CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH
ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2021
Ngày 26 tháng 06 năm 2021
******

BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC

A. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TRONG NĂM 2020

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh

a. Tình hình chung

Năm 2020 thực sự là một năm đầy biến động theo dòng ảnh hưởng phức tạp khó lường của nạn dịch Covid 19, các kế hoạch phát triển đã đề ra cho năm đều phải thay đổi theo tình hình chung.

Sản xuất kinh doanh ngành nhựa vẫn giữ ổn định và tăng nhanh sản lượng do công ty đã có những kế sách kịp thời, tuy nhiên ngành truyền thông lại sụt giảm trầm trọng do việc hạn chế tập trung đông người để tránh lây lan dịch bệnh. Các ngành sản xuất và dịch vụ khác doanh thu cũng bị ảnh hưởng giảm từ 20 đến 40%.

Năm vừa qua Công ty hoàn thành kế hoạch cổ tức do Đại hội cổ đông đặt ra. Tuy nhiên không hoàn thành kế hoạch lợi nhuận.

b. Kết quả sxkd

ĐVT: đồng

STT	CHỈ TIÊU	2019	2020	TH 2020/2019
1	**Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ**	**202.071.353.656**	**192.518.425.441**	**95.27%**
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	519.366.676	96.873.820	
3	**Doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ**	**201.551.986.980**	**192.421.551.621**	
4	**Giá vốn hàng bán**	**169.243.771.372**	**165.876.816.600**	
5	**Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ**	**32.308.215.608**	**26.544.735.021**	**82.16%**
6	Doanh thu hoạt động tài chính	2.344.238.934	4.923.847.719	
7	Chi phí tài chính	609.090.725	1.079.907.362	
8	Chi phí bán hàng	8.281.340.820	9.714.854.083	
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	16.504.831.063	16.845.306.861	
10	**Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh**	**10.287.525.371**	**5.015.084.737**	**48.75%**
11	Thu nhập khác	166.624.729	2.168.720.115	
12	Chi phí khác	174.634.576	1.897.890.304	
13	**Lợi nhuận khác**	**(8.009.847)**	**270.829.811**	
14	**Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế**	**10.279.515.524**	**5.285.914.548**	**51.42%**
15	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	1.878.206.439	1.197.138.004	63.7%
16	**Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp**	**8.401.309.085**	**4.088.776.544**	**48.67%**

Signature Not Verified
Ký bởi: CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH
Ký ngày: 27/4/2021 17:50:54

17	**Lãi cơ bản trên cổ phiếu**	**1.464**	**713**	**48.67%**

c. Phân tích tình hình tài sản và cơ cấu kinh doanh năm 2020

Đvt: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	% tăng giảm
Tổng tài sản	**245.094.652.767**	**292.495.618.245**	**119.34%**
Tài sản ngắn hạn	129.238.578.529	157.886.368.891	122.17%
Tài sản dài hạn	115.856.074.238	134.609.249.354	116.19%
Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	52,73%	53.98%	102.37%
Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	47,27%	46.02%	97.36%
Tổng nợ	**29.737.382.118**	**78.760.246.362**	**264.85%%**
Nợ ngắn hạn	29.737.382.118	73.637.472.942	247.63%
Nợ dài hạn		5.122.773.420	
Nợ phải trả /Tổng nguồn vốn	12.13%	26.93%	221.93%
Tổng nguồn vốn	**245.094.652.767**	**251.119.236.363**	**119.34%**
Vốn chủ sở hữu	215.357.270.649	211.545.328.764	99.25%
Vốn chủ sở hữu / tổng nguồn vốn	87.87%	73.07%	83.16%
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	**4.17%**	**2,12%**	50.98%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	**3,90%**	**1,91%**	49.04%
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	**3,43%**	**1,40%**	40.78%
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	**4.59%**	**1,99%**	43.32%

