

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2012

MỤC LỤC

❖ **LÁ THƯ ĐẦU NĂM**

❖ **ALTA – HÀNH TRANG...**

➤ **Thông tin chung**

- Xuất phát điểm
- Phương hướng và những giá trị
 - Phương hướng
 - Những giá trị
- Lĩnh vực hoạt động
 - Lĩnh vực hoạt động
 - Địa bàn kinh doanh
- Định hướng chiến lược
 - Triết lý kinh doanh
 - Định hướng chung
 - Chiến lược phát triển

➤ **Sức mạnh nội tại**

- Hội Đồng Quản Trị
 - Thông tin liên quan
 - Hoạt động trong năm
- Ban Kiểm Soát.
 - Thông tin liên quan
 - Hoạt động trong năm
- Cơ cấu tổ chức và bộ máy hoạt động
 - Cơ cấu tổ chức
 - Các đơn vị trực thuộc
- Các công ty con, công ty có liên quan và công ty liên kết.
 - Các công ty con
 - Công ty có liên quan và Công ty liên kết
- Tình hình lao động và các chính sách.
- Cổ đông – Nhà đầu tư.
 - Chi tiết về cơ cấu cổ đông
 - Qui mô phát triển
 - Cổ đông lớn
 - Cổ đông chiến lược
 - Mối quan hệ
- Khách hàng – Nhà cung ứng.

- Khách hàng
- Nhà cung ứng

❖ **ALTA – NGÀY ẤY...**

- Các dự án đã đầu tư.
- Doanh thu và Lợi nhuận các năm.

❖ **ALTA 2012 – NĂM QUA...**

- Báo cáo của Ban Giám Đốc
 - Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh
 - Tình hình thực hiện kế hoạch ĐHCĐ
 - So sánh một số chỉ tiêu tài chính
 - Phân phân tích và đánh giá
 - Khái quát tình hình tài chính
 - So sánh các ngành hoạt động
 - Phân tích tài chính
 - Đánh giá tình hình hoạt động
- Báo cáo của Hội Đồng quản Trị
 - Những khoản đầu tư lớn
 - Giá trị sổ sách và thị giá của ALT
 - Nhận định của HĐQT
- Báo cáo Tài chính đã được kiểm toán

❖ **ALTA 2013 – BÂY GIỜ...**

- Nhận định tình hình
 - Xác định vị thế công ty 2013
 - Thế mạnh của sản phẩm
 - Thị phần của công ty
 - Các cơ hội và các thách thức mới
 - Cơ hội
 - Thách thức
- Định hướng trọng tâm kế hoạch năm 2013
 - Các chương trình trọng tâm
 - Khối sản xuất-kỹ thuật
 - Khối kinh doanh
 - Công tác thiết kế sản phẩm
 - Công tác quản trị tài chính
 - Công tác nhân sự
 - Hoạt động đầu tư và phát triển hệ thống
 - Các nhân tố rủi ro và biện pháp phòng chống
 - Một số dự báo cho năm 2013
 - Số liệu kế hoạch 2013

❖ **ALTA – LỜI KẾT**

❖ LÁ THƯ ĐẦU NĂM

Lời ngỏ đầu tiên, Hội đồng Quản trị (HĐQT) Công ty Cổ phần Văn hóa Tân Bình (ALTA) xin chân thành kính gửi đến Quý vị Cổ đông và gia đình lời chúc an lành, tràn đầy sức khỏe và hạnh phúc...

Một năm đã trôi qua và đây quả thật là một năm gian nan và đầy khó khăn thử thách...

Kinh tế toàn cầu năm 2012 phải đối mặt với nhiều vấn đề như tăng trưởng kinh tế chậm lại, thâm hụt tài khóa nghiêm trọng, tỷ lệ thất nghiệp cao, đặc biệt cuộc khủng hoảng nợ công tại khu vực đồng tiền chung Châu Âu đã làm nền kinh tế toàn cầu khó phục hồi theo dự kiến chuyên môn.

