

**BÁO CÁO CỦA HĐQT
KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD 2019 VÀ
KẾ HOẠCH NĂM 2020**

Trong năm 2019, căn cứ theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên, Hội đồng quản trị Công ty đã chỉ đạo Ban Tổng Giám đốc triển khai thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch đầu tư năm 2019.

Hội đồng quản trị kính báo cáo quý vị cổ đông kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh 2019 và kế hoạch kinh doanh năm 2020 như sau:

PHẦN I:

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH 2019

I. Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2019

1/ Kết quả thực hiện các chỉ tiêu

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

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	2018	KH 2019	TH 2019	So sánh (%)	
						2019/2018	TH/KH
1	Doanh thu	Tỷ đồng	463,8	550	309,7	66,8%	56,3%
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	22,17	26,6	20,7	93,4%	77,8%

Kết thúc năm tài chính 2019, doanh thu bán hàng đạt 309,7 tỷ đồng, tương ứng 56,3% kế hoạch và 66,8% cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế đạt 20,7 tỷ đồng, tương ứng 77,8% kế hoạch và 93,4% cùng kỳ.

Nguyên nhân chính dẫn đến doanh thu, lợi nhuận của Công ty không đạt theo kế hoạch năm đã đề ra là do:

- Tại mảng rượu: Thời điểm Nghị định 100/2019/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt có hiệu lực (từ ngày 1/1/2020) cũng là giai đoạn bán hàng cao điểm của ngành rượu bia (tết nguyên đán) đã ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ chung của ngành rượu bia cũng như hoạt động của Công ty.

Đặc biệt khi dịch cúm Covid 19 xuất hiện đã tác động đến hoạt động của hầu hết các lĩnh vực và tác động nghiêm trọng đến ngành du lịch, nhà hàng dẫn đến sức tiêu thụ giảm. Từ đó đã tác động xấu làm giảm doanh thu rượu năm 2019 của Công ty.

Trước tình hình này, ngay từ tháng 2/2020, Công ty đã triển khai xây dựng và thực hiện các biện pháp ứng phó giảm thiểu tác động của dịch Covid đến hoạt động của Công ty.

- Tại mảng điều: Năm 2019 mặc dù thị trường Điều đã có tín hiệu khả quan hơn năm 2018, tuy nhiên đây vẫn tiếp tục là năm khó khăn của ngành điều, tiềm ẩn nhiều rủi ro khi lượng cung hàng đang vượt cầu, mức giá bán của công ty phụ thuộc biến động giá điều trên thế giới. Do đó, công ty xác định ưu tiên mục tiêu đảm bảo an toàn vốn lên hàng đầu khi đưa ra các quyết định kinh doanh. Doanh thu năm 2019 giảm hơn 40% so với cùng kỳ nhưng hoạt động hiệu quả hơn, có lợi nhuận trong khi năm 2018 hoạt động này lỗ.

2/ Tình hình tổ chức thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh

2.1. Quản lý tài chính

- Xây dựng kế hoạch tài chính theo định kỳ, đảm bảo nguồn vốn đáp ứng nhu cầu của công ty với chi phí sử dụng vốn thấp nhất.
- Giám sát việc thực hiện các kế hoạch tài chính, chi phí và quản lý vốn tại các công ty, kịp thời điều chỉnh phù hợp hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.
- Thực hiện kiểm toán độc lập năm tài chính theo đúng quy định. Thực hiện theo ủy quyền của Nghị quyết ĐHĐCĐ 2019, Hội đồng quản trị đã thực hiện lựa chọn đơn vị kiểm toán báo cáo tài chính năm 2019 của Công ty là Công ty TNHH Hãng kiểm toán AASC.
- Thực hiện thanh toán cổ tức năm 2018 bằng tiền mặt (tỷ lệ chi trả 10%) theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên năm 2019 theo đúng quy định.
- Thực hiện công tác báo cáo, công bố thông tin, công khai kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội theo quy định.

2.2 Hoạt động các lĩnh vực

2.2.1 Lĩnh vực rượu vang và đồ uống khác

a) Hoạt động sản xuất – cung ứng

Bằng việc kiểm soát nghiêm ngặt các quy trình, công đoạn sản xuất, các sản phẩm của Ladofoods đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng theo các tiêu chuẩn Việt Nam cũng như tiêu chuẩn châu Âu.

