

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA



**BÁO CÁO CỦA  
HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ NĂM 2018,  
ĐỊNH HƯỚNG VÀ KẾ HOẠCH NĂM 2019**

*Hà Nội, tháng 4 năm 2019*

# PHẦN I

## KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC MỤC TIÊU NHIỆM VỤ VÀ KẾ HOẠCH NĂM 2018

### I. Thực hiện các chỉ tiêu trong sản xuất kinh doanh (SXKD)

#### 1. *Đánh giá chung:*

Năm 2018, thế giới có nhiều biến cố về kinh tế và chính trị phức tạp, trong khi đó kinh tế Việt Nam tăng trưởng tích cực. Tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2018 tăng 7,08% so với năm 2017. Mức tăng trưởng năm 2018 vượt mục tiêu đề ra 6,7% và cao hơn mức tăng của các năm từ 2008-2017, khẳng định tính kịp thời và hiệu quả của các giải pháp được Chính phủ ban hành, chỉ đạo quyết liệt các cấp, các ngành cùng nỗ lực thực hiện. Trong mức tăng 7,08% của toàn nền kinh tế, khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 8,65; đây là mức tăng ảnh hưởng tích cực đến ngành điện lạnh – gia dụng.

Sự khắc nghiệt của khí hậu và môi trường Việt Nam ngày càng có xu hướng tăng lên và đang phá vỡ những quy luật tồn tại nhiều năm qua. Thời tiết tại các tỉnh trọng điểm diễn biến cực đoan, mùa mưa đến sớm và kéo dài, mưa trái mùa nhiều trên diện rộng. Yếu tố thời tiết ảnh hưởng tiêu cực tới ngành điện lạnh

Đối với ngành điện lạnh – gia dụng, năm 2018 tiếp tục là năm chứng kiến sự cạnh tranh khốc liệt trong ngành. Hội nhập sâu rộng và toàn diện dẫn đến việc cạnh tranh gay gắt trên thị trường, các hãng điều hòa không khí Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc đua nhau sản xuất và đưa ra thị trường sản phẩm giá rẻ, làm cho sự cạnh tranh càng trở nên phức tạp và khốc liệt. Bên cạnh đó, các hãng mới nổi có chính sách bán hàng táo bạo để xâm nhập thị trường với những chương trình khuyến mại lớn, gia tăng áp lực cạnh tranh tại phân khúc hàng trung và thấp cấp.

Thị trường hàng gia dụng Việt Nam có quy mô lên đến 15 tỷ USD/năm đã thu hút nhiều DN Nhật Bản, Đức, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan... liên tục đổ bộ vào khai thác. Sức ép cạnh tranh từ phía doanh nghiệp nước ngoài đối với các doanh nghiệp Việt ngày càng lớn. Đặc biệt, đối với doanh nghiệp mới gia nhập ngành hàng gia dụng như Nagakawa.

Thực hiện mục tiêu kế hoạch năm 2018, bám sát chiến lược giai đoạn 2017 - 2021 với những cơ hội và thách thức đan xen, bằng nỗ lực, sáng tạo và quyết tâm, kết quả hoạt động SXKD của Nagakawa 2018 đạt được như sau:

**2. Các chỉ tiêu đạt được trong SXKD:**

*Đơn vị tính: Vnd*

Chỉ tiêu	Kế hoạch	Thực hiện	% kế hoạch	Tăng trưởng so với 2017(%)
Doanh thu	600.000.000.000	767.829.725.239	128%	50,8%
Lợi nhuận	18.000.000.000	10.121.802.052	56,2%	(36,9)%

**II. Kết quả đã đạt được trong công tác quản lý và trong hoạt động SXKD năm 2018**

**1. Kết quả trong lãnh đạo, điều hành.**

Ban Tổng giám đốc tiếp tục khẳng định vai trò lãnh đạo cùng với sự nỗ lực cố gắng của đội ngũ cán bộ lãnh đạo các phòng, ban Công ty, sự cố gắng của các đơn vị thành viên, của cán bộ công nhân viên toàn Công ty, tiếp tục thực hiện các mục tiêu chiến lược, khẳng định vị thế, hình ảnh Nagakawa trên thị trường, khắc phục khó khăn kiểm soát các hoạt động SXKD, dưới đây một số nội dung trọng tâm đã hoàn thành:

- Phát triển ngành hàng gia dụng, mục tiêu trở thành top đầu ngành hàng Gia dụng tại Việt Nam. Việc mở rộng thị trường này thể hiện cam kết của Nagakawa vào việc phát triển và áp dụng những công nghệ tiên tiến để tạo ra những sản phẩm mới có giá trị cao phù hợp với thị trường Việt Nam và tâm lý tiêu dùng của người Việt.

