm (Giám đốc đào tạo, Giám đốc Marketing, GĐ Bán hàng, GĐ phát triển kinh doanh, P.Tổng Giám đốc)
 - Công ty Nestle’: 2 năm (GĐ miền Bắc)
 - Hiện nay: Giám đốc chi nhánh Unilever

- Chức vụ công tác hiện nay : Thành viên Hội đồng Quản trị Công ty CP Sữa Hà Nội
- Số cổ phần sở hữu : 141.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
- Hành vi vi phạm pháp luật : Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích công ty: Không có

6.2. Thành viên Ban kiểm soát

d. Bà NGUYỄN THỊ LEN

- Giới tính : Nữ
- Ngày tháng năm sinh : 07/05/1952
- Nơi sinh : Hải Phòng
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Tân Trào, Kiến Thụy, Hải Phòng
- Địa chỉ thường trú : Số 76 Dân lập, Đường Hàng Kênh, Lê Chân, Hải Phòng
- Số điện thoại cơ quan : 04.8866567
- Trình độ văn hoá : 12/12
- Trình độ chuyên môn : ĐH ngành kinh doanh công nghiệp
- Quá trình công tác
 - Từ tháng 04/1973 – 1983: công tác ngành y tế;
 - Từ 1984 – 1990: Công tác trong ngành Thương mại (GD Cửa hàng);
 - Từ 12/1990 – 2003: Công tác trong ngành Du lịch (GD Công ty);
 - Từ 1/2004 – nay: Giám đốc Công ty TNHH Du lịch và Đầu tư Việt Vương
- Chức vụ công tác hiện nay : Trưởng Ban kiểm soát Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
- Số cổ phần nắm giữ : 10.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
- Hành vi vi phạm pháp luật (nếu có): Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích công ty: Không có

e. Bà NGUYỄN THỊ HƯƠNG

- Giới tính : Nữ
- Ngày tháng năm sinh : 11/03/1980

- Nơi sinh : Bắc Ninh
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Bình Định, Lương Tài, Bắc Ninh
- Địa chỉ thường trú : 58 Đào Tấn, Hà Nội
- Số điện thoại cơ quan : 04.8866567
- Trình độ văn hoá : 12/12
- Trình độ chuyên môn : ĐH ngành Luật học
- Quá trình công tác
 - 1998-2002: Sinh viên ĐH Quốc gia Hà Nội;
 - 2002 – 2004: Học viên Học viện Tư pháp (Luật sư), NVVP – VP Luật sư số 6 (ĐLS. Tp. Hà Nội);
 - 2004 – nay: P.Trưởng phòng Hành chính quản trị – Công ty Cổ phần sữa Hà Nội, Luật sư – Văn phòng Luật sư Số 1 (Đoàn Luật sư tỉnh Bắc Ninh).
- Chức vụ công tác hiện nay : Thành viên Ban kiểm soát
- Số cổ phần sở hữu : 2.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
- Hành vi vi phạm pháp luật (nếu có): Không
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích công ty: Không

f. Bà LÊ MINH TÚ

- Giới tính : Nữ
- Ngày tháng năm sinh : 01/08/1965
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Hội An, Quảng Nam, Đà Nẵng
- Địa chỉ thường trú : 68 phố Yên Phụ, Q.Tây Hồ, Hà Nội
- Trình độ văn hoá : 12/12
- Trình độ chuyên môn : ĐH Tài chính ngành kế toán – kiểm toán
- Quá trình công tác
 - 11/1984 – 05/1991: Trường ĐH Tài chính Kế toán;

- 06/1991 – 05/1992: Bộ Tài chính
 - 06/1992 – 04/2000: Công ty Dịch vụ tư vấn Tài chính kế toán và kiểm toán
 - 05/2000 – nay: Phòng Khám Gia đình (Hà Nội)
- Chức vụ công tác hiện nay: Thành viên Ban kiểm soát Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội
 - Số cổ phần nắm giữ : 10.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
 - Hành vi vi phạm pháp luật (nếu có): không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích công ty: không có

6.3. Ban giám đốc

a. Ông TRẦN ĐĂNG TUẤN

- Chức vụ hiện tại: Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty CP Sữa Hà Nội.
- Lý lịch chi tiết được nêu ở mục Sơ yếu lý lịch của thành viên HĐQT.

b. Ông ĐINH VĂN THỊNH

- Chức vụ hiện tại: Phó Chủ tịch HĐQT, Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội.
- Lý lịch chi tiết được nêu ở mục Sơ yếu lý lịch của thành viên HĐQT.

c. Bà NGUYỄN THỊ THU HUYỀN

- Giới tính : Nữ
- Ngày tháng năm sinh : 12/01/1977
- Nơi sinh : Xã Ý Yên, Huyện Yên Hồng, Tỉnh Nam Định
- Quốc tịch : Việt Nam
- Dân tộc : Kinh
- Quê quán : Xã Ý Yên, Huyện Yên Hồng, Tỉnh Nam Định
- Địa chỉ thường trú : Tổ 4 Cụm Trại, Phường Long Biên, Q. Long Biên, Hà Nội
- Số điện thoại cơ quan : 04.8866567
- Trình độ văn hoá : 12/12
- Trình độ chuyên môn : Cử nhân kinh tế
- Quá trình công tác :
 - 9/1999 – 10/2004 : Kế toán tại Công ty Du lịch Hương Giang
 - 11/2004 – nay : Kế toán tại Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội

- Chức vụ công tác hiện nay : Quyền Kế toán trưởng Công ty CP sữa Hà Nội
- Số cổ phần sở hữu : 4.000 cổ phần (tại thời điểm ngày 01/12/2006)
- Hành vi vi phạm pháp luật : Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích công ty: Không có