Trong năm thực hiện tốt công tác quản lý chất lượng, máy móc thiết bị, nâng cao trình độ năng lực, kinh nghiệm cho đội ngũ cán bộ công nhân viên tại nhà máy và các đơn vị thành viên, đảm bảo mục tiêu chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hoạt động cung ứng tương đối ổn định về nguồn cung và giá, nguyên liệu đáp ứng kịp thời nhu cầu sản xuất. Các trường hợp nhà cung cấp không đáp ứng được các tiêu chuẩn chất lượng, Công ty đều yêu cầu xử lý khắc phục hoặc chấm dứt hợp đồng, chuyển sang nhà cung cấp mới.

Quản lý công nghệ, sản xuất, chất lượng:

Là công ty sản xuất Vang dẫn đầu không những về thị phần mà còn về công nghệ sản xuất hiện đại theo tiêu chuẩn châu Âu cùng những kỹ thuật, bí quyết làm vang riêng, các quy trình sản xuất của Ladofoods luôn được đảm bảo theo những tiêu chuẩn cao nhất và không để xảy ra các sự cố về chất lượng sản phẩm. Các sản phẩm trước khi đưa ra thị trường đều được đội ngũ kỹ thuật kiểm tra các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh đảm bảo.

- **Hệ thống quản lý chất lượng:**

Xác định hệ thống quản lý chất lượng là một trong những yếu tố quan trọng quyết định chất lượng cũng như thỏa mãn các nhu cầu khách hàng, Ladofoods luôn duy trì cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng. Hiện nay, bên cạnh áp dụng phần mềm quản trị doanh nghiệp (ERP), Ladofoods áp dụng hệ thống quản lý an toàn thực phẩm theo phiên bản ISO 22000:2018 – HACCP và các tiêu chuẩn hiện hành theo quy định của pháp luật.

▪ **Quản lý công nghệ**

Hoạt động quản lý công nghệ luôn được công ty theo dõi, kiểm soát chặt chẽ việc thực hiện theo đúng quy định của Công ty. Tiếp nhận và giải quyết kịp thời các sự cố phát sinh trong quá trình sản xuất, ban hành quy định an toàn trong quản lý, sử dụng các vật tư, nguyên vật liệu. Trong năm 2019, đơn vị cũng đã đưa ra phương án dùng bã men làm phân bón tại vùng nguyên liệu, giảm chi phí xử lý môi trường của Công ty. Các hoạt động đầu tư, trang bị thiết bị, máy móc sản xuất thực hiện theo đúng kế hoạch đề ra.

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

- Hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm luôn được Công ty chú trọng và đẩy mạnh nhằm đa dạng hóa các sản phẩm đồng thời không ngừng tìm tòi, ứng dụng các kỹ thuật trên thế giới để cải thiện chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, phát triển sản phẩm phù hợp với xu hướng, thị hiếu tiêu dùng của khách hàng.
- Trong năm, Ladofoods tiếp tục thử nghiệm và đã thực hiện cải thiện chất lượng dòng sản phẩm Vang Đà Lạt, đưa sản phẩm ra thị trường năm 2019 - 2020. Bên cạnh cải thiện chất lượng các sản phẩm đang có, Công ty đã hoàn thành và đưa ra thị trường các sản phẩm mới:
 - + Vang mật ong: Vang mật ong được lên men 100% bằng mật ong, bằng công nghệ lên men lạnh nên vẫn giữ được nguyên vẹn vi lượng, khoáng chất và thành phần bổ dưỡng của mật ong.
Sản phẩm vang mật ong đáp ứng cho phân khúc khách hàng trung và cao cấp với thiết kế sang trọng.
 - + Mật ong đóng chai: Sản phẩm mật ong đóng chai với 03 dòng sản phẩm mang đặc trưng của vùng cao nguyên Lâm Đồng. Các sản phẩm này đều được tiêu thụ tại phân khúc khách hàng trung và cao cấp.
 - + Các sản phẩm vang từ Ý với 03 sản phẩm, thiết kế sang trọng, được đưa ra thị trường vào quý 4/2020, giúp đa dạng hóa các dòng sản phẩm của Công ty, tăng thêm sự lựa chọn cho khách hàng.
- Trong quá trình nghiên cứu phát triển các dòng sản phẩm, công ty luôn có sự hợp tác, trao đổi, hỗ trợ từ các chuyên gia nước ngoài để đảm bảo tạo ra các sản phẩm đúng chất lượng quốc tế.

