

"ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC CẤP GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ PHÁT HÀNH CHỨNG KHOÁN VÀ CẤP PHÉP NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN CHỈ CÓ NGHĨA LÀ VIỆC ĐĂNG KÝ PHÁT HÀNH VÀ NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN ĐÃ THỰC HIỆN THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT LIÊN QUAN MÀ KHÔNG HÀM Ý ĐẢM BẢO GIÁ TRỊ CỦA CHỨNG KHOÁN. MỌI TUYÊN BỐ TRÁI VỚI ĐIỀU NÀY LÀ BẤT HỢP PHÁP"



BẢN CÁO BẠCH

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM QUỐC TẾ

(INTERFOOD)

(Giấy Chứng nhận điều chỉnh Giấy phép số 270/CPH/GCNĐC3-BKH do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp ngày 23 tháng 08 năm 2006)

PHÁT HÀNH CỔ PHIẾU RA CÔNG CHỨNG KẾT HỢP

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN TRUNG TÂM GIAO DỊCH

CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

(Đăng ký phát hành số 30/UBCK-ĐKPH do Chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp ngày 12 tháng 05 năm 2006;

Giấy phép niêm yết số 61/UBCK-GPNY do Chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp ngày 29 tháng 09 năm 2006)

Bản cáo bạch này sẽ được cung cấp tại:

1. Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế (INTERFOOD)

✓ Lô 13, Khu Công Nghiệp Tam Phước, huyện Long Thành, tỉnh Đồng Nai

2. Trụ sở chính Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

✓ 180 - 182 Nguyễn Công Trứ, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

3. Chi nhánh Công ty SSI tại Hà Nội

✓ 25 Trần Bình Trọng, Quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội

Phụ trách công bố thông tin:

Họ tên: Nguyễn Thị Kim Liên

Chức vụ: Giám đốc Tài chính

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM QUỐC TẾ (INTERFOOD)

(Giấy Chứng nhận điều chỉnh Giấy phép số 270 CPH/GCNĐC3-BKH do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp ngày 23 tháng 08 năm 2006)

PHÁT HÀNH RA CÔNG CHỨNG KẾT HỢP NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN TRUNG TÂM GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tên Cổ Phiếu:	Cổ phiếu Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế
Mệnh giá:	10.000 đồng/cổ phiếu
Tổng số lượng phát hành:	3.650.560 cổ phiếu
Tổng số lượng niêm yết:	5.729.472 cổ phiếu
Tổng giá trị niêm yết:	57.294.720.000 đồng

TỔ CHỨC KIỂM TOÁN:

❖ **Công ty TNHH PricewaterhouseCoopers Việt Nam**

Địa chỉ: Tầng 4, Saigon Tower, 29 Lê Duẩn, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh
Điện thoại: (84.8) 8230 796 Fax: (84.8) 8251 947

TỔ CHỨC TƯ VẤN:

❖ **Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)**

Trụ sở chính

Địa chỉ: 180 - 182 Nguyễn Công Trứ, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: (84.8) 8218 567 Fax: (84.8) 8213 867
Email: ssi@ssi.com.vn Website: www.ssi.com.vn

Chi nhánh tại Hà Nội

Địa chỉ: 25 Trần Bình Trọng, Quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội
Điện thoại: (84.4) 9426 718 Fax: (84.4) 9426 719
Email: ssi_hn@ssi.com.vn

MỤC LỤC

I. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH.....	5
1. Tổ chức niêm yết – Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế (Interfood)	5
2. Tổ chức tư vấn - Công ty Chứng khoán Sài Gòn (SSI)	5
II. CÁC KHÁI NIỆM	5
III. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC NIÊM YẾT.....	7
1. Giới thiệu chung về công ty	7
2. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển.....	7
3. Cơ cấu tổ chức Công ty	9
4. Cơ cấu bộ máy quản lý Công ty.....	11
5. Danh sách cổ đông nắm giữ từ trên 5% vốn cổ phần của công ty và danh sách cổ đông sáng lập.....	15
6. Danh sách những công ty mẹ và công ty con của tổ chức niêm yết, những công ty mà tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức xin niêm yết	16
7. Hoạt động kinh doanh	17
8. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong 2 năm 2004-2005 và 6 tháng đầu năm 2006.....	38
9. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành	39
10. Chính sách đối với người lao động	46
11. Chính sách cổ tức	48
12. Tình hình hoạt động tài chính	48
13. Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc, Ban kiểm soát	53
14. Tài sản	60
15. Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức.....	61
16. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức.....	62
17. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của tổ chức niêm yết.....	63
18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới công ty mà có thể ảnh hưởng đến giá cả cổ phiếu niêm yết.....	63
IV. CỔ PHIẾU NIÊM YẾT	63
1. Loại chứng khoán.....	63
2. Mệnh giá.....	63
3. Tổng số chứng khoán niêm yết	63
4. Giá niêm yết dự kiến	64
5. Phương pháp tính giá	64
6. Cơ cấu cổ phần niêm yết.....	64
7. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với nhà đầu tư nước ngoài.....	64

8. Các loại thuế có liên quan	65
V. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC NIÊM YẾT	66
IV. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO	67
1. Rủi ro về kinh tế	67
2. Rủi ro về thị trường	67
3. Rủi ro về luật pháp	67
4. Rủi ro về kinh doanh	68
5. Các rủi ro khác	68
PHỤ LỤC	70

Phụ lục 1: Bản sao công chứng Giấy Chứng nhận điều chỉnh Giấy phép số 270 CPH/GCNĐC3-BKH do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp ngày 23 tháng 08 năm 2006.

Phụ lục 2: Nghị quyết Đại hội Cổ đông bất thường về việc bầu các thành viên Hội đồng Quản trị, Ban kiểm soát.

Phụ lục 3: Báo cáo tài chính 6 tháng đầu năm 2006.

Các Phụ lục khác: Xin tham chiếu tại các phụ lục đính kèm Bản cáo bạch Công ty Cổ phần thực phẩm quốc tế (Interfood) về việc phát hành cổ phiếu ra công chúng kết hợp niêm yết cổ phiếu trên trung tâm giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh đã được chấp thuận theo giấy chứng nhận đăng ký phát hành số: 30/UBCK-ĐKPH do Chủ tịch Ủy ban chứng khoán Nhà nước cấp ngày 12 tháng 05 năm 2006

NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

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

1. Tổ chức niêm yết – Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế (Interfood)

Ông Pang Tee Chiang Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng Quản trị, Tổng Giám đốc

Bà Nguyễn Thị Kim Liên Chức vụ: Thành viên hội đồng quản trị/Giám đốc Tài chính

Ông Trương Văn Thành Chức vụ: 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 điều tra, thu thập một cách hợp lý, theo đó, nhà đầu tư có thể hiểu, phân tích tình hình tài chính, hoạt động, kinh doanh trong quá khứ cũng như triển vọng trong tương lai của Công ty.

2. Tổ chức tư vấn - Công ty Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

Ông Nguyễn Hồng Nam Chức vụ: Giám đốc Điều hành

Bản cáo bạch này là một phần của Hồ sơ xin phép niêm yết do Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI) tham gia lập trên cơ sở hợp đồng tư vấn với Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế (Interfood). Chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trên 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 Interfood cung cấp.

II. CÁC KHÁI NIỆM

- ❖ Công ty: Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế
- ❖ Tổ chức niêm yết: Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế
- ❖ Interfood: Tên viết tắt của Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế
- ❖ IFPI: Công ty Công nghiệp Chế biến Thực phẩm Quốc tế
- ❖ SSI Công ty Chứng khoán Sài Gòn
- ❖ UBCKNN Ủy Ban Chứng khoán Nhà nước
- ❖ TOH Trade Ocean Holdings Sdn Bhd
- ❖ MPI Bộ Kế hoạch và Đầu tư
- ❖ HSTC Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Tp Hồ Chí Minh

III. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC NIÊM YẾT

1. Giới thiệu chung về công ty

- Tên gọi Công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM QUỐC TẾ
- Tên giao dịch đối ngoại: INTERFOOD SHAREHOLDING COMPANY
- Tên viết tắt: INTERFOOD
- Địa chỉ: Lô 13 Khu Công nghiệp Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai
- Điện thoại: (84.61) 511 138 Fax: (84.61) 512 498
- Email: ifpi@hcm.vnn.vn Website: <http://www.wonderfarmonline.com>
- Vốn điều lệ:
 - o Vốn điều lệ trước khi phát hành: 206.336.000.000 (hai trăm linh sáu tỷ, ba trăm ba mươi sáu triệu) đồng.
 - o Vốn điều lệ của công ty sau khi phát hành và niêm yết: 242.841.600.000 (hai trăm bốn mươi hai tỷ, tám trăm bốn mươi một triệu, sáu trăm nghìn) đồng.
- Phạm vi lĩnh vực hoạt động của Công ty bao gồm:
 - o Chế biến nông sản thủy sản thành sản phẩm đóng hộp, sấy khô, ướp đông, muối, ngâm dấm;
 - o Sản xuất các loại bánh, thức ăn nhẹ;
 - o Chế biến nước trái cây có ga, nước trái cây có độ cồn thấp (5%), nước tinh lọc đóng chai;
 - o Sản xuất chai PET phục vụ sản xuất của Công ty.

2. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế, tiền thân là Công ty Công nghiệp Chế biến Thực phẩm Quốc tế (IFPI), được thành lập ngày 16/11/1991 theo Giấy phép đầu tư số 270/GP của Ủy ban Nhà nước về Hợp tác và Đầu tư (nay là Bộ Kế hoạch và Đầu tư). Chủ đầu tư ban đầu là Công ty Trade Ocean Exporters Sdn. Bhd (Penang, Malaysia). Năm 1996, chủ đầu tư của IFPI chuyển thành công ty Trade Ocean Holding Sdn.Bhd (có trụ sở tại Penang, Malaysia) theo Giấy phép số 270/GPĐC5 ngày 26/02/1996 của Bộ Kế hoạch Đầu tư. Hoạt động chính của Công ty là chế biến nông sản, thủy sản thành sản phẩm đóng hộp, sấy khô, ướp đông, muối và ngâm dấm để xuất khẩu với tổng vốn đầu tư ban đầu là 1.140.000 USD.

Năm 1994, Công ty mở rộng kinh doanh bằng việc thâm nhập vào thị trường bánh bích qui. Sau đó, năm 2003, Công ty được phép sản xuất các sản phẩm nước trái cây có gaz và nước trái cây có độ cồn nhẹ; vốn đầu tư của Công ty tăng lên 23.000.000 USD. Trụ sở chính của Công ty và nhà máy đặt tại Số 9, Đường số 5, phường Tân Tiến, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai. Tháng 1 năm 2005, công ty được phép sản xuất thêm sản phẩm nước tinh khiết và chai PET; tổng vốn đầu tư tăng lên 30.000.000 USD.

Tháng 4/2004, Interfood ký hợp đồng sản xuất với Công ty AVA Food Industries Ltd. để giảm bớt sự căng thẳng về mặt bằng, nhà xưởng và vật tư tại nhà máy Biên Hòa, theo đó, AVA sẽ cung cấp mặt bằng sản xuất và Interfood sẽ cung cấp máy móc và kỹ thuật. Giấy phép điều chỉnh số 270 CPH/GPDC1 ngày 6 tháng 2 năm 2006 đã cho phép Công ty chuyển trụ sở tới Lô 13, Khu Công nghiệp Tam Phước, huyện Long Thành, tỉnh Đồng Nai.

Năm 2003, Nghị định 38/2003/NĐ – CP của Chính phủ Về việc chuyển đổi một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sang hoạt động theo hình thức công ty cổ phần được ban hành. IFPI là một trong sáu doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đầu tiên nộp hồ sơ chuyển đổi lên Bộ Kế hoạch Đầu tư và được chấp thuận. Từ ngày 09/08/2005, Công ty Công nghiệp Chế biến Thực phẩm Quốc tế được chuyển thành Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế (Interfood) theo Giấy phép số 270 CPH/GP của Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Bảng 1: Các mốc thay đổi vốn của công ty trong giai đoạn 1991-2005

Đơn vị: 1.000 USD

TT	VỐN ĐĂNG KÝ				VỐN THỰC GÓP		
	Số giấy phép đầu tư	Ngày	Vốn đầu tư	Vốn pháp định	Vốn pháp định	Ngày	Xác nhận của tổ chức kiểm toán
1	270/GP	16/11/1991	1.140	1.140	1.140		
2	270/ĐCGP	19/03/1992	2.140	1.140	1.140		
3	270/ĐCGP1	03/11/1993	3.140	1.140	1.140		
4	270/GPĐC2	11/04/1994	3.140	3.140	3.140	02/06/1999	E&Y
5	270/GPĐC3	03/07/1995	5.200	3.140	3.140		
6	270/GPĐC6	06/01/1997	9.100	3.140	3.140		
7	270/GPĐC8	17/03/1999	17.000	5.100	5.100	30/07/2001	A&C
8	270/GPĐC12	14/05/2001	17.000	8.000	8.000	30/07/2001	A&C
9	270/GPĐC13	04/04/2002	17.000	9.400	9.400	29/05/2002	A&C
10	270/GPĐC14	10/07/2003	20.000	11.400	11.400	14/08/2003	A&C
11	270/GPĐC16	31/12/2003	23.000	11.400	11.400		
12	270/GPĐC17	21/01/2005	30.000	14.000	13.000	13/04/2005	A&C
13	270 CPH/GP	09/08/2005	30.000	13.000	13.000	13/04/2005	A&C

Từ khi thành lập đến năm nay, Công ty đã không ngừng tăng trưởng về vốn, doanh thu, tổng tài sản, sử dụng toàn bộ lợi nhuận giữ lại để tái đầu tư vào mở rộng sản xuất. Sau khi chuyển thành công ty cổ phần, đầu năm 2006, công ty đã thực hiện phát hành cổ phiếu ra công chúng để tăng vốn lên hơn 242 tỷ đồng, tương đương với 15,3 triệu USD.

Trong quá trình hoạt động, Interfood đã tham gia tích cực vào các triển lãm thực phẩm quốc tế lớn trên toàn thế giới. Công ty là cũng là một trong những nhà tài trợ chính cho Sea games 22 tổ chức tại Việt Nam. Sản phẩm của Interfood được bình chọn là Top 60 sản phẩm có vốn đầu tư nước ngoài được ưa thích nhất và đạt danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao trong 6 năm liên tục. Interfood đã hoàn tất hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn HACCP và chính thức được công nhận vào tháng 5 năm 2006. Hoạt động kinh doanh của Công ty không những đóng góp vào sự phát triển của công nghiệp chế biến thực phẩm của Việt Nam, mà còn góp phần tăng kim ngạch xuất khẩu thực phẩm đã qua chế biến và giải quyết việc làm cho xã hội.

3. Cơ cấu tổ chức Công ty

3.1. Giới thiệu về tập đoàn Trade Ocean

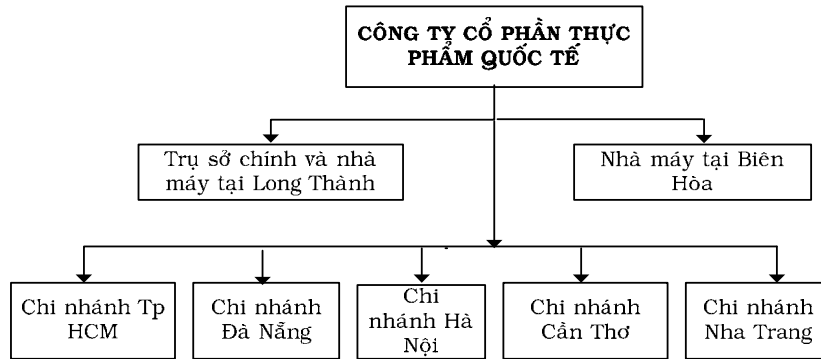
Trade Ocean Holdings Sdn. Bhd. (TOH) là một công ty hữu hạn tư nhân chuyên về đầu tư (Investment Holdings), thành lập và đăng ký tại Malaysia vào ngày 9/12/1991. Công ty không có ngành nghề kinh doanh khác cũng như mâu thuẫn về lợi ích kinh tế với Interfood.

- Địa chỉ: 50-C Rangoon Road, 10400 Penang, Malaysia
- Điện thoại: 604.582.1166;
- Số đăng ký: 230481-X
- Vốn đăng ký: 50.000.000 (Năm mươi triệu) Ringit Malaysia
- Vốn thực góp tại thời điểm 15/3/2006: 28.094.611 (Hai mươi tám triệu, không trăm chín mươi bốn ngàn, sáu trăm mười một) Ringit Malaysia, tương đương với 7.490.000 (Bảy triệu, bốn trăm chín mươi ngàn) USD
- Tỷ lệ cổ phần nắm giữ của TOH trong Interfood: Trước cổ phần hóa, TOH nắm giữ 100% vốn của Công ty IFPI, sau đó khi IFPI chuyển sang công ty cổ phần Thực phẩm Quốc tế, tỷ lệ cổ phần nắm giữ của TOH trong Interfôd giảm xuống còn 67,39%. Tỷ lệ nắm giữ của TOH tiếp tục bị pha loãng sau khi công ty phát hành cổ phiếu ra công chúng. Tỷ lệ nắm giữ của TOH khi Interfood niêm yết là 57,25% vốn điều lệ.
- Hội đồng quản trị của TOH tại thời điểm 31/12/2005 bao gồm:
Ông Pang Tee Chiang – Chủ tịch Hội đồng quản trị

Ông Ng Eng Huat – Thành viên Hội đồng quản trị

Ông Yau Hau Jan - Thành viên Hội đồng quản trị

3.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty



Hình 1: Cơ cấu tổ chức của Công ty

❖ **Trụ sở chính:**

Địa chỉ: Lô 13 Khu Công nghiệp Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai

Điện thoại: (84.61) 511 138

Fax: (84.61) 512 498

Email: ifpi@hcm.vnn.vn

Website: <http://www.wonderfarmonline.com>

❖ **Nhà máy:**

Nhà máy Biên Hòa

Địa chỉ: Số 9, đường số 5, phường Tân Tiến, Biên Hòa, Đồng Nai

Điện thoại: (84.61) 822 073

Fax: (84.61) 823 463

Nhà máy Long Thành

Địa chỉ: Lô 13 Khu Công nghiệp Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai

Điện thoại: (84.61) 511 138

Fax: (84.61) 512 498

Email: ifpi@hcm.vnn.vn

❖ **Chi nhánh:**

Chi nhánh Tp Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 114A Phan Văn Trị, phường 10, quận Gò Vấp, Tp Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 4463 243

Fax: (84.8) 4463 242

Email: saigonbranch@yahoo.com

Chi nhánh Đà Nẵng

Địa chỉ: 166 Hải Phòng, phường Tân Chính, quận Thanh Khê, Thành phố Đà Nẵng

Điện thoại: (84.511) 751 478

Fax : (84.511) 751 474

Email: interfood-dn@dng.vnn.vn

Chi nhánh Hà Nội

Địa chỉ: Kho số 3, số 233B Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.

Điện thoại: (84.4) 5589 061/68 Fax: (84.4) 5589 062

Email: interfood@fpt.vn

Chi nhánh Cần Thơ

Địa chỉ: 222 Đường 3/2, phường Hưng Lợi, quận Ninh Kiều, Tp Cần Thơ.

Điện thoại: (84.71) 835 236 Fax : (84.71) 835 237

Email: interfoodct@hcm.vnn.vn

Chi nhánh Nha Trang

Địa chỉ: 32B đường Lam Sơn, Quận Phước Hòa, thành phố Nha trang, Khánh Hòa

Điện thoại: (84.58) 877 112 - 877 109 Fax: (84.58) 877 110

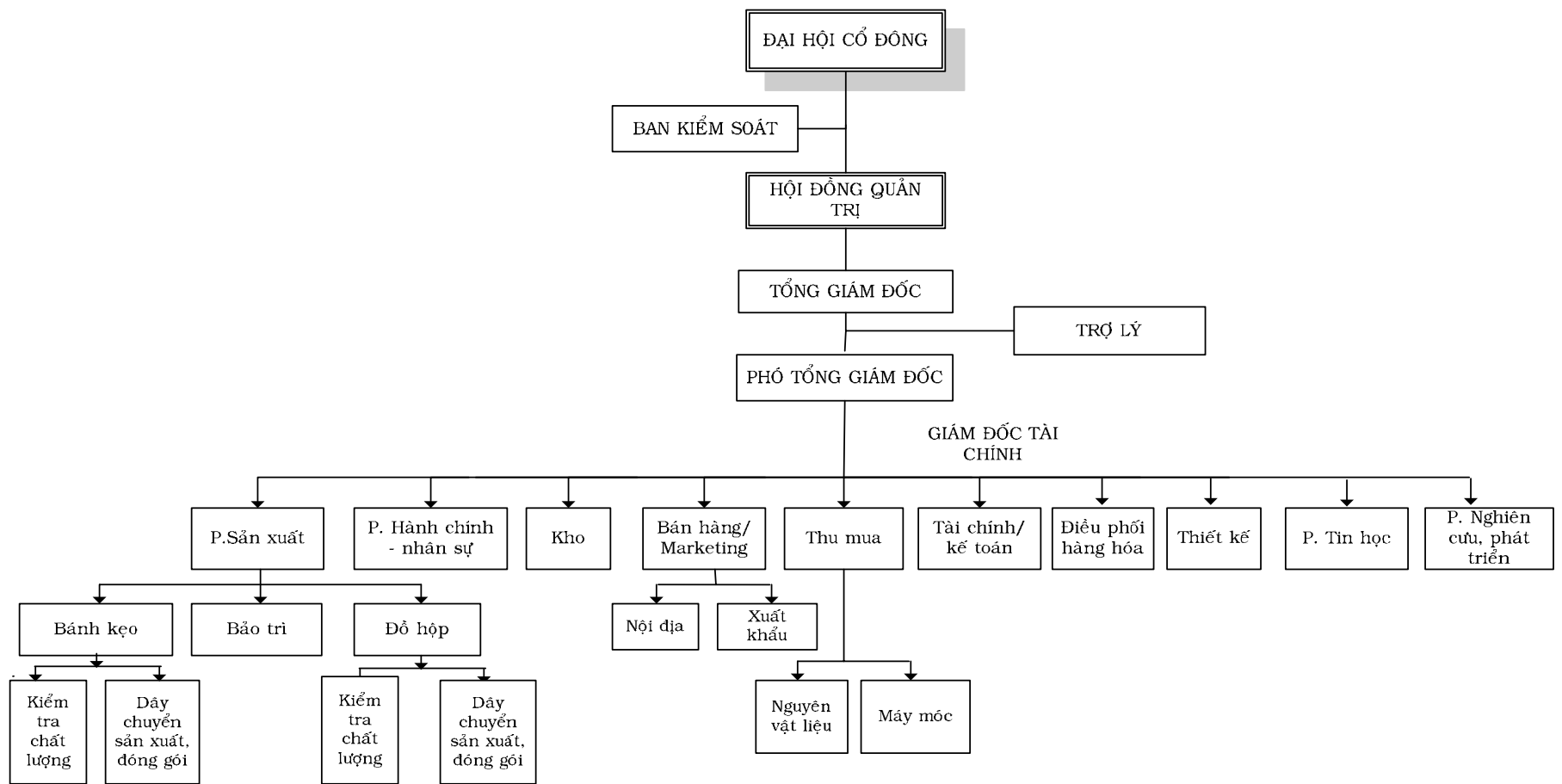
Email: cn_ifpi_nt@dng.vnn.vn

4. Cơ cấu bộ máy quản lý Công ty

Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế được tổ chức và hoạt động tuân thủ theo:

- Luật Doanh nghiệp đã được Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 12/06/1999 ;
- Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam được Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 27/11/1996 và Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt nam ngày 9/06/2000 ;
- Nghị định 38/2003/NĐ – CP ngày 15/04/2003 của Chính phủ về việc chuyển đổi một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sang hoạt động theo hình thức Công ty cổ phần;
- Thông tư 08/2008/TTLT-BKH-BTC ngày 29/12/2003 về việc hướng dẫn thực hiện một số quy định tại Nghị định 38/2003/NĐ-CP ngày 15/4/2003;
- Luật và các quy định khác có liên quan;
- Điều lệ Công ty được Đại hội cổ đông nhất trí thông qua.

Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty được tổ chức theo mô hình công ty cổ phần, chi tiết trình bày ở phần tiếp theo.



Hình 2: Cơ cấu bộ máy quản lý Công ty

Đại hội đồng Cổ đông

Theo Luật Doanh nghiệp và Điều lệ Công ty, Đại hội đồng Cổ đông là cơ quan quyền lực cao nhất của Công ty. Đại hội đồng Cổ đông quyết định cơ cấu tổ chức hoặc giải tán Công ty, quyết định các kế hoạch đầu tư dài hạn và chiến lược phát triển, cơ cấu vốn, bổ nhiệm Hội đồng Quản trị.

Hội đồng Quản trị

Hội đồng Quản trị là cơ quan điều hành Công ty, có đầy đủ quyền hạn để thay mặt Công ty quyết định các vấn đề liên quan đến mục tiêu và lợi ích của Công ty, ngoại trừ các vấn đề thuộc quyền hạn của Đại hội đồng Cổ đông.

Ban kiểm soát

Ban kiểm soát do Đại hội đồng Cổ đông bầu ra. Vai trò của Ban kiểm soát là đảm bảo các quyền lợi của cổ đông và giám sát các hoạt động của Công ty.

Tổng Giám đốc

Hội đồng Quản trị có quyền bổ nhiệm và bãi nhiệm Tổng Giám đốc. Tổng Giám đốc điều hành các hoạt động của Công ty và chịu trách nhiệm trước Hội đồng Quản trị về các nhiệm vụ và quyền hạn được giao phó.

Bộ phận sản xuất

Bộ phận sản xuất lập kế hoạch sản xuất; phân tích tình hình sản lượng, các biến động và sự hao hụt theo ngày, tháng, năm và kiểm tra việc áp dụng các tiêu chuẩn vào quá trình sản xuất.

Bộ phận sản xuất kiểm soát chất lượng sản phẩm theo những thông số do bộ phận R&D cung cấp và việc áp dụng các nguyên tắc theo HACCP (Hệ thống phân tích mối nguy hiểm và xác định kiểm soát trọng yếu); bảo trì máy móc theo kế hoạch; nhập các máy móc, công cụ, phương tiện bảo hộ; phối hợp với bộ phận nhân sự trong các vấn đề liên quan tới nhu cầu của nhân viên, thăng tiến và kế hoạch đào tạo.

Bộ phận Hành chính, nhân sự

Bộ phận hành chính nhân sự thi hành các chính sách của Công ty liên quan đến lương, phúc lợi, đưa đón nhân viên; phối hợp với tổ chức Công đoàn trong Công ty trong các vấn đề liên quan; xây dựng chính sách lao động và quy chế hành chính nhân sự cho nhà máy và các chi nhánh.

Bộ phận hành chính cũng hỗ trợ nhân viên trong việc giải quyết các mâu thuẫn với lãnh đạo, phối hợp với các bộ phận liên quan trong việc tổ chức đưa đón nhân viên, tổ chức ca làm việc và xây dựng kế hoạch đào tạo nhân viên.

Bộ phận marketing

Bộ phận Marketing thực thi các chiến lược đối với thị trường trong nước, nước ngoài, tham vấn Ban giám đốc về việc giới thiệu sản phẩm mới hoặc ngưng sản phẩm cũ; hợp tác với bộ phận thiết kế và bộ phận nghiên cứu phát triển để phát triển sản phẩm mới, xây dựng kế

hoạch sản xuất; hợp tác với bộ phận vận chuyển trong các công việc liên quan tới kế hoạch xuất khẩu, phân phối hàng hóa; xây dựng kế hoạch xúc tiến sản phẩm và chiến lược quảng cáo; tham gia các nghiên cứu về sản phẩm của công ty, đối thủ cạnh tranh và thị trường.

Bộ phận kế toán tài chính

Bộ phận kế toán tài chính xây dựng các kế hoạch tài chính của nhà máy, trụ sở chính và các chi nhánh trong các nội dung liên quan đến hoạt động sản xuất hiện tại, dự án mới và kế hoạch nộp thuế; đảm bảo báo cáo đúng hạn lên Ban lãnh đạo, xây dựng báo quản trị định kỳ; dự trù nguồn ngân sách và phân bổ tài chính; đánh giá các dự án và kiểm tra việc thực hiện; đảm bảo việc tuân thủ các nguyên tắc kế toán và hệ thống quy tắc của Công ty; thực hiện các giao dịch ngân hàng.

Bộ phận tin học

Bộ phận tin học xây dựng các kế hoạch liên quan đến tình hình hệ thống thông tin hành chính hiện tại và yêu cầu trong tương lai cho nhà máy, các chi nhánh; thực hiện kiểm tra việc trao đổi thông tin, chính sách bảo mật thông tin; thực hiện và kiểm tra các phần mềm mới của Công ty; đảm bảo hệ thống thông tin nội bộ hoạt động hiệu quả; thực hiện lưu giữ dữ liệu an toàn.

Bộ phận thiết kế

Bộ phận thiết kế có trách nhiệm phân tích các mẫu mã sản phẩm hiện tại, giới thiệu các mẫu mã mới; phối hợp với người tiêu thụ, bộ phận sản xuất và các công ty in ấn để xây dựng chính sách liên quan đến giá cả, chất lượng, số lượng của các mẫu mã hiện tại và mẫu mã mới; phối hợp với bộ phận marketing, nghiên cứu phát triển, thu mua và bộ phận sản xuất nhằm sử dụng tối đa nguyên vật liệu và giảm chi phí.

Bộ phận nghiên cứu phát triển

Bộ phận nghiên cứu phát triển hỗ trợ Bộ phận marketing, bộ phận thu mua và bộ phận sản xuất trong việc phân tích chất lượng của các sản phẩm hiện tại và giới thiệu sản phẩm mới; thực hiện các hoạt động kiểm tra, nghiên cứu và giới thiệu nguyên liệu, công thức, thành phần mới và dòng đời sản phẩm; phát triển sản phẩm mới; kiểm tra các khiếm khuyết của sản phẩm, sản phẩm bị loại bỏ và cung cấp các dữ liệu cho ban lãnh đạo ra quyết định.

Bộ phận thu mua

Bộ phận mua hàng phụ trách việc lên kế hoạch cho nhu cầu nhập nguyên vật liệu bao gồm giá cả, số lượng, chất lượng; xây dựng hệ thống quy tắc nhập nguyên vật liệu; phối hợp với nhà cung cấp và ban lãnh đạo nhằm đảm bảo đủ nguyên vật liệu cho hoạt động sản xuất; phối hợp với ban lãnh đạo để dự trù chi phí nguyên vật liệu; kiểm tra việc thực thi; phối hợp với bộ phận quản lý kho trong việc lưu kho và giao hàng.

Bộ phận quản lý kho

Bộ phận quản lý kho thực thi các chính sách đối với hệ thống và quy trình lưu kho; phối hợp với bộ phận điều phối hàng hóa trong việc phân phối và nhập hàng; báo cáo cho ban lãnh đạo các số liệu về hàng tồn kho, những mặt hàng lưu chuyển chậm, hàng bị hỏng hoặc bị trả lại; phối hợp với bộ phận tin học và bảo vệ để đảm bảo nhập và giao hàng đúng.

Bộ phận điều phối hàng hóa

Bộ phận điều phối hàng hóa thi hành việc quản lý phương tiện vận tải, lịch bảo dưỡng phương tiện vận tải để đảm bảo tuân thủ luật pháp; phối hợp với các đơn vị vận tải bên ngoài Công ty; quản lý các lái xe trong việc vận chuyển và giao hàng hóa.

5. Danh sách cổ đông nắm giữ từ trên 5% vốn cổ phần của công ty và danh sách cổ đông sáng lập

Bảng 2: *Danh sách cổ đông nắm giữ trên 5% vốn cổ phần*

TT	Cổ đông	Quốc tịch	Số cổ phần	Tỷ trọng trong tổng vốn điều lệ (%)
1	Trade ocean Holding Sdn.Bhd.	Malaysia	13.903.872	57,25%
2	Pang Tee Chiang	Malaysia	5.547.408	22,84%

Bảng 3: *Danh sách cổ đông sáng lập*

TT	Cổ đông	Quốc tịch	Số cổ phần	Tỷ trọng trong tổng vốn điều lệ (%)
1	Trade ocean Holding Sdn.Bhd.	Malaysia	13.903.872	57,25%
2	Pang Tee Chiang	Malaysia	5.547.408	22,84%
3	Ng Eng Huat	Malaysia	904.704	3,73%
4	Yau Hau Jan	Malaysia	67.616	0,28%

Căn cứ Điều 10 và Điều 15 Nghị định 38/2003/NĐ-CP ngày 15/04/2003 của Chính phủ về chuyển đổi một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thành Công ty cổ phần quy định: “*Trong quá trình hoạt động, các cổ đông sáng lập nước ngoài được phép chuyển nhượng cổ phần cho tổ chức, cá nhân nước ngoài. Việc chuyển nhượng cổ phần do cổ đông sáng lập nước ngoài nắm giữ cho các tổ chức, cá nhân Việt Nam phải được Bộ Kế hoạch Đầu tư chuẩn y và phải đảm bảo quy định tổng giá trị cổ phần do cổ đông sáng lập nước ngoài nắm giữ phải đảm bảo ít nhất bằng 30% vốn điều lệ trong suốt quá trình hoạt động của Công ty*”. Số tiền thu được, cổ đông sáng lập nước ngoài phải dùng để tái đầu tư tại Việt Nam; thực hiện chuyển ra khỏi Việt Nam phải được sự chấp thuận của cơ quan có thẩm quyền.

Việc bán bớt cổ phần của các cổ đông này đã được Bộ Kế hoạch Đầu tư thông qua tại Công văn số 4444/BKH-ĐTNN ngày 16/04/2006. Theo đó, Bộ Kế hoạch Đầu tư cho phép 2 cổ đông sáng lập của công ty là Ông Pang Tee Chiang và Ông Ng Eng Huat bán bớt 2.118.912 cổ phần trong số cổ phần hiện đang sở hữu. Đến nay, ông Pang Tee Chiang đã thực hiện bán 250.000 cổ phần cho cổ đông ngoài công ty. Dự kiến, Sau khi niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán, Công ty sẽ công bố thông tin công khai theo quy định của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước về việc bán bớt số cổ phần còn lại được phép chuyển nhượng của cổ đông này.

Bảng 4: Kế hoạch bán bớt cổ phần được phép chuyển nhượng còn lại của cổ đông sáng lập

TT	Cổ đông	Số cổ phần được MPI cho phép chuyển nhượng	Số cổ phần đã chuyển nhượng	Số cổ phần còn lại chưa chuyển nhượng	Số cổ phần được phép chuyển nhượng (do cam kết nắm giữ 50% số cổ phần được phép chuyển nhượng của Thành viên HĐQT)
1	2	3	4	5= 3 - 4	6 = 5 x 50%
1	Pang Tee Chiang	1.214.208	250.000	964.208	482.104
2	Ng Eng Huat	904.704	0	904.704	904.704
	Tổng cộng	2.118.912	250.000	1.868.912	1.386.808

- Thời gian thực hiện: trong vòng 3 năm kể từ ngày niêm yết
- Phương thức thực hiện: Giao dịch thỏa thuận hoặc khớp lệnh theo quy định của Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Tp Hồ Chí Minh

6. Danh sách những công ty mẹ và công ty con của tổ chức niêm yết, những công ty mà tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức xin niêm yết

Bảng 5: Công ty có nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức niêm yết

TT	Cổ đông	Địa chỉ	Số cổ phần nắm giữ	Tỷ lệ (%)
1	Trade Ocean Holdings Sdn.Bhd (TOH)	50-C Rangoon Road, 10400 Penang, Malaysia	13.903.872	57,25%

Mối quan hệ của TOH với Interfood là mối quan hệ công ty mẹ - công ty con; đại diện của TOH tại Interfood là Ông Pang Tee Chiang và Yau Hau Jan. TOH không có hoạt động kinh doanh có mâu thuẫn về lợi ích với Interfood.

Tổ chức niêm yết không có quyền kiểm soát hoặc nắm cổ phiếu chi phối đối với công ty khác.

7. Hoạt động kinh doanh

7.1. Các nhóm sản phẩm chính của Công ty

Sản phẩm của công ty bao gồm hơn 200 loại nước trái cây đóng hộp, bánh bích quy, bánh xốp, các loại thực phẩm đóng hộp.

Sản phẩm	Mô tả
Bánh bích quy, bánh xốp các loại:	Công ty sản xuất các loại bánh quy, bánh cookies, bánh xốp mịn, bánh xốp kem sôcôla, bánh xốp kem lá dứa, kem dâu, bánh quế dâu, bánh quế đậu phộng, bánh quế sôcôla v.v... Các sản phẩm này được đóng gói trong hộp sắt, hộp giấy, túi nhựa, hộp nhựa với nhiều kích cỡ, trọng lượng khác nhau
Thực phẩm đóng hộp:	Thực phẩm đóng hộp của Interfood bao gồm các loại súp vi cá đóng hộp, các loại rau cari, cá hộp, nấm rơm xốt tương, cá tầm gia vị, sương sâm xốt càry, tôm nghiền tầm gia vị, nấm rơm cả cây, nấm rơm nở, nấm bào ngư, nấm vàng, nấm rừng, nấm búp, thân nấm v.v... Thực phẩm đóng hộp không phải là sản phẩm chính của công ty mà chủ yếu được sản xuất để xuất khẩu. Quá trình sản xuất của công ty phải đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về thực phẩm của các nước nhập khẩu.
Đồ uống đóng lon; đóng chai PET:	Công ty cung cấp nhiều loại sản phẩm đồ uống đóng hộp khác nhau như: trà bí đao, nhân sâm Cao ly, nước yến, nước sương sâm, sương sáo, rau má, hạt é, sữa đậu nành, trà la hán quả, nước chôm chôm, xoài, măng cầu, dứa, mít, sữa dừa, nước dừa tươi, cà phê sữa đá, cà phê đá, cà phê Việt Nam, nước uống tăng lực và nước uống có gas. Hầu hết các sản phẩm đều được sản xuất từ nước ép trái cây ngoại trừ nhân sâm và nước yến. Đồ uống được đóng hộp trong hộp sắt hoặc nhôm có kích cỡ từ 250ml đến 330ml. Các loại nước uống đóng chai mới của công ty bao gồm: trà chanh, trà xanh, trà hoa cúc và nước cam ép đóng chai PET với kích cỡ từ 500ml đến 1500ml. Sản phẩm được sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn và vệ sinh thực phẩm.
Hoa quả đóng hộp:	Các sản phẩm mít non ngâm nước, mít ngâm nước đường, măng cầu nước đường là các trái cây tươi, được đóng hộp và tiệt trùng. Kích cỡ hoa quả đóng hộp thường từ 400 gr đến 530 gr/ hộp.

Các sản phẩm khác: Các sản phẩm khác bao gồm sữa dừa đóng hộp, kem dừa đóng hộp, bánh xốp trứng, bánh dừa, dừa sấy (béo/ít béo), sôcôla v.v... Một số sản phẩm là sản phẩm phụ của các sản phẩm khác, ví dụ: sữa dừa, dừa sấy béo và nước dừa.



Hình 3: Một số sản phẩm tiêu biểu của Công ty

7.2. Sản lượng sản phẩm, dịch vụ qua các năm

Bảng 6: Cơ cấu sản lượng sản phẩm qua các năm (2004 – 2005 và quý 1 & 2 năm 2006)

Đơn vị: tấn

TT	Tên sản phẩm	Số lượng		
		2004	2005	Quý 1+ 2/2006
1	Bánh quy, bánh xốp các loại	10.811	4.916	363
2	Nước uống đóng hộp	7.259	28.524	23.182
3	Thực phẩm đóng hộp	728	308	402
4	Nấm các loại	271	120	84
5	Sản phẩm khác	51	152	
	Tổng cộng	19.120	34.020	24.031

Bảng 7: Cơ cấu doanh thu theo sản phẩm (2004 – 2005 và quý 1 & 2 năm 2006)

TT	Sản phẩm	2004		2005		Quý 1+ 2/2006	
		USD	Triệu VND	USD	Triệu VND	USD	Triệu VND
1	Bánh qui, bánh xốp các loại	4.079.180	64.202	1.658.179	26.319	728.522	11.628
2	Đồ uống đóng hộp	16.185.264	254.685	29.954.407	475.436	18.951.985	302.512
3	Thực phẩm đóng hộp	985.829	15.516	223.734	3.551	2.115.911	33.774
4	Nấm	319.861	5.034	152.362	2.418	39.689	633
5	Sản phẩm khác	202.331	3.184	473.716	7.519		
	Tổng cộng	21.772.464	342.622	32.462.398	515.243	21.836.109	348.547

Ghi chú: Tỷ giá hối đoái tại ngày 31/12/2004 là 1 USD = 15.739 VND

Tỷ giá hối đoái tại ngày 31/12/2005 là 1 USD = 15.872 VND

Tỷ giá hối đoái tại ngày 30/06/2006 là 1 USD = 15.962 VND

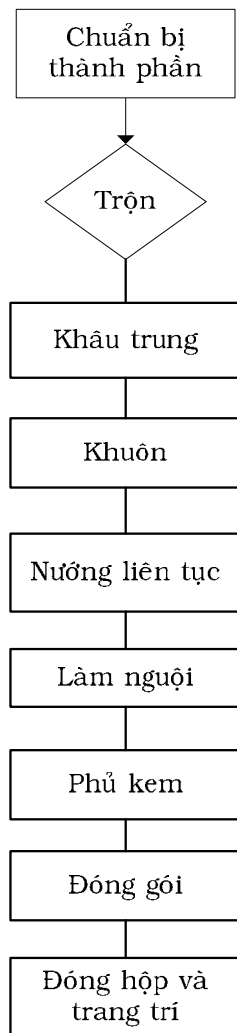
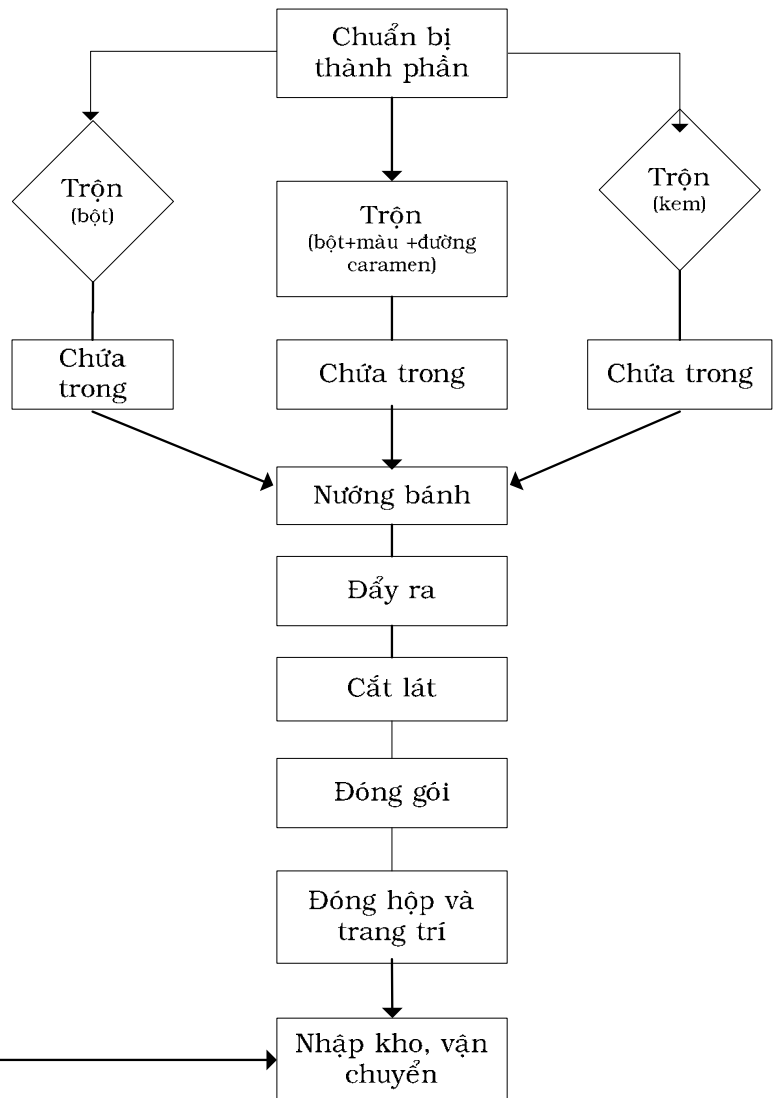
Sản lượng và doanh thu từ sản phẩm bánh bích qui, bánh xốp các loại và thực phẩm đóng hộp năm 2005 giảm sút so với năm 2004 do công ty chuyển các dây chuyền này từ Nhà máy Biên Hoà về Nhà máy mới tại Long Thành, Đồng Nai, theo chủ trương của Ủy ban Nhân dân tỉnh Đồng Nai. Thời gian sản xuất các sản phẩm này bị gián đoạn do việc di chuyển máy móc sản xuất.