NGÀNH	2018		2019		2020	
	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp
In	3.364	332	3.358	301	2.077	-205
Bao bì Nhựa	91.161	7.811	129.964	11.500	150.122	23.997
Khăn giấy, thương mại	6.506	835	7250	1.255	3251	125
Giải trí, truyền thông và các dịch vụ khác	55.206	11.755	60.980	19.252	36.972	2.627
Cộng	**156.506**	**20.733**	**201.552**	**32.308**	**192.422**	**26.545**

NGÀNH	TỶ TRỌNG 2018		TỶ TRỌNG 2019		TỶ TRỌNG 2020	
	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp
In	2.15%	1.60%	1.67%	0.93%	1.08%	- 0.77%
Bao bì Nhựa	58.25%	37.67%	64.48%	35.59%	78.02%	90.40%
Khăn giấy, thương mại	4.33%	4.03%	3.60%	3.88%	1.69%	0.47%
Giải trí, truyền thông và các dịch vụ khác	35.27%	56.70%	30.25%	59.59%	19.21%	9.90%
Cộng	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

- Năm 2020, doanh thu sản xuất in của công ty giảm do công ty thu hẹp ngành này.
- Doanh thu ngành nhựa tăng mạnh do bán hàng nội địa tăng.
- Ngành sản xuất giấy, thương mại doanh thu giảm.
- Ngành truyền thông, giải trí và các dịch vụ khác giảm tất yếu do dịch bệnh Covid 19.

d. Chiến lược kinh doanh

Trong năm 2020, Công ty đã có một số thay đổi trong chiến lược kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ như sau:

Tiếp tục chiến lược phát triển mạnh và sâu vào thị trường nội địa, công ty đẩy mạnh cung ứng mặt hàng truyền thống là bao bì đựng hàng ở các siêu thị và các tập đoàn bán lẻ mới, ngoài ra công ty vẫn phát triển sản xuất đều đặn các sản phẩm chuyên biệt / đa dụng như túi rác qui định màu cho các bệnh viện, tấm trải đa năng bằng nhựa cho sinh hoạt thường ngày, túi dựng thực phẩm an toàn, túi rác thơm có tác dụng khử mùi tại gia đình... Năm 2020 doanh thu ngành nhựa tăng cao do trong năm tuyển thêm nhân sự và mở rộng thêm thị trường, cụ thể KH mới tăng rất nhiều, tập trung vào các KH lớn.

Riêng mảng truyền thông gặp rất nhiều khó khăn vì các sự kiện đều bị hủy bỏ hoặc hạn chế do tình hình dịch bịnh chung, vì thế công ty tăng cường công tác nghiên cứu phát triển các sản phẩm công nghệ cao đi trước thị trường trên cơ sở kết hợp với nội dung sáng tạo, tương thích để tạo tiền đề cho bước phát triển mới ở các năm sau.

e. Sản phẩm mới

+ Ngành nhựa :
  - Tự sản xuất máy thổi hai đầu, 2 máy cắt cuộn túi rác hai dây và 2 máy in hai màu phục vụ nhu cầu sản xuất nội bộ đồng thời cung ứng ra thị trường bên ngoài. Việc lắp ráp và chuyển giao máy cho các tổ sản xuất nhằm tăng năng suất và thể hiện được tính sáng tạo trong việc sản xuất máy đồng thời giảm chi phí đầu tư máy nếu mua của các đơn vị khác.
  - Sản xuất thử nghiệm phụ gia tinh bột cho các loại túi. Phát triển thêm loại hàng mới: các cuộn túi rác có quai ba màu và màu đen để kinh doanh chào hàng vào các khách hàng lớn.
+ Ngành truyền thông :
  - Tập trung nghiên cứu các sản phẩm mới như Multi- layers Hologram, máy bán hàng tự động , phát triển kinh doanh lập trình thiết kế ra nước ngoài.
  - Sản xuất và lắp đặt hệ thống trình chiếu màn hình nước tại Công viên văn hóa Đầm Sen.
  - Nghiên cứu ngành mới : Chuyển đổi kỹ thuật số (Digital Transformation) – sử dụng công nghệ để tạo ra những trải nghiệm mới giúp khách hàng cải tiến và tăng hiệu quả kinh doanh.