- Bám sát thị trường, theo sát những biến động, các chính sách của đối thủ cạnh tranh để có những đối sách bán hàng phù hợp.

- Tiếp tục đầu tư nghiên cứu ứng dụng các tiến bộ, công nghệ, máy móc tiên tiến trong sản xuất; đầu tư phát triển phần mềm quản lý mới, nâng cao hiệu suất lao động và năng lực quản lý điều hành.

**2. Công tác tổ chức và quản lý**

Công ty đã triển khai rà soát, theo sát chiến lược phát triển giai đoạn 2017 – 2021 mà Đại hội đồng cổ đông đã đề ra cho nhiệm kỳ 5 năm; xây dựng mục tiêu cụ thể theo từng lĩnh vực kinh doanh và làm căn cứ cho việc xây dựng các kế hoạch, chỉ tiêu năm 2019 và những năm tiếp theo.



- Triển khai chương trình quy hoạch và phát triển đội ngũ lãnh đạo, luân chuyển cán bộ lãnh đạo cấp cao, kiện toàn cơ cấu tổ chức, hoàn thiện cơ chế điều hành, nâng cao tinh thần trách nhiệm của cán bộ chủ chốt và CBCNV.

- Ban hành các chính sách lương, thưởng mới, đảm bảo đời sống, thu nhập ổn định và các chính sách phúc lợi cho CBCNV được quan tâm duy trì tốt.

- Tuyển dụng bổ sung nhân lực mới, tổ chức đào tạo, nâng cao năng lực quản lý cho cấp lãnh đạo, quản lý cũng như CBCNV.

### **3. Công tác Marketing**

- Triển khai đồng bộ công tác Marketing: Truyền hình, báo chí, biển bảng, khuyến mại... Kết hợp Marketing hiện đại và marketing truyền thống, giới thiệu thành công các sản phẩm gia dụng Nagakawa tới các nhà phân phối, đại lý và người tiêu dùng trên cả nước. Công tác giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu và hình ảnh của Công ty ra công chúng đã được nâng lên một bậc.

- Đẩy mạnh công tác PR, tài trợ cho nhiều hoạt động xã hội, thương hiệu Nagakawa đã trở nên gần gũi và thân thiện hơn trong lòng công chúng.

- Trong năm 2018, công ty đã thực hiện 10 hội nghị khách hàng trong và ngoài nước. Cùng với các sự kiện gặp mặt các nhà phân phối, Công ty còn đồng hành và thúc đẩy sự phát triển của các Hội, các Hiệp hội điện lạnh tại khu vực Nam Định, Hưng Yên, Vĩnh Phúc, Thanh Hóa, Bắc Giang, Đà Nẵng, Cần thơ... Đây đều là những hội lạnh có đông đảo thành viên là đại lý, cửa hàng, thợ kỹ thuật lắp đặt, sửa chữa... chính vì thế thông qua sự tương hỗ lẫn nhau, tất cả có thể cùng nhau phát triển và đưa sản phẩm Nagakawa tới tay người tiêu dùng trên cả nước.

### **4. Công tác tài chính kế toán**

- Công tác tài chính: Công tác huy động vốn từ các ngân hàng, tổ chức tín dụng đảm bảo luôn sẵn sàng nguồn vốn cho sản xuất kinh doanh và phát triển ngành hàng gia dụng và thiết bị nhà bếp mới.

- Công tác quản trị tài chính, quản lý dòng tiền thực hiện hiệu quả.

- Công tác kế toán: Đảm bảo hạch toán kế toán, báo cáo tài chính chính xác và kịp thời. Thực hiện tốt công tác thanh tra thuế, hoàn thuế, công tác kiểm kê và quyết toán với cơ quan thuế.