b) Hoạt động bán hàng

- Đối với thị trường sản xuất vang nội, Ladofoods tiếp tục giữ vị thế là công ty sản xuất vang đầu tiên tại Việt Nam và cũng là đơn vị, tiên phong dẫn đầu trong ngành vang Việt chiếm hơn 60% thị phần vang sản xuất trong nước.
- Các sản phẩm vang và nước uống của Công ty đã phủ rộng khắp và hầu hết tại kênh siêu thị và cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc cũng như hệ thống kênh bán hàng truyền

140
G T
THUC
ĐỒN
T.L

thông trên 63 tỉnh thành. Đặc biệt là kênh phân phối siêu thị (MT) được chú trọng và phát triển mở rộng.

- Cơ cấu sản phẩm tiếp tục có sự chuyển dịch tăng tỷ trọng các dòng sản phẩm trung, cao cấp của Công ty: vang Chateau Dalat và Sangria – Vang uống với đá. Dòng sản phẩm Chateau Dalat luôn được các cơ quan, bộ ban ngành tin tưởng và lựa chọn sử dụng trong các sự kiện quan trọng.
- Tuy nhiên, giai đoạn quý 1/2020, do ảnh hưởng của dịch Covid 19, sức tiêu thụ của ngành rượu bia giảm mạnh, đặc biệt tại các khu vực thị trường du lịch, dẫn đến tốc độ tiêu thụ hàng hóa giảm, lượng hàng tồn kho tại Nhà phân phối và điểm bán cao.

Năm 2019 – 2020 có thể được coi là năm nhiều biến động đến hoạt động bán hàng của công ty nói riêng và ngành sản xuất kinh doanh bia rượu nói chung. Trước những khó khăn này, Công ty đã kịp thời đưa ra các giải pháp ứng phó: rà soát, đánh giá lại từng vùng, kênh thị trường, sản phẩm trọng tâm để đưa ra chính sách bán hàng phù hợp. Kiểm soát chặt chẽ các chi phí hoạt động.

c) Hoạt động truyền thông

Trong năm, nổi bật nhất là truyền thông sự kiện khai trương hầm vang Đà Lạt – Điểm du lịch vang Đà Lạt – đạt kỷ lục hầm vang lớn nhất tại Việt Nam và kết hợp tổ chức Hội nghị khách hàng toàn quốc tại Đà Lạt.

Các chương trình truyền thông được duy trì và đẩy mạnh vào giai đoạn chuẩn bị trước mùa vụ cao điểm. Các hoạt động tập trung khẳng định vị thế nhà làm vang số 1 của Ladofoods tại thị trường vang nội với các thông điệp:

- + Nhà làm vang số 1 tại Việt Nam;
- + Thương hiệu vang Việt nội địa đầu tiên tại Việt Nam và phổ biến nhất tại Việt Nam;
- + Sản phẩm Vang Đà Lạt, Chateau Đà Lạt gắn liền với chất lượng, chuẩn mực quốc tế;
- + Vang gắn với du lịch vang, văn hóa vang, văn hóa truyền thống thông qua tham quan Hầm vang Đà Lạt – Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam được thiết kế theo phong cách châu Âu;

Các thông điệp truyền thông được truyền tải qua các kênh truyền thông đa dạng như Sản xuất TVC và quảng cáo TVC trên VTV1 – Chuyên động 24h cho nhãn hiệu Chateau Dalat vào khung giờ 18h30 – 19h00, quảng cáo phát thanh trên VOV giao thông khu vực HCM, HN cho nhãn hiệu vang mật ong, quảng cáo LCD cho tất cả các nhãn (vang DaLat, Chateau Dalat, Sangria, vang mật ong) tại sân bay, siêu thị; quảng cáo biển tấm lớn tại Đà Lạt và các hoạt động truyền thông Digital.

d) Hoạt động đầu tư

Năm 2019 đánh dấu bước ngoặt mới trên chặng đường phát triển của Ladofoods khi Ladofoods khai trương Hầm vang Đà Lạt – hầm vang chuẩn châu Âu duy nhất tại Việt Nam, điểm đến du lịch mới cho những người yêu vang và du khách đến Đà Lạt.