2. Tình hình đầu tư vào công ty con và công ty liên kết

Đvt: đồng

Năm 2020	Giá trị ALTA đầu tư đến 31/12/2020
Công ty con	-
Công ty TNHH Một thành viên Ứng dụng Công nghệ và Dịch vụ Truyền Thông Âu Lạc	20.000.000.000
Công ty TNHH Một thành viên Ứng dụng Công nghệ Kỹ thuật Nhựa Âu Lạc	20.000.000.000
Công ty Phát triển Phần mềm Âu Lạc	200.000.000
Công ty liên kết	
Công ty Cổ phần In Thương mại Quảng cáo Âu Lạc	19.920.674.927

3. Chỉ tiêu phân tích tài chính

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	So sánh
Chỉ tiêu về khả năng thanh toán			-	
Khả năng thanh toán ngắn hạn	Lần	4.35	2.14	54.28%
Khả năng thanh toán nhanh	Lần	3.23	1.76	49.34%
Chỉ tiêu về cơ cấu vốn				
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	12.13	26.93	
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	%	13.81	36.85	
Chỉ tiêu về năng lực hoạt động				
Vòng quay hàng tồn kho	Vòng	5.15	5.62	
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	Vòng	0.82	0.66	
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			-	
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	4.17	2.12	50.98%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	%	3.90	1.91	49.04%
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	%	3.43	1.40	40.78%
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	%	4.59	1.99	43.32%

Công ty không sử dụng nợ dài hạn để tài trợ cho các hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như đầu tư của mình. Chính vì vậy mà các chỉ tiêu về khả năng thanh toán của Công ty đều rất tốt. Đa phần các khoản nợ phải trả phát sinh do quá trình sản xuất kinh doanh thông thường như người mua trả tiền trước hay các khoản còn phải trả cho người lao động.

Hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn giảm từ 4.35 lần năm còn 2.14 lần năm do công ty tăng vay ngân hàng để dự trữ nguyên liệu nhựa và đầu tư hệ thống điện mặt trời. Khả năng thanh toán nhanh của công ty do lý do trên nên giảm từ 3.23 còn 1.76 trong năm nay.

Qua bảng số liệu trên có thể thấy Công ty đang có tình hình tài chính ổn định và lành mạnh, đồng thời cần tập trung đẩy mạnh khâu kinh doanh, quản lý chặt chẽ chi phí, từ đó nâng cao khả năng sinh lời của Công ty hơn nữa.

4. Tình hình nhân sự

Tính đến 31/12/2020, Công ty có 310 lao động, tăng 35,37% so với năm trước.

STT	Tính chất phân loại	Số lượng 2019	Tỷ lệ 2019	Số lượng 2020	Tỷ lệ 2020
I	**Theo trình độ**	**229**	**100%**	**310**	**100%**
1	Đại học	40	17,47%	65	20,97%
2	Cao đẳng	48	20,96%	66	21,29%
3	Trung cấp	21	9,17%	20	6,45%
4	Phổ thông trung học trở xuống	120	52,40%	159	51,29%
II	**Theo tính chất hợp đồng lao động**	**229**	**100%**	**310**	**100%**
1	Hợp đồng có xác định thời hạn	83	36,24%	173	55,80%
2	Hợp đồng không xác định thời hạn	139	60,70%	137	44,20%
3	Hợp đồng theo thời vụ (công nhật)	7	3,06%	0	0%

Chính sách đãi ngộ người lao động của Công ty gắn liền kết quả làm việc với lương thưởng. Năm qua công ty tiếp tục sử dụng công cụ KPI để đánh giá công việc. Ban lãnh đạo và các bộ phận nhân sự, tài chính kế toán đã cùng phối hợp để đảm bảo thanh toán lương cho CBCNV đúng thời hạn. Lương bình quân của Công ty năm 2020 là 8.260.000đ giảm 4,5 % so với năm trước do công nhân mới vào chiếm tỷ lệ lớn.