## **5. Công tác kinh doanh**

- Xây dựng hệ thống phân phối ngành hàng gia dụng, tiếp tục mở rộng thị trường và duy trì đội ngũ bán hàng điều hòa truyền thống vì vậy doanh số bán hàng tăng cao. Và chỉ sau 1 năm chính thức gia nhập thị trường gia dụng, hiện Nagakawa đã có được hơn 4.000 điểm bán trên 63 tỉnh thành cả nước.

- Về cơ chế chính sách bán hàng: nhằm tạo sự cạnh tranh với thị trường khốc liệt, năm 2018, Công ty đã đưa ra nhiều chương trình bán hàng lớn để thúc đẩy sản lượng và doanh số. Nhờ chất lượng đảm bảo, chính sách bán hàng ưu việt, các dòng sản phẩm điều hòa không khí thương mại của Nagakawa đã tăng cao đột biến và chiếm thị phần đứng đầu trong top các doanh nghiệp Việt.

## **6. Công tác phát triển sản phẩm**

Chất lượng sản phẩm Nagakawa trong năm 2018 đã được các nhà phân phối, đại lý và người tiêu dùng trên cả nước đánh giá cao.

- Các sản phẩm của Nagakawa Việt Nam đều tuân thủ theo tiêu chí: BỀN! Chú trọng công tác giám sát chất lượng, kiên quyết không đưa các sản phẩm không tốt, chất lượng thấp ra thị trường. Phấn đấu xây dựng hình ảnh công ty, sản phẩm Nagakawa thật sự là biểu tượng của chất lượng.

- Thường xuyên khảo sát hành vi và tâm lý tiêu dùng của người dân Việt Nam cùng với việc nghiên cứu các sản phẩm, công nghệ mới trên thế giới để một mặt nâng cao chất lượng sản phẩm, bổ sung thêm các tính năng hiện đại, một mặt tìm tòi phát triển các sản phẩm mới chất lượng và phù hợp với nhu cầu thị trường để làm nền tảng cho việc phát triển sản phẩm những năm tiếp theo.

## **7. Công tác tư vấn và chăm sóc khách hàng**

Tăng cường đội ngũ tư vấn và chăm sóc khách hàng, chú trọng công tác giám sát chất lượng sản phẩm, kiên quyết không để sản phẩm kém chất lượng ra thị trường,

Mở rộng hệ thống bảo hành ủy quyền tại tất cả các tỉnh thành trên cả nước, 80 trạm bảo hành ủy quyền, 3 trung tâm tư vấn, chăm sóc khách hàng, đảm bảo cung cấp dịch vụ sau bán hàng tốt nhất với tiêu chí: “Tận tình, chu đáo, kịp thời”.



## PHẦN II

### BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

#### 1. Thù lao của Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát

Ngày 26/04/2018, Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018 đã thảo luận và Quyết nghị về thù lao của thành viên HĐQT và Ban kiểm soát như sau:

*Đơn vị: Vnd*

STT	Vị trí	Mức thù lao
1	Hội đồng quản trị	278.099.418
2	Ban kiểm soát	69.524.855

Việc chi trả đã được thực hiện nghiêm túc theo Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2018.

#### 2. Hoạt động của Hội đồng quản trị:

##### 2.1. Đánh giá chung về hoạt động của HĐQT

- Trong năm, 2018, HĐQT đã hoạt động tích cực, tuân thủ các quy định chung đối với hoạt động của HĐQT, chỉ đạo kịp thời, giám sát chặt chẽ hoạt động của Ban điều hành trong việc thực hiện mục tiêu chiến lược và kế hoạch kinh doanh đề ra.

- Năm 2018, Hội đồng quản trị đã thực hiện 8 kỳ họp và ban hành 8 Nghị quyết. Các thành viên HĐQT tham gia đầy đủ các buổi họp. Chủ tịch HĐQT luôn thông tin kịp thời các hoạt động của công ty đến các thành viên HĐQT. Tất cả buổi họp Hội đồng quản trị đều có sự hiện diện của Ban Kiểm soát.