7.3. Quy trình sản xuất các sản phẩm

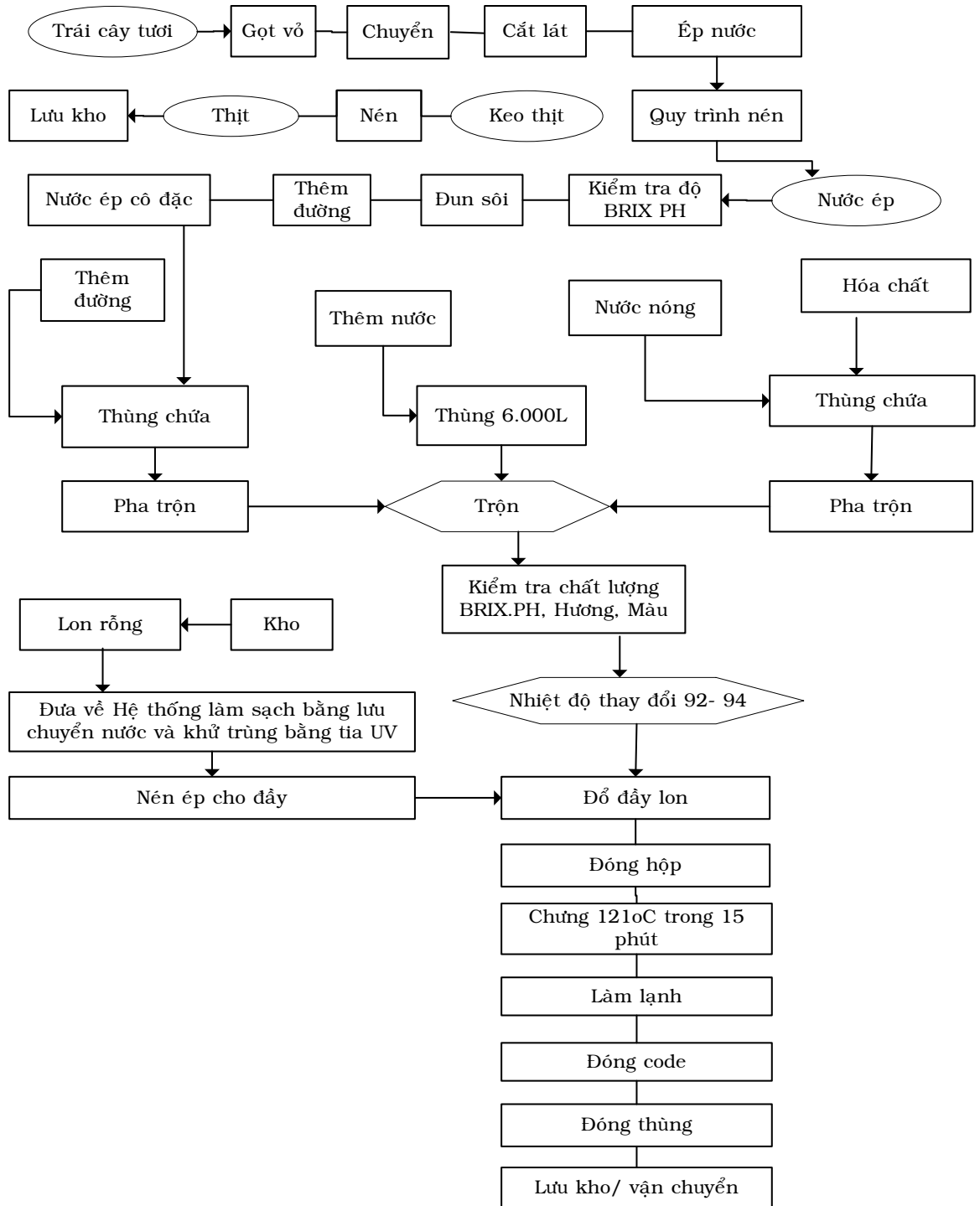
Các loại sản phẩm đều được kiểm tra chất lượng kỹ lưỡng tại các phân xưởng chế biến và đóng hộp. Sản phẩm được chế biến với tỷ lệ lao động thủ công ít và hết sức cẩn thận. Các máy móc thiết bị đã được tự động hóa hoàn toàn, do máy tính điều khiển nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Interfood sử dụng lon nhôm và lon thép, vật liệu carton, vật liệu PE, chai PET để đóng gói sản phẩm đồ uống và thực phẩm.

Đối với sản phẩm thực phẩm và đồ uống đóng hộp, sau khi đổ đầy thực phẩm và nước uống, lon kim loại được ghép mí, hàn lại và sau đó đưa vào tiệt trùng trong máy thanh trùng. Đó là các nồi kín áp suất cao, được làm nóng bằng hơi nước, nhiệt độ lên đến khoảng 115⁰C và 121⁰C, thời gian để trong máy thanh trùng tùy thuộc vào kích thước đồ hộp và loại thực phẩm đóng trong hộp. Sản phẩm nước uống đóng PET được sản xuất qua 2 giai đoạn. Các phi chai PET được đưa vào khuôn, thổi thành chai với kích cỡ là 500ml và 1500ml. Nước tinh lọc, nước trái cây có ga và nước trái cây không ga lọc/chế biến, sau đó được đưa vào chai qua máy chiết nóng.

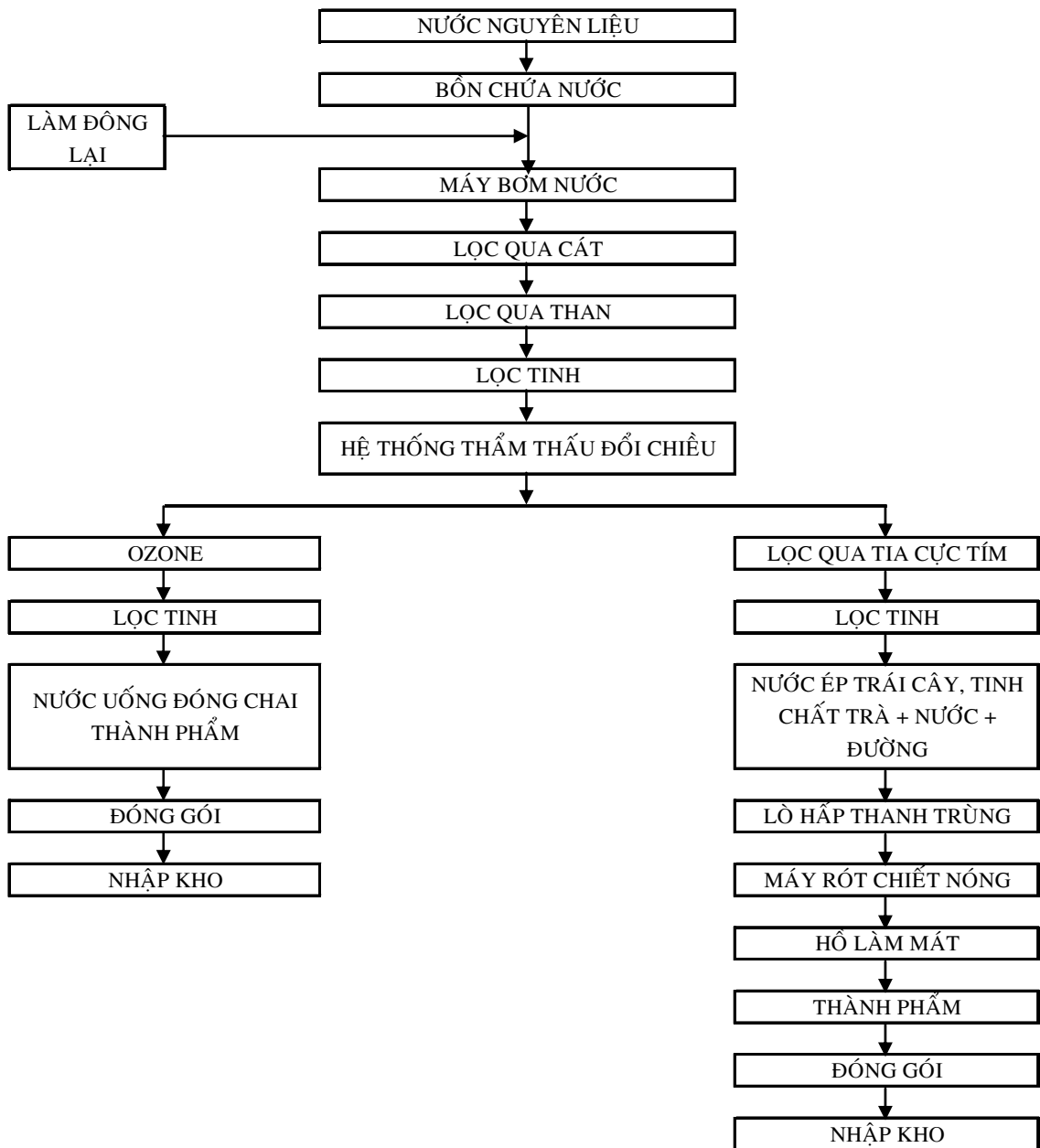
Quy trình sản xuất được trình bày trong các sơ đồ dưới đây

Quy trình sản xuất bánh quy

Quy trình sản xuất bánh xốp


Hình 4: Quy trình sản xuất bánh qui và bánh kem xốp



Hình 5: Quy trình sản xuất thực phẩm và đồ uống đóng hộp



Hình 6: Quy trình sản xuất nước uống đóng chai PET

7.4. Nguyên vật liệu

a. Các nguyên vật liệu chính

- Trái cây và sản phẩm thảo mộc trong nước, bao gồm: dứa tươi, bí đao, mít, me thịt, xoài, nấm, rau má, chôm chôm, cà phê, đường, bột mì...
- Các phụ gia: gia vị, chất tạo độ xốp giòn, hóa chất, nước ép trái cây cô đặc, hương, chất làm đông, dầu ăn, dầu cọ, chất tạo màu v.v...

- Nguyên vật liệu đóng gói: hộp nhôm và kim loại khác, giấy carton, hộp nhựa v.v...

b. Danh sách một số nhà cung cấp nguyên vật liệu chính cho Công ty

Bảng 8: Một số nhà cung cấp nguyên vật liệu chính của Công ty

TT	Nguyên liệu	Nhà cung cấp	Nước
1	Đường	Bourbon	Việt Nam
		Nagajuna	Việt Nam
2	Bột mỳ	Interflour	Việt Nam
3	Kinds of fruits	Các hộ nông dân	Việt Nam
4	Mushroom,Fungus	Mã tuế ngọc	Việt Nam
		Westfood	Việt Nam
5	Dầu ăn, bơ	Golden hope Nhà Bè	Việt Nam
6	Hương liệu, chất phụ gia	Tuyệt Nhung	Việt Nam
		Sadaco	Việt Nam
		Cornell's Brother	Việt Nam
		EAC Chemical Singapore	Singapore
		Nam Giang	Việt Nam
8	Thép, lon nhôm và thiếc	Công ty Crown-Sài Gòn	Việt Nam
		Công ty Chuan Li can Việt Nam	Việt Nam
		Nam Việt	Việt Nam
		SJ steel	Việt Nam
9	Giấy carton	Bao bì Biên Hoà	Việt Nam
		Ojitex Việt Nam	Việt Nam
		ORNAPAPER Việt Nam	Việt Nam
10	Vật liệu PE	Ngai Mee Industry Ltd	Việt Nam
		Công ty Nhựa Vân Đồn	Việt Nam

c. Sự ổn định của nguồn cung cấp nguyên vật liệu

Nguyên vật liệu là nông, thủy sản trong nước chiếm khoảng 17% đến 20% tổng chi phí nguyên vật liệu. Các sản phẩm này phần lớn được cung cấp bởi các nhà bán buôn, các nông trại, các hộ nông dân. Do đặc điểm khí hậu của Việt Nam, các nguyên liệu này khá đa dạng và Công ty không gặp nhiều khó khăn trong việc nhập các nguyên vật liệu này.

Với mục tiêu phát triển một nền nông nghiệp đa dạng, Nhà nước khuyến khích các nhà sản xuất, trong đó có Interfood, đem lại các giá trị gia tăng cho hoạt động sản xuất nông nghiệp. Theo quan điểm của ban lãnh đạo doanh nghiệp, sẽ không có những thay đổi của Nhà nước mà có thể gây bất lợi đối với nền sản xuất nông nghiệp. Trong

trường hợp có những biến động bất lợi, Công ty sẽ tham gia vào việc xúc tiến sự phát triển của hoạt động sản xuất nông nghiệp để tăng nguồn cung cấp nguyên vật liệu.

Đối với vật liệu bao gói như các loại hộp thiếc, hộp nhôm, giấy carton, hộp nhựa v.v... Công ty đã tạo dựng được mối quan hệ lâu dài với các đơn vị cung cấp nguyên liệu. Trước kia, các nguyên liệu này chủ yếu được nhập từ nước ngoài tuy nhiên tỷ lệ nhập khẩu gần đây giảm xuống do các đối tác đã xây dựng nhà máy tại Việt Nam. Để đảm bảo nguồn nguyên vật liệu và giá cả ổn định, Công ty đã ký hợp đồng mua nguyên liệu dài hạn với các nhà cung cấp như Công ty sản xuất lon bia Sài Gòn - Crown; Công ty Chuan Li Can Việt Nam v.v... Các hợp đồng này có thời hạn 3 năm với giá mua cố định do vậy nguyên vật liệu bao gói khá ổn định

d. Ảnh hưởng của giá cả nguyên vật liệu đến doanh thu và lợi nhuận

Vật liệu bao gói kim loại:

Vật liệu đóng gói chiếm khoảng 48% – 60% chi phí nguyên vật liệu. Trong số đó, bao gói, hộp nhôm và sắt được sử dụng nhiều nhất. Việt Nam phần lớn phải nhập các nguyên vật liệu này từ nước ngoài, do vậy giá cả của chúng biến động theo sự biến động giá kim loại thế giới.

Giá kim loại cơ bản thường có biến động tương đối giống nhau. Trong 4 năm gần đây, giá của các kim loại đều tăng mạnh. Giá nhôm tăng từ mức 1.600 USD/tấn vào tháng 1/2004 lên mức 2.100 USD/ tấn vào tháng 10/2005 và đạt 2.277 USD/ tấn vào tháng 12/2005. Giá nhôm trung bình năm 2005 cao hơn so với giá trung bình năm 2004 khoảng 9%. (Nguồn: *The Hindu business; Australian Bureau of Agricultural and Resource Economics*)

Nguyên nhân của việc tăng giá kim loại là do nhu cầu tăng mạnh song cung bị hạn chế. Trung Quốc là nước đứng đầu thế giới về sản xuất, tiêu thụ và xuất khẩu nhôm. Nền kinh tế Trung Quốc đạt được mức phát triển cao trong năm vừa qua, đặc biệt là trong ngành xây dựng và sản xuất ô tô, vốn là ngành tiêu thụ nhôm lớn. Trong khi đó, Chính phủ Trung Quốc đã thực hiện đánh thuế xuất khẩu 5% đối với mặt hàng nhôm trong năm 2005, gây ra sự giảm sút đối với nhôm xuất khẩu của Trung Quốc và đối với lượng nhôm dự trữ trên thế giới. (Nguồn: *Vinanet – Trung tâm Thông tin Thương mại, Bộ Thương Mại*)

Tuy nhiên, do hợp đồng mua các vật liệu bao gói được ký với giá cố định trong vòng 3 năm (đến năm 2007), sự biến động giá nhôm và kim loại trong năm vừa qua không gây ra những ảnh hưởng bất lợi đến chi phí bao gói cũng như giá vốn hàng bán của Công ty. Trong tương lai, giá nhôm sẽ tiếp tục tăng do nền công nghiệp nhôm không thể mở rộng ngay lập tức, dẫn đến thiếu hụt nguồn cung. Dự đoán giá kim loại cơ bản tại thị trường kim loại London (LME) sẽ tăng lên mức 2.350 USD vào quý I và đạt 2.500

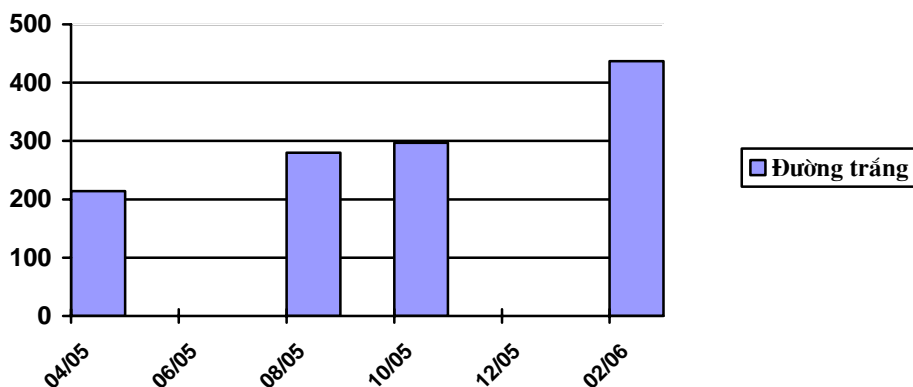
USD vào quý II năm 2006. Mặc dù vậy, giá nhôm có thể sẽ giảm bớt vào năm 2007 do khi đó nền sản xuất nhôm có thể điều chỉnh nhằm đáp ứng lượng nhu cầu gia tăng.

Nguyên liệu đường:

Đường chiếm tỷ trọng khoảng 6% trong tổng chi phí nguyên vật liệu của công ty. Giá đường trong nước tăng mạnh liên tục trong suốt cả năm 2005 do thiếu nguyên liệu và giá đường thế giới tăng mạnh. Giá đường RE trên thị trường tại thời điểm đầu năm 2005 là khoảng 6.000 đồng/kg, tăng lên khoảng 7.000 - 8.500 đ/kg vào tháng 6/2005 và đạt mức 13.000 đồng/kg tại thời điểm cuối năm 2005.

Sự thiếu hụt mía cây là nguyên nhân chủ yếu khiến giá đường tăng mạnh. Theo Hiệp hội Mía đường Việt Nam, tổng sản lượng đường của cả nước trong niên vụ 2004/2005 đạt trên 1,08 triệu tấn giảm khoảng 125.000 tấn so với niên vụ 2003/2004. Năm 2005, hạn hán đã làm giảm sản lượng mía cây nguyên liệu, đẩy giá mía tăng mạnh. Giá mía cây tại các tỉnh miền Bắc và Duyên hải miền Trung lên tới trên dưới 300.000 đồng/tấn, tại các tỉnh Nam Bộ là 420.000 – 450.000 đồng/tấn; tăng khoảng trên 100.000 đồng/tấn so với niên vụ 2003/2004. (Nguồn: Bộ Tài chính)

Đầu năm 2006, Chính phủ cho phép nhập 40.000 tấn đường với thuế nhập khẩu ưu đãi là 20% khiến cho giá đường trên thị trường điều chỉnh giảm xuống còn 10.000 – 11.000 đồng/kg (Nguồn: Vinanet– Trung tâm Thông tin Thương mại, Bộ Thương Mại). Tuy nhiên, do giá đường trên thị trường thế giới liên tục tăng trong năm qua, giá đường trong nước dự đoán sẽ tiếp tục tăng trong năm 2006. Năm nay, theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, cả nước sẽ thiếu hụt khoảng 300.000 tấn đường do thiếu hụt nguyên vật liệu



Hình 7: Biến động giá đường trắng tại thị trường New York (USD/tấn)

Nguồn: Trung tâm thông tin thương mại – Bộ thương mại

Bất kỳ sự biến động của giá nguyên vật liệu đường đều tác động đến các doanh nghiệp trong ngành thực phẩm, đồ uống. Tương tự như các doanh nghiệp trong ngành,

Interfood điều chỉnh các biến động giá nguyên vật liệu này vào giá bán của sản phẩm. Mức điều chỉnh không quá lớn và thể hiện xu thế của ngành. Do vậy, mặc dù mặt hàng đường tăng giá bán trong năm 2005, ảnh hưởng của việc tăng giá đường đột xuất đã giảm bớt sự tăng trưởng của sản lượng sản phẩm tiêu thụ của Công ty, đặc biệt là đối với sản phẩm đồ uống. Trong tương lai, cùng với việc gia nhập AFTA, từ năm 2007, Việt Nam sẽ phải cắt giảm thuế nhập khẩu đường, vì vậy việc giảm giá đường có tác động làm tăng sản lượng sản phẩm của công ty. Đến năm 2010, thuế nhập khẩu đường sẽ giảm xuống còn 5%, do vậy sẽ làm giảm sức ép đối với giá đường trong nước. Giá đường biến động sát với mức giá đường thế giới sẽ là một nhân tố thuận lợi đối với các doanh nghiệp sản xuất bánh kẹo, đồ uống trong nước và đối với chính Interfood.