ALTA đảm bảo việc thực hiện các quy định của Bộ Luật lao động về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, thực hiện chế thai sản, nghỉ lễ tết, thời gian nghỉ ngơi.... và các văn bản pháp luật liên quan để CBCNV có thể yên tâm làm việc. Ngoài ra công ty còn thực hiện kiểm tra sức khỏe định kỳ cho nhân viên, tổ chức tham quan nghỉ mát để tạo sự gắn kết giữa các thành viên trong tập thể ALTA.

Ban lãnh đạo Công ty đặc biệt quan tâm đến vấn đề an toàn lao động. Toàn bộ CBCNV của ALTA đều phải tham gia tập huấn phòng chống cháy nổ, thoát hiểm, sơ cấp cứu. Đối với khối sản xuất, công nhân và nhân viên phải mặc trang phục bảo hộ lao động, đảm bảo quy trình làm việc và tuân thủ sự giám sát của các cấp quản lý để giảm thiểu tối đa rủi ro xảy ra trong quá trình lao động.

Với một công ty có thời gian hoạt động lâu dài và định hướng phát triển dài hạn như ALTA, việc thiết lập văn hóa doanh nghiệp và môi trường làm việc chuyên nghiệp, hiện đại là hết sức cần thiết. Vì vậy mà những năm qua, Công ty đã rà soát lại chế độ đãi ngộ nhân viên, tạo dựng các giá trị văn hóa trong Công ty, có chính sách đãi ngộ thỏa đáng không ngoài mục tiêu xây dựng ngôi nhà ALTA thân thiện, chuyên nghiệp và vững vàng.

B. ĐÁNH GIÁ CỦA BAN GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH

1. Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2020

Năm qua Công ty đã hoàn thành kế hoạch cổ tức do Đại hội cổ đông đặt ra với các diễn biến sau:

Giá vốn hàng bán giảm 2% trong khi doanh thu giảm 4.5% dẫn đến lợi nhuận gộp giảm 7.8%.

Chi phí bán hàng tăng 17.3% tăng nhanh hơn mức tăng doanh thu do công ty phải đẩy mạnh công tác kinh doanh tiếp thị, khuyến mãi, chi phí hoa hồng và lương nhân viên tăng.

là 2.6 l thuần giảm 48.75%, lợi nhuận trước thuế giảm 48.6%.

Với một năm đầy biến động và thử thách, toàn thể các thành viên công ty Alta đã nỗ lực không ngừng để duy trì và phát triển sản xuất đồng thời xoay sở cố gắng tìm hướng đi khác cho ngành dịch vụ truyền thông trên cơ sở bảo đảm ngày công và tiền lương cho người lao động, chúng ta đã may mắn không phải nghỉ việc một ngày nào và vẫn bảo đảm tuân thủ các biện pháp phòng tránh dịch bệnh một cách hữu hiệu và an toàn.

2. Phân tích tình hình tài chính năm 2020

Đvt: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	% tăng giảm
Tổng tài sản	**245.094.652.767**	**292.495.618.245**	**119.34%**
Tài sản ngắn hạn	129.238.578.529	157.886.368.891	122.17%
Tài sản dài hạn	115.856.074.238	134.609.249.354	116.19%
Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	52,73%	53.98%	102.37%
Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	47,27%	46.02%	97.36%
Tổng nợ	**29.737.382.118**	**78.760.246.362**	**264.85%%**
Nợ ngắn hạn	29.737.382.118	73.637.472.942	247.63%
Nợ dài hạn		5.122.773.420	
Nợ phải trả /Tổng nguồn vốn	12.13%	26.93%	221.93%
Tổng nguồn vốn	**245.094.652.767**	**251.119.236.363**	**119.34%**
Vốn chủ sở hữu	215.357.270.649	211.545.328.764	99.25%
Vốn chủ sở hữu / tổng nguồn vốn	87.87%	73.07%	83.16%

Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	**4.17%**	**2,12%**	50.98%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	**3,90%**	**1,91%**	49.04%
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	**3,43%**	**1,40%**	40.78%
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	**4.59%**	**1,99%**	43.32%

a. Phân tích tài sản

Tỷ suất đầu tư ngắn hạn năm 2020 tăng từ 52,73% lên 53,98 %, tỷ suất đầu tư tài sản dài hạn năm 2020 giảm từ 47,27 % xuống 46,02%. Những thay đổi này không đáng kể.

Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định là 2,02 lần. Đây là chỉ tiêu nói lên sự ổn định về tài chánh của Công ty.

b. Phân tích nguồn vốn

Nợ ngắn hạn tăng từ 29 tỷ lên 73 tỷ và đòn cân nợ tăng từ 0,14 lên 0,36.

Vốn chủ sở hữu có giảm nhẹ 0,75% (do thay đổi của lợi nhuận chưa phân phối).

c. Phân tích tình hình công nợ

Khoản phải thu ngắn hạn từ bán hàng tăng. Khoản phải trả ngắn hạn tăng.

Vòng quay các khoản phải thu là 3,9 vòng, số ngày trung bình để thu được khoản phải thu là 91 ngày là do công ty có chính sách trả chậm với 1 số tập đoàn bán lẻ lớn. Điều này cũng nói lên tình hình cạnh tranh mạnh mẽ trên thương trường.

d. Phân tích khả năng thanh toán

Tỷ lệ thanh toán hiện hành ở mức 2,14 lần - đây là một tỷ lệ tốt về tài chánh.

Tỷ lệ thanh toán nhanh giảm từ 3.23 xuống 1,76 lần – mức sụt giảm này mang tính chất thời điểm do người mua trả tiền trước và trong năm công ty tăng vay ngân hàng cho dự án điện mặt trời…

3. Những cải tiến về cơ cấu tổ chức, chính sách, quản lý.

a. Chính sách quản trị - điều hành :

Điều hành trên cơ sở xây dựng và triển khai kế hoạch cụ thể.

Xác định và nâng tầm ảnh hưởng của người lao động để có chính sách cụ thể và thỏa đáng.

Áp dụng công nghệ trong công tác điều hành để bảo đảm thông tin hữu hiệu và xuyên suốt.

Sẵn sàng truyền đạt và xây dựng đội ngũ kế thừa để chuyển giao kỹ thuật và công tác điều hành.

b. **Chiến lược phát triển sản phẩm.**

Mạnh dạn đầu tư nghiên cứu và sản xuất sản phẩm mới.

Chấp nhận thay thế máy móc và áp dụng công nghệ mới để loại bỏ sản phẩm thoái trào.

Sử dụng công dụng và chất lượng làm thước đo giá trị sản phẩm và uy tín thương hiệu.

c. Chiến lược tiếp thị khách hàng

Tiếp thị trên nhiều phương tiện, nhiều thời điểm và nhiều công thức riêng hoặc phổ quát để gia tăng khách hàng cũng như các đối tác quan trọng.

Hiểu suy nghĩ và hiểu khó khăn của khách hàng để linh hoạt giải quyết trong giai đoạn suy thoái kinh tế do dịch bệnh kéo dài.

Xem trọng công tác hậu mãi để giữ khách hàng.

Trên đây là một số phân tích và đánh giá của BGĐĐH công ty sau khi nhìn lại hoạt động điều hành năm 2020 của mình một cách nghiêm túc, khách quan và trung thực.

TM. BAN ĐIỀU HÀNH

M.S.D.N: 0301420079-C.T.C.P
CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH
Q.TÂN PHÚ-TP.HỒ CHÍ MINH

LẠI THỊ HỒNG ĐIỆP
Phó Tổng Giám Đốc