

**BÁO CÁO KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM TÀI CHÍNH 2020  
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM TÀI CHÍNH 2021****I. KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH 2020**

- Kết thúc niên độ tài chính 2020 (01/4/2020-31/12/2020) là một năm đầy khó khăn của Công ty.

- Công ty đã xây dựng lại hệ thống bán hàng, thay đổi mẫu mã, sản xuất thêm sản phẩm mới phù hợp với thị hiếu của thị trường chuẩn bị sẵn sàng cho vụ tiêu thụ sản phẩm mang tính mùa vụ (tháng 11/2020 đến 3/2021).

- Tuy nhiên, dịch Covid 19 kéo dài trong cả năm nên đã ảnh hưởng rất lớn đến kết quả sản xuất – kinh doanh của Công ty: các Lễ hội, nhà hàng khách sạn, các khu du lịch đóng cửa trong một thời gian dài, khách du lịch Quốc tế không đến được Việt Nam nên ảnh hưởng đến sức tiêu thụ sản phẩm vang trên toàn thị trường. Nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng đều suy giảm, sức mua của người tiêu dùng giảm mạnh so với những năm trước do thu nhập giảm.

- Khó khăn nối tiếp khó khăn nên đã làm cho sản lượng tiêu thụ vang của Công ty sụt giảm, dòng tiền thu hồi chậm phải tăng nguồn vay vốn từ Ngân hàng và cá nhân nên dẫn đến kết quả kinh doanh giảm sút.

- Năm 2020, Công ty đã thay đổi niên độ kế toán. Năm tài chính 2020 chỉ được tính cho 9 tháng (từ 01/4/20-31/12/20) do giai đoạn cao điểm bán hàng lại nằm trong tháng 1 năm 2021 nên cũng đã ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh chung của Công ty trong niên độ năm tài chính 2020 thể hiện ở bảng sau:

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công Ty đã được kiểm toán bởi Công Ty TNHH Kiểm toán và Dịch vụ Tin học Thành phố Hồ Chí Minh (AISC) như sau:

\* Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2020:

STT	CHỈ TIÊU	TH NĂM 2019	TH NĂM NĂM 2020	TỶ LỆ ĐẠT (%)
1	Doanh thu thuần (tỷ đồng)	77,95	50,07	64,2
2	Lợi nhuận trước thuế (tỷ đồng)	-12,95	-15,04	
3	Lợi nhuận sau thuế (tỷ đồng)	-12,95	-15,04	

\* Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh theo Báo cáo tài chính riêng năm 2020:

STT	CHỈ TIÊU	TH NĂM 2019	TH NĂM NĂM 2020	TỶ LỆ ĐẠT (%)
1	Doanh thu thuần (tỷ đồng)	70,98	53,82	75,8
2	Lợi nhuận trước thuế (tỷ đồng)	-12,94	-13,98	
3	Lợi nhuận sau thuế (tỷ đồng)	-12,94	-13,98	

\* Năm 2020, niên độ kế toán, nên niên độ 2020 chỉ 9 tháng, từ 01/4/2020 đến 31/12/2020; năm 2019 đủ 12 tháng, từ 01/4/2019-31/3/2020.

## II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC DỰ ÁN, CÔNG TÁC ĐẦU TƯ

Hiện nay, Công Ty phối hợp Công ty CP Siêu thị VHSC (Vietnam) tiếp tục triển khai thực hiện Dự án Tòa nhà thương mại, dịch vụ và văn phòng theo đúng quy định.

## III. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021

### 1. Các chỉ tiêu kinh tế chủ yếu:

- Tổng doanh thu 84,127 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế: 0 tỷ đồng

### 2. Một số giải pháp chủ yếu thực hiện

#### 2.1. Về tổ chức và lao động tiền lương

- Sắp xếp lại lao động ở các bộ phận cho phù hợp hơn, gắn chuyên môn với công việc.
- Xây dựng chế độ tiền lương gắn với năng suất lao động và hiệu quả.
- Xây dựng các tiêu chí KPI để đo lường hiệu quả công việc của mỗi cá nhân và mỗi Phòng/Ban.