Bảng 9: Sự biến động giá cả một số nguyên vật liệu chủ yếu

TT	Nguyên liệu	Đơn vị	Năm 2004			Năm 2005			
			01/01	15/03	20/06	01/01	15/03	20/06	31/12
1	Bột mỳ	VND/Kg	4.200	4.200	4.200	4.700	4.200	4.200	4.200
2	Trái cây								
-	Cơm dừa	VND/Kg	5.500	4.200	4.800	5.200	5.200	5.200	6.300
-	Cơm me	VND/Kg	4.300	4.300	4.300	1.400	2.700	3.200	3.200
-	Nước dừa tươi	VND/Kg	3.500	3.000	3.500	3.650	3.650	3.900	4.380
3	Tấm thiếc	VND/Kg				17.250	17.250	17.250	17.250
4	Bìa cát tông	VND/Kg	6.300	6.300	6.300	6.400	6.400	6.400	6.400
5	Vật liệu nhựa								
-	Cuộn màng PE 480mm	VND/cuộn	24.000	24.000	24.000	29.000	29.000	26.000	26.000
-	Nhựa PVC	VND/Kg	21.000	23.000	22.000	26.000	26.000	25.800	25.800

Các nguyên vật liệu khác: Các nguyên vật liệu này khá ổn định trong 2 năm qua và chiếm tỷ lệ lớn nhỏ trong chi phí nguyên vật liệu của Công ty. Do vậy, ảnh hưởng của sự biến động giá cả của chúng đến chi phí giá vốn là không đáng kể

e. Các kế hoạch và biên pháp chủ động nguồn nguyên vật liệu

Công ty không trực tiếp thu mua nguyên vật liệu nông sản của nông dân mà chỉ thu mua từ các nhà bán buôn và nhóm các nhà cung cấp. Nguyên vật liệu như đường, vật liệu bao gói được nhập trực tiếp từ nhà sản xuất.

Các nhà cung cấp của Công ty được lựa chọn hết sức nghiêm ngặt để đảm bảo rằng các nguyên vật liệu đạt chất lượng cao, giao hàng đúng kế hoạch. Chính sách của Công ty trong việc thu mua nguyên vật liệu là tạo lập một mạng lưới các nhà cung cấp rộng lớn, tiết kiệm chi phí, mức tồn kho hợp lý, giao hàng đúng hạn, v.v... Chính sách đó bao gồm việc hỗ trợ những nhà cung cấp đã được lựa chọn, thường xuyên kiểm tra việc

thực hiện của các nhà cung cấp, tìm kiếm các nguồn cung cấp tiềm năng thông qua đánh giá những nhà cung cấp đến chào hàng, tham khảo các mối quan hệ, hội chợ và các báo cáo.

Để đảm bảo sự ổn định của nguồn nguyên vật liệu, Công ty nhập các nguyên vật liệu theo tình hình cung cầu trên thị trường, đặc biệt là đối với các trái cây theo mùa vụ. Công ty sản xuất số lượng lớn đối với 1 loại sản phẩm vào thời gian thu hoạch loại trái cây đó nhiều nhất và chuyển sang sản xuất sản phẩm khác vào thời gian nguồn cung thấp. Việc sản xuất và lưu kho gối đầu như vậy đảm bảo giá cả nông sản không biến động thất thường, làm lợi cho người nông dân và kế hoạch sản xuất của Công ty.

Trong quá khứ, Interfood thuê nhiều kho bãi để thực hiện chính sách nguyên vật liệu như trên. Tuy nhiên hiện tại Công ty đã chuyển hoạt động về khu Công nghiệp Tam Phước, do vậy đã giảm bớt sự căng thẳng về mặt bằng sử dụng cho dự trữ nguyên vật liệu. Trong tương lai, chính sách nguyên vật liệu của Công ty sẽ góp phần ổn định giá cả và số lượng nguyên vật liệu. Bên cạnh đó Công ty sẽ phát hành một phần cổ phiếu cho các nhà cung cấp và khách hàng nhằm tăng cường sự gắn bó của các nhà cung cấp đối với hoạt động kinh doanh của Công ty.

7.5. Chi phí sản xuất

a. Chính sách kiểm soát chi phí của Công ty

Công ty thực hiện kiểm soát dự toán chi phí sản xuất và chi phí quản lý nhằm phân bổ nguồn lực hiệu quả để đạt được các chỉ tiêu: sản lượng, doanh thu, lợi nhuận đã đề ra.

Công ty sử dụng phần mềm quản lý ERP, hệ thống quản lý nguồn lực tập trung bằng công nghệ thông tin, cho phép kiểm soát được trạng thái tài nguyên của công ty, tin học hoá các hoạt động sản xuất, kinh doanh, bán hàng, phân phối, kế toán tài chính, quản trị... Các báo cáo hàng tháng, dữ liệu ERP, báo cáo quý... là những chỉ tiêu Công ty sử dụng để có những kế hoạch/ quyết định phù hợp trong các tình huống cụ thể.

b. Chi phí sản xuất trong quá khứ

Bảng 10: Cơ cấu chi phí trong 3 năm gần nhất

Chi phí	2004			2005			Quý 1+ 2/2006		
	1.000 USD	Triệu đồng	% Doanh thu thuần	1.000 USD	Triệu đồng	% Doanh thu thuần	1.000 USD	Triệu đồng	% Doanh thu thuần
Giá vốn hàng bán	16.836	264.985	77,94%	24.850	394.424	77,76%	17.366	277.194	83,19
Chi phí bán hàng	1.698	26.731	7,86%	1.614	25.618	5,05%	658	10.505	3,15
Chi phí quản lý	1.345	21.162	6,22%	1.213	19.257	3,84%	693	11.074	3,32
Tổng cộng	19.879	312.879		27.677	439.299		18.717	298.773	

Tỷ trọng giá vốn hàng bán/doanh thu thuần trong quý 1 và 2 năm 2006 tăng cao so với những năm trước khoảng 5,4% là do trong các tháng đầu năm 2006, giá mua nhiên liệu và các chi phí sản xuất chung gián tiếp tăng trên 5% so với năm 2005; giá của tất cả các nguyên liệu chính, bao bì và chi phí điều phối hàng hóa đã tăng từ 5% đến 30% so với các năm trước; tiền lương tối thiểu của người lao động tăng khoảng 21% (từ 650.000 đồng/người lên 790.000 đồng/người) và tăng khoảng 7% đối với các lao động đã qua đào tạo.

Trong khi đó, công ty đang tập trung vào việc gia tăng thị phần, vị thế trên thị trường bằng các chương trình khuyến mãi và chiết khấu trên doanh số bán để tạo nên doanh số cao hơn trong năm 2006 do vậy việc tăng giá vốn không đồng thời với tăng giá bán.

7.6. Trình độ công nghệ

Trong thời gian qua, Công ty không ngừng đầu tư, đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm. Máy móc thiết bị của Interfood được bảo trì 6 tháng 1 lần để đảm bảo hiệu quả sản xuất và an toàn thực phẩm. Interfood đã đầu tư trên 3 triệu USD trong năm 2005 và đầu tư thêm 1.7 triệu USD trong sáu tháng đầu năm 2006. Dự kiến công ty sẽ đầu tư khoảng 0.3 triệu USD trong sáu tháng cuối năm 2006. Việc đầu tư này nhằm để có được các dây chuyền sản xuất tiên tiến và nâng cấp dây chuyền sản xuất hiện tại nhằm duy trì và cải tiến chất lượng sản phẩm, tạo ra năng suất sản xuất cao hơn và kỹ thuật đóng gói tiên tiến phù hợp với việc áp dụng hệ thống HACCP tại công ty.

Các dây chuyền được đầu tư mới bao gồm 1 dây chuyền sản xuất nước trái cây không ga đóng hộp, 1 dây chuyền sản xuất nước có ga đóng hộp, 1 dây chuyền sản xuất nước chiết nóng đóng chai PET (bao gồm nước tinh lọc và nước trái cây), dây chuyền sản xuất nước thẩm thấu đôi chiều và 2 dây chuyền sản xuất chai PET. Các máy móc hầu hết được nhập từ các nước Nhật, Đức, Trung Quốc.

Các dây chuyền sản xuất bao gồm:

- 7 dây chuyền sản xuất bánh bích qui và kẹo có công suất tối đa¹ là 556.800 kg/tháng, sản xuất các sản phẩm chính: Bánh bích qui các loại; Bánh xốp; Phủ kem; Xốp mịn; Bánh cookies; Bánh trứng cuộn; Sôcôla... Toàn bộ các dây chuyền sản xuất được đặt tại Nhà máy Long Thành, Đồng Nai.
- 12 dây chuyền sản xuất thực phẩm, nước uống đóng hộp có công suất tối đa 10.508.700 lít/ tháng, bao gồm: 3 dây chuyền tự động và 9 dây chuyền bán tự động. Trong đó :
 - o 1 dây chuyền tự động đặt tại Nhà máy Biên Hoà, Đồng Nai
 - o Các dây chuyền còn lại đặt tại Nhà máy Long Thành, Đồng Nai

¹ Công suất được tính theo thời gian làm việc: 2.5 ca/ngày; 26 ngày/tháng

- 1 dây chuyền sản xuất nước chiết nóng đóng chai PET có công suất tối đa là 3.562.500 lít/tháng đặt tại Nhà máy Long Thành, Đồng Nai, bao gồm:
 - o Nước trái cây đóng chai : 1.875.000lít/tháng
 - o Nước tinh lọc: 1.687.500 lít/tháng
- 2 dây chuyền sản xuất chai PET có tổng công suất 520.000 chai/tháng

7.7. Tình hình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

Hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm được thực hiện bởi đội ngũ kỹ thuật trong Công ty hoặc cộng tác về kỹ thuật với các công ty độc lập. Bộ phận nghiên cứu phát triển phân tích và giới thiệu các nguyên liệu mới nhằm cải thiện chất lượng sản phẩm, hương vị và dòng đời của sản phẩm. Các sản phẩm mới được kiểm tra nghiêm ngặt trong phòng thí nghiệm và cung cấp các số liệu chi tiết. Công ty cũng hợp tác với các nhà tư vấn để thực hiện các nghiên cứu đồ uống mới sẽ được giới thiệu ra thị trường. Các nghiên cứu này bao gồm cả khả năng cung cấp nguyên vật liệu, giới hạn chấp nhận, các chất độc hoặc có hại.

Sản phẩm được nghiên cứu thành công gần đây nhất là sản phẩm nước uống có ga, nước uống không ga đóng chai PET, dự kiến sẽ được đưa ra thị trường trong tháng 4 năm 2006. Bộ phận nghiên cứu đã chú trọng việc bổ sung các chất dinh dưỡng có lợi cho sức khỏe như chất xơ, vitamin, cateshin.. có tác dụng tăng sức đề kháng, chống lão hóa, giảm cholesterol, tốt cho tiêu hóa.

7.8. Tình hình kiểm tra chất lượng sản phẩm

a. Các chứng chỉ về hệ thống kiểm tra chất lượng sản phẩm

- Chứng chỉ an toàn vệ sinh thực phẩm số 18/2006/ATTP-CN do Trung Tâm Y tế dự phòng Đồng Nai cấp ngày 09/03/2006.
 - o Nội dung: Công ty đáp ứng được các yêu cầu về vệ sinh và an toàn thực phẩm để chế biến các loại nông sản, thủy sản thành sản phẩm đóng hộp, sấy khô, ướp lạnh, ngâm dấm, muối chua; sản xuất các loại bánh biscuits và thức ăn nhẹ; sản xuất nước trái cây có ga và nước trái cây có độ cồn nhẹ (5%), sản xuất nước tinh lọc đóng chai.
 - o Thời hạn của chứng chỉ: từ 09/03/2006 đến 09/03/2007.
- Chứng chỉ HACCP
 - o TUV NORD đã cấp Chứng chỉ HACCP cho công ty Cổ phần Thực phẩm quốc tế xác nhận công ty đã áp dụng hệ thống HACCP vào sản xuất và cung cấp sản phẩm đồ uống, và bao kẹo đóng hộp/đóng chai.

- Ngày cấp: 09/05/2006
- Thời hạn hiệu lực: từ ngày 09/05/2006 đến 08/05/2009
- Số Giấy chứng nhận: 44 112 060679

b. Phòng kiểm tra sản phẩm

Phòng kiểm soát chất lượng được đặt dưới bộ phận sản xuất và hợp tác với bộ phận nghiên cứu phát triển. Phòng kiểm soát chất lượng đề ra kế hoạch và thực thi chính sách kiểm tra chất lượng, bao gồm kiểm tra nguyên vật liệu của nhà cung cấp, thiết lập các phương pháp kiểm tra ngẫu nhiên, phân tích số liệu, kiểm tra vệ sinh của nhân viên, việc xử lý chất thải, phân chia các khu vực quan trọng.

c. Hệ thống kiểm tra chất lượng

Là một công ty hoạt động trong ngành thực phẩm và đồ uống, Interfood rất chú trọng đến vấn đề chất lượng của sản phẩm. Các sản phẩm phải đảm bảo đáp ứng tiêu chuẩn của địa phương và quốc tế trước khi phân phối. Trong quá trình kiểm tra chất lượng, các máy móc thường xuyên được bảo dưỡng và nâng cấp, những bộ phận quan trọng được giám sát bởi những nhân viên có năng lực, công ty cũng đầu tư lắp đặt các máy móc để kiểm tra các nguyên liệu đầu vào và sản phẩm

Chính sách quản lý chất lượng của Interfood được dựa trên Hệ thống phân tích mối nguy hiểm và xác định kiểm soát trọng yếu (Hazard Analysis Critical Control Point - "HACCP") nhằm đạt chất lượng cao nhất và đáp ứng yêu cầu xuất khẩu. Để đảm bảo chất lượng sản phẩm, Công ty xây dựng các quy trình kiểm tra chất lượng trong giai đoạn sản xuất và thành phẩm cũng như xem xét chặt chẽ các vật liệu của nhà cung cấp. Những thử nghiệm được thực hiện bao gồm cả kiểm tra hình thức và phân tích hoá học nhằm đảm bảo sản phẩm sản xuất ra đạt chất lượng yêu cầu, có đầy đủ các thành phần như qui định và in trên bao nhãn. Việc kiểm tra ngẫu nhiên được thực hiện cả khi nhập nguyên vật liệu và khi vật liệu ở trong kho của Công ty nhằm phát hiện các nguyên liệu kém phẩm chất hoặc có nguy hại. Các nguyên liệu có thời gian lưu kho khác nhau sẽ được tách riêng, bất kể yêu cầu đối với nguyên liệu đó là giữ lạnh hay để ngoài trời hay lưu kho đặc biệt khác.

7.9. Hoạt động Marketing

a. Sản phẩm

Chính sách của Công ty là đưa ra thị trường những sản phẩm có chất lượng cao với giá cả phải chăng bằng việc khai thác nguồn lao động, nguồn nguyên vật liệu tương đối rẻ và sự ưu đãi của Nhà nước. Chính sách Marketing của Interfood hướng vào phân tích đặc điểm của người tiêu dùng, sự nhận thức về của khách hàng về các yếu tố của sản

phẩm của Interfood, bao gồm: hương vị, giá cả, chất lượng, mẫu mã, nhãn hiệu và vị trí.

b. Chính sách giá cả

Giá cả sản phẩm thường xuyên được xem xét lại để phát hiện những thay đổi trong chi phí nguyên vật liệu, chi phí vận chuyển và các chi phí cũng như nhân tố bên ngoài khác. Giá bán được quyết định bởi văn phòng Công ty, cố định đối với tất cả các nhà cung cấp để đảm bảo sự thống nhất và giảm chi phí. Tuy nhiên, Công ty cũng có thể đưa ra một tỷ lệ hoa hồng hoặc chiết khấu đối với một số mặt hàng nhất định

c. Kênh phân phối

Công ty duy trì các chi nhánh phân phối ở các tỉnh thành phố lớn. Ngoài ra, việc phân phối sản phẩm còn được thực hiện thông qua các đại lý ở khắp cả nước, như các nhà bán sỉ và lẻ để bổ sung cho các chi nhánh phân phối hiện tại của Interfood. Các sản phẩm của công ty được phân phối qua 3 kênh chính:

- Phân phối cho các hệ thống siêu thị lớn như: Coopmart, Big C, Maximark...;
- Phân phối cho các công ty thương mại, các nhà phân phối và từ đó cung cấp cho các cửa hàng bán buôn;
- Phân phối cho các nhân viên bán hàng độc lập và từ đó cung cấp cho các cửa hàng bán lẻ.

Các chi nhánh sẽ thực hiện việc phân phối hàng hóa của công ty trên địa bàn tỉnh, thành hoặc khu vực lân cận của chi nhánh đó; chịu trách nhiệm dự trữ hàng hóa và giao hàng đúng thời hạn cho các nhà phân phối. Công ty duy trì đội xe tải ở các thị trường chính như Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội. Các nhân viên phòng điều phối hàng hóa của Công ty tham gia vào quá trình cung cấp sản phẩm trong cả nước.

d. Chính sách khuyến trương

Interfood thực hiện chính sách khuyến trương sản phẩm tại thị trường nước ngoài thông qua việc thực hiện các biện pháp:

- o Tổ chức các cuộc viếng thăm, các chuyến khảo sát và các buổi gặp gỡ trực tiếp giữa các giám đốc của Interfood với các nhà buôn sỉ và lẻ thực phẩm trên thế giới.
- o Thông qua sự giới thiệu của các bạn hàng/ nhà buôn khác trên thế giới
- o Tham gia các triển lãm quốc tế giới thiệu sản phẩm thực phẩm trên thế giới như:
 - Fancy Food Show 2004 ở Mỹ;
 - FHA (Foods & Hotel Asia 2004) diễn ra từ 20-23/04/04 tại Singapore;
 - SIAL (Salon International de L' Alimentation) hội chợ chuyên ngành về thực phẩm quốc tế diễn ra từ 17-21/10/2004 tại Paris, Pháp ;

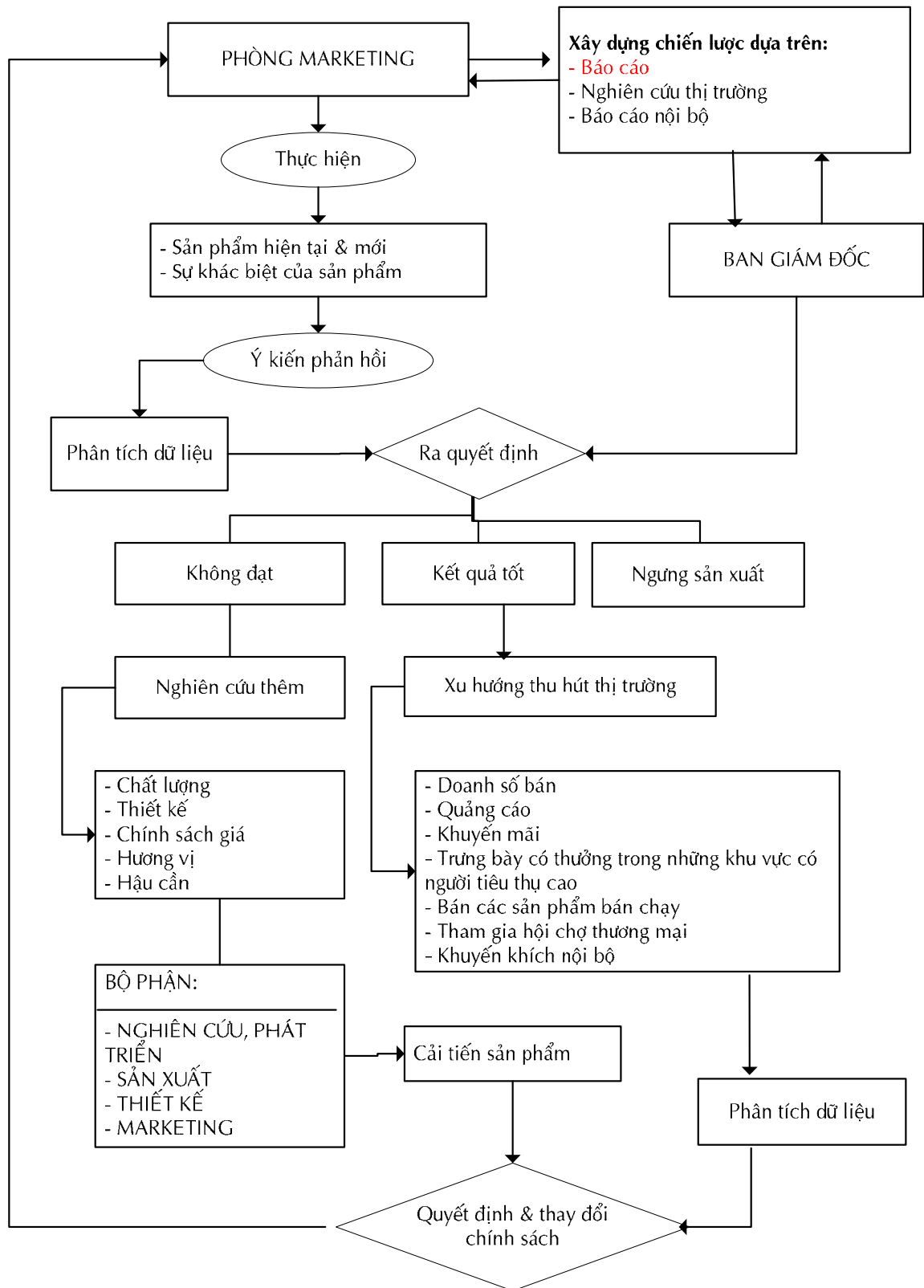
- THAIFEX (World of Foods Asia 2005) diễn ra từ 18-22/05/2005 tại Bangkok, Thailand;
- MIFB , 6th Malaysia International Foods & Beverage Trade Fair, diễn ra từ 14-16/07/2005 tại Kualumpua, Malaysia;
- ANUGA 2005 (The World Capital of Foods) , diễn ra từ 8-12/10/2005 tại Cologne, Germany

Bên cạnh đó, Công ty lên kế hoạch khuếch trương cho từng năm tại Việt Nam, trong đó phân tích các yếu tố như mùa vụ, mục tiêu doanh thu, các lễ hội. Công ty thực hiện các hoạt động khuếch trương nhằm cạnh tranh với các đối thủ khác và tạo chỗ đứng trên thị trường. Một số hoạt động khuếch trương cụ thể:

- Tài trợ Sea games 22 tại Việt Nam năm 2003. Hoạt động này đã góp phần tăng cường hình ảnh của Công ty và tăng mức độ chấp nhận của người tiêu dùng đối với sản phẩm.
- Quảng cáo trên các báo, tạp chí, truyền hình nhằm xây dựng thương hiệu, quảng bá hình ảnh của sản phẩm.
- Tham gia các Hội chợ Hàng Việt nam chất lượng cao hàng năm
- Tài trợ chương trình âm nhạc truyền thống “ Giai điệu yêu thương” , diễn ra ngày 21/05/2004 tại Công viên văn hoá miền Tây, Cần thơ.

e. Quy trình thực hiện chiến lược Marketing

Công ty sử dụng mô hình phân tích SWOT để xây dựng các mục tiêu cho chiến lược marketing. Sau khi đã xác định được mục tiêu, các bộ phận liên quan như bộ phận Nghiên cứu phát triển, bộ phận Thiết kế, bộ phận Sản xuất, Hậu cần, Tài chính và Marketing sẽ phổ biến về các mục tiêu này để đảm bảo mọi cá nhân đều nắm được. Trình tự tổ chức hoạt động marketing được trình bày trong phần tiếp theo.