##### 2.2. Công tác công bố thông tin

Tiếp tục thực hiện các hướng dẫn của Ủy ban chứng khoán Nhà nước và Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội về việc công bố thông tin trên thị trường chứng khoán thông qua hệ thống công bố thông tin điện tử (IDS) và (CIMS). Công ty đã triển khai thực hiện và tiến hành công bố thông tin đảm bảo theo đúng quy định của pháp luật.

Việc công bố thông tin được thực hiện đúng thời gian và đầy đủ theo quy định của Thông tư 155/2015/TT-BTC bao gồm các nội dung: báo cáo tài chính, báo cáo thường niên, báo cáo tình hình quản trị, báo cáo giao dịch cổ đông có liên quan và những báo cáo khác.

### ***2.3. Công tác giám sát với Ban Tổng giám đốc***

HDQT thường xuyên duy trì giám sát Ban Tổng giám đốc thông qua việc kiểm tra, kiểm soát của Ban kiểm soát, cũng như tổ chức các cuộc họp nhằm đánh giá, rút kinh nghiệm trong việc triển khai thực hiện nghiêm túc các nghị quyết của HDQT trong việc kiểm toán Báo cáo tài chính, trong việc lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của Công ty.

### PHẦN III

## MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ KẾ HOẠCH NĂM 2019

Năm 2019, bối cảnh tình hình quốc tế và trong nước dự báo tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường với những thời cơ thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen. HĐQT nhận định ngành điện lạnh – gia dụng sẽ tiếp tục chịu ảnh hưởng từ kinh tế trong và ngoài nước như sau:

#### - Kinh tế thế giới:

+ Ngân hàng Thế giới (WB) dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2019 sẽ đạt mức 2,9% giảm 0,2% so với năm 2018 do căng thẳng thương mại ngày càng leo thang, đồng thời một số nền kinh tế mới nổi đang chịu sức ép lớn từ thị trường tài chính.

+ Việc FED tăng lãi suất sẽ tiếp tục gây áp lực lên tỷ giá USD. Rủi ro tiền tệ quốc tế gia tăng.

+ Các chuyên gia kinh tế cho rằng lạm phát leo thang và đồng USD mạnh lên cũng sẽ là hai yếu tố hiện hữu tạo ra thách thức đối với nền kinh tế thế giới, đe dọa làm giảm trao đổi thương mại toàn cầu.

+ Chiến tranh thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc vẫn tiếp diễn khó lường.

+ Bên cạnh đó, Hội nhập sâu rộng với nhiều Hiệp định được ký kết: FTA, CPTPP,... giúp đầu tư nước ngoài tăng mạnh, tạo nhiều cơ hội đầu tư mới hơn nữa cho chúng ta.

#### - Kinh tế trong nước:

+ Đưa ra những triển vọng kinh tế Việt Nam 2019, Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia cho biết, triển vọng về nền kinh tế đã liên tục được cải thiện trong những năm qua và được dự báo tiếp tục tăng trong năm 2019.

+ Ngoài ra, kinh tế Việt Nam có thể được hỗ trợ bởi các yếu tố quốc tế như hưởng lợi từ xu hướng dịch chuyển sản xuất, do tác động của chiến tranh thương mại và triển vọng từ các hiệp định mới như CPTPP và các các FTAs khác

+ Kế hoạch mục tiêu GDP năm 2019 tăng trưởng 7%, chỉ số giá tiêu dùng bình quân giữ ở mức dưới 3,6%



+ Việc thực hiện Kế hoạch tái cơ cấu nền kinh tế giai đoạn 2016 – 2020 của Chính phủ sẽ là nhân tố quan trọng đối với tình hình kinh tế Việt Nam.