7. Tài sản của Hanoimilk

7.1. Tài sản của Hanoimilk

Giá trị tài sản cố định hữu hình theo báo cáo tài chính được kiểm toán tại thời điểm 31/12/2005:

Đơn vị tính: đồng

STT	Khoản mục	Nguyên giá (NG)	Hao mòn lũy kế	Giá trị còn lại
1	Nhà xưởng, vật kiến trúc	17.631.694.141	4.015.652.410	13.616.041.731
2	Máy móc thiết bị	54.098.607.961	14.967.388.672	39.131.219.289
3	Phương tiện vận tải	3.101.025.692	593.494.812	2.507.530.880
4	Thiết bị quản lý	1.464.982.064	203.856.569	1.261.125.495
	Cộng	76.296.309.858	19.780.392.463	56.515.917.395

Nguồn: Báo cáo kiểm toán 2005

7.2. Một số máy móc thiết bị chính của Hanoimilk

Đơn vị tính: đồng

Stt	Tên thiết bị	Nguyên giá	Hao mòn lũy kế	Giá trị còn lại
1	Máy rót TWA 125 ml	5,996,729,500	1,561,075,552	4,435,653,948
2	Máy rót TWA 125 ml (Tetra Laval)	6,022,095,056	1,313,194,069	4,708,900,987
3	Máy rót TWA 125ml HĐ 100323	7,054,202,220	489,875,150	6,564,327,070
4	Máy rót TWA 125ml HĐ 100353	7,958,802,990	552,694,650	7,406,108,340
5	Máy rót TWA 125ml HĐ 100415	7,233,774,035	502,345,420	6,731,428,615
6	HT vệ sinh tại chỗ Alcip10	1,121,908,174	387,419,279	734,488,895
7	Bồn Alsafe LA20	2,660,635,617	918,775,307	1,741,860,310
8	Hệ thống phối trộn	1,871,262,770	646,187,705	1,225,075,065
9	Máy đóng gói TBA/19 2005	15,838,441,409	5,469,358,049	10,369,083,360
10	Máy đóng gói Fino (TFA 200)	2,660,806,096	918,834,178	1,741,971,918
11	Máy rót TBA/19 Wedge 125 (TWA 120)	6,752,443,235	2,331,765,403	4,420,677,832
12	Hệ thống thanh trùng	2,085,544,852	720,183,965	1,365,360,887
13	Hệ thống tiệt trùng UHT_T.T.A Flex 10	6,951,234,882	2,400,412,480	4,550,822,402

Nguồn: Hanoimilk

Hệ thống dây chuyền sản xuất chính của Công ty được sản xuất và cung cấp bởi tập đoàn Teltra Pad (Thụy Điển) và Teppco (Đan Mạch), dây chuyền sản xuất đồng bộ, hiện đại được điều khiển tự động bằng phần mềm chuyên dụng, là thế hệ mới nhất (tính đến thời điểm hiện tại) của dòng thiết bị sản xuất sữa UHT trên thế giới. Năm 2003 khi nhà máy mới đi vào hoạt động, năng lực sản xuất là 20 triệu lít/năm. Trong năm 2006, nhà máy mới lắp đặt đưa vào hoạt động dây chuyền sản xuất sữa tiệt trùng thứ 2, năng lực sản xuất là 60 triệu lít/năm. Với quy mô này, Hanoimilk là nhà máy lớn nhất miền Bắc về sản lượng sữa UHT, tương đương với các nhà máy của các công ty lớn tại phía Nam như Vinamilk. Hệ thống dây chuyền sản xuất hiện đại, đồng bộ cho phép Hanoimilk sản xuất ra các sản phẩm có chất lượng ngang bằng với các doanh nghiệp sản xuất sữa lớn khác trên thị trường.

Hiện nay Hanoimilk đang duy trì hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001-2000 và hệ thống quản lý an toàn thực phẩm HACCP (Phân tích mối nguy và các điểm kiểm soát trọng yếu). Hai hệ thống quản lý chất lượng của Hanoimilk đã được BVQI (tổ chức đánh giá chứng nhận quốc tế có uy tín của Anh) chứng nhận và cấp chứng chỉ. Định kỳ, BVQI thực hiện đánh giá lại hệ thống quản lý chất lượng của Hanoimilk để đảm bảo duy trì đúng như tiêu chuẩn.

Phòng Kiểm tra chất lượng (Quality Assurance) chịu trách nhiệm chính trong việc tổ chức các hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm : từ nguyên vật liệu đầu vào → bán thành phẩm trên dây chuyền → thành phẩm xuất kho → hàng hóa lưu thông trên thị trường.

8. Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức trong 02 năm tới

8.1. Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức của Hanoimilk

CHỈ TIÊU	Năm 2006		Năm 2007		Năm 2008	
	Giá trị	So với 2005 (%)	Giá trị	So với 2006 (%)	Giá trị	So với 2007 (%)
Vốn điều lệ (triệu đồng)	70.495	99%	70.495	0%	70.495	0%
Doanh thu (triệu đồng)	320.000	11%	445.000	39%	550.000	24%
Lợi nhuận trước thuế (triệu đồng)	15.000	- 25%	29.000	93%	35.000	21%
Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)	15.000	- 25%	26.100	74%	31.500	21%
Cổ tức (%)	15%	- 10%	20%	5%	20%	0%
LN sau thuế / doanh thu (%)	5%	-2%	6%	1%	6%	1%
LN sau thuế / Vốn điều lệ (%)	21%	-36%	37%	16%	45%	12%