Hình 8: Quy trình tổ chức hoạt động marketing

7.10. Nhãn hiệu thương mại, đăng ký phát minh, sáng chế và bản quyền

a. Nhãn hiệu Interfood

- Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 30895 ngày 17.05.1999 do Cục Sở hữu Công nghiệp – Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường cấp.
- Thời hạn bảo hộ: từ ngày 10/03/1998 đến ngày 17/05/2008
- Nội dung bảo hộ:
 - o Mẫu nhãn hiệu:



Hình 9: Nhãn hiệu Interfood

- o Màu sắc nhãn hiệu: vàng nhũ, nâu mận chín, đen, trắng
- ### b. Nhãn hiệu Okayo
- Giấy Chứng nhận bản quyền số 409 VH/BQ/QĐ do Cục Bản quyền tác giả, Bộ Văn hóa thông tin cấp ngày 10/1/1997
 - Nội dung bảo hộ: Kiểu thể hiện mỹ thuật trên hộp bánh kem Chocola nhãn hiệu Okayo
 - o Nền màu đỏ cờ
 - o Logo “Wonderfarm”
 - o Khung hình ô-van nền xanh dương với vành đậm và vàng nhũ. Trong khung là chữ OKAYO màu xanh dương viền trắng nằm ở phía trên; dưới là dòng chữ “Wafer Chocola Cream” màu trắng; dưới cùng của khung là hàng chữ Hán màu trắng
 - o Khung hình tam giác nền đỏ, vành vàng nhũ với chữ “Gaufrette Creme Au Chocolat” màu trắng
 - o Hình chiếc bánh kem xốp vân nâu cắt làm 2 phần



Hình 10: *Nhãn hiệu Okayo*

c. Thỏa thuận về nhãn hiệu Wonderfarm và Tops

Ngày 01/01/2005, Công ty đã ký hợp đồng với Công ty Wonderfarm Biscuits and Confectionery Sdn. Bhd. để sử dụng nhãn hiệu “Đại nông trang” và với Công ty Trade Ocean Exporter Sdn. Bhd. để sử dụng nhãn hiệu “Tops” cho các sản phẩm của Công ty.

- Nhãn hiệu “**Đại nông trang**” được đăng ký bản quyền theo Giấy chứng nhận nhãn hiệu hàng hóa số 23380 ngày 12.12.1996 do Cục Sở hữu Công nghiệp cấp. Thời hạn bảo hộ: đến tháng 20/03/2006;



ĐẠI NÔNG TRANG

Hình 11: *Nhãn hiệu Đại Nông Trang*

- Nhãn hiệu “**Tops**” được đăng ký bản quyền theo Giấy chứng nhận nhãn hiệu hàng hóa số 30960 ngày 17.05.1999 do Cục Sở hữu Công nghiệp cấp. Thời hạn bảo hộ: đến tháng 30/9/2007;



Hình 12: *Nhãn hiệu Interfood*

Công ty phải trả cho Công ty Wonderfarm Biscuits and Confectionery Sdn. Bhd. 1% lợi nhuận gộp theo Báo cáo tài chính được kiểm toán cho việc sử dụng thương hiệu “Wonderfarm” và trả cho Công ty Trade Ocean Exporter Sdn. Bhd. 1% của lợi nhuận gộp theo Báo cáo tài chính được kiểm toán để sử dụng thương hiệu “Tops”. Hợp đồng có hiệu lực từ ngày đăng ký hợp đồng với Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam đến khi hết hạn bảo hộ của Giấy chứng nhận bản quyền.

d. Nhãn hiệu Zizy

- Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 66980 cấp theo Quyết định số: A10589/QĐ-ĐK do Cục Sở hữu Công nghiệp cấp ngày 03.10.2005
- Thời hạn hiệu lực: từ ngày 03.10.2005 đến ngày 28.06.2014
- Nội dung đăng ký:
 - o Mẫu nhãn hiệu:



- o Danh mục sản phẩm mang nhãn hiệu: Nhóm 32: Nước trái cây, nước trái vải, nước trái thơm, nước trái xoài, nước trái dứa, nước trái dưa, nước trái chôm chôm, nước trái me, nước trái ổi, nước yến, nước rau má, trà bí đao.

e. Nhãn hiệu Wdf

- Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 70108 cấp theo Quyết định số: A1367/QĐ-ĐK do Cục Sở hữu Công nghiệp cấp ngày 14.02.2006
- Thời hạn hiệu lực: Từ ngày 14.02.2006 đến ngày 17.09.2014
- Nội dung bảo hộ:
 - o Mẫu nhãn hiệu:



- o Danh mục sản phẩm mang nhãn hiệu: Nhóm 30: bánh kẹo; Nhóm 32: Nước trái cây đóng lon không có ga

f. Nhãn hiệu Vigo

- Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 68879 cấp theo Quyết định số: A13354/QĐ-ĐK do Cục Sở hữu Công nghiệp cấp ngày 20.12.2005
- Thời hạn hiệu lực: Từ ngày 20.12.2005 đến ngày 26.08.2014
- Nội dung bảo hộ:
 - o Mẫu nhãn hiệu:



- o Danh mục sản phẩm mang nhãn hiệu: Nhóm 30: Các loại bánh kẹo thuộc nhóm này; Nhóm 32: Nước trái cây đóng lon

7.11. Các hợp đồng lớn đang thực hiện hoặc đã ký kết

Bảng 11: Các hợp đồng lớn đang được thực hiện hoặc đã được ký kết

TT	Đối tác	Sản phẩm	Thời hạn hợp đồng	Giá trị
1	Ava food industry ltd	Thuê văn phòng, kho và nhà xưởng	10 năm kể từ năm 2005	Văn phòng: 32.000đ/m ² /tháng Kho/nhà xưởng: 24.000đ/m ² /tháng
2	Công ty vận tải số 3	Vận chuyển hàng hoá của Interfood	Từ tháng 1/2005 đến tháng 1/2006	Tiền vận chuyển phụ thuộc vào số lượng hàng hoá và khoảng cách
3	Crow beverage cans Saigon limited	Cung cấp lon nhôm và sắt	3 năm kể từ năm 2004	14.400.000 USD
4	Trade Ocean Exporter Sdn. Bhd.	Sử dụng thương hiệu “Tops”	Từ năm 2005 đến tháng 9/2007	1% lợi nhuận gộp theo Báo cáo tài chính được kiểm toán
5	Wonderfarm Biscuits and Confectionery Sdn. Bhd	Sử dụng thương hiệu “Wonderfarm”	Từ năm 2005 đến tháng 3/2006	1% lợi nhuận gộp theo Báo cáo tài chính được kiểm toán
6	Công ty Bách Hưởng (Tp Hồ Chí Minh)	Tiêu thụ sản phẩm nhãn hiệu “Wonderfarm”	Từ tháng 12/2005 đến tháng 12/2006	Theo số lượng đặt hàng
7	Công ty Xuất nhập khẩu Đà Nẵng	Tiêu thụ sản phẩm nhãn hiệu “Wonderfarm”	Từ tháng 9/2005 đến khi hai bên thỏa thuận chấm dứt hợp đồng	Theo số lượng đặt hàng
8	Công ty TNHH Thương mại Vạn Phúc (Phú Yên)	Tiêu thụ sản phẩm nhãn hiệu “Wonderfarm”	Từ tháng 3/2006 đến khi hai bên thỏa thuận chấm dứt hợp đồng	Theo số lượng đặt hàng
9	Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ Vĩnh Thành	Tiêu thụ sản phẩm nhãn hiệu “Wonderfarm”	Từ tháng 1/2006 đến tháng 12/2006	Theo số lượng đặt hàng

8. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong 2 năm 2004-2005 và 6 tháng đầu năm 2006

8.1. Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong 2 năm 2004-2005 và 6 tháng đầu năm 2006

Bảng 12: Kết quả hoạt động kinh doanh của Interfood 2004 – 2005, Q1+2/2006

Chỉ tiêu	Năm 2004		Năm 2005		Tỷ lệ tăng(%) so với 2004	Quý 1+ 2/2006	
	1.000 USD	Triệu đồng	1.000 USD	Triệu đồng		1.000 USD	Triệu đồng
Tổng tài sản	20.536	323.218	34.983	555.243	70,87%	43.310	691.314
Doanh thu thuần	21.601	339.979	31.956	507.212	47,94%	20.875	333.204
Thu nhập từ hoạt động kinh doanh	1.476	23.236	3.746	59.454	153,73%	1.940	30.971
Thu nhập khác	265	4.166	23	358	-91,46%	402	6.425
Lợi nhuận trước thuế	1.741	27.401	3.768	59.813	116,46%	2.343	37.396
Lợi nhuận sau thuế	1.454	22.881	3.205	50.874	120,47%	1.857	29.644
Tỷ lệ cổ tức (%)	10,52%*		23%				

- Tỷ lệ lợi nhuận trên vốn trả cho chủ đầu tư (Công ty Trade Ocean Holding Sdn.Bhd) trước khi chuyển đổi là 10,52%

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

Thu nhập bình quân và mức chi tiêu bình quân đầu người tăng trong các năm qua đã tạo điều kiện tốt để tăng đáng kể nguồn doanh thu cho Interfood. Doanh thu tiêu thụ nội địa năm 2005 là 21.028.884 USD (tương đương 333,77 tỷ đồng), tăng 17,31% so với năm 2004.

Ngoài ra, hoạt động xúc tiến mạnh mẽ tại các thị trường xuất khẩu cũng góp phần vào mức tăng doanh thu. Kim ngạch xuất khẩu năm 2005 đạt 11.433.514 USD (tương đương 181,47 tỷ đồng), gấp hơn 3 lần so với doanh thu xuất khẩu năm 2004. Cả hai nhân tố trên đã góp phần làm tăng doanh thu lên 32,4 triệu USD (tương đương 514,2 tỷ đồng), tăng 47,94% so với năm 2004.

Năm 2005, Công ty đạt được mức lợi nhuận cao hơn 1,7 triệu USD, tương đương 26,9 tỷ đồng, (tăng 153,7%) so với năm 2004 là do doanh thu tăng và một số biện pháp cắt giảm chi phí và tăng giá bán sản phẩm. Chính sách bán hàng mới đã góp phần tăng doanh thu và tiết kiệm chi phí bán hàng cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, chi phí tài chính năm 2005 đã tăng gấp đôi so với năm 2004 do Công ty sử dụng các khoản vay tín dụng để thực hiện đầu

tư vào dây chuyền sản xuất chai PET và nước uống có ga. Nhân tố này sẽ bị hạn chế sau khi Công ty sử dụng số tiền thu được từ đợt phát hành để giảm bớt số tiền vay.

Trong quý 1 năm 2006, công ty nhận được khoản thu nhập khác là 6,359 tỷ đồng từ thuế thu nhập doanh nghiệp năm 2001, 2002 được hoàn lại. Kết thúc quý 2, doanh thu thuần của công ty đạt 333 tỷ đồng, 52.31% so với kế hoạch năm. Tuy nhiên, giá vốn hàng bán tăng cao, tỷ trọng giá vốn hàng bán trong 6 tháng đầu năm là 83.19% trên tổng doanh thu thuần. Trong khi đó, tỷ trọng này năm 2005 là 77,76%. (Các nguyên nhân làm tăng giá vốn hàng bán được thể hiện trong mục 7.5)

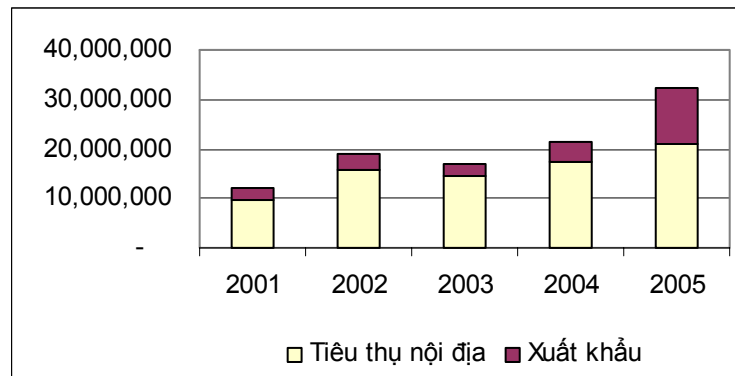
Chính vì vậy, lợi nhuận trước thuế lũy kế trong 6 tháng đầu năm 2006 của Interfood chỉ đạt 37,396 tỷ đồng, bằng 48.93% kế hoạch sản xuất kinh doanh năm. So với lợi nhuận cả năm 2005, lợi nhuận trước thuế 6 tháng đầu năm của công ty đạt 62.52%. Để đạt các chỉ tiêu lợi nhuận, công ty đã và sẽ thực hiện các biện pháp để giảm thiểu tác động của các chi phí trực tiếp và gián tiếp cũng như tăng doanh thu trong năm 2006 như:

- Áp dụng hệ thống ISO 9001 (2000) cho tất cả các bộ phận và phòng ban tại trụ sở chính và hai nhà máy trực thuộc để giảm thiểu rủi ro, thiệt hại và tối đa thu nhập
- Bảo đảm và duy trì chất lượng các sản phẩm truyền thống của công ty
- Tăng cường các chương trình quảng cáo, khuyến mãi trong và ngoài nước để tăng doanh số bán sản phẩm nước trái cây đóng chai PET mới
- Ký kết các hợp đồng gia công với các khách hàng và nhà phân phối truyền thống để đạt chỉ tiêu về doanh thu và lợi nhuận
- Giới thiệu một loạt các sản phẩm có ga mới ra thị trường.

9. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành

9.1. Vị thế của Công ty trong ngành

Các sản phẩm bánh quy, thực phẩm đóng hộp, nước uống của Công ty mang nhãn hiệu “WONDERFARM”, “OKAYO” và “TOP”. Trong những năm 2001 – 2004, thị trường nội địa chiếm khoảng 80% doanh thu của Công ty. Tuy nhiên, doanh thu bán hàng nội địa năm 2005 giảm xuống khoảng 65% tổng doanh thu, tương ứng với mức tăng của tỷ trọng doanh thu xuất khẩu.



Hình 13: Cơ cấu doanh thu của Interfood từ năm 2001 - 2005

a. Thị trường trong nước

Với đặc điểm khí hậu của Việt Nam, các sản phẩm trái cây, thực phẩm nhiệt đới khá đa dạng và nhiều về số lượng. Giá cả các sản phẩm nông sản, thủy sản tương đối rẻ là điều kiện để phát triển các ngành sản xuất thực phẩm và đồ uống đóng hộp.

Bảng 13: Giá trị sản xuất ngành thực phẩm và đồ uống theo giá so sánh 1994

Năm	2001	2002	2003	2004
Tổng doanh thu (tỷ đồng)	50.373,1	56.060,5	64.584,7	73.635,6

Cùng với sự phát triển chung của nền kinh tế, từ năm 1990 trở lại đây, ngành sản xuất nước giải khát tăng trưởng mạnh với tốc độ tăng trưởng bình quân từ 25-28%/năm. Sự cạnh tranh trong ngành ngày càng tăng với sự góp mặt của các doanh nghiệp trong nước, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và các sản phẩm nhập khẩu. Theo Vụ Công nghiệp - Bộ Kế hoạch và Đầu tư, đến nay trong cả nước có khoảng 214 cơ sở sản xuất nước giải khát, công suất thiết kế 993,2 triệu lít/ năm, trong đó:

- o Nước ngọt pha chế: 178 cơ sở có công suất thiết kế 693,3 triệu lít/ năm.
- o Nước khoáng, nước tinh lọc: 22 cơ sở có công suất thiết kế 144,8 triệu lít/năm.
- o Nước quả: 14 cơ sở có công suất thiết kế 34,0 triệu lít/năm.

Trong ngành sản xuất bánh kẹo, sự cạnh tranh cũng khá lớn với hơn 30 doanh nghiệp có quy mô lớn và nhiều cơ sở sản xuất nhỏ. Sản phẩm sản xuất trong nước chiếm khoảng 60-70% thị phần thị trường bánh kẹo còn lại là các sản phẩm ngoại nhập.

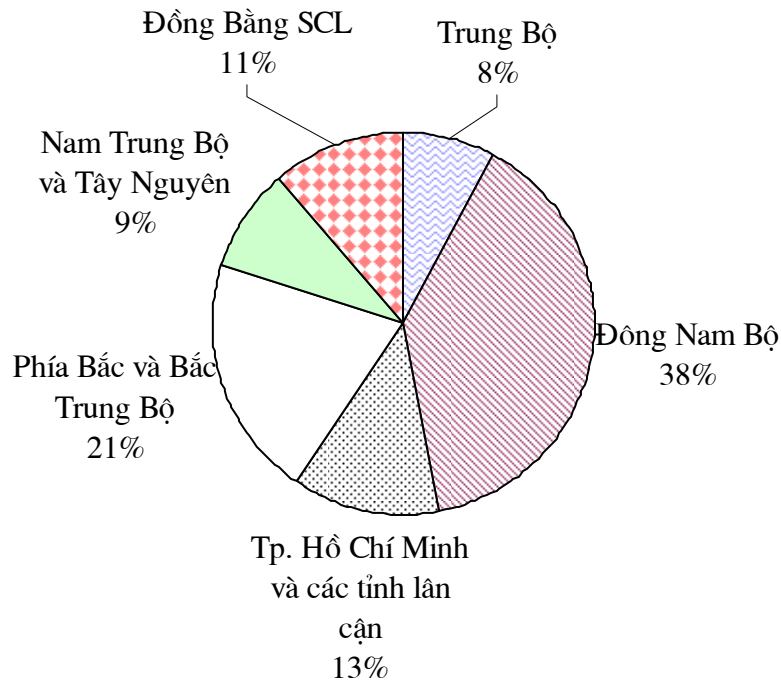
Mặc dù vậy, doanh thu của Công ty từ bán hàng nội địa vẫn đạt được mức tăng trưởng cao, khoảng 24% trong giai đoạn 2001 – 2005.

Bảng 14: Doanh thu tiêu thụ nội địa 2001 – 2005

Năm	2001	2002	2003	2004	2005
Doanh thu tiêu thụ nội địa (USD)	9.650.259	15.771.954	14.457.840	17.275.037	21.028.883
Tỷ giá	15.070	15.360	15.650	15.739	15.872
Doanh thu tiêu thụ nội địa (Tỷ VND)	145,43	242,26	226,27	271,89	333,77
Tỷ lệ tăng trưởng (%)		63,4%	-8,3%	19,5%	21,7%
Mức tăng trưởng bình quân (%/năm)		24,1%			

Trong những năm qua, Interfood đã xây dựng mạng lưới khách hàng rộng khắp và kết quả thể hiện bằng mức tăng trưởng doanh thu. Công ty là nhà sản xuất tiên phong giới thiệu một số sản phẩm ra thị trường như: Trà Bí Đào, Nhân Sâm Cao Ly, Nước Yến, Nước Dừa Non. Trong số các sản phẩm nước uống bổ dưỡng được sản xuất từ nguyên liệu tự nhiên, sản phẩm trà bí đào chiếm tỷ trọng lớn nhất. Các sản phẩm nước Yến Ngân nhĩ, Sâm Cao ly, nước Nha đam có các thành phần làm đẹp da và tốt cho sức khỏe nên rất được ưa thích. Sản phẩm nước cốt dừa Wonderfarm có mặt tại các nhà hàng, khách sạn lớn trong cả nước. Công ty cũng là một trong những doanh nghiệp đi đầu trong việc bổ sung các chất dinh dưỡng như canxi, DHA, các loại vitamin vào sản phẩm bánh quy.