Bên cạnh những tác động của nền kinh tế thế giới, bản thân nền kinh tế Việt Nam cũng vẫn còn những căn bệnh trầm kha như nợ xấu khó trả trong khối ngân hàng, thị trường bất động sản đóng băng, nợ lớn của các tập đoàn kinh tế và tổng công ty nhà nước...

Tuy tỷ lệ lạm phát chỉ còn 6,81% và tăng trưởng GDP đạt 5,03 % nhưng quan ngại hơn cả là năng lực cạnh tranh Việt Nam lại rơi 10 bậc so với năm trước (75/144).

Nhìn chung diễn biến của kinh tế Việt Nam tạo cho chúng ta những cung bậc cảm xúc khác nhau, mừng vì tình hình vĩ mô đang dần ổn định, cán cân thương mại cân bằng, tỷ giá và lạm phát được kiểm soát tốt, nhưng lại chưa vui vì tình trạng của các doanh nghiệp không khá hơn năm 2011 với những bất ổn như hàng tồn kho lớn, tiêu thụ chậm chạp, sản xuất thì thiếu vốn nhưng ngân hàng thì thừa vốn vì lãi suất vay lên đến trên 20%, nguyên liệu đầu vào và năng lượng thiết yếu như xăng, dầu, điện, nước tiếp tục tăng cao và cuối cùng dẫn đến hơn 55 ngàn doanh nghiệp phá sản mà hệ lụy của nó là thu nhập thực tế của người lao động giảm, tỷ lệ thất nghiệp tăng và đời sống trở nên khó nghèo hơn trước...

Công ty ALTA chúng ta đã có một năm xoay trở khó khăn với chủ trương không đầu tư lớn để bảo toàn nguồn vốn sản xuất kinh doanh.

Có hai vấn đề nan giải là sức mua tiêu dùng vùng nội thị giảm sút trầm trọng dẫn đến hoạt động của trung tâm Unique không hiệu quả và công ty phải bù lỗ con số khá lớn, tiếp đến là việc ngay từ đầu năm thuế môi trường đã có hiệu lực mà các cấp hữu quan lại quá chậm trễ việc công bố tiêu chuẩn bao bì thân thiện với môi trường nên thị trường khách hàng nội địa của công ty sụt giảm nghiêm trọng hơn 45%. Hai ngành lõi của công ty mất hiệu quả nên dẫn đến kết quả lỗ cho cả năm.

Năm 2012, doanh thu thuần giảm hơn 18%, lợi nhuận âm và công ty không hoàn thành kế hoạch Đại hội cổ đông giao!

Nhìn lại tình hình năm qua, HĐQT chúng tôi nghĩ rằng không thể đổ lỗi hoàn toàn cho khách quan hay thời cuộc, mà chính bởi vì chúng tôi đã không tìm ra cơ hội mới trong thử thách cũng như không có kế sách nhanh nhạy xoay chuyển rủi ro để có thể vận hành một cách năng

động hiệu quả hơn. Kết quả này khiến chúng tôi cảm thấy có lỗi và phụ lòng tin tưởng của Quý vị Cổ đông.

Và giờ đây, chúng ta bước sang một năm mới với các dự báo không mấy gì lạc quan về tình hình thế giới thậm chí còn có chuyên gia cho rằng khủng hoảng kinh tế thế giới sẽ lên đến đỉnh điểm vào năm 2013..., kinh tế Việt Nam thì lại được dự báo còn rất nhiều khó khăn và chính phủ cũng như người dân vẫn còn một khối lượng khổng lồ công việc phải làm để ổn định và phát triển xã hội và cũng như đất nước...

Năm trước theo truyền thống chúng ta đã chọn hình ảnh của hoa xương rồng làm biểu tượng và quả thật xương rồng đã không thể trở bông! Năm nay, với ý nghĩa “ đại phú do thiên, tiểu phú do cần” chúng tôi xin chọn hình ảnh ĐÀN ONG MẬT làm biểu tượng hành động với định hướng triệt để tiết kiệm chi phí một cách hợp lý, kiểm soát nội bộ chặt chẽ, đoàn kết chuyên cần lao động ... để xây dựng hình ảnh một ALTA năm 2013.