Với những đặc điểm tình hình trên, cùng với mục tiêu quan trọng của năm 2019 là tập trung nguồn lực chiếm lĩnh thị trường, mở rộng sản xuất kinh doanh nhằm tạo đà cho sự phát triển đột biến năm 2020 và những năm tiếp theo, HĐQT kính trình Đại hội thông qua kế hoạch sản xuất và kinh doanh năm 2019 như sau:

<b>STT</b>	<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Trị giá (VNĐ)</b>
1	Doanh thu:	860.000.000.000
2	Lợi nhuận sau thuế:	12.000.000.000

Để hoàn thành các chỉ tiêu của Đại hội, đòi hỏi đội ngũ Ban lãnh đạo cùng tập thể CBCNV Công ty CP Tập đoàn Nagakawa cần đoàn kết, sáng tạo, trách nhiệm và không ngừng cải tiến, đổi mới triển khai các công tác sau:

### **1. Công tác kinh doanh**

Trước các đối thủ nước ngoài mạnh về cả vốn lẫn kinh nghiệm lại được hỗ trợ từ các chính sách thu hút như biểu thuế suất giảm dần về 0% đối với các sản phẩm nhập khẩu từ những nước thành viên hiệp định thương mại của Việt Nam, Nagakawa cần phải có chiến lược đúng đắn để có thể gia tăng doanh số, nâng cao thị phần.

Một trong các giải pháp mang tính chất chiến lược, chính là phát triển ngành hàng mới – ngành hàng gia dụng và tiếp tục mở rộng kênh phân phối mới, khác biệt với kênh phân phối truyền thống mà tất cả các hãng điều hòa đang triển khai và phù hợp với xu thế phát triển của Việt Nam. Đó chính là phát triển kênh siêu thị và kênh bán hàng trực tuyến.

Đồng thời, tiếp tục phát triển kênh phân phối truyền thống với mục tiêu mở rộng 5000 điểm bán với ngành hàng gia dụng, 500 điểm bán với ngành hàng điều hòa để đảm bảo mục tiêu chiếm lĩnh thị trường và nâng cao độ phủ của thương hiệu.

### **2. Công tác Marketing**

Đổi mới hoạt động Marketing để thương hiệu có bước đột phá mới.

Thực hiện hiệu quả các hoạt động Marketing trên kênh truyền thống: hỗ trợ công tác bán hàng cho các đại lý với biển bảng, in ấn thiết kế phù hợp cửa hàng; thực hiện các hội nghị khách hàng nhằm trực tiếp chăm sóc, tri ân và giới thiệu sản phẩm tới

nhà phân phối, đại lý, cửa hàng hoặc các thành viên của các hội điện lạnh trên toàn quốc; thực hiện truyền thông quảng cáo và tài trợ phát thanh truyền hình trên các Đài truyền hình có số lượng người xem lớn và phù hợp với thương hiệu.

Áp dụng các giải pháp Marketing hiện đại, khai thác lợi thế tiên phong trong việc triển khai Digital Marketing, giúp tối ưu công nghệ số để đạt được hiệu quả cao nhất cho các mục tiêu truyền thông tiếp thị như thúc đẩy nhận diện thương hiệu, gia tăng sản lượng, doanh thu cho công ty.

### **3. Công tác nghiên cứu sản phẩm**

Nâng cao năng lực của cán bộ, đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ nghiên cứu ứng dụng các dòng sản phẩm có chất lượng BỀN, để các sản phẩm của Nagakawa không chỉ phong phú về chủng loại, đa dạng về kiểu dáng mà còn là các sản phẩm “BỀN” - điển hình cho chất lượng tốt, tuổi thọ cao, độ bền lớn.

Với thế mạnh của nhà sản xuất lâu đời tại Việt Nam, Nagakawa vận động liên tục, đổi mới liên tục trong việc phát triển sản phẩm mới; Tiên phong trong đột phá công nghệ, năm 2019, Nagakawa sẽ cho ra mắt những dòng sản phẩm điều hoà thế hệ mới với hàm lượng công nghệ cao. Đó, chính là dòng sản phẩm điều hoà công nghiệp VRF thế hệ mới, kết nối được với hệ thống BMF Toà nhà thông minh, cung cấp giải pháp điều hoà không khí tối ưu cho các công trình hiện đại.

Năm 2019, Nagakawa tiếp tục Thực hiện Công ước và Nghị định thư Montreal cùng cam kết với Ngân hàng thế giới - World Bank về việc loại bỏ chất suy giảm tầng Ozone HCFC giai đoạn 2, để bảo vệ môi trường, Nagakawa cho ra đời dòng sản phẩm Điều hoà không khí thế hệ mới sử dụng môi chất- gas R32 thân thiện với môi trường và dòng sản phẩm điều hoà không khí Multi Inverter, một mẹ nhiều con, tiết kiệm điện năng, mở rộng không gian sống, phù hợp với thiết kế hiện đại, tiện nghi của các căn hộ chung cư cao cấp.

Bộ phận phát triển sản phẩm tiếp tục phân tích các ảnh hưởng từ các Hiệp định hợp tác quốc tế, từ cách mạng công nghệ 4.0 để triển khai nghiên cứu sản phẩm và công nghệ mới.

### **4. Công tác tổ chức hành chính**

Kiện toàn tổ chức Công ty, tuyển dụng và đào tạo đáp ứng nguồn nhân lực bổ sung hiện tại và đáp ứng nhu cầu phát triển các năm tiếp theo.



Tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức của Nagakawa Hồ Chí Minh, bổ sung thêm nguồn lực nhằm khai thác tốt hơn nữa thị trường miền Nam đầy tiềm năng.

Tiếp tục tuyển dụng, đào tạo nhân sự đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô của các đơn vị ngành hàng gia dụng.

Thực hiện tiếp các nhiệm vụ chuyển tiếp từ năm 2018:

- Kiện toàn lại bộ máy nhân sự của một số phòng ban, đơn vị;
- Đẩy mạnh công tác phong trào, công tác thi đua khen thưởng thường xuyên, sát thực và hiệu quả;
- Triển khai kế hoạch đào tạo tập trung, đào tạo tại chỗ nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

#### **5. Công tác tài chính kế toán**

- Thực hiện báo cáo tài chính và kiểm toán theo quy định
- Triển khai công tác tài chính năm 2019 và kế hoạch tài chính 3 năm. Kiểm soát dòng tiền hiệu quả, đảm bảo việc huy động được nguồn vốn giá rẻ, ngắn hạn và dài hạn đáp ứng nhu cầu cho SXKD và đầu tư của công ty.
- Tham mưu cho Ban lãnh đạo và HĐQT về kế hoạch tài chính ngắn hạn, dài hạn, dự báo rủi ro tài chính và hướng dẫn các đơn vị thực hiện.
- Nâng cao năng lực cán bộ tài chính, kế toán đáp ứng yêu cầu cao theo sự phát triển Công ty.
- Chú trọng hoàn thiện và áp dụng các quy định, quy trình quản lý nội bộ.

#### **6. Công tác tư vấn và chăm sóc khách hàng**

Bên cạnh việc cải tiến sản phẩm, năm 2019 cũng sẽ là năm đánh dấu những thay đổi đột phá của Nagakawa về chính sách bảo hành và chăm sóc khách hàng sau bán. Bắt kịp với xu thế và áp dụng những ứng dụng hiện đại nhất từ cuộc cách mạng 4.0, Tập đoàn Nagakawa sẽ áp dụng chính sách bảo hành điện tử, từng bước xây dựng cơ sở dữ liệu Big Data về khách hàng và thiết lập mạng lưới Digital Services để đem tới cho khách hàng dịch vụ chăm sóc sau bán hoàn hảo, tận tâm và chuyên nghiệp nhất.



## KẾT LUẬN

Phát huy những thành quả của năm 2018, năm 2019, Hội đồng Quản trị sẽ tiếp tục nỗ lực hết sức mình trong việc định hướng chiến lược phát triển Công ty, tăng cường công tác quản trị doanh nghiệp, hỗ trợ sát sao hoạt động sản xuất kinh doanh của Ban Điều hành nhằm phát huy mọi tiềm năng và nội lực để hoàn thành nhiệm vụ và đạt hiệu quả cao nhất có thể cho đồng vốn đầu tư của các cổ đông tại NAG.

Thay mặt Hội đồng Quản trị tôi xin được gửi tới toàn thể Quý vị Cổ đông lời chúc sức khỏe, hạnh phúc và thịnh vượng.

Trân trọng./.

**CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NAGAKAWA**  
**T/M HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ**  
**CHỦ TỊCH**



**NGUYỄN ĐỨC KHẢ**