Lễ khai trương Dự án Du lịch đánh dấu một bước tiến mới trong hành trình phát triển lâu dài và bền vững của Công ty Cổ phần Thực phẩm Lâm Đồng. Đồng thời, đây cũng là một mốc son mới của Ladofoods trong hành trình mang giá trị châu Âu đến cho người tiêu dùng Việt Nam

Trong khuôn viên hơn 5 hecta của công ty tại Phát Chi – Đà Lạt, Hàm vang Đà Lạt hiện ra như mô phỏng chiếc lá hình Elip, chỉ sử dụng vật liệu bê tông, kính và gỗ tự nhiên; thể hiện rõ nét thông điệp thân thiện với môi trường của Ladofoods đồng thời chứa đựng sự tinh tế, lãng mạn của văn hóa cao nguyên Đà Lạt.

Lấy cảm hứng từ triết lý trồng nho và dựa trên địa hình, cảnh quan đồi núi, các kiến trúc sư Châu Âu đã thiết kế Hàm Vang Đà Lạt theo phong cách châu Âu bán cổ điển, kết hợp giữa tính truyền thống Châu Âu của hầm rượu vang và sự sang trọng đẳng cấp của khu thử nếm rượu, và là một sản phẩm du lịch độc đáo nơi đây, kết hợp giữa văn hóa rượu vang của Châu Âu với cái hồn của Đà Lạt.

Hàm vang Đà Lạt của Ladofoods đã được Tổ chức Kỷ lục Việt Nam (VietKings) trao tặng kỷ lục Hầm ủ vang dưới lòng đất lớn nhất Việt Nam.

Hàm vang Đà Lạt không chỉ một lần nữa khẳng định vị thế nhà làm vang số 1 tại Việt Nam của Ladofoods mà đây còn là nơi thể hiện niềm tự hào, tình yêu mãnh liệt của Ladofoods với những chai vang Việt, khát vọng mang đến cho những người Việt những chai vang chuẩn mực, ngang hàng thế giới. Qua đó, giúp Ladofoods lan tỏa hơn nữa hình ảnh thương hiệu, tác động đến cảm xúc của khách hàng về một thương hiệu đáng tin cậy, đáng tự hào của Việt Nam.

Trong giai đoạn tiếp theo Ladofoods tiếp tục triển khai mở rộng hoạt động du lịch vang tại vùng nguyên liệu nho vang tại Ninh Thuận. Qua dự án này, người tiêu dùng sẽ được cảm nhận một cách đầy đủ, chân thực về một nhà làm vang chuyên nghiệp từ vùng nguyên liệu đến quá trình ủ vang, đưa ra thị trường những chai vang chất lượng nhất.