HDQT chúng tôi thấy rằng chúng ta vẫn cần phải giữ vững thế ổn định của sản xuất kinh doanh, bảo toàn nguồn vốn đồng thời phải năng động hơn để nắm lấy cơ hội ngay từ xuất phát đầu năm khi Trung tâm Unique đã chuyển đổi công năng thành Trung tâm Hội nghị Tiệc cưới và Giải trí cũng như ngay khi nhận được Giấy chứng nhận bao bì nhựa phân hủy sinh học và thân thiện môi trường mà điều này đồng nghĩa với việc sản phẩm bao bì nhựa ALTA sẽ có được lợi thế kinh doanh hơn trên thị trường nội địa do được miễn thuế môi trường.

Chúng tôi hiểu rằng lời xin lỗi cho năm 2012 chỉ được chấp nhận và có giá trị khi HDQT quyết tâm để điều hành công ty ALTA hoàn thành kế hoạch 2013 mà Đại hội cổ đông giao phó. Kính mong Quý vị Cổ đông, Khách hàng, Đối tác liên kết và Toàn thể thành viên ALTA sẽ tiếp tục sát cánh bên HDQT chúng tôi vì niềm tin, vì lợi ích và vì sự phát triển bền vững của tất cả chúng ta.

Lá thư đầu năm xin được tạm dừng ở đây với lời kính chúc hạnh phúc, bình an và may mắn của HDQT chúng tôi đến toàn thể Quý vị Cổ Đông ALTA.

TRÂN TRỌNG KÍNH CHÀO.

❖ ALTA – HÀNH TRANG

➤ Thông tin chung

• Xuất phát điểm:

Tiền thân của Công ty ALTA là Công Ty Văn Hóa Tổng Hợp Tân Bình - một doanh nghiệp Nhà nước, được thành lập từ năm 1989. Hoạt động theo cơ cấu “Dịch vụ - Thương mại - Sản xuất” chủ yếu trong lĩnh vực sản phẩm văn hóa tại thị trường nội địa.

Năm 1992 Công ty được đổi tên là Công Ty Văn Hóa và Dịch vụ Tổng Hợp Tân Bình. Hoạt động theo cơ cấu “Sản xuất - thương mại - dịch vụ”

Năm 1998 ALTA là Doanh nghiệp đầu tiên của ngành Văn hóa Việt Nam thực hiện cổ phần hóa và được chuyển đổi thành CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH theo Quyết định số 3336/QĐ - UB - KT ngày 26/06/1998 của UBND Tp.HCM và Giấy chứng nhận ĐKKD số 064111 do Sở KH & ĐT Tp.HCM cấp ngày 31/08/1998 với vốn điều lệ ban đầu là 13.347.000.000 đồng.

Ngày 22/11/2006, Công ty Cổ phần Văn hóa Tân Bình là DN đầu tiên thuộc ngành in ấn và bao bì xuất khẩu niêm yết cổ phiếu với mã cổ phiếu là ALT.

Trụ sở đặt tại Lô II-3, Nhóm Công nghiệp 2, Đường số 8 và số 11 Khu công nghiệp Tân Bình, Phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú.

Điện thoại : 084-8-38162884, Số Fax : 084-8-38162887,

Website : www.altacom.vn.

Vốn điều lệ đến thời điểm này là 53.562.120.000 đồng.

• Phương hướng và những giá trị :

– Phương hướng

- + *Xây dựng thương hiệu Alta uy tín.*
- + *Cam kết hợp tác chân thành.*
- + *Tạo lập giá trị tốt nhất cho cổ đông.*

– Những giá trị

- + *Luôn tôn trọng sự chân thực.*
- + *Sẵn sàng hợp tác và liên kết.*
- + *Tổ chức thống nhất hành động.*

• Lĩnh vực hoạt động

– Lĩnh vực hoạt động

- + Ngành in: thực hiện các công đoạn từ trước in, in ấn và sau in đối với xuất bản phẩm và các loại ấn phẩm gồm: sách, báo, tạp chí, nhãn hàng, bao bì hàng hóa, brochure quảng cáo, tờ bướm, poster .v.v...