Nguồn: Hanoimilk

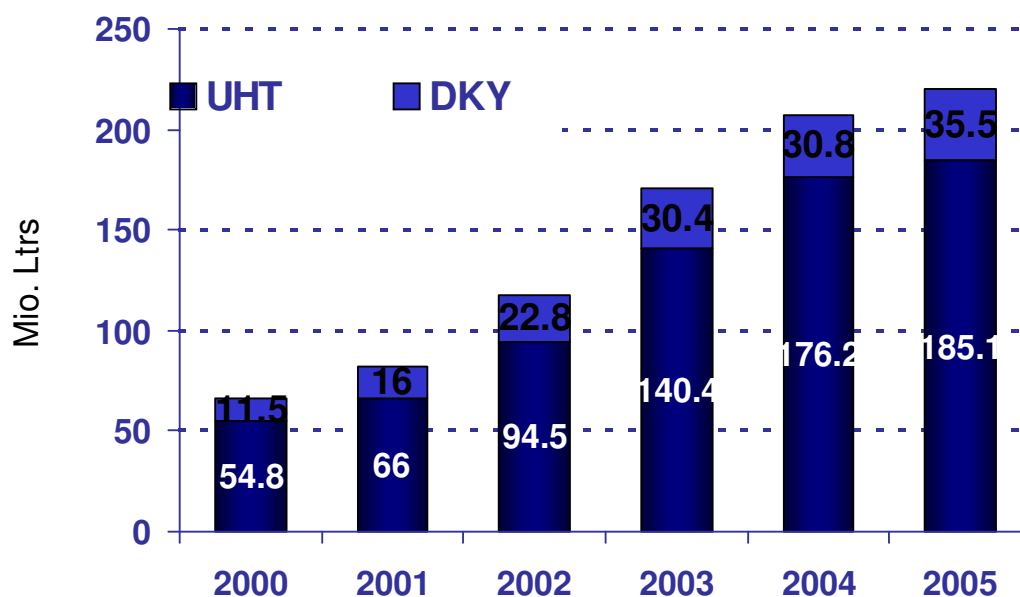
Trong bảng trên, chỉ số lợi nhuận sau thuế/Vốn điều lệ được tính thay thế cho chỉ số Lợi nhuận sau thuế/vốn chủ sở hữu bởi vì việc ước tính vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp cho giai đoạn các năm tiếp theo là tương đối khó khăn, khó đảm bảo sự phản ánh đúng của giá trị vốn chủ sở hữu tính toán cũng như chỉ số đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Chỉ số Lợi nhuận sau thuế/vốn điều lệ được tính toán với các cơ sở chắc chắn hơn và giúp nhà đầu tư thấy rõ được năng lực sinh lời trên vốn điều lệ, từ đó có những đánh giá về mức cổ tức của Công ty, chính vì vậy chúng tôi đã tính toán chỉ tiêu này thay vì tính toán chỉ tiêu lợi nhuận sau thuế/vốn chủ sở hữu.

9. Căn cứ xây dựng kế hoạch lợi nhuận, cổ tức

- ❖ **Thị trường sữa Việt Nam:** Theo ước tính của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, nếu năm 1990 lượng sữa tiêu thụ bình quân/người/ năm chỉ đạt 0,47 kg thì năm 2000 đạt 6,5 kg, năm 2001 là 7,0 kg, năm 2003 tăng lên 8,2 kg và năm 2005 là 9 kg. Như vậy, so với năm 1990 sức tiêu thụ sữa của nước ta tăng gấp 19 lần vào năm 2005, tổng lượng sữa tiêu thụ quy ra sữa tươi tương đương 900.000 tấn. Với tốc độ phát triển kinh tế của đất nước và sự cải thiện chất lượng cuộc sống người dân hiện nay, nước ta đặt mục tiêu nâng mức sữa tiêu dùng bình quân/đầu người/năm đạt 10 kg vào năm 2010, năm 2020 bình quân đạt 20 kg/người/năm và xuất khẩu ra thị trường nước ngoài.

Như vậy, với tình hình tiêu thụ và sản xuất sữa nguyên liệu, ngành sữa Việt Nam còn rất nhiều cơ hội để phát triển. Tốc độ tăng trưởng ngành sữa Việt Nam dự đoán sẽ được duy trì ở mức 20%/ năm.

Tốc độ tăng trưởng của thị trường sữa lỏng Việt Nam những năm qua như sau (nguồn: Hanoimilk):



- ❖ **Thị trường sản phẩm của Hanoimilk:** Sản phẩm chủ yếu của Hanoimilk hiện tại là sữa nước tiệt trùng và sữa chua uống tiệt trùng đóng bao bì giấy. Theo số liệu cung cấp từ công ty Tetrapak, nhà cung cấp chủ yếu bao bì tiệt trùng tại Việt Nam và trên thế giới thì nhu cầu tiêu thụ sữa nước và sữa chua uống tiệt trùng tại Việt Nam trong các năm vừa qua và dự báo các năm tới như sau:

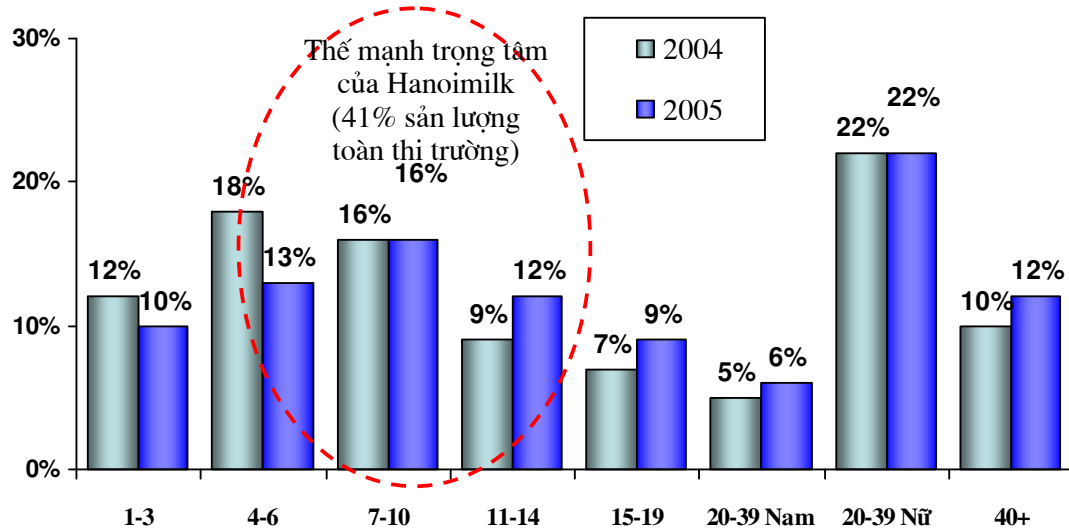
Đơn vị: Triệu lít.