#### 2.2. Công tác tài chính

- Tìm kiếm các nguồn vốn vay ngắn hạn với lãi suất thấp, đồng thời tìm kiếm nguồn vốn đầu tư trung và dài hạn có lãi suất phù hợp để hỗ trợ cho các công trình đầu tư của Công ty.
- Quản lý tốt dòng tiền, tăng cường công tác kiểm soát công nợ, giảm thiểu rủi ro tài chính do công nợ quá hạn, mất khả năng thanh toán.
- Rà soát lại các khoản mục chi phí, tiếp tục nhất quán chủ trương tiết giảm chi phí, thực hiện tiết giảm bắt buộc ở một số khoản mục phí như chi phí quản lý gián tiếp, chi phí lao động, chi phí vận tải, chi phí văn phòng.

#### 2.3. Về công tác thị trường

- Tăng cường nhân sự cho công tác bán hàng nhằm củng cố và mở rộng hệ thống mạng lưới tiêu thụ sản phẩm cho Công ty.
- Mở rộng mạng lưới các Nhà Phân Phối tại các tỉnh miền Trung và miền Nam
- Xây dựng lại cơ cấu giá bán hàng hóa cho các kênh tiêu thụ trọng điểm
- Áp dụng việc phân chia lại địa bàn cho các Nhà Phân Phối để chống bán phá giá.
- Thay đổi hình thức hợp tác với các Nhà Phân Phối để phát triển thị trường

- Tập trung phát triển các nhãn hàng vang Thăng Long và Chi Lê tránh phụ thuộc doanh thu vào 01 sản phẩm vang Thăng Long truyền thống.

- Huấn luyện & đào tạo đội ngũ nhân viên kinh doanh làm việc theo phong cách chuyên nghiệp và hiệu quả.

- Thay đổi lại hình thức một số nhãn mác, bao bì sản phẩm để đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng và nâng cao năng suất lao động.

- Tăng cường các biện pháp marketing để phát triển Thương hiệu và thúc đẩy bán hàng nhất là những sản phẩm mới, đặc biệt chú trọng dòng vang Thăng Long để xây dựng thương hiệu và phát triển bền vững.

- Tăng cường công tác bán hàng Online và các trang mạng Xã hội.

- Tìm kiếm các đối tác cần hợp tác gia công đóng sản phẩm.

#### 2.4. Về công tác sản xuất và nghiên cứu khoa học

- Duy trì ổn định chất lượng sản phẩm và ATTP; nâng cao năng lực sản xuất, thực hành tiết kiệm chống lãng phí.

- Tiếp tục thực hiện các giải pháp Công nghệ mới để giảm tối đa chi phí sản xuất.

- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống máy móc, thiết bị nhằm nâng cao năng suất lao động.

- Khai thác tốt công suất sản xuất của máy móc, năng lực lao động của người lao động.

#### 2.5. Các công tác khác

- Kiểm soát chặt chẽ các chi phí đầu vào.

- Kiểm soát hàng hóa tồn kho đảm bảo chất lượng sản phẩm, nâng cao hiệu quả.

- Tích cực quản lý và khai thác tối đa hệ thống cơ sở vật chất.

- Nâng cao hiệu quả công việc, duy trì, ổn định việc làm, thu nhập cho CBNV trong

Công ty.

- Công tác Đảng, Công đoàn, Đoàn thanh niên tích cực phối hợp hoạt động đảm bảo hoàn thành các nhiệm vụ đề ra năm tài chính 2020.

- Đảm bảo công tác môi trường, cháy nổ... theo quy định của Pháp Luật.

Trên đây là Báo cáo của Ban Điều Hành Công ty cổ phần Vang Thăng Long về tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh năm tài chính 2020 và phương hướng nhiệm vụ giải pháp chủ yếu năm tài chính 2021.

*Trân trọng báo cáo!*

#### Nơi nhận :

- ĐHĐCĐ, HĐQT, BKS; (để báo cáo)

- Lưu: VT

#### CÔNG TY CỔ PHẦN VANG THĂNG LONG

T/M BAN ĐIỀU HÀNH



**Đinh Tiến Thành**