e) Hoạt động Vùng nguyên liệu nho vang chất lượng cao

- Ladofoods đã mạnh dạn đầu tư và áp dụng sáng tạo kỹ thuật trồng nho theo phương pháp trồng cọc của châu Âu vào điều kiện đặc thù về môi trường khí hậu tại Việt Nam từ năm 2012.
- Vùng nguyên liệu nho vang được áp dụng kỹ thuật canh tác hiện đại, sử dụng công nghệ cao vào chăm sóc nho như (hệ thống tưới nhỏ giọt, máy cày chuyên dụng (xới đất, cắt cành, làm cỏ, phun thuốc)...), sử dụng máy theo dõi thời tiết kết nối internet, sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hoàn toàn có nguồn gốc hữu cơ (BIO) theo tiêu chuẩn của châu Âu...
- Hiện tại doanh nghiệp đã thực hiện 25ha và tiến tới 100ha trong 5 năm tới. Công ty cũng đã được UBND tỉnh Ninh Thuận chấp nhận mở rộng dự án lên 300 ha.
Các định mức sản xuất, quy trình kỹ thuật, kiểm soát, quản lý vùng nguyên liệu đã được xây dựng, điều chỉnh trong năm. Cây nho sinh trưởng, phát triển tốt, ít sâu bệnh, chất lượng quả tốt (độ Brix trên 20) đáp ứng được yêu cầu sản xuất vang chất lượng cao.
- Các hoạt động chăm sóc cây được thực hiện và kiểm soát theo đúng các quy trình kỹ thuật. Cây nho phát triển tốt, trái chín đạt tiêu chuẩn chất lượng.
- Trong năm, kết hợp với chuyên gia nho vang tại châu Âu và trong nước, công ty thực hiện các khảo nghiệm phương pháp, công thức phân bón để đánh giá và điều chỉnh phương án chăm sóc phù hợp với sự phát triển của cây nho, điều chỉnh bổ sung các hàm lượng chất cho cây và đất.
- Các giống nho ăn quả mới được trồng thử nghiệm từ năm 2018 được đánh giá tốt về khả năng sinh trưởng và năng suất. Chùm trái to và chắc, đẹp mắt, độ Brix gần 21.

Các công tác chăm sóc, bảo dưỡng máy móc thiết bị tại vườn duy trì và đảm bảo hoạt động ổn định. Công ty đã đầu tư mới hệ thống theo dõi thời tiết để cung cấp các dữ liệu cần thiết phục vụ công việc chăm sóc vườn nho; lắp đặt hệ thống hẹn giờ tự động để chảy nước ban đêm nhằm tiết kiệm tiền điện và tăng giờ tưới

2.2.2. Lĩnh vực sản xuất chế biến điều xuất khẩu

a) Hoạt động sản xuất

- Nguyên liệu: Tình hình thu mua nguyên liệu trong nước vụ 2019 so với 2018 bước đầu có thuận lợi hơn. Sản lượng thì đạt theo kỳ vọng và tiến độ thu mua, chất lượng ổn định trong suốt quá trình mùa vụ, tỷ lệ hao hụt sau sơ chế thấp hơn năm 2018. Đối với nguyên liệu nhập khẩu, giá cao nên Công ty nhập cầm chừng một phần sản xuất, một phần để kinh doanh.
- Do ảnh hưởng giá nguyên liệu không ổn định, để đảm bảo hiệu quả sản xuất và an toàn vốn hoạt động của Công ty, Công ty sắp xếp bố trí hợp lý hoạt động sản xuất, tiết giảm các chi phí, cân đối hoạt động sản xuất và thị trường đầu ra.

b) Hoạt động bán hàng

- Sản lượng và doanh thu năm 2019 thấp do thời điểm mùa vụ thu hoạch giá điều thô cao, giảm chậm trong khi giá nhân giảm theo chiều đi xuống không phục hồi, do đó mất cân đối, không ký bán thị trường khác như Mỹ, Âu mà đa số bán thị trường Trung Quốc và Nhật để có giá tốt hơn.
- Trong quý 1/2020, do dịch cúm viêm đường hô hấp Covid 19, thị trường Trung Quốc ngưng mua từ tháng 12 và ngay dịp tết nguyên đán là thời điểm tiêu thụ tốt nhất lại bị đóng băng nên sản lượng tiêu thụ của Công ty giảm mạnh so với cùng kỳ.
- Năm 2019, hoạt động bán hàng tập trung vào 3 thị trường chính là Mỹ, Nhật và TQ, các thị trường khác như Âu, Úc giảm do giá bán không cân đối được với giá nguyên liệu đầu vào

III. Hoạt động của Hội đồng quản trị

1. Các cuộc họp HĐQT

Năm 2019, Hội đồng quản trị đánh giá Ban lãnh đạo đã có nhiều nỗ lực trong việc tổ chức, triển khai các hoạt động kinh doanh theo các Nghị quyết, quyết định của ĐHĐCĐ và HĐQT. Do ảnh hưởng của Dịch cúm Covid 19 đã tác động xấu đến kết quả hoạt động kinh doanh năm 2019 của công ty. Trước tình hình đó, ban điều hành đã kịp thời xây dựng và triển khai các phương án ứng phó cho năm 2020, đảm bảo an toàn và hiệu quả hoạt động của công ty.