Chỉ tiêu	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Sữa nước tiệt trùng	141.3	182.2	253.6	301.3	341.8	387.8	434.1	478.9
Sữa chua uống	30.6	35.8	48.0	55.6	67.5	78.8	92.6	107.4

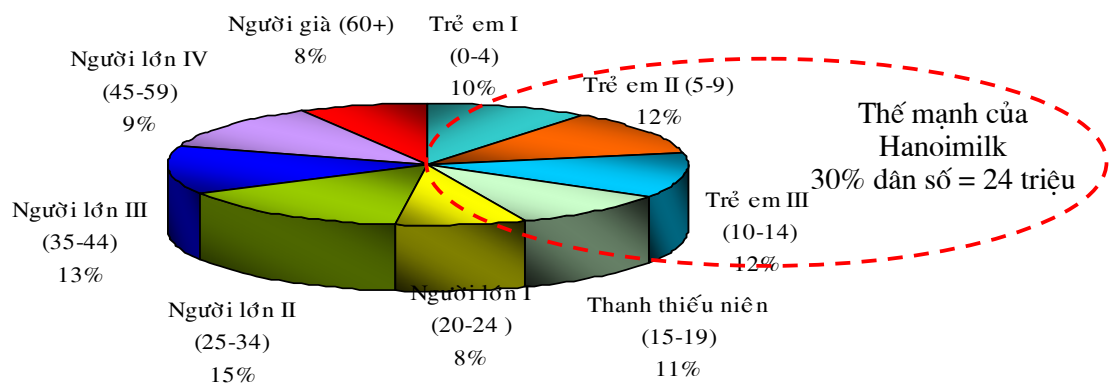
Nguồn: Theo dõi nội bộ Tetra Pak

Như vậy trong các năm vừa qua, thị trường sản phẩm chủ yếu của Công ty liên tục tăng trưởng khoảng 25 đến 30% năm và tiếp tục giữ mức tăng trưởng trên 2 con số trong các năm tới.

Ngay từ khi mới thành lập, Hanoimilk đã xây dựng chiến lược riêng cho mình, đó là tập chung sản xuất và kinh doanh các sản phẩm sữa phù hợp với đối tượng trẻ em từ 03 đến 12 tuổi, đây là đối tượng tiêu thụ chính của ngành hàng sữa UHT (sữa tiệt trùng và sữa chua uống). Thống kê về thị trường tiêu thụ sữa lỏng theo lứa tuổi như sau (nguồn Hanoimilk):



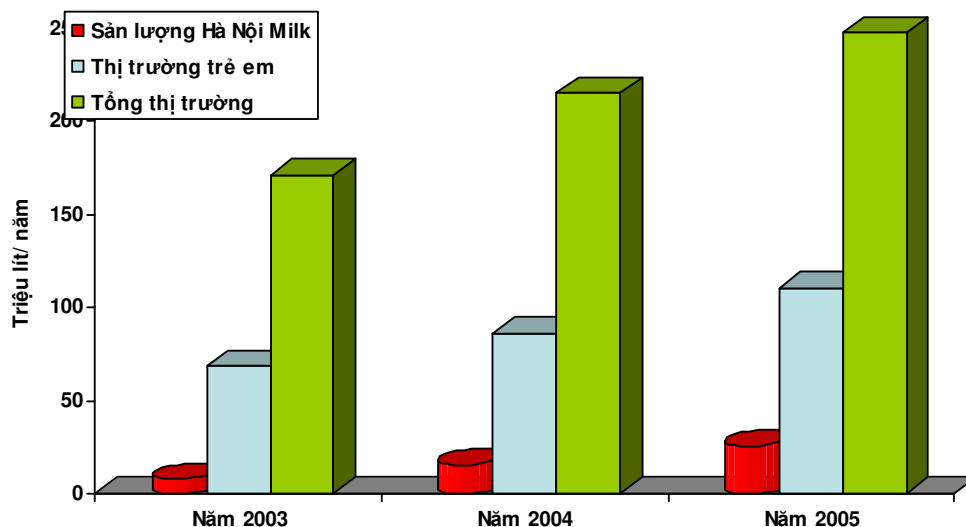
Nhìn xét quy mô thị trường theo dân số thì tiềm năng thị trường của Hanoimilk như sau:



- ❖ **Thị phần của Hanoimilk:** Sản phẩm của Hanoimilk hiện nay được bán rộng rãi trên toàn 64 tỉnh thành, tuy nhiên thị trường tiêu thụ chính là miền Bắc và Bắc miền Trung, đối với thị trường miền Nam sản phẩm chịu sự cạnh tranh của các Công ty lớn như: Vinamilk, Dutch Lady, Nutifood, Vixumilk... nên thị phần chưa cao, thương hiệu chưa được người tiêu dùng biết nhiều so với Miền Bắc

Sữa nước tiệt trùng được tiêu dùng phổ biến ở tất cả các lứa tuổi, nhưng trẻ em là đối tượng tiêu dùng nhiều nhất và thường xuyên nhất. Chính vì vậy Công ty sữa Hanoimilk nhắm vào khai thác đối tượng tiêu dùng chủ yếu này.