Các sản phẩm của Interfood có thành phần chiết xuất từ rau quả tự nhiên nên được người tiêu dùng ưa chuộng. Công ty đã đạt được nhiều danh hiệu cho các sản phẩm, như: Danh hiệu “Top 60 sản phẩm có vốn đầu tư nước ngoài được ưa thích nhất năm 2000” của Ban tổ chức Cuộc thi Bình chọn Hàng Việt Nam được ưa thích nhất - Báo Đại Đoàn kết cho sản phẩm Nước Yến Ngân Nhĩ và sản phẩm Bánh; Danh hiệu “Hàng Việt Nam Chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn” trong 5 năm liên tiếp (2002 – 2006) của Báo Sài Gòn Giải phóng.



Hình 14: Cơ cấu doanh thu tiêu thụ nội địa của Công ty năm 2005

Sản phẩm của công ty được tiêu thụ nhiều nhất là các tỉnh, thành phố phía Nam và Trung như: Tp Hồ Chí Minh, Nha Trang, Cần Thơ, Đà Nẵng v.v...

Dựa trên thông tin của các nhà cung cấp vật liệu đóng gói và thông tin nội bộ, Interfood ước tính sản phẩm của Công ty chiếm khoảng 50% - 60% thị trường nước trái cây không gaz. Các đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Công ty là: Công ty Dona Newtowner; Công ty nước giải khát Chương Dương; Công ty nước giải khát Sài Gòn (Tribeco); Công ty TNHH Red bull Việt Nam; Công ty Unif-president; Công ty nước giải khát Dental; Công ty Sagico, Công ty Tân Hiệp Phát, Công ty Vinamilk...

Đối với thị trường bánh kẹo, Interfood chiếm khoảng 2 – 3% thị phần của thị trường. Các đối thủ chính: Kinh Đô; Bibica; Hải Hà, Hải Châu, Vinabico v.v...

b. Thị trường xuất khẩu

Doanh thu xuất khẩu hàng hoá của Công ty chiếm khoảng 35% tổng doanh thu năm 2005 của công ty. Các sản phẩm của công ty đã xuất sang khoảng 30 nước trên thế giới, trong đó, thị trường xuất khẩu truyền thống của Công ty là thị trường Bắc Mỹ và Đông Nam Á. Đội ngũ bán hàng và Marketing chủ chốt của Interfood có quá trình đào tạo và làm việc nhiều năm trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm tại các nước Bắc Mỹ là Hoa Kỳ, Canada. Công ty đã đăng ký với Trung tâm An toàn sức khỏe và dinh dưỡng ứng dụng Hoa Kỳ thuộc Cơ quan quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ

(FDA) để xuất khẩu sản phẩm sang Hoa Kỳ và được cấp mã số FCE (Food Canning Establishment).

Các thị trường này chiếm khoảng 35-50% doanh thu từ hoạt động xuất khẩu thực phẩm và đồ uống đóng hộp của công ty trong nhiều năm. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh thu từ xuất khẩu sang Bắc Mỹ của Interfood trong tổng doanh thu trong vòng 4 năm trở lại đây có xu hướng giảm sút sau sự kiện khủng bố ngày 11/9/2001 ở Mỹ.

Mặc dù vậy, Công ty đã thực hiện các biện pháp để tăng sản lượng xuất khẩu, bao gồm các chuyên tham quan và triển lãm quốc tế của các nhân viên bán hàng. Với sự hiểu biết sâu sắc về một số thị trường Châu Á như Malaysia, Đài Loan, Hồng Kông, Interfood đã tăng số lượng xuất khẩu sang các thị trường này trong suốt 3 năm qua. Ngoài ra, Interfood chú trọng vào mở rộng các thị trường khác như các thị trường mới và hướng vào các khách hàng mới. Công ty dự kiến sẽ thâm nhập vào các thị trường như Châu Á Thái Bình Dương, Nam Phi, Trung Đông.

Bảng 15: Một số thị trường xuất khẩu chính của Interfood

Nước	2002			2003			2004			2005		
	Doanh thu ('000 USD)	Doanh thu (tỉ VND)	%	Doanh thu ('000 USD)	Doanh thu (tỉ VND)	%	Doanh thu ('000 USD)	Doanh thu (tỉ VND)	%	Doanh thu ('000 USD)	Doanh thu (tỉ VND)	%
Bắc Mỹ	1,696.59	26.06	52,9%	1,391.19	21.77	53,9%	1,561.08	24.57	36,1%	1,104.46	17.53	9,6%
Nam Mỹ	58.64	0.90	1,8%	45.39	0.71	1,8%			0,0%			0,0%
Châu Âu	149.41	2.29	4,7%	208.53	3.26	8,1%	694.41	10.93	16,1%	927.95	14.73	8,0%
Trung Đông	6.33	0.10	2,0%	94.26	1.48	3,7%	152.33	2.40	3,5%	84.39	1.34	0,7%
Các đảo thuộc Thái Bình Dương	383.33	5.89	12,0%	331.87	5.19	12,9%	103.75	1.63	2,4%	8,384.66	133.08	73,6%
Bắc Á	688.61	10.58	21,5%	423.81	6.63	16,4%	879.92	13.85	20,3%	647.09	10.27	5,6%
Nam và Đông Nam Á	164.68	2.53	5,1%	85.22	1.33	3,3%	934.50	14.71	21,6%	284.98	4.52	2,5%
Tổng cộng	3,204.60	49.22	100%	2,580.26	40.38	100%	4,325.99	68.09	100%	11,433.51	181.47	100%

9.2. Triển vọng phát triển của ngành

a. Triển vọng của thị trường nội địa

Dân số Việt Nam đứng thứ 13 trên thế giới với trên 80 triệu dân, đây là thị trường hứa hẹn cho ngành công nghiệp hàng tiêu dùng.

Năm 2005, Việt Nam đạt mức tăng trưởng GDP 8,4% đây là mức tăng trưởng được coi là cao nhất trong 9 năm qua. Thu nhập bình quân đầu người cũng liên tục được cải thiện. Theo *Sài Gòn Tiếp Thị*, tỷ lệ tiêu dùng so với GDP của Việt Nam thuộc loại cao so với các nước trong khu vực (Việt Nam trên 70%, Singapore là 55,9%, Malaysia là 58,2%, Thái Lan là 67,7%...); tốc độ tăng trưởng tiêu dùng vượt xa tốc độ tăng dân số (bình quân năm trong giai đoạn 2001-2005, dân số tăng 1,4%, tiêu dùng - tính theo giá so sánh, tăng 7,7%).

Ngoài ra, Việt Nam là một nước đang phát triển, do vậy nhu cầu đối với các loại sản phẩm thiết yếu như lương thực thực phẩm vẫn chiếm tỷ lệ cao trong cơ cấu tiêu dùng (trung bình trên 55%)

Bảng 16: Cơ cấu chi tiêu theo kết quả điều tra dân số năm 2002 của Tổng Cục Thống Kê

Các khoản chi	Chung	5 nhóm thu nhập*				
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	Nhóm 5
Chi ăn uống, hút	56,65	70,06	64,25	60,80	56,73	49,62
Chi không phải ăn uống, hút	43,35	29,94	35,75	39,19	43,27	50,38

- * - Nhóm 1: nhóm có thu nhập thấp nhất (nhóm nghèo nhất)
 - Nhóm 2: nhóm có thu nhập dưới trung bình
 - Nhóm 3: nhóm có thu nhập trung bình
 - Nhóm 4: nhóm có thu nhập khá
 - Nhóm 5: nhóm có thu nhập cao nhất (nhóm giàu nhất)

Khi mức thu nhập tăng lên, chi cho lương thực có xu hướng giảm trong tổng chi tiêu; trong khi đó chi cho các loại thực phẩm khác và đồ uống ngày càng tăng do mức sống của người dân được cải thiện và thị hiếu tiêu dùng có nhiều thay đổi. Những người có mức thu nhập cao hơn thường ưa thích và lựa chọn các đồ uống và thực phẩm đóng hộp vì chúng tiết kiệm thời gian và tiện dụng, an toàn cho sức khỏe. Theo hãng nghiên cứu thị trường TNS tại Việt Nam, 50% người tiêu dùng cho rằng thức uống pha sẵn giúp họ tiết kiệm thời gian, 57% chọn các loại nước uống có bao bì tiện dụng vì được uống ngay mà không cần ly tách.

Bảng 17: Tỷ trọng của một số mặt hàng trong tổng tiêu dùng lương thực, thực phẩm bình quân 1 nhân khẩu/1tháng theo kết quả điều tra dân số năm 2002 của Tổng Cục Thống Kê

Các loại lương thực, thực phẩm	Chung	5 nhóm thu nhập				
		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	Nhóm 5
Đường, mật, sữa, bánh mứt kẹo (%)	3,16	2,16	2,53	2,79	3,13	3,9
Chè (trà), cà phê (%)	1,75	1,81	1,99	1,93	1,75	1,54
Rượu, bia (%)	2,46	2,14	2,1	2,15	2,19	3,01
Đồ uống khác (%)	0,76	0,11	0,24	0,33	0,62	1,46

Mức tiêu thụ nước giải khát và bánh kẹo của Việt Nam vẫn còn khá thấp nếu so với các nước trong khu vực. Thị trường đồ uống và thực phẩm của Việt Nam được đánh giá là rất tiềm năng do độ tuổi trung bình của dân số rất trẻ, nền kinh tế phát triển ổn định và thu nhập trung bình của người dân ngày càng tăng.

Dựa trên sự phát triển ổn định của nền kinh tế Việt Nam trong những năm qua và dự kiến trong những năm tới, Công ty sẽ giới thiệu các sản phẩm mới ra thị trường nhằm không những giữ vững mà còn mở rộng thêm thị phần. Ngoài ra, Công ty xây dựng kế hoạch giới thiệu sản phẩm nước cam ép có ga và nước trà xanh không ga. Dự kiến Công ty sẽ đầu tư 5 triệu USD để thâm nhập thị trường này. Dựa trên những dữ liệu phân tích, Interfood có khả năng duy trì và tăng thị phần trên thị trường đối với các sản phẩm của Công ty.

b. Triển vọng của hoạt động xuất khẩu

Tính đa dạng văn hóa gia tăng ở các nước là điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu thực phẩm đóng hộp đóng hộp của công ty. Các quốc gia này có nhu cầu thực phẩm đa dạng mà không phải tất cả các loại thực phẩm đó đều sẵn có trong nước. Nhu cầu thực phẩm đóng hộp đối với cộng đồng người Châu Á xa nhà thích thức ăn thức uống quen dùng chính là hướng phát triển của ngành này.

Việc xuất khẩu thực phẩm sang các nước còn chịu sự ảnh hưởng của xu hướng kinh doanh nhà hàng. Hiện nay, ngày càng có nhiều nhà hàng Trung Quốc và các nước Châu Á khác, cũng như các cửa hàng bán đồ ăn chế biến sẵn của người Trung Quốc, Việt Nam, Ấn Độ, Thái Lan ở Bắc Mỹ, Châu Âu, Trung Đông. Điều này khiến cho những người dân địa phương ở đây trở nên quen thuộc với thực phẩm của các nước khác, đem lại triển vọng tốt đẹp cho các sản phẩm Interfood với định hướng hương vị Châu Á. Một số mặt hàng của Interfood có thể bị bão hòa ở thị trường nội địa, trong khi các nước khác lại có nhu cầu cao. Do đó những sản phẩm xuất khẩu của Interfood sẽ nhằm đáp ứng nhu cầu thực phẩm đa dạng của các nước khác.

Việc hội nhập kinh tế thế giới của Việt Nam cũng là một trong những cơ hội để mở rộng thị trường xuất khẩu. Hoạt động xuất khẩu của Interfood sang các nước Đông Nam Á khác cũng đã có bước phát triển đáng kể. Chiến lược xuất khẩu sang các nước này sẽ giảm bớt những rủi ro do việc tập trung vào một thị trường gây ra và tận dụng được những điều kiện thương mại hấp dẫn về thuế quan.

9.3. Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước, và xu thế chung trên thế giới

Định hướng phát triển của Công ty là tập trung giành vị trí hàng đầu trên thị trường nước giải khát và bánh kẹo, đáp ứng các yêu cầu quốc tế trong đó chú trọng vào vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường và tái chế rác thải. Đó cũng là những ưu tiên hàng đầu trong các chính sách của Nhà nước đối với ngành chế biến thực phẩm và đồ uống.

Ngoài ra, chiến lược của Công ty cũng phù hợp với chính sách thương mại quốc tế của Chính phủ và định hướng phát triển của ngành bia, rượu, nước giải khát trong việc khai thác nguồn nông sản dồi dào sẵn có để tăng cường xuất khẩu các sản phẩm đã qua chế biến. Chính sách thương mại quốc tế Việt Nam trong thời kỳ từ nay đến năm 2010 và tầm

nhìn 2020 tập trung: “ưu tiên trọng yếu là phát triển xuất khẩu” và “khai thác triệt để thế mạnh của chính sách kinh tế nhiều thành phần, tăng cường tính năng động và khả năng thích ứng nhanh của mọi loại hình thương nhân” (Đảng Cộng sản Việt Nam - www.cpv.org.vn). Qui hoạch ngành Bia Rượu Nước giải khát cũng tập trung ưu tiên đầu tư sản xuất nước giải khát các loại từ rau quả trong nước phục vụ tiêu dùng nội địa và xuất khẩu.

10. Chính sách đối với người lao động

10.1. Số lượng lao động và cơ cấu lao động

Tại thời điểm 28/02/2006, Công ty có 788 nhân viên với cơ cấu lao động như sau:

Bảng 18: Cơ cấu lao động tại thời điểm 28/02/2006

Đơn vị: người

Loại lao động	Số lượng		Độ tuổi trung bình	Tỷ lệ
	Nam	Nữ		
Phân theo trình độ học vấn				
1. Trên đại học	1	0	40	0.13%
2. Đại học	12	9	35	2.66%
3. Cao đẳng	13	3	30	2.03%
4. Trung cấp	38	10	26	6.09%
5. Lao động phổ thông	142	560	22	89.09%
Phân theo phân công lao động				
1. Hội đồng quản trị/ Ban GD	2	1	44	0.38%
2. Lao động điều hành cấp cao	1	2	38	0.38%
3. Lao động điều hành cấp trung, kỹ thuật viên	12	2	33	1.78%
4. Lao động trực tiếp	191	577	24	97.46%

10.2. Các chính sách đối với người lao động

a. Chế độ làm việc

Công ty thực hiện chế độ 6 ngày làm việc/tuần và 8 giờ/ngày. Căn cứ trên nhu cầu công việc thực tế, công nhân sản xuất có thể sản xuất 2 ca (sáng, chiều) hoặc 3 ca (sáng, chiều, tối) hoặc Công ty và nhân viên có thể thoả thuận về việc làm thêm giờ. Nhân viên làm thêm giờ được trả lương từ 150% đến 300% mức lương làm việc thông thường.

Nhân viên theo chế độ thai sản, chăm sóc con nhỏ: Công ty sẽ giảm 1 giờ làm việc/ngày cho các nhân viên đang nuôi con nhỏ (dưới 12 tháng). Nhân viên nữ làm việc chân tay sẽ được giảm bớt 1 giờ làm việc/ngày bắt đầu từ khi mang thai tháng thứ 7 đến khi đưa trẻ được 12 tháng. Nhân viên sẽ được nhận lương cho thời gian nghỉ thai sản và chăm sóc con ốm dưới 7 tuổi theo các quy định của Bảo hiểm xã hội.

Nhân viên được nghỉ 1 ngày/tuần. Nhân viên làm việc đủ 12 tháng sẽ được nghỉ phép 12 ngày/năm. Những nhân viên thực hiện các công việc nặng nhọc, độc hại đủ 12 tháng sẽ được nghỉ phép 14 ngày/năm. Công ty sẽ tăng số ngày nghỉ phép dựa trên thời gian làm việc của nhân viên trong công ty, cứ mỗi 5 năm làm việc sẽ được nghỉ thêm 1 ngày.

b. Chính sách tuyển dụng, đào tạo

Ban lãnh đạo đảm bảo rằng chính sách tuyển dụng của Công ty không phân biệt giới tính và địa vị, phù hợp với các quy định của Nhà nước. Công ty thực hiện tuyển dụng nhân viên thông qua các đơn vị giới thiệu việc làm, người lao động nộp hồ sơ trực tiếp, giới thiệu, thăng tiến nội bộ và các công ty tư vấn việc làm. Các ứng viên ở các khu vực gần địa bàn hoạt động của Công ty sẽ được ưu tiên.

Do nguồn nhân lực được coi là một trong những tài sản quan trọng, Interfood xây dựng chính sách đào tạo khả năng đương đầu với sự thay đổi của môi trường kinh doanh. Công ty đặc biệt chú trọng tới việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực nhằm tạo điều kiện cho họ có thể nắm giữ những trọng trách trong tương lai. Phương thức đào tạo nhân viên như sau:

- Đào tạo bởi các chuyên gia trong và ngoài công ty theo kế hoạch đã đề ra;
- Tham gia các hội thảo tại công ty và ở bên ngoài;
- Đào tạo trong công việc; và
- Đào tạo nước ngoài khi cần thiết.

c. Chính sách lương, thưởng, phúc lợi

- Công Đoàn và Quan hệ giữa Ban Lãnh đạo Công ty với Nhân viên: Nhân viên của Công ty thuộc Công đoàn cơ sở dưới tên gọi Công đoàn Interfood, dưới sự giám sát của Công Đoàn khu công nghiệp tỉnh Đồng Nai. Công đoàn cơ sở được quản lý chủ yếu bởi đại diện người lao động. Công đoàn phối hợp với đại diện của Ban Lãnh đạo Công ty lên kế hoạch, thực hiện và quản lý toàn bộ công việc phúc lợi của người lao động. Công đoàn thường xuyên duy trì mối liên hệ tốt với Ban Lãnh đạo. Công ty thực hiện đầy đủ các quy định của Việt Nam liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi người lao động. Hiện tại, giữa nhân viên và Ban lãnh đạo không có bất cứ tranh chấp lao động hay tranh chấp liên quan tới nghề nghiệp nào.

- Phúc lợi xã hội cho nhân viên: Công ty đền bù cho nhân viên (tiền lương/ tiền công) dựa trên mức lương hiện hành trên thị trường và tiền thưởng dựa trên việc xem xét kết quả hoạt động. Công ty trả trợ cấp xã hội và y tế theo đúng quy định của Nhà nước.

11. Chính sách cổ tức

Căn cứ theo điều lệ của Công ty, tỷ lệ cổ tức hàng năm do Hội đồng quản trị đề xuất và do Đại hội cổ đông quyết định như sau:

- Công ty chỉ được trả cổ tức cho các cổ đông khi kinh doanh có lãi và đã hoàn thành nghĩa vụ nộp thuế và nghĩa vụ tài chính theo quy định của pháp luật.
- Cổ đông được chia cổ tức theo tỷ lệ vốn góp.
- Tỷ lệ cổ tức sẽ được Đại hội cổ đông quyết định dựa trên đề xuất của Hội đồng quản trị căn cứ trên kết quả hoạt động kinh doanh của năm tài chính và kế hoạch kinh doanh của các năm tới.
- Tùy theo tình hình thực tế, Hội đồng quản trị có thể tạm ứng cổ tức cho các cổ đông vào giữa năm nếu Hội đồng quản trị cho rằng khả năng lợi nhuận của Công ty có thể đáp ứng.