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

2. Hoạt động giám sát của HĐQT đối với Ban Tổng Giám đốc

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

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

được sự thống nhất của Hội đồng quản trị để triển khai thực hiện theo đúng quy định của Pháp luật.

Ban Tổng giám đốc công ty đã triển khai thực hiện đầy đủ nội dung Nghị quyết, Quyết định của Hội đồng quản trị ban hành, nỗ lực thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra. Thực hiện báo cáo và tuân thủ các quy định về quản trị công ty.

Hội đồng quản trị đánh giá cao sự đoàn kết, đồng lòng của Ban điều hành cũng như cán bộ công nhân viên công ty trước ảnh hưởng của dịch bệnh Covid 19, kịp thời đưa ra các giải pháp trước tình hình dịch bệnh đảm bảo an toàn sức khỏe cho người lao động cũng như đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh vẫn diễn ra liên tục.

Trong năm, Công ty thực hiện thay đổi Tổng Giám đốc Công ty từ ông Đỗ Thành Trung sang bà Phạm Thu Hiền đảm bảo tuân thủ các quy định quản trị công ty. Ông Đỗ Thành Trung tiếp tục giữ chức vụ Chủ tịch HĐQT của Công ty.

PHẦN II:

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020

I. Kế hoạch sản xuất kinh doanh

1. Kế hoạch kinh doanh

Theo các báo cáo đánh giá ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19 đến tình hình kinh tế Việt Nam từ nay đến các tháng cuối năm, tiêu dùng nội địa được dự báo sẽ tiếp tục ở mức thấp. Mặc dù doanh số bán hàng tháng 7 có phục hồi trong tháng 7 nhưng việc dịch cúm quay lại lần 2 đã tác động tiếp tục kìm hãm tiêu dùng bởi thu nhập hộ gia đình và doanh nghiệp giảm.

Du lịch là ngành chịu ảnh hưởng nặng nề nhất. Đặc biệt, những ngành vốn được coi là ít chịu ảnh hưởng nhất là bán lẻ, chủ nhiều siêu thị cũng cho biết bị giảm khoảng 30 - 50% doanh thu, người dân chủ yếu mua các sản phẩm nhu yếu phẩm cần thiết.

Trong bối cảnh này, Công ty đã thực hiện đánh giá những ảnh hưởng tiềm năng của dịch Covid 19 đến hoạt động của Công ty, xây dựng các phương án ứng phó, giảm thiểu tối đa các tác động liên quan cũng như duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh, đảm bảo đời sống cán bộ công nhân viên.

Kế hoạch kinh doanh năm 2020 như sau:

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2019	Kế hoạch 2020	KH 2020/TH 2019 (%)
1	Doanh thu	Tỷ đồng	309,7	361	116
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	20,7	7,1	34,2

2. Kế hoạch đầu tư

STT	Đơn vị	ĐVT	Số tiền
1	Nhà máy Ladora Winery		
-	Đầu tư xây dựng cơ bản	Đồng	640.111.500
-	Đầu tư máy móc thiết bị	Đồng	1.516.397.950
2	Công ty TNHH Ladora Farm Ninh Thuận	Đồng	3.278.106.340

STT	Đơn vị	ĐVT	Số tiền
3	Công ty TNHH Chế biến điều xuất khẩu Lâm Đồng		
-	Đầu tư máy móc thiết bị	Đồng	1.750.000.000
	Tổng cộng		7.184.615.790

II. Các giải pháp chính thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh 2020

1. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh rượu vang

1.1. Công tác tổ chức sản xuất

- Nhà máy sản xuất chủ động lập kế hoạch, tiến độ sản xuất linh hoạt, nhịp nhàng. Xây dựng cơ cấu tiêu thụ sát với nhu cầu thực tế của thị trường, đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu khách hàng, khai thác tối đa các cơ hội kinh doanh.
- Quản lý tốt chi phí hoạt động, hàng tồn kho, vật tư, nguyên vật liệu, máy móc thiết bị; sản xuất sản phẩm có chất lượng ổn định, đạt các tiêu chuẩn quy định, giảm thiểu tối đa các sản phẩm lỗi ra thị trường; kiểm soát định mức chi phí sản xuất hợp lý.
- Bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn lao động; bố trí, phân công lao động hợp lý, khoa học, hiệu quả, sắp xếp kế hoạch phù hợp, tối đa hóa năng suất và tiết giảm các chi phí trước ảnh hưởng của dịch cúm Covid 19.
- Duy trì, cải tiến liên tục hệ thống quản lý chất lượng.