Ở thị trường sữa nhỏ cho trẻ em dung tích 110ml, đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Hanoimilk là Cô gái Hà Lan và Vinamilk với các nhãn hiệu Dutch Lady, Fristi, Vinamilk và Smart. Nừu tính trên thị trường toàn quốc, Hanoimilk chiếm thị phần khoảng 25%-28% thị trường sữa nước tiệt trùng dành cho trẻ em và khoảng 8-9% thị trường sữa tiệt trùng nói chung, minh hoạ trong đồ thị dưới đây (nguồn Hanoimilk):



❖ Một số hợp đồng phân phối sản phẩm lớn đang thực hiện của Công ty:

Đơn vị tính: đồng

STT	ĐỐI TÁC	DOANH SỐ TỪ 01/01/06 – 30/09/06	THỜI GIAN THỰC HIỆN
1	Hộ kinh doanh Nguyễn Mạnh Hùng – Thái Nguyên	6.035.179.833	10/5/06 – 31/12/06
2	Công ty TNHH Việt Trường – Lào Cai	3.558.946.195	01/03/06 – 31/12/06
3	Công ty TNHH Phú Phương – Sơn Tây	6.325.316.965	01/03/06 – 31/12/06
4	DNTN Văn Khánh – Việt Trì	6.061.388.016	01/03/06 – 31/12/06
5	DNTN DV TM An Anh – Hoà Bình	4.136.404.954	01/03/06 – 31/12/06
6	Hộ kinh doanh Dung Hương – Hưng Yên	7.626.755.156	01/03/06 – 31/12/06
7	DNTN Tiến Cúc – Hải Dương	8.209.166.125	01/03/06 – 31/12/06
8	CT TNHH TMDV Phương Linh – Bắc Ninh	6.779.314.913	01/03/06 – 31/12/06
9	CT TNHH DL&ĐT Việt Vương – Hải Phòng	6.674.513.313	01/03/06 – 31/12/06
10	DNTN Chiến Loan – Bắc Giang	5.666.040.016	01/03/06 – 31/12/06
11	CT CP Phát triển phân phối Việt Nam – Hà Nội	56.186.690.909	20/03/06 – 31/12/06
12	Hộ kinh doanh Nguyễn Văn Đại – Thanh Hoá	8.568.036.900	01/03/06 – 31/12/06
13	DNTN Ngọc Hiền - Hà Nam	4.840.374.347	01/03/06 – 31/12/06
14	CT TNHH TM&Vận tải Tuấn Anh – Nghệ An	3.826.877.322	15/09/06 – 31/12/06

STT	ĐỐI TÁC	DOANH SỐ TỪ 01/01/06 – 30/09/06	THỜI GIAN THỰC HIỆN
15	DNTN Huy Hùng – Nam Định	9.525.116.490	01/03/06 – 31/12/06
16	Hộ kinh doanh Trần Thị Dung – Ninh Bình	5.889.975.499	01/03/06 – 31/12/06
17	CTy TNHH Thuận Hưng – Ninh Bình	7.963.716.171	01/03/06 – 31/12/06
18	Cty TNHH tư vấn giải pháp kinh doanh Quốc tế Tp HCM	11.058.711.643	01/08/06 – 31/12/06
19	Cty TNHH TM và Dịch vụ quốc tế Bourbon Đồng Nai	214.005.264	01/01/06 – 31/12/06
20	Liên hiệp xí nghiệp HTX thành phố (Saigon Coop)	946.541.068	19/11/06 – 31/12/06
21	Cty TNHH Cash&Metro Việt Nam	4.862.828.480	01/01/06 – 31/12/06

Nguồn: Hanoimilk

10. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức

10.1. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức

Dưới góc độ của tổ chức tư vấn, Công ty Cổ phần Chứng khoán Bảo Việt đã thu thập các thông tin, tiến hành các nghiên cứu phân tích và đánh giá cần thiết về năng lực hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội, thị trường sữa Việt Nam cũng như phân khúc thị trường mục tiêu mà Công ty hướng tới và đang hoạt động.

Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức của Hanoimilk được xây dựng dựa trên tiềm năng phát triển thị trường sữa Việt Nam, phân khúc thị trường mục tiêu của Công ty, vị thế của Công ty trong ngành cũng như kế hoạch đầu tư phát triển của Công ty. Nếu không có những diễn biến bất thường gây ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp, thì kế hoạch lợi nhuận mà Công ty đã đề ra trong 3 năm 2006 - 2008 là có tính khả thi và Công ty cũng đảm bảo được tỷ lệ chi trả cổ tức cho cổ đông như kế hoạch hàng năm.

Chúng tôi cũng xin lưu ý rằng, các ý kiến nhận xét nêu trên được đưa ra dưới góc độ đánh giá của một tổ chức tư vấn, dựa trên những cơ sở thông tin được thu thập có chọn lọc và dựa trên lý thuyết về tài chính chứng khoán mà không hàm ý bảo đảm giá trị của chứng khoán cũng như tính chắc chắn của những số liệu được dự báo. Nhận xét này chỉ mang tính tham khảo với nhà đầu tư khi tự mình ra quyết định đầu tư.

11. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Công ty

Cam kết sửa đổi điều lệ cho phù hợp với Luật Doanh nghiệp năm 2005 và các qui định của pháp luật về chứng khoán và thị trường chứng khoán.

12. Các thông tin tranh chấp kiện tụng liên quan tới Công ty có thể ảnh hưởng đến giá cổ phiếu

Công ty không có tranh chấp kiện tụng.