Công ty theo đuổi chính sách cổ tức theo đó cổ đông sẽ nhận được phần lợi nhuận của Công ty ở mức độ hợp lý và đảm bảo phần lợi nhuận giữ lại cần thiết cho việc mở rộng sản xuất và tăng trưởng trong tương lai. Tỷ lệ cổ tức năm 2005 là 23%. Công ty đã tạm ứng cổ tức đợt 1 năm 2006 vào tháng 5 vừa qua 12.29%

12. Tình hình hoạt động tài chính

12.1. Các chỉ tiêu cơ bản

Năm tài chính của Công ty bắt đầu từ ngày 01 tháng 01 và kết thúc vào ngày 31 tháng 12 hàng năm. Báo cáo tài chính của Công ty trình bày bằng đồng Đô la Mỹ, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam do Bộ Tài chính ban hành. Hệ thống kế toán và đồng tiền hạch toán của Công ty Interfood được Bộ Tài chính cho phép áp dụng tại Công văn số 550/TC/CDKT, ngày 5/9/1998.

a. Trích khấu hao tài sản cố định

Công ty áp dụng tỷ lệ khấu hao của các thiết bị là máy phát điện, máy biến áp và thiết bị nguồn điện, máy bơm nước, máy móc thiết bị sản xuất chế biến lương thực, thực phẩm, thiết bị tính toán đo lường, máy móc thiết bị điện tử phục vụ quản lý theo Công văn số

2536/TC-TCĐN ngày 20/03/2003 của Bộ Tài chính. Đối với các tài sản cố định khác, công ty thực hiện trích khấu hao theo quy định tại Quyết định 206/2003/QĐ-BTC của Bộ Tài chính. Tài sản cố định được khấu hao theo phương pháp đường thẳng để trừ dần nguyên giá tài sản qua suốt thời gian hữu dụng ước tính như sau

Tòa nhà	15 - 30 năm
Nhà xưởng và máy móc thiết bị	10 - 15 năm
Phương tiện vận tải	6 năm
Thiết bị văn phòng	10 năm

b. Mức thu nhập bình quân

Bảng 19: Thu nhập bình quân

Năm	Đơn vị	2004	2005
Mức lương bình quân người Việt Nam	Đồng/người/ tháng	1.298.48	1.684.64
Số lao động Việt Nam	Người	1.189	787
Mức lương bình quân người nước ngoài	Đồng/ người/tháng	22.147.763.41	24.726.036.48
Số lao động nước ngoài	Người	16	22

c. Thanh toán các khoản nợ đến hạn

Công ty luôn thanh toán đầy đủ và đúng hạn các khoản nợ và khoản vay của công ty.

d. Các khoản phải nộp theo luật định

Công ty luôn luôn thanh toán đầy đủ và đúng hạn các khoản thuế VAT, thuế thu nhập doanh nghiệp theo các quy định của Nhà nước.

e. Trích lập các quỹ

Theo Điều lệ của Công ty, hàng năm, Công ty sẽ phải trích lợi nhuận sau thuế của mình một khoản vào Quỹ dự trữ để bổ sung vốn điều lệ theo quy định của pháp luật. Khoản trích này không được vượt quá năm phần trăm (5%) lợi nhuận sau thuế của Công ty và được trích cho đến khi quỹ dự trữ bằng 10% vốn điều lệ của Công ty.

f. Dư nợ vay ngân hàng

Tại thời điểm 31/12/2005, tình hình nợ vay của Công ty như sau:

- Vay ngắn hạn: **137.639.777.792 đồng**

Bảng 20: Nợ vay ngắn hạn tại thời điểm 31/12/2005

Ngân hàng	Hạn mức (USD)	Lãi suất (%)	Dư nợ	
			Dư nợ (USD)	Quy đổi (VND)
Ngân hàng Ngoại thương Chi nhánh Đồng Nai (Tín dụng tuần hoàn)	7.000.000	Lãi suất do ngân hàng Ngoại thương Đồng Nai công bố tại thời điểm của mỗi khoản giải ngân	6.978.291	110.759.437.752
Ngân hàng Ngoại thương Chi nhánh Đồng Nai (Nợ dài hạn đến hạn trả)		Lãi suất cho vay điều chỉnh định kỳ: 03 tháng	1.000.001	15.872.015.872
Ngân hàng ANZ (Tín dụng tuần hoàn)	2.000.000	- VND: Lãi suất cơ bản cộng thêm 1,5%/ năm. - USD: Lãi suất Sibor cộng thêm 1,5%/ năm	693.569	11.008.327.168
Tổng cộng	9.000.000		8.671.861	137.639.777.792

- Nợ vay dài hạn: **31.403.974.144 đồng**

Bảng 21: Nợ vay dài hạn tại thời điểm 31/12/2005

Ngân hàng	Hạn mức (USD)	Lãi suất (%)	Dư nợ	
			Dư nợ (USD)	Quy đổi (VND)
Ngân hàng Ngoại thương Chi nhánh Đồng Nai	3.000.000	Lãi suất cho vay điều chỉnh định kỳ: 03 tháng	2.978.578	47.053.702.666
Ngân hàng Ngoại thương Chi nhánh Đồng Nai (Trừ nợ dài hạn đến hạn trả)			(1.000.001)	(15.872.015.872)
Cộng			1.978.577	31.403.974.144

g. *Tình hình công nợ*

- Các khoản phải thu:

Bảng 22: Các khoản phải thu

Chỉ tiêu	31/12/2004			31/12/2005		
	Giá trị (USD)	Quy đổi (1.000 VND)	Quá hạn (1.000 VND)	Giá trị (USD)	Quy đổi (1.000 VND)	Quá hạn (1.000 VND)

Phải thu từ khách hàng	2.899.843	45.640.628	1.013	8.239.468	130.776.836	124
Trả trước cho người bán	378.936	5.964.073	0	1.885.663	29.929.243	0
Thuế VAT được khấu trừ	185.811	2.924.479	0	118.522	1.881.181	0
Phải thu nội bộ	873.544	13.748.709	0	4.051.441	64.304.471	0
Phải thu khác	35.049	551.636	0	56.746	900.672	0
Dự phòng phải thu khó đòi	-43.712	-687.983	0	-20.031	-317.932	0

Do đặc điểm riêng của công ty là sản xuất hàng phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng và biếu tặng nhân dịp tết nguyên đán (khoảng từ cuối tháng 1 đến giữa tháng 2 năm sau), công ty tập trung thu mua nguyên vật liệu và sản xuất hàng tết từ khoảng tháng 6 năm trước. Lúc này một lượng lớn hàng hóa được dự trữ trong kho cho việc bán hàng trong mùa lễ tết. Do đó trong mùa tết, thời hạn tín dụng trung bình được gia hạn cho các khách hàng dài hơn so với những ngày bình thường đảm bảo cho các chiến dịch quảng cáo kéo dài và những đơn đặt hàng có khối lượng bất thường từ các nhà phân phối và người bán lẻ.

Vì vậy tại thời điểm 31/12 hàng năm giá trị hàng tồn kho và các khoản phải thu của công ty thường cao hơn nhiều so với các tháng bình thường đảm bảo cho chiến dịch quảng cáo và việc chuẩn bị bán hàng tết. Ban lãnh đạo công ty luôn luôn giữ hạn mức và kiểm soát hàng tồn kho cũng như thời hạn nợ đã cấp cho khách hàng.

- Các khoản phải trả:

Bảng 23: Các khoản phải trả

Chỉ tiêu	31/12/2004			31/12/2005		
	Giá trị (USD)	Quy đổi (1.000 VND)	Quá hạn (1.000 VND)	Giá trị (USD)	Quy đổi (1.000 VND)	Quá hạn (1.000 VND)
Phải trả người bán	1.946.625	30.637.930	972.567	8.720.002	138.403.871	731
Người mua trả tiền trước	166.484	2.620.291	0	75.421	1.197.082	0
Phải trả công nhân viên	80.871	1.272.828	0	126.136	2.002.030	0
Thuế và các khoản phải trả Nhà nước	136.900	2.154.669	0	221.548	3.516.409	0
Các khoản phải trả khác	14.082	221.636	0	1.814.814	28.804.727	0
Chi phí phải trả	105.636	1.662.605	0	160.354	2.545.138	0

Các khoản nợ quá hạn và phải thu quá hạn của công ty là các khoản phải trả người bán và phải thu từ khách hàng. Như đã nêu trên, do đặc điểm của ngành, hàng hóa tiêu thụ mạnh nhất từ sau thời điểm tết dương lịch. Các nhà cung cấp của công ty chấp nhận cho công ty

chậm thanh toán vào thời điểm này. Sau đó, công ty thanh toán đầy đủ những khoản phải trả cho các nhà cung cấp.

12.2. Một số chênh lệch về số liệu cuối kỳ 2004, đầu kỳ 2005

Giải trình về chênh lệch đầu kỳ và cuối kỳ do thay đổi chuẩn mực kế toán trong năm 2005, một số chỉ tiêu năm 2004 trong bảng cân đối kế toán của báo cáo kiểm toán năm 2005 được thay đổi phù hợp với các báo biểu kiểm toán kế toán hiện hành, như sau:

- Các khoản thuế phải thu trong năm 2004 được mô tả trong mục các khoản phải thu, sang năm 2005 được chuyển sang mục Tài sản ngắn hạn khác, số tiền USD185,811 (tương đương VND 2.924.479.329)
- Nợ dài hạn khác trong năm 2004 được mô tả trong mục Nợ dài hạn sang năm 2005 được chuyển sang và gộp vào chi phí phải trả của mục Nợ ngắn hạn, số tiền: USD50.090 tương đương: VND788.366.510.

Việc thay đổi này không ảnh hưởng gì đến tình hình sản xuất kinh doanh của công ty.

12.3 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 24: Các chỉ tiêu tài chính của Công ty

CHỈ TIÊU	2004	2005
Chỉ tiêu về khả năng thanh toán		
- Hệ số thanh toán ngắn hạn = TSLĐ/Nợ ngắn hạn	1,40	1,11
- Hệ số thanh toán nhanh = (TSLĐ - Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn	0,68	0,73
Chỉ tiêu về cơ cấu vốn		
- Hệ số Nợ/Tổng tài sản	0,35	0,62
- Hệ số nợ/Vốn chủ sở hữu	0,54	1,65
Chỉ tiêu về năng lực hoạt động		
- Vòng quay hàng tồn kho	3,69	3,99
- Doanh thu thuần/Tổng tài sản	1,05	0,91
Chỉ tiêu về khả năng sinh lợi		
- Hệ số lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	0,07	0,10
- Hệ số lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	0,11	0,24
- Hệ số lợi nhuận sau thuế/Vốn Tổng tài sản	0,07	0,09
- Hệ số lợi nhuận từ HĐKD/Doanh thu thuần	0,07	0,12

13. Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc, Ban kiểm soát

Thành viên Hội đồng Quản trị

1. Ông **Pang Tee Chiang** Chủ tịch Hội đồng quản trị, Tổng Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Quốc Tế
 - Giới tính: Nam
 - Năm sinh: 13/01/1945
 - Nơi sinh: Penang, Malaysia
 - Quốc tịch: Malaysia
 - Dân tộc: Trung Hoa
 - Địa chỉ thường trú: 30, Lorong Satu, Cangkat, Minden Height, Glugor, Penang, Malaysia
 - Điện thoại liên lạc: (84.61) 511 138
 - Trình độ văn hoá: Chứng chỉ (Diploma)
 - Trình độ chuyên môn: Kinh doanh
 - Quá trình công tác: Ông Pang Tee Chiang là nhà kinh doanh và sáng lập viên của Tập Đoàn Trade Ocean Holdings. Khi đang theo học tại trường Đại học New York, ông đã phát hiện ra tiềm năng xuất khẩu các sản phẩm của Malaysia sang thị trường Mỹ. Ông rời trường đại học và trở về Malaysia năm 1977 để gia nhập một công ty chuyên về xuất khẩu sản phẩm hải sản và các sản phẩm địa phương sang Mỹ. Ông có hơn 30 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm, hải sản và đồ uống, có một hệ thống các khách hàng và sự am hiểu sâu sắc về ngành chế biến thực phẩm
 - 1975: Phụ trách bán hàng của Công ty Life Pharmacy Sdn Bhd (Malaysia).
 - 1975 – 1977: Học tại Đại học New York
 - 1977 – 1979: Giám đốc Công ty Tri Ocean Trading Sdn.Bhd (Malaysia).
 - 1979 - 2005: Giám đốc Công ty Trade Ocean Exporters Sdn. Bhd. (Malaysia)
 - 1996 - nay Chủ tịch Công ty Ocean Trade Ocean Holdings Sdn. Bhd.

- 1991 – nay: Chủ tịch Công ty Công nghiệp chế biến thực phẩm Quốc tế
Chủ tịch, Tổng Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Quốc Tế.
 - Số cổ phần nắm giữ: 5.547.408 cổ phần
 - Số cổ phần của những người có liên quan: không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không có
 - Hành vi vi phạm pháp luật: không có
 - Cam kết nắm giữ 50% trong số 5.547.408 CP đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.
2. Ông **Yau Hau Jan**: Thành viên Hội đồng quản trị, Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế
- Giới tính: Nam
 - Năm sinh: 13/01/1974
 - Nơi sinh: Penang, Malaysia
 - Quốc tịch: Malaysia
 - Dân tộc: Trung Hoa
 - Địa chỉ thường trú: 1034, Taman Hup Huat, Lorong Sharif, Alor Star, Kedah, Malaysia.
 - Điện thoại liên lạc: (84 61) 511138
 - Trình độ văn hóa: Chứng chỉ từng phần (Advance Diploma)
 - Trình độ chuyên môn: Luật
 - Quá trình công tác: Ông Yau Hau Jan có 7 năm kinh nghiệm trong ngành chế biến thực phẩm. Ông đã học ngành luật tại trường Glamorgan (Anh) năm 1996, nhưng ông đã bỏ dở ngành học vào năm cuối khi ông nhận thấy cơ hội học hỏi kinh nghiệm, hướng dẫn và sự nhạy bén trong kinh doanh từ người sáng lập ra Trade Ocean Group.
 - 1995 – 1996: Nhân viên Ngân hàng Citibank Bhd, Malaysia
 - 1996 – 1997: Học tại Glamorgan (Anh)
 - 1998 – 1999: Quản lý hành chính; Trợ lý Giám đốc Công ty Công nghiệp chế biến thực phẩm Quốc tế

- o 1999 – 2000 Phụ trách xuất khẩu Công ty Công nghiệp chế biến thực phẩm Quốc tế
- o 2000 – 2005: Phó Tổng Giám đốc-công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc tế
- o 2002 – nay: Phó Tổng Giám đốc-công ty Avafood Industries Ltd. Giám đốc Công ty Trade Ocean Holdings Sdn. Bhd.
- Số cổ phần nắm giữ: 67.616 cổ phần
- Số cổ phần của những người có liên quan: không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có
- Hành vi vi phạm pháp luật: không
- Lợi ích liên quan đối với đợt phát hành: không
- Cam kết nắm giữ 50% trong số 67.616 cổ phần đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

3. Bà **Nguyễn Thị Kim Liên**: Thành viên Hội đồng quản trị /Giám đốc Tài chính Công ty CP Thực phẩm Quốc Tế

- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 26/06/1967
- Nơi sinh: tỉnh Nam Định, Việt Nam
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: tỉnh Quảng Nam, Việt Nam
- Địa chỉ thường trú: 123/17/8, Khu phố 3, phường Trung Dũng, thành phố Biên hoà, tỉnh Đồng nai, Việt Nam
- Trình độ văn hoá: 12/12
- Trình độ chuyên môn: Tốt nghiệp Đại học Kinh tế Tp Hồ Chí Minh, Chứng chỉ kế toán trưởng do trường Đại học Kinh Tp Hồ Chí Minh cấp.
- Quá trình công tác:
- 1990 - 1992: Kế toán viên nhà máy dệt Thống nhất, Tỉnh Đồng Nai.
- 1992 - 1994: Phụ trách Kế toán, Công ty Công nghiệp Chế biến Thực phẩm Quốc tế, tỉnh Đồng Nai.

- 1995 - 2003: Kế toán trưởng Công ty Công nghiệp Chế biến thực phẩm Quốc tế
- 2003 - nay: Giám đốc tài chính, Công ty CP Chế Biến Thực phẩm Quốc Tế
- 11/2001 - nay: Thành viên Ban giám đốc, Công ty CP Chế Biến Thực phẩm Quốc Tế
- Từ 9/2005 - nay: Thành viên Hội đồng quản trị, Công ty CP Chế Biến Thực phẩm Quốc Tế
- Số cổ phần nắm giữ: 20.000 cổ phần
- Số cổ phần của những người có liên quan: không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không
- Hành vi vi phạm pháp luật: không có
- Cam kết nắm giữ 50% trong số 20.000 cổ phần đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

4. Ông **Teng Po Wen**: Thành viên Hội đồng quản trị Công ty CP Thực phẩm Quốc Tế

- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 15/10/1963
- Nơi sinh: Tai nan, Đài Loan
- Quốc tịch: Đài Loan
- Dân tộc: Trung Hoa
- Quê quán: Đài Loan
- Địa chỉ thường trú: Số 7, đường 19, KCN Sóng thần II, Dĩ An, Bình Dương, Việt Nam
- Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: (84 650)732 795
- Trình độ văn hóa: Đại học
- Trình độ chuyên môn: Quản trị kinh doanh
- Quá trình công tác:
 - 1993 - 1995: Giám đốc - Long Hai Lien Tien Metal Co. (Trung Quốc)
 - 1996 - đến nay: Tổng giám đốc – Taiwan Chuan Li Foods and Can Co. Ltd.
- Số cổ phiếu nắm giữ: 0 cổ phiếu
- Chức vụ công tác hiện nay: Tổng giám đốc – Vietnam Chuan Li Can Co. Ltd.
- Hành vi vi phạm pháp luật: Không

- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không
- Số cổ phần của những người có liên quan: không có
- Cam kết nắm giữ ít nhất 50% trong số 0 cổ phiếu tôi đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

5. Bà Pang Tze Yi Thành viên Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế

- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 06/12/1986
- Nơi sinh: Penang - Malaysia
- Quốc tịch: Malaysia
- Dân tộc: Trung Hoa
- Quê quán: Malaysia
- Địa chỉ thường trú: 30, Cangkat Minden Jalan 1 Gelugor, 11700 Penang, Malaysia
- Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: + 60(4)6577938
- Trình độ văn hóa: Tốt nghiệp phổ thông trung học
- Trình độ chuyên môn: Bằng tốt nghiệp trung học
- Quá trình công tác

Từ năm 2003 - đến năm 2004: Làm việc cho công ty quảng cáo Pen'Ads (M) Sdn. Bhd (Malaysia)

- Chức vụ công tác hiện nay: Sinh viên chưa tốt nghiệp
- Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần
- Số cổ phần của những người có liên quan:
 - Cha: Ông Pang Tee Chiang, nắm giữ 5.547.408 cổ phiếu
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không
- Hành vi vi phạm pháp luật: Không
- Cam kết nắm giữ ít nhất 50% trong số 0 cổ phiếu tôi đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

Thành viên Ban Kiểm sát

1. Bà Thái Ngọc Đình – Trưởng Ban kiểm soát Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế

- Giới tính: Nữ

- Ngày tháng năm sinh: 28-07-1975
- Nơi sinh: Tp. Hồ Chí Minh – Việt nam
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Hoa
- Quê quán: Triều Châu – Trung Quốc
- Địa chỉ thường trú: Số 109 đường Trang Tử, Phường 14, Q.5-TPHCM
- Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: 072.872213 (Ext : 229)
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn:
 - o Tốt Nghiệp Cao đẳng chính quy Khoa Tài Chính – Kế toán do Trường Đại Học Tài Chính Kế toán cấp
 - o Chứng chỉ Kế Toán Trưởng do Bộ Tài Chính cấp cấp
- Quá trình công tác
 - 1996 – 1997 : Kế toán viên - Hãng Đại lý độc quyền DAIHATSU
 - 1997 – 1999 : Kế toán viên - Công ty TNHH Le Long Việt Nam
 - 1999 – 2001 : Phụ Trách kế toán - Công ty TNHH Le Long Việt Nam
 - 2002 – nay : Kế toán trưởng - Công ty TNHH Le Long Việt Nam
 - 2003 – nay : Trưởng phòng Tài Chính-Xuất nhập khẩu - Công ty TNHH Le Long Việt Nam
- Chức vụ công tác hiện nay: Kế toán trưởng kiêm Trưởng phòng Tài chính – Xuất nhập khẩu Công ty TNHH Le Long Việt Nam
- Số cổ phần nắm giữ: 100 cổ phần
- Số cổ phần của những người có liên quan:
 - Chồng : Trần Vạn Lý nắm giữ 239.600 cổ phiếu
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không
- Hành vi vi phạm pháp luật: không có
- Cam kết nắm giữ ít nhất 50% trong số 100 cổ phiếu tôi đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

2. Ông **Saw Heng Soo** Thành viên Ban kiểm soát Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế

- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 27/07/1956
- Nơi sinh: Penang, Malaysia

- Quốc tịch: Malaysia
- Dân tộc: Trung Hoa
- Quê quán: Penang, Malaysia
- Địa chỉ thường trú: 34. Tingkat Oriental Satu 11060 Penang, Malaysia
- Số điện thoại liên lạc ở cơ quan
- Trình độ văn hóa: Chứng chỉ thương mại
- Trình độ chuyên môn: FCCA (UK) - Association of Chartered Certified accountants (UK), CA (Malaysia) – Chartered Accountant (Malaysia)
- Quá trình công tác:
Từ năm 1981 - đến năm 1989: Giám sát tài chính tại Chocolate products Berhad, Malaysia
Từ năm 1996 - đến năm 2006: Tổng quản trị công ty Golden Frontier Berhad, Malaysia
- Chức vụ công tác hiện nay: Tổng quản trị công ty Golden Frontier Berhad, Malaysia
- Số cổ phần nắm giữ: 1.000 cổ phần
- Số cổ phần của những người có liên quan: không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không
- Hành vi vi phạm pháp luật: không
- Cam kết nắm giữ ít nhất 50% trong số 1.000 cổ phiếu tôi đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

3. Ông **Giang Dan So** Thành viên Ban kiểm soát Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế

- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 27-02-1962
- Nơi sinh: Tp Hồ Chí Minh, Việt Nam
- Quốc tịch: Canada
- Dân tộc: Hoa
- Quê quán Tp Hồ Chí Minh, Việt Nam
- Địa chỉ thường trú: 2276 Shannon Hills Drive, Westbank, B.C. Canada
- Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: 061 - 511138
- Trình độ văn hóa: Đại Học
- Trình độ chuyên môn: Thương Mại

- Quá trình công tác
1983 - 1985 Nhân viên phòng Visa Center, Ngân hàng Toronto Dominion Bank – Toronto, Canada
1985 - 1990: Giám đốc hệ thống siêu thị, Công ty Tai Fat Trading Ltd. Edmonton, Canada
1991 - 1994: Giám đốc phân phối, Ekon Food Corporation, Los Angeles, Mỹ
1995 – 2002: Giám đốc xuất nhập khẩu, KP Co. Ltd. – HCMC – Vietnam
- Chức vụ công tác hiện nay: Giám Đốc Xuất Khẩu, Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế
- Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần
- Những người có liên quan: không
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: không
- Hành vi vi phạm pháp luật: không
- Cam kết nắm giữ ít nhất 50% trong số 0 cổ phiếu tôi đang nắm giữ trong vòng 03 năm kể từ ngày niêm yết.

Thành viên Ban Giám đốc (xem lý lịch chi tiết phần Sơ yếu lý lịch thành viên HĐQT)

1. Ông **Pang Tee Chiang**: Tổng Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Quốc tế
2. Ông **Yau Hau Jan**: Phó Tổng Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Quốc tế
3. Bà **Nguyễn Thị Kim Liên**: Giám đốc Tài chính công ty CP Thực phẩm Quốc tế

14. Tài sản

Bảng 25: Một số tài sản chính của Công ty tại thời điểm 31/12/2005

Đơn vị: USD

STT	Tài sản	Nguyên giá USD	Nguyên giá Triệu VND	Giá trị còn lại USD	Giá trị còn lại Triệu VND	Tỷ lệ còn lại
1	Nhà xưởng, vật kiến trúc	645.558	10.246	462.658	7.343	71.67%
2	Máy móc thiết bị	15.064.990	239.112	10.799.116	171.403	71.68%
3	Phương tiện vận tải	394.221	6.257	137.023	2.175	34.76%
4	Dụng cụ quản lý	214.283	3.401	112.639	1.788	52.57%

5	Tài sản khác	0		0		
	Tổng cộng	16.319.052	259.016	11.511.436	182.709	70.54%

Tình hình sử dụng đất đai, nhà xưởng của Công ty (thời điểm 31/12/2005)

- Tổng diện tích đất đai: **30.863 m²**; trong đó:
 - o Diện tích đất mua: 0m²
 - o Diện tích đất thuê: 30.863 m²

Bảng 26: Tình hình nhà xưởng đất đai của Công ty tại thời điểm 31/12/2005

STT	Đơn vị cho thuê	Địa điểm	Mục đích	Diện tích (m ²)	Thời điểm bắt đầu thuê	Thời hạn thuê
1	Ủy Ban Nhân dân Tỉnh Đồng Nai	Số 9m đường số 5, Phường Tân Tiến, Biên Hoà, Đồng Nai	Nhà máy	10.091	12/30/1991	20 năm
2	Avafood	Lô 13, Khu Công nghiệp Tam Phước, Long Thành, Đồng Nai	Văn phòng Kho Nhà xưởng	792 7.740 12.240	10/5/2005	10 năm
	Tổng cộng			30.863		

15. Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức

Bảng 27: Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức trong 3 năm tới

Chỉ tiêu	Năm 2006			Năm 2007			Năm 2008		
	Giá trị		% tăng giảm	Giá trị		% tăng giảm	Giá trị		% tăng giảm
	1.000 USD	1 triệu đồng		1.000 USD	1 triệu đồng		1.000 USD	1 triệu đồng	
Sản lượng (tấn)	42.654,39		25%	58.863,06		38%	76.521,98		30%
Doanh thu	40.128	636.912	26%	55.377	878.944	38%	71.990	1.142.625	30%
Giá vốn hàng bán	30.096	477.684	21%	41.532	659.196	38%	53.992	856.961	30%
Lợi nhuận gộp	10.032	159.228	41%	13.844	219.732	38%	17.997	285.648	30%
Chi phí hoạt động	5.217	82.799	51%	7.199	114.263	38%	9.359	148.541	30%
Lãi/lỗ trước thuế	4.815	76.429	28%	6.645	105.469	38%	8.638	137.107	30%
Thuế thu nhập DN	602	9.554	7%	831	13.184	38%	2.160	34.277	160%
Lợi nhuận sau thuế	4.213	66.876	31%	5.814	92.286	38%	6.479	102.834	11,4%
Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế/ Doanh thu thuần	10,50%			10.50%			9%		
Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế/ Vốn chủ sở hữu	27,54%			38%			42,35%		
Tỷ lệ cổ tức	8%			8%			8%		

Sự phát triển ổn định của nền kinh tế Việt Nam tạo nhiều cơ hội cũng như thách thức mới đối với hoạt động sản xuất của công ty. Kế hoạch doanh thu của công ty được tính toán dựa trên mức tăng trưởng doanh thu bình quân các năm qua và kế hoạch sản xuất sản phẩm mới: nước trái cây có ga, nước trái cây không ga, nước tinh lọc đóng chai PET. Mức tăng của giá vốn hàng bán được tính toán đảm bảo tỷ lệ giá vốn hàng bán trên tổng doanh thu trong quá khứ là khoảng 75%; chi phí hoạt động (bao gồm chi phí bán hàng và chi phí quản lý) cũng được tính trên tỷ lệ % trên doanh thu trung bình trong quá khứ. Mức thuế thu nhập ước tính là 25% trên thu nhập chịu thuế. Năm 2006, 2007, công ty được hưởng mức giảm 50% thuế thu nhập phải nộp do ưu đãi thuế đối với công ty niêm yết.

Ngoài ra, kế hoạch lợi nhuận của công ty được tính toán trên kế hoạch đầu tư trong các năm tới. Công ty sẽ củng cố hơn nữa vị thế trên thị trường thông qua việc đầu tư vào mở rộng và nâng cấp dây chuyền sản xuất của công ty như sau:

Bảng 28: Kế hoạch đầu tư giai đoạn 2006 – 2008

Đơn vị: 1.000 USD

Năm	2006	2007	2008
Kế hoạch nâng cấp			
Dây chuyền chai PET	2,000		
Nâng cấp dây chuyền đồ uống	150	200	
Nâng cấp dây chuyền bánh quy	100		
Phương tiện vận tải	100	50	100
Hệ thống tin học	30		70
Kế hoạch đầu tư mới			
Dây chuyền đồ uống mới			3,000
Kho và hệ thống vận chuyển			1,200
	2,380	250	4,370
Tổng cộng		7,000	

16. 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 Sài Gòn đã thu thập các thông tin, tiến hành các nghiên cứu phân tích và đánh giá cần thiết về hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Quốc Tế cũng như xem xét lĩnh vực kinh doanh mà Công ty đang hoạt động. Đồng thời dựa trên kết quả kinh doanh trong các năm vừa qua, năng lực của Interfood và mức tăng trưởng dự tính sắp tới của ngành, SSI nhận thấy kế hoạch sản xuất kinh doanh của Interfood có tính khả thi nếu không có những biến động ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động của doanh nghiệp. Với chính sách phân phối lợi nhuận là dành phần lớn lợi nhuận cho việc đầu tư phát triển hoạt động sản xuất kinh

doanh, Công ty đưa ra tỷ lệ cổ tức ổn định là 8%/năm trong 3 năm đầu, đây là mức cổ tức mà Công ty hoàn toàn có khả năng chi trả.

Những nhận xét trên chỉ mang tính tham khảo mà không hàm ý đảm bảo giá trị của chứng khoán.

17. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của tổ chức niêm yết

- Không có

18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới công ty mà có thể ảnh hưởng đến giá cả cổ phiếu niêm yết

- Không có

IV. CỔ PHIẾU NIÊM YẾT

1. Loại chứng khoán

Cổ phiếu phổ thông

2. Mệnh giá

10.000 đồng/cổ phiếu

3. Tổng số chứng khoán niêm yết

Tổng số chứng khoán xin niêm yết là: **5.729.472 cổ phiếu**, bao gồm:

- ❖ 3.860.560 cổ phiếu do cổ đông không phải là cổ đông sáng lập nắm giữ (chiếm 16% vốn điều lệ), trong đó, số cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 50% số cổ phần do các thành viên Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát, Ban giám đốc nắm giữ là: 10.550 cổ phần
- ❖ 1.868.912 cổ phiếu do 2 cổ đông sáng lập nắm giữ đã được Bộ Kế hoạch và Đầu tư chấp thuận bán bớt nhưng chưa thực hiện, cụ thể:
 - Ông Pang Tee Chiang: 964.208 cổ phần. Ông Pang Tee Chiang hiện đang giữ chức Chủ tịch Hội đồng Quản trị công ty, do vậy, trong thời hạn 3 năm kể từ ngày niêm yết, ông Pang sẽ bị hạn chế chuyển nhượng 50% số cổ phần được phép chuyển nhượng hiện đang nắm giữ.
 - Ông Ng Eng Huat: 904.704 cổ phần

Kế hoạch bán bớt cổ phần của cổ đông sáng lập:

- Số lượng cổ phần chuyển nhượng:

- Ông Pang Tee Chiang: 482.104 cổ phần (bằng 50% số cổ phần được phép chuyển nhượng hiện đang nắm giữ)
 - Ông Ng Eng Huat: 904.704 cổ phần
- Thời gian thực hiện: trong vòng 3 năm kể từ ngày niêm yết
 - Phương thức thực hiện: Giao dịch thỏa thuận hoặc khớp lệnh theo quy định của Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Tp Hồ chí Minh

4. Giá niêm yết dự kiến

53.000 đồng/ cổ phần

5. Phương pháp tính giá

Giá cổ phiếu niêm yết dự kiến được tính theo bình quân trên thị trường không chính thức (OTC)

6. Cơ cấu cổ phần niêm yết

Bảng 28: Cơ cấu cổ phần niêm yết

Cổ đông	Số cổ phần	Tỷ trọng(%)
Cổ phần của cổ đông là CBCNV	91.000	1,6%
Cổ phần của cổ đông là thành viên HĐQT, Ban giám đốc, Ban KS	21.100	0,4%
Cổ phần của cổ đông sáng lập được phép chuyển nhượng	1.868.912	32,6%
Cổ đông khác	3.748.460	65,4%
Tổng:	5.729.472	100,0%

7. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với nhà đầu tư nước ngoài

Nghị định 38/2003/NĐ-CP ngày 15/4/2003 của Chính phủ về việc chuyển đổi một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sang hoạt động theo hình thức Công ty cổ phần quy định tổng giá trị cổ phần do cổ đông sáng lập nước ngoài nắm giữ phải bảo đảm ít nhất bằng 30% vốn điều lệ trong suốt quá trình hoạt động của Công ty.

Khi đăng ký niêm yết cổ phiếu trên Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh, số lượng cổ phần được đăng ký niêm yết là số lượng cổ phần được tự do chuyển nhượng trong công ty cổ phần có vốn đầu tư nước ngoài. Tỷ lệ tham gia của người nước ngoài tối đa là 49% tổng số cổ phiếu niêm yết theo Quyết định 238/2005/QĐ-TTg

8. Các loại thuế có liên quan

- Theo Giấy phép cổ phần hóa số 270CPH/GP, ngày 09/08/2005, Công ty chịu thuế Thu nhập Doanh nghiệp như sau:
 - o Đối với mục tiêu chế biến nông sản, thủy sản thành phẩm đóng hộp, sấy khô, ướp đông, muối, ngâm dấm; sản xuất các loại bánh, thức ăn nhẹ; chế biến nước trái cây có ga, nước trái cây có độ cồn thấp (5%) với thuế suất bằng 10% (mười phần trăm) lợi nhuận thu được kể từ ngày 09/04/1999 đến hết năm thứ 15 kể từ khi dự án bắt đầu hoạt động sản xuất kinh doanh và bằng 25% (hai mươi lăm phần trăm) trong những năm tiếp theo đến hết ngày 16/11/2031. Sau thời hạn nêu trên, thực hiện theo các quy định hiện hành tại thời điểm nộp thuế.
 - o Đối với mục tiêu sản xuất nước tinh khiết đóng chai và sản xuất chai PET với thuế suất bằng 20% (hai mươi phần trăm) lợi nhuận thu được trong 10 (mười) năm kể từ khi chính thức hoạt động sản xuất kinh doanh và bằng 28% (hai mươi tám phần trăm) trong những năm tiếp theo đến hết ngày 16/11/2031. Sau thời hạn nêu trên, thực hiện theo các quy định hiện hành tại thời điểm nộp thuế.
 - o Công ty Cổ phần Thực phẩm Quốc Tế được kế thừa ưu đãi về miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp của Công ty Công nghiệp Chế biến Thực phẩm Quốc Tế trước khi chuyển đổi với mức miễn thuế 2 năm kể từ khi kinh doanh bắt đầu có lãi và được giảm 50% trong 3 năm tiếp theo đối với mục tiêu chế biến nông sản, thủy sản thành sản phẩm đóng hộp, sấy khô, ướp đông, muối, ngâm dấm, sản xuất các loại bánh, thức ăn nhẹ, chế biến nước trái cây có ga, nước trái cây có độ cồn thấp, sản xuất nước tinh khiết đóng chai và sản xuất chai PET
 - o Trong trường hợp 3 năm liên tục, Công ty cổ phần không thực hiện được tỷ lệ xuất khẩu sản phẩm quy định tại Giấy phép số 270CPH/GP, cơ quan cấp Giấy phép đầu tư sẽ xem xét điều chỉnh tỷ lệ xuất khẩu và ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp.
- Theo qui định của Thông tư số 74/2000/TT-BTC ban hành ngày 19/07/2000 của Bộ Tài chính, đối với tổ chức phát hành có chứng khoán được niêm yết, ngoài việc được hưởng các ưu đãi về thuế Thu nhập doanh nghiệp hiện hành còn được giảm 50% số thuế Thu nhập doanh nghiệp phải nộp trong 02 (hai) năm tiếp theo kể từ khi niêm yết chứng khoán lần đầu tại TTGDCK.
- Theo qui định trong Thông tư số 100/2004/TT-BTC “Hướng dẫn về thuế GTGT và thuế thu nhập doanh nghiệp đối với lĩnh vực chứng khoán”, ban hành ngày 20/10/2004, cổ tức thu từ cổ phiếu thuộc diện miễn thuế hoàn toàn đối với tất cả nhà đầu tư tổ chức và cá nhân.
- Thông tư số 100/2004/TT-BTC cũng qui định nhà đầu tư cá nhân không phải đóng thuế trên khoản chênh lệch giá khi bán cổ phiếu. Nhà đầu tư là tổ chức có đăng ký kinh

doanh tại Việt Nam phải chịu một khoản thuế đóng trên phần chênh lệch giá khi bán cổ phiếu như sau:

Thuế thu nhập từ chênh lệch giá do bán cổ phiếu = Thu nhập chịu thuế * Thuế suất

Trong đó:

Thu nhập chịu thuế = Tổng giá trị chứng khoán bán ra trong kỳ - Tổng giá mua chứng khoán được bán ra trong kỳ - Chi phí mua bán chứng khoán + Lãi trái phiếu từ việc nắm giữ trái phiếu.

Thuế suất = Thuế suất thuế Thu nhập doanh nghiệp của tổ chức đầu tư

- Nhà đầu tư là tổ chức nước ngoài không có đăng ký kinh doanh tại Việt Nam, chỉ mở tài khoản giao dịch chứng khoán tại Việt Nam, phải chịu một khoản thuế khoán khi bán cổ phiếu như sau:

Thuế khoán từ việc bán cổ phiếu = Tổng giá trị cổ phiếu bán ra của từng giao dịch chuyển nhượng * 0,1%

V. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC NIÊM YẾT

1. Tổ chức kiểm toán

❖ Công ty TNHH PricewaterhouseCoopers Việt Nam

Địa chỉ: Tầng 4, Saigon Tower, 29 Lê Duẩn, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8230 796 Fax: (84.8) 8251 947

2. Tổ chức tư vấn

❖ Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

Trụ sở chính

Địa chỉ: 180 - 182 Nguyễn Công Trứ, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8218 567 Fax: (84.8) 8213 867

Email: ssi@ssi.com.vn Website: www.ssi.com.vn

Chi nhánh tại Hà Nội

Địa chỉ: 25 Trần Bình Trọng, Quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (84.4) 9426 718 Fax: (84.4) 9426 719

Email: ssi_hn@ssi.com.vn

IV. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

1. Rủi ro về kinh tế

Kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây đạt tốc độ phát triển cao: năm 2002 đạt 7,1%, năm 2003 đạt 7,3%, năm 2004 đạt 7,7% và năm 2005 đạt 8,4%. Đây chính là một nhân tố thuận lợi đối với các ngành sản xuất hàng tiêu dùng. Hoạt động trong ngành sản xuất thực phẩm và đồ uống đóng hộp, khả năng tiêu thụ sản phẩm của Công ty bị ảnh hưởng trực tiếp bởi tốc độ tăng trưởng kinh tế và thu nhập bình quân đầu người. Khi thu nhập của người dân tăng trưởng cao, nhu cầu đối với các sản phẩm đồ uống, thực phẩm đóng hộp để nâng cao sức khỏe và biếu tặng cũng tăng lên nhanh chóng.

Ngược lại, khi nền kinh tế lâm vào khủng hoảng, thu nhập của người dân giảm sút, cơ cấu chi tiêu của người dân sẽ thay đổi. Thu nhập của người tiêu dùng chủ yếu để tiêu dùng, mua sắm các nhu yếu phẩm; doanh thu và lợi nhuận của Công ty sẽ bị giảm sút tương ứng.

2. Rủi ro về thị trường

Thị trường nội địa: Thị trường trong nước rất giàu tiềm năng, đây là một điều kiện thuận lợi đối với hoạt động kinh doanh của Interfood. Tuy nhiên, sự cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành cũng đang gia tăng nhanh chóng với sự góp mặt của các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, cùng với sự hội nhập kinh tế, các sản phẩm thực phẩm đồ uống của nước ngoài cũng đang xâm nhập vào thị trường, gây ra sự cạnh tranh đáng kể đối với hoạt động của Công ty.

Thị trường xuất khẩu: Khoảng 50% kim ngạch xuất khẩu của Công ty là sang thị trường Bắc Mỹ, Tây Âu và Trung Đông, đây là thị trường khó tính và có nhiều biến động. Đây là những nhân tố có thể làm thu hẹp thị trường xuất khẩu ảnh hưởng tới doanh thu và lợi nhuận của Công ty.

3. Rủi ro về luật pháp

Hệ thống pháp luật của Việt Nam chưa thật sự hoàn chỉnh và có nhiều quy định chồng chéo. Là công ty cổ phần có vốn đầu tư nước ngoài, Interfood vừa chịu điều chỉnh bởi luật Doanh nghiệp, luật Đầu tư nước ngoài và Nghị định số 38/2003/NĐ – CP của Chính phủ Về việc chuyển đổi một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sang hoạt động theo hình thức công ty cổ phần. Nếu thực hiện niêm yết trên thị trường chứng khoán, Công ty phải tuân thủ các quy định về chứng khoán và thị trường chứng khoán. Hoạt động kinh doanh của công ty còn chịu sự điều chỉnh của các chính sách thuế xuất nhập khẩu, các quy định về an toàn thực phẩm, nhãn hiệu hàng hóa, chính sách ưu đãi

đầu tư. Bất kỳ sự thay đổi nào trong các quy định này cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Công ty.

Ngoài ra, chính sách thuế và các quy định về hàng hóa nhập khẩu của các nước vốn là thị trường của Interfood cũng sẽ ảnh hưởng tới khả năng tiêu thụ và doanh thu của công ty.

4. Rủi ro về kinh doanh

Rủi ro về nguyên vật liệu: Nguyên vật liệu sản xuất của Công ty bao gồm bột mì, đường, trái cây các loại v.v... có nguồn cung cấp dồi dào cả trong nước. Các nguyên vật liệu bao gói, trước kia phải nhập từ nước ngoài thì nay một số nhà cung cấp đã có nhà máy tại Việt Nam.

Mặc dù Công ty không tự đầu tư để có nguồn nguyên vật liệu ổn định nhưng Công ty đã tạo được mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp để đảm bảo nguồn nguyên liệu được cung cấp đầy đủ về số lượng, đạt tiêu chuẩn chất lượng với giá cạnh tranh. Ngoài ra, sản phẩm của Công ty cũng rất đa dạng, có thể thay đổi sản phẩm theo mùa vụ nguyên vật liệu. Điều này đã làm giảm đáng kể rủi ro về nguồn nguyên vật liệu.

Rủi ro về tổ chức sản xuất: Hiện tại Interfood đang có hợp đồng sản xuất với AVA Food Industries Ltd, trong đó Interfood đầu tư máy móc thiết bị trên diện tích đất của AVA Food Industries Ltd để tổ chức sản xuất. Hợp đồng sản xuất có thời hạn 10 năm, trong trường hợp hợp đồng giữa Interfood và AVA Food Industries Ltd hết hiệu lực mà không gia hạn tiếp thì điều này sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Rủi ro hàng nhái, hàng kém phẩm chất: Hiện nay trong lĩnh vực hoạt động của Công ty, tình trạng hàng nhái, hàng kém phẩm chất đang có xu hướng gia tăng. Bên cạnh đó cũng thường xảy ra những tranh chấp về thương hiệu, nhãn mác sản phẩm v.v... do nhà nước chưa có những biện pháp quản lý và chế tài hữu hiệu. Điều này có thể làm ảnh hưởng đến uy tín, tình hình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành nói chung và Interfood nói riêng.

5. Các rủi ro khác

Một số rủi ro khác mang tính bất khả kháng, tuy ít có khả năng xảy ra nhưng nếu có thì sẽ tác động lớn đến tình hình kinh doanh của Công ty, đó là những rủi ro về hỏa hoạn, thiên tai, chiến tranh hay dịch bệnh hiểm nghèo... Công ty đã thực hiện mua bảo hiểm cháy, nổ, mất cắp, tai nạn, dừng hoạt động ... cho các máy móc thiết bị, nguyên vật liệu, con người, hàng hóa... để hạn chế các rủi ro này.

Đồng Nai, ngày tháng năm 2006
CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM QUỐC TẾ
Chủ tịch Hội đồng Quản trị/Tổng Giám đốc

PANG TEE CHIANG

Giám đốc Tài chính

NGUYỄN THỊ KIM LIÊN

Trưởng ban kiểm soát

Kế toán trưởng

THÁI NGỌC ĐÌNH

TRƯƠNG VĂN THÀNH

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Bản sao công chứng Giấy Chứng nhận điều chỉnh Giấy phép số 270 CPH/GCNĐC3-BKH do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp ngày 23 tháng 08 năm 2006.

Phụ lục 2: Nghị quyết Đại hội Cổ đông bất thường về việc bầu các thành viên Hội đồng Quản trị, Ban kiểm soát.

Phụ lục 3: Báo cáo tài chính 6 tháng đầu năm 2006.

Các Phụ lục khác: Xin tham chiếu tại các phụ lục đính kèm Bản cáo bạch Công ty Cổ phần thực phẩm quốc tế (Interfood) về việc phát hành cổ phiếu ra công chúng kết hợp niêm yết cổ phiếu trên trung tâm giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh đã được chấp thuận theo giấy chứng nhận đăng ký phát hành số: 30/UBCK-ĐKPH do Chủ tịch Ủy ban chứng khoán Nhà nước cấp ngày 12 tháng 05 năm 2006