1.2. Nghiên cứu, phát triển sản phẩm

- Triển khai đề án nghiên cứu cải tiến chất lượng các dòng sản phẩm giai đoạn 2019 – 2020 từ quy trình, công thức, kỹ thuật làm vang.
- Tiếp tục nghiên cứu, phát triển các dòng sản phẩm mới với mục đích đa dạng hóa danh mục sản phẩm trên cơ sở phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng và nhu cầu của khách hàng.

1.3. Công tác cung ứng vật tư, nguyên liệu

- Tổ chức đánh giá, tìm kiếm các nguồn cung ứng mới có chất lượng, tổ chức đấu thầu để có nguồn cung đáp ứng được các tiêu chí về chất lượng, kịp thời và chi phí thấp nhất đối với các nguồn vật tư, nguyên liệu chủ yếu.
- Đề xuất các giải pháp thu mua kịp thời, có tính toán hiệu quả cho các vật tư, nguyên liệu trọng yếu: trái nho, trái dâu tằm, bao bì... để bảo đảm kế hoạch sản xuất trong năm.
- Phát triển, mở rộng vùng nguyên liệu nho rượu của Công ty đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, đảm bảo nguồn nguyên liệu đáp ứng nhu cầu tăng trưởng của Công ty trong các năm tiếp theo.
- Duy trì và ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm với các nông dân, đại lý đảm bảo ổn định nguồn cung và giá nguyên liệu. Đồng thời áp dụng các biện pháp kiểm tra, giám sát chặt chẽ chất lượng nguyên liệu đầu vào theo đúng tiêu chuẩn. Tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật trồng, chăm sóc nho rượu cho các hộ dân liên kết và nông dân trong vùng.

1.4. Công tác thị trường

- Đánh giá và điều chỉnh phương án kinh doanh phù hợp trong hoàn cảnh thị trường tiếp tục bị ảnh hưởng bởi dịch cúm Covid 19. Đẩy mạnh tập trung vào các dòng sản phẩm có biên lợi nhuận cao, khu vực thị trường, khách hàng trọng tâm (các thành phố lớn, thành phố du lịch đặc biệt tại Đà Lạt).
- Tiếp tục mở rộng hệ thống bao phủ tại các thị trường tỉnh để chuẩn bị cho mùa cao điểm.
- Tập trung khai thác mạnh thị trường nội địa. Linh động trong chính sách bán hàng. Phát triển các sản phẩm mới cho các thị trường.
- Tập trung Mở rộng phát triển kênh MT, xác định đây là kênh phát triển lâu dài, bền vững của Công ty. Gia tăng hình ảnh hiện diện, trưng bày tại siêu thị.
- Tích cực xây dựng hình ảnh thương hiệu của Công ty trên thị trường bằng việc thực hiện các chiến lược quảng bá thông qua các phương tiện truyền thông và có cam kết về hiệu quả.

2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh điều

Năm 2020, HĐQT và ban lãnh đạo Công ty xác định là năm tiếp tục khó khăn cho ngành điều khi mà cung vượt cầu, rủi ro giá cả diễn biến bất thường cũng như dịch cúm Covid 19 vẫn đang tiếp tục ảnh hưởng đến các nước trên thế giới.

Vì vậy, mục tiêu đề ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh điều là bảo đảm an toàn vốn cho công ty. Các chính sách điều hành đảm bảo linh hoạt với diễn biến thị trường. Tìm kiếm, cập nhật thông tin thị trường kịp thời.

Nơi nhận:

- Cổ đông;
- HĐQT, BKS;
- Lưu: VT.

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH**



Đỗ Thành Trung