IV. CHỨNG KHOÁN ĐĂNG KÝ GIAO DỊCH

1. **Loại chứng khoán:** Cổ phần phổ thông
2. **Tên chứng khoán:** Cổ phiếu Công ty cổ phần Sữa Hà Nội
3. **Mệnh giá:** 10.000 đồng (theo nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông Hanoimilk số 15/2006/NQ-DHCD.HNM ngày 4/12/2006)
4. **Tổng số cổ phần đăng ký:** 7.049.500 cổ phần, trong đó số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng và chuyển nhượng có điều kiện theo quy định của pháp luật và theo Điều lệ Công ty là:
 - ❖ Số cổ phần chuyển nhượng có điều kiện: 472.000 cổ phần. Đây là tổng số cổ phần sở hữu của các thành viên HĐQT Hanoimilk, thuộc diện chuyển nhượng có điều kiện theo quy định tại khoản 5, Điều 12 Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty.
 - ❖ Số cổ phần hạn chế chuyển nhượng: 83.000 cổ phần. Đây là số cổ phần của một số cán bộ công nhân viên Hanoimilk mua trong đợt phát hành năm 2006 của Công ty. Theo Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông tại cuộc họp Đại hội đồng cổ đông ngày 2/4/2006, Đại hội đồng cổ đông Công ty uỷ quyền cho Hội đồng quản trị quyết định bán cổ phần cho CBCNV, đối tác chiến lược và thông qua Ban Kiểm soát. Triển khai Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị đã có phiên họp ngày 23/7/2006, theo Biên bản cuộc họp số 19A/2006/BB-HĐQT.HNM, HĐQT đã phê duyệt danh sách cán bộ công nhân viên mua cổ phần của Công ty trong đó nêu rõ trong đó có 83.000 cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng trong vòng 01 năm kể từ ngày 30/7/2006 đến ngày 30/7/2007.
5. **Phương pháp tính giá:** Giá trị sổ sách của cổ phiếu

Giá trị sổ sách một cổ phần tại thời điểm 31/12/2005 là 14.789 đồng, tại thời điểm 31/12/2005, số vốn góp của các cổ đông là 35.495.000.000 đồng, tương đương 3.549.500 cổ phần, mệnh giá 10.000 đồng/1 cổ phần. (Nguồn Báo cáo tài chính năm 2005 có kiểm toán của Hanoimilk).

$$\begin{array}{lcl} & \text{Vốn chủ sở hữu – Nguồn kinh} & 52.496.015.024 \\ & \text{phí và quỹ khác} & \\ \text{Giá sổ sách} & = \frac{\text{-----}}{\text{(Tổng số cổ phần - cổ phiếu quỹ)}} & = \frac{\text{-----}}{(3.549.500 - 0)} = 14.789 \text{ đồng} \\ \text{cổ phiếu} & & \end{array}$$

Giá trị sổ sách một cổ phần tại thời điểm 30/09/2006 là 16.699 đồng, tại thời điểm 30/09/2006, số vốn góp của các cổ đông là 68.016.000.000 đồng, tương đương 6.801.600 cổ phần trong đó số cổ phần góp của cổ đông đến 31/12/2005 là 3.549.500 cổ phần, số cổ phần góp của cổ đông trong 9 tháng 2006 là 3.252.100 cổ phần, mệnh giá 10.000 đồng/1 cổ phần (Nguồn Báo cáo tài chính 9 tháng năm 2006 của Hanoimilk).

$$\begin{array}{l} \text{Vốn chủ sở hữu – Nguồn kinh} \\ \text{phí và quỹ khác} \end{array} \quad 113.580.015.171$$
$$\text{Giá sổ sách cổ phiếu} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu – Nguồn kinh phí và quỹ khác}}{\text{(Tổng số cổ phần - cổ phiếu quỹ)}} = \frac{113.580.015.171}{(6.801.600 - 0)} = 16.699 \text{ đồng}$$

6. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài

Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty không giới hạn tỷ lệ nắm giữ cổ phiếu của Công ty đối với người nước ngoài.

Sau khi được đăng ký giao dịch tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán, tỷ lệ nắm giữ của người nước ngoài tuân theo các quy định hiện hành của Chính phủ về chứng khoán và thị trường chứng khoán.

7. Các loại thuế có liên quan

Công ty hạch toán thuế GTGT theo phương pháp khấu trừ.

Nhà máy chế biến sữa Hà Nội là chi nhánh của Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội, được khởi công xây dựng vào tháng 3/2002 theo Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh số 1913000036 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Vĩnh Phúc cấp ngày 19/3/2002.

Theo Giấy chứng nhận ưu đãi đầu tư số 1786/CNUĐ ĐT do Ủy ban Nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc cấp ngày 02/8/2006, sửa đổi điều khoản ưu đãi đầu tư tại Giấy chứng nhận ưu đãi đầu tư số 1746/CNUĐ ĐT do Ủy ban Nhân dân tỉnh Vĩnh Phúc cấp ngày 09/5/2002, Nhà máy Chế biến Sữa Hà Nội hưởng mức thuế xuất thuế thu nhập doanh nghiệp là 20% trong thời hạn 10 năm, được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong vòng 3 năm kể từ khi có thu nhập chịu thuế và giảm 50% cho 07 năm tiếp theo. Theo đó, năm 2005 là năm thứ 2 Nhà máy Sữa Hà Nội được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp.

Thu nhập chịu thuế được tính dựa trên kết quả hoạt động trong năm và điều chỉnh cho các khoản chi phí không được chấp nhận cho mục đích tính thuế. Thu nhập từ lãi liên doanh được chia không phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp.

Trong năm 2005, thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp trên Báo cáo tài chính của Công ty thể hiện số thuế phải nộp phát sinh liên quan tới hoạt động của Văn phòng Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội.

Sau khi đăng ký giao dịch trên TTGDCK Hà Nội Công ty được hưởng ưu đãi thuế TNDN 50% trong vòng 2 năm. Công ty sẽ tiến hành thủ tục đăng ký ưu đãi thuế với Cục thuế địa phương ngay sau khi cổ phiếu của Công ty chính thức giao dịch trên TTGDCK Hà Nội.

V. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC ĐĂNG KÝ GIAO DỊCH

1. Tổ chức tư vấn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN BẢO VIỆT

Địa chỉ: 94 Bà Triệu, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (84-04) 9433016 Fax: (84-04) 943 3012
Chi nhánh: Số 11 Nguyễn Công Trứ, quận 1, TP. Hồ Chí Minh
Điện thoại: (84-08) 9141992 Fax: (84-08) 8218566

2. Tổ chức kiểm toán

CÔNG TY HỢP DANH KIỂM TOÁN VÀ TƯ VẤN TÀI CHÍNH KẾ TOÁN VIỆT NAM (VAFC)

Địa chỉ: 305 – 17T11 Trung Hòa Nhân Chính, Phường Trung Hòa, Quận Cầu Giấy, Hà Nội
Điện thoại: (84-4) 2513006 Fax: (84-4) 2513007

VI. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

1. Rủi ro về kinh tế

Sản phẩm của Hanoimilk thuộc nhóm hàng thực phẩm tiêu dùng, khách hàng sử dụng sản phẩm của Công ty là các cá nhân, hộ gia đình. Chính vì vậy tốc độ tăng trưởng kinh tế và thu nhập của dân cư có ảnh hưởng quan trọng đến việc tiêu thụ sản phẩm cũng như tốc độ tăng trưởng của Công ty.

Trong những năm gần đây (2002-2005), kinh tế Việt Nam luôn đạt mức tăng trưởng khá, trung bình trên 7%/năm, cao thứ 2 Châu Á, thu nhập của người dân cũng luôn được cải thiện (năm 2003 là 415 USD, năm 2004 là 545 USD, năm 2005 đạt mức 584 USD). Điều này đã tác động tích cực đến sức mua trong nước, trong đó có ngành chế biến sữa. Thu nhập của người dân được nâng cao, người dân sẽ quan tâm hơn đến sức khỏe của các thành viên trong gia đình, họ sẽ tăng chi tiêu cho việc tiêu dùng các sản phẩm giàu chất dinh dưỡng như sữa. Tuy nhiên, nếu như nền kinh tế tăng trưởng chậm, dẫn đến thu nhập của người dân giảm, lúc đó họ chỉ tập trung tài chính để chi tiêu cho các nhu yếu phẩm, điều này sẽ tác động đến sức tiêu thụ sữa trong nước, kéo theo sự giảm sút doanh thu và lợi nhuận của Công ty.

2. Rủi ro pháp luật

Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty sẽ gặp những rủi ro về luật pháp như sau:

- Chính sách thuế xuất nhập khẩu khi Việt Nam gia nhập WTO và các tổ chức thương mại khác...
- Chính sách về an toàn thực phẩm đối với thị trường trong nước và xuất khẩu;
- Các chính sách và quy định về nhãn hiệu hàng hóa...
- Các chính sách ưu đãi đầu tư...
- Luật doanh nghiệp và chứng khoán vẫn trong giai đoạn hoàn chỉnh.

3. Rủi ro tỷ giá và cạnh tranh

Khoảng 65% nguyên vật liệu đầu vào của Công ty là nhập khẩu do vậy, lượng tiền ngoại tệ giao dịch hàng năm của Công ty là khá lớn. Chính vì vậy, những biến động về tỷ giá đều ảnh hưởng đến hoạt động của Công ty.

Để giảm bớt áp lực về nguyên vật liệu nhập khẩu cũng như giảm tối thiểu ảnh hưởng của tỷ giá. Công ty đang xây dựng và phát triển chiến lược nguồn nguyên liệu trong nước nhằm giảm dần tỷ trọng nguyên vật liệu nhập khẩu.

Vừa qua Việt Nam đã chính thức được phê chuẩn là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới WTO, đây sẽ là cơ hội lớn đồng thời cũng là thách thức không nhỏ cho Hanoimilk. Với việc ra nhập WTO, các doanh nghiệp nước ngoài cùng ngành sữa sẽ có điều kiện dễ dàng hơn trong thâm nhập thị trường và mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của mình tại Việt Nam. Đặc biệt, các công ty này thường có vốn lớn và nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh, đặc biệt là lĩnh vực kinh doanh đòi hỏi có nhiều quan hệ với cộng đồng. Bên cạnh đó, việc giảm thuế nhập khẩu đối với các sản phẩm sữa sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các sản phẩm sữa ngoại nhập. Tuy nhiên, trong 5 năm hoạt động vừa qua, Hanoimilk đã tích lũy cho mình được nhiều kinh nghiệm quý báu, đảm bảo giúp Công ty đứng vững trong cạnh tranh trong thời kỳ mới. Đó là Công ty đã nắm vững được những đặc trưng trong khẩu vị và những đòi hỏi về sản phẩm dinh dưỡng của người dân Việt Nam, một điều mà không phải dễ dàng các công ty nước ngoài có thể nắm bắt được. Thứ hai là Công ty đã liên tục đầu tư phát triển thương hiệu và hình ảnh Công ty, các thương hiệu IZZI, Yoha, Yotuti ... đang ngày càng được khách hàng yêu mến, tin tưởng và sử dụng. Thứ ba là Công ty đã thiết lập được mạng lưới phân phối vững chắc cũng như hệ thống các nhà phân phối trung thành, đảm bảo sản phẩm của Hanoimilk đứng vững trong cạnh tranh trong thời kỳ mới.

4. Rủi ro khác

Hoạt động kinh doanh của Công ty có thể chịu ảnh hưởng bởi những rủi ro khác như rủi ro do thiên tai, biến động giá cả, bệnh dịch... làm giảm lợi nhuận của Công ty hoặc làm cho các khách hàng truyền thống có thể bị giảm sút và các thị trường tiềm năng có thể mất ổn định. Những rủi ro này dù ít hay nhiều cũng sẽ có những tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty.

VII. MỘT SỐ LƯU Ý TRONG BÁO CÁO TÀI CHÍNH CỦA CÔNG TY

1. Ý kiến kiểm toán về tính hiện hữu của tài sản tại thời điểm 31/12/2005

Đơn vị kiểm toán là Công ty Hợp danh kiểm toán và tư vấn tài chính kế toán Việt Nam được bổ nhiệm kiểm toán sau ngày 31/12/2005 nên đơn vị kiểm toán không tham gia quá trình kiểm kê tiền mặt, hàng tồn kho và tài sản cố định của Hanoimilk. Chính vì vậy đơn vị kiểm toán xác nhận tính đúng đắn về mặt giá trị mà không đưa ra nhận xét về tính hiện hữu của các khoản mục trên. Vào ngày 31/12 hàng năm Hanoimilk luôn thực hiện tổng kiểm kê vật tư, tài sản tiền vốn của doanh nghiệp làm cơ sở lập báo cáo tài chính hàng năm tuân thủ theo đúng

quy định của Luật Kế toán và các quy định kế toán hiện hành. Với trách nhiệm của mình Hội đồng quản trị và Ban Tổng Giám đốc Công ty cổ phần sữa Hà Nội cam kết đảm bảo sự hiện hữu của khoản mục tiền mặt, hàng tồn kho và tài sản cố định tại ngày 31/12/2005.

2. Ý kiến kiểm toán về vấn đề một số khoản phải thu chưa có đối chiếu công nợ tại thời điểm 31/12/2005.

Tại thời điểm đơn vị kiểm toán thực hiện kiểm toán cho các nghiệp vụ kinh tế phát sinh cho năm tài chính 2005, Công ty Cổ phần sữa Hà Nội chưa thu thập đủ các đối chiếu công nợ phải thu với khách hàng với số tiền là 304.511.434 đồng. Đây là hai khoản công nợ phải thu với hai nhà phân phối sau đây:

- + Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thịnh Thái: 303.211.731 đồng
- + Nhà phân phối Nguyễn Tuấn Anh: 1.299.703 đồng

Đến thời điểm này, Hanoimilk đã thực hiện đối chiếu công nợ với hai nhà phân phối này đồng thời cũng đã thu hồi các khoản công nợ phải thu trên. Với trách nhiệm của mình Hội đồng quản trị và Ban Tổng Giám đốc Công ty cổ phần sữa Hà Nội cam kết đảm bảo sự hiện hữu và sự đúng đắn của khoản phải thu trên.

3. Về vấn đề không thống nhất trong xử lý kế toán.

Trong báo cáo tài chính năm 2005 của Hanoimilk có một khoản không thống nhất trong xử lý kế toán giữa Hanoimilk và đơn vị kiểm toán với tổng giá trị là 1.660.109.658 đồng. Đây là các khoản chi phí bán hàng phát sinh của năm 2004 nhưng chưa được hạch toán trong năm 2004 mà được Nhà máy sữa Hà Nội thực hiện điều chỉnh giảm chi phí bán hàng và lợi nhuận chưa phân phối của năm 2005.

Tại thời điểm thực hiện kiểm toán năm 2005, kết quả kinh doanh năm 2004 của Hanoimilk đã được nộp cho cơ quan thuế địa phương chính vì vậy Hanoimilk không thể điều chỉnh lại số liệu tài chính của năm 2004. Hanoimilk đã thực hiện hạch toán bổ sung những khoản chi phí phát sinh này vào năm 2005. Việc hạch toán như trên làm giảm lợi nhuận năm 2005 của Hanoimilk, tuy nhiên tổng giá trị lợi nhuận chưa phân phối của Hanoimilk tích lũy đến thời điểm 31/12/2005 là không đổi.

4. Về chênh lệch số dư cuối kỳ 2005 và đầu kỳ năm 2006 ở Bảng cân đối kế toán.

Theo Bảng cân đối kế toán năm 2005 của Hanoimilk, tổng giá trị tài sản là 207.546.233.937 đồng. Theo Bảng cân đối kế toán 9 tháng năm 2006 của Hanoimilk, tổng giá trị tài sản của số dư đầu năm là 207.545.783.783 đồng, chênh lệch là 450.154 đồng. Đây là khoản thuế thu nhập doanh nghiệp nộp vượt của năm 2005, khi lập Báo cáo tài chính tại thời điểm 30/9/2006, Hanoimilk đã tiến hành điều chỉnh số dư đầu năm 2006 với việc giảm khoản mục “Tài sản ngắn hạn khác”, tiểu khoản “Các khoản thuế phải thu” số tiền là 450.154 đồng bên tài sản, đồng thời giảm khoản mục “Nợ ngắn hạn” tiểu khoản “Thuế và các khoản phải nộp nhà nước” bên nguồn vốn số tiền 450.154 đồng, còn các khoản mục khác thì không thay đổi. Chính vì

vậy Tổng tài sản tại ngày 01/01/2006 của Hanoimilk thấp hơn so với số liệu tại ngày 31/12/2005 số tiền là 450.154 đồng.

VIII. **P**HỤ LỤC

1. **P**hụ lục II: Báo cáo tài chính đã kiểm toán 2005 và báo cáo tài chính 9 tháng/2006
2. **P**hụ lục III: Điều lệ Tổ chức và hoạt động Công ty Cổ phần Sữa Hà Nội

ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ GIAO DỊCH

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

TỔNG GIÁM ĐỐC

TRẦN ĐĂNG TUẤN

QUYỀN KẾ TOÁN TRƯỞNG

TRƯỞNG BAN KIỂM SOÁT

NGUYỄN THỊ THU HUYỀN

NGUYỄN THỊ LEN