- + Ngành nhựa: sản xuất xuất khẩu các loại bao bì nhựa PE, các sản phẩm thân thiện môi trường như: bao bì nhựa tự phân hủy và các loại hợp chất nhựa như: hạt màu chủ (masterbatches), hạt nhựa CaCO₃.
- + Ngành dịch vụ văn hoá và giải trí: sản xuất và phát hành chương trình âm nhạc gồm các thể loại: thơ, ca, cổ nhạc, hòa tấu.v.v... dành cho mọi lứa tuổi; Quảng cáo đa phương tiện, các loại dịch vụ giải trí và chiếu phim đa chiều, công nghệ thể thao điện tử...
- + Các hoạt động khác: sản xuất khăn giấy cao cấp, cho thuê mặt bằng, xây dựng công nghiệp .v.v...

–Địa bàn kinh doanh

- + Trong nước: Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành phố trên cả nước.
- + Ngoài nước: xuất khẩu hàng đến các nước tại Châu Á, Châu Âu, Châu Úc và Châu Mỹ.

• **Định hướng chiến lược :**

–Triết lý kinh doanh :

- + Nguồn lực con người là yếu tố duy nhất quyết định sự thành bại của một doanh nghiệp.
- + Lấy “Tín Nghĩa” là tư duy hành động nên ALTA luôn là người bạn liên kết chân thành trong kinh doanh, luôn tôn trọng lợi ích người tiêu dùng, của bạn hàng, của cổ đông, của nhân viên và của xã hội một cách hài hoà.

–Định hướng chung :

- + ALTA tiếp tục duy trì vị thế là một doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu có uy tín đặc biệt đi đầu sản xuất sản phẩm thân thiện với môi trường.
- + Mở rộng kinh doanh giải trí công nghệ cao và dịch vụ đa dạng với nỗ lực khẳng định sẽ phát triển thành một doanh nghiệp mạnh trên lĩnh vực này.
- + Xây dựng phương thức kinh doanh linh hoạt và mềm dẻo, sẵn sàng thích ứng với những thay đổi của thị trường, luôn luôn tận dụng mọi cơ hội để phát triển và đạt mục tiêu một cách tối ưu.

–Chiến lược phát triển :

- + Chiến lược nguồn nhân lực:

Nhận thức được vai trò quan trọng của yếu tố con người đối với sự thành công của doanh nghiệp, Công ty luôn sử dụng chính sách đãi ngộ hấp dẫn, cơ chế đánh giá năng lực phù hợp nhằm động viên và tạo cơ hội cho nhân viên phát triển năng lực,

Đồng thời xây dựng Văn hóa ALTA nhằm đào tạo và sở hữu một đội ngũ nhân lực thân thiện, chuyên nghiệp và tinh thần trách nhiệm cộng đồng và xã hội cao.

Tạo điều kiện cho mọi người lao động trong Công ty đều có cơ hội sở hữu cổ phần của Công ty nhằm phát huy tinh thần làm chủ và gắn bó

thực sự.

+ Chiến lược kinh doanh:

Công ty nhận định việc mở rộng thị trường là điều kiện cần thiết để phát triển doanh nghiệp. Mục tiêu của Công ty là nâng cao năng lực sản xuất và sức cạnh tranh của các loại sản phẩm, củng cố khách hàng truyền thống và tìm kiếm khách hàng mới. Phát triển thêm thị phần theo hướng đa dạng sản phẩm, tăng thêm lĩnh vực kinh doanh mới.

Công ty xác định mục tiêu song song việc mở rộng thị trường xuất khẩu phải chiếm lĩnh thị trường nội địa trên cơ sở sản phẩm có giá cả hợp lý và chất lượng tốt, cạnh tranh lành mạnh về đẳng cấp chứ không chú trọng vào việc hạ thấp giá bán. Công ty dựa vào những lợi thế kinh doanh riêng biệt của mình để xây dựng giá phù hợp với thị trường mục tiêu.

+ Chiến lược quản lý và phát triển nguồn vốn:

Công ty thông qua việc kiểm soát công nợ và dòng tiền hoạt động kết hợp với các chính sách thanh toán khuyến khích khách hàng nhằm kích hoạt tối ưu hiệu quả đồng vốn kinh doanh.

Sử dụng mối quan hệ hợp tác với phương châm « cùng có lợi » để thu hút vốn liên doanh liên kết, vốn vay trung và ngắn hạn để tạo nhanh vốn đầu tư, bảo đảm tiến độ và hiệu quả các dự án.

Trên cơ sở đại chúng hóa cổ phiếu, sử dụng hiệu quả thực của kinh doanh để giới thiệu và quảng bá thương hiệu, thu hút các Nhà đầu tư qua các đợt phát hành gọi vốn nhằm huy động tối đa mọi nguồn lực tài chính.

➤ **Sức mạnh nội tại**

• **Hội Đồng Quản Trị (HDQT):** gồm 5 thành viên

1. Ông HOÀNG VĂN ĐIỀU	Chủ tịch
2. Bà LẠI THỊ HỒNG ĐIỆP	Phó Chủ tịch
3. Ông LA THẾ NHÂN	Thành viên
4. Ông TRẦN QUÍ TÀI	Thành viên
5. Ông HOÀNG MINH ANH TÚ	Thành viên

– Thông tin liên quan : (tính đến thời điểm 27/3/2013)

1. Ông HOÀNG VĂN ĐIỀU: sinh năm 1953 tại Vĩnh Phúc, Cử nhân Kinh tế, Cử nhân chính trị, đã làm Giám đốc công ty ALTA từ năm 1989.

Hiện là Chủ tịch HDQT kiêm Tổng Giám Đốc công ty ALTA với số cổ phiếu nắm giữ là 496.450cp (9,27%)

2. Bà LẠI THỊ HỒNG ĐIỆP: sinh năm 1961 tại TP HCM, Cử nhân Tài chính – Kế toán, Cử nhân Quản trị kinh doanh, làm việc tại công ty ALTA từ năm 1989

đến nay với các chức vụ Kế toán trưởng từ năm 1989, Giám đốc Tài chính từ năm 2001, Giám đốc Điều hành từ năm 2006, Phó Tổng Giám đốc từ năm 2011.

Hiện là Phó Chủ tịch HĐQT kiêm Phó Tổng Giám Đốc Công ty ALTA với số cổ phiếu nắm giữ là 535.200 cp trong đó cổ phiếu cá nhân là 305.200 cp (5,70%), số cổ phiếu đại diện sở hữu vốn nhà nước là 230.000 cp.

3. Ông LA THẾ NHÂN: sinh năm 1961 tại TP HCM, Bác sĩ chuyên khoa chẩn đoán hình ảnh. Hiện là Giám đốc Công ty Cổ phần In - Thương mại - Quảng cáo Âu Lạc (ALTA Printing).

Hiện nay là thành viên HĐQT với số cổ phiếu nắm giữ là 253.474 cp (4,73%)

4. Ông TRẦN QUÍ TÀI: sinh năm 1961 tại Sài Gòn, Kỹ sư Hóa tốt nghiệp tại Canada. Hiện là Giám đốc Thị trường Xuất khẩu Công ty ALTA.

Hiện nay là thành viên HĐQT với số cổ phiếu nắm giữ là 2.027 cp (0,04%)

5. Ông HOÀNG MINH ANH TÚ: sinh năm 1980 tại TP Hồ Chí Minh, Cử nhân Công nghệ thông tin tốt nghiệp tại Canada. Hiện là Giám đốc Công ty TNHH MTV Ứng dụng Công nghệ và Dịch vụ Truyền thông Âu Lạc (ALTA Media).

Hiện nay là thành viên HĐQT với số cổ phiếu nắm giữ là 24.525 cp (0,46%)

Các thành viên HĐQT đều là những người đã gắn bó lâu năm với Công ty và trong suốt thời gian qua đã không bán bất kỳ 1 cổ phiếu ALT nào.

–Hoạt động của HĐQT :

HĐQT hoạt động theo điều lệ Công ty và theo qui chế riêng phù hợp.

Năm 2012, HĐQT đã nhóm họp 04 kỳ hàng quý và kỳ đột xuất để quản trị điều hành công ty.

Năm 2012 và tính đến ngày 27/03/2013, Cá nhân các thành viên HĐQT không có giao dịch bán cổ phiếu ALT, riêng Ông Hoàng Văn Điều đã mua thêm 87.700 cổ phiếu và Ông La Thế Nhân đã mua thêm 11.500 cổ phiếu.

• **Ban Kiểm Soát (BKS):** gồm 3 thành viên

- | | |
|---------------------------|--------------|
| 1. Bà THÁI THỊ PHƯƠNG | Trưởng ban. |
| 2. Ông LÊ QUỐC THẮNG | Phó ban. |
| 3. Bà QUÁCH THỊ MAI TRANG | Thành viên . |

–Thông tin liên quan: (tính đến thời điểm 27/3/2013)

1. Bà THÁI THỊ PHƯƠNG: sinh năm 1965 tại Quảng Ngãi, Cử nhân Quản trị kinh doanh, làm việc tại công ty ALTA từ năm 1993 đến nay. Hiện là Giám đốc tiếp thị công ty ALTA.

Hiện nay là Trưởng Ban Kiểm soát với số cổ phiếu nắm giữ là 20.710cp (0,39%)

2. Ông LÊ QUỐC THẮNG: sinh năm 1962 tại TP HCM, Cử nhân Âm nhạc, Cử nhân Luật, làm việc tại công ty ALTA từ năm 2002 đến nay. Hiện là Giám đốc Trung tâm Băng đĩa nhạc Trùng Dương.

Hiện nay là Phó BKS với số cổ phiếu nắm giữ là 62 cp.

3. Bà QUÁCH THỊ MAI TRANG: sinh năm 1960 tại TP HCM, Trung cấp Kinh tế – Kế hoạch, làm việc tại công ty ALTA từ năm 1989 đến nay. Hiện là Trưởng ban Kiểm soát nội bộ công ty ALTA.

Hiện nay là Thành viên BKS với số cổ phiếu nắm giữ là 2.419 cp (0,05%)

–Hoạt động của BKS:

Toàn bộ BKS đều là thành viên độc lập không điều hành .

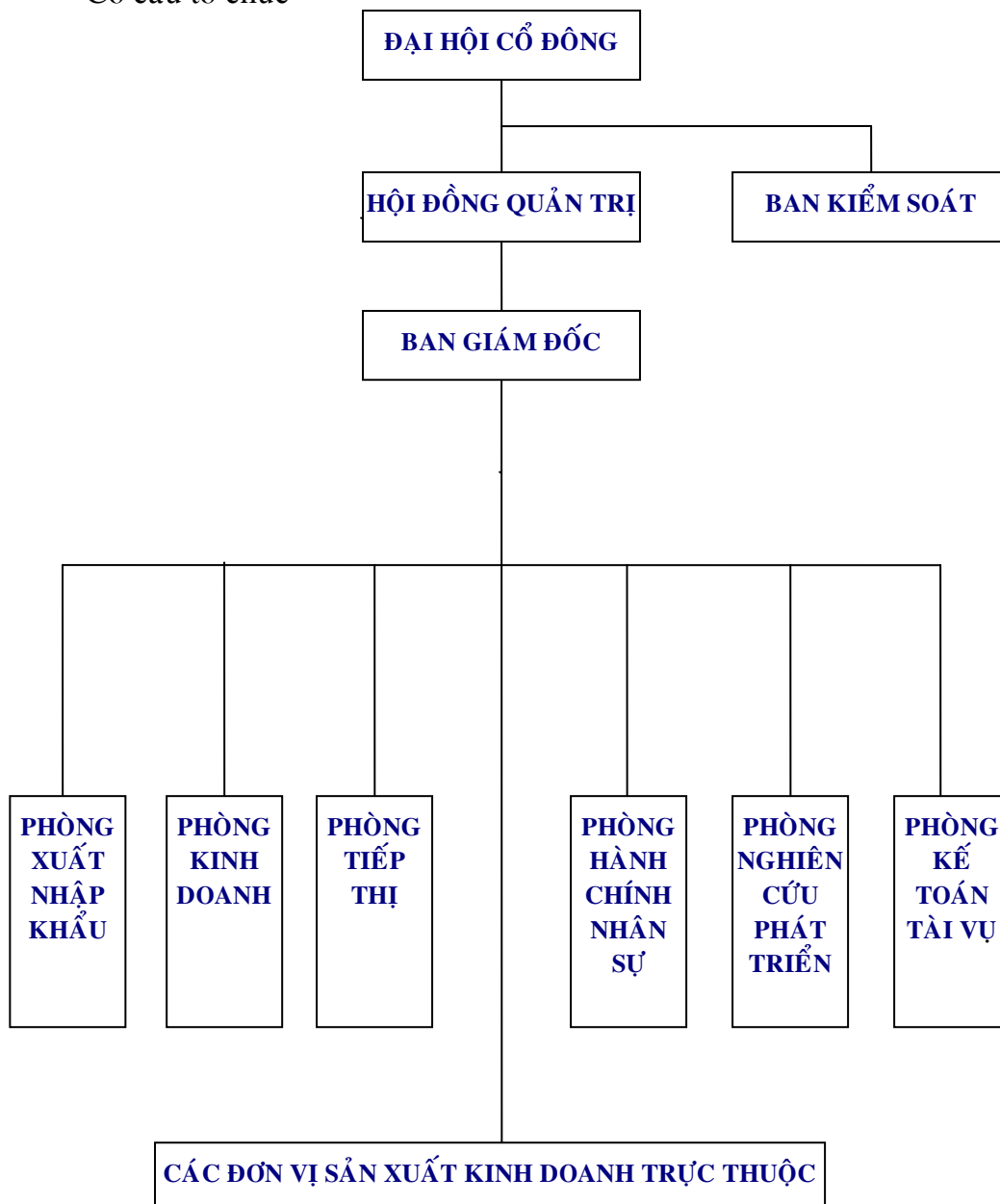
BKS hoạt động theo điều lệ Công ty và theo qui chế riêng phù hợp.

Hàng quý Ban Kiểm soát họp để xem xét tình hình hoạt động của Công ty và thông qua báo cáo tài chính.

Năm 2012, Các thành viên BKS không có giao dịch mua bán cổ phiếu ALT.

• **Cơ cấu tổ chức và bộ máy hoạt động :**

–Cơ cấu tổ chức



–Các đơn vị cơ sở trực thuộc:

- + Xí nghiệp Giấy Alta (Alta Paper Industry).
- + Xí nghiệp sản xuất nhựa xuất khẩu (Alta Plastics).
- + Xí nghiệp In tổng hợp (Alta Printing)
- + Trung tâm Hội nghị –Tiệc cưới và Giải trí Unique.
- + Rạp Alta 4D-MovieRide (Alta 4D-MovieRide Theatre)
- + Rạp Alta 4D-Max Suối Tiên (Alta 4D-Max Theatre)
- + Khu dịch vụ giải trí điện tử (Alta Laser Zone):
 - ✓ Alta Laser Zone 1 : tại Trung tâm Unique
 - ✓ Alta Laser Zone 2 : tại Khu Du lịch –Văn hóa Suối Tiên
 - ✓ Alta Laser Zone 3 : tại Siêu thị Maximark 3 tháng 2
 - ✓ Alta Laser Zone 4 : tại Trung tâm TM Nguyễn Kim-Thủ Đức
- + Trung tâm Chế bản & Kỹ thuật in (Alta Prepress)
- + Trung tâm SX và PH Băng-Dĩa nhạc (Trùng Dương Audio & Video)
- + Trung tâm Phát triển sản phẩm Alta (Alta Toys)

• **Các Công ty con, Công ty có liên quan và Công ty liên kết:**

–Công ty con:

Tên Công ty	Địa chỉ	Vốn điều lệ (VNĐ)	Alta góp vốn (VNĐ)	Tỷ lệ Alta (%)
Công TY TNHH MTV Ứng Dụng Công Nghệ & Dịch Vụ Truyền Thông Đa Lạc (Alta Media)	17 Đông Sơn, Phường 17, Quận Tân Bình, TP.HCM	10.000.000.000	10.000.000.000	100

– Công ty có liên quan và công ty liên kết

Tên Công ty có liên quan	Địa chỉ	Vốn điều lệ (VNĐ)	Alta góp vốn (VNĐ)	Tỷ lệ Alta góp vốn (%)
Công ty CP Công Nghệ Môi Trường Hoa Hương Dương (Sunet)	Lô II-3, Nhóm2, Đường 11, KCN Tân Bình, Phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú, TP.HCM	8.500.000.000	5.100.000.000	60
Tên Công ty liên kết	Địa chỉ	Vốn điều lệ (VNĐ)	Alta góp vốn (VNĐ)	Tỷ lệ Alta (%)
Công ty CP In Thương Mại Quảng Cáo Âu Lạc (Alta Printing)	Lô II-3, Nhóm2, Đường 11, KCN Tân Bình, Phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú, TP.HCM	10.000.000.000	4.700.000.000	47
Công ty CP Y Khoa Song An	11 Trường Chinh, P.11, Q.Tân Bình, TP.HCM	50.000.000.000	25.000.000.000 (dự kiến)	50
Công ty TNHH Hợp tác Phát triển Đan Việt	Lô II-3, Nhóm2, Đường 11, KCN Tân Bình, P.Tây Thạnh, Q.Tân Phú, TP.HCM	8.000.000.000	4.000.000.000	50

- Ghi chú :
- Công ty con là công ty mà ALTA nắm giữ 100% vốn .
 - Công ty có liên quan là công ty mà ALTA nắm giữ trên 50% vốn góp.
 - Công ty liên kết là công ty mà ALTA nắm giữ bằng hoặc dưới 50% vốn góp tuy không trực tiếp chi phối hoạt động nhưng có ảnh hưởng lớn đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của các công ty này.

• **Cổ đông – Nhà đầu tư**

– Chi tiết về cơ cấu cổ đông: (số liệu ngày 27/03/2013)

STT	DANH MỤC	GIÁ TRỊ	TỈ LỆ
		(Đồng)	(%)
	Tổng vốn chủ sở hữu:	53.562.120.000	100
	+ Trong nước:	50.574.830.000	94,42
	+ Nước ngoài	2.987.290.000	5,58
1	- Cổ đông lớn (nắm giữ từ 5% cổ phiếu có quyền biểu quyết trở lên):	23.552.150.000	43,97
	+ Trong nước:	23.552.150.000	43,97
	Trong đó :Tổng công ty Liksin/vốn nhà nước	6.519.830.000	12,17

	+ Nước ngoài	0	0
2	- Cổ đông nắm giữ >1% và <5% cổ phiếu có quyền biểu quyết	13.465.600.000	25,14
	+ Trong nước:	11.840.590.000	22,11
	+ Nước ngoài	1.625.010.000	3,03
3	- Cổ đông nắm giữ dưới 1% cổ phiếu có quyền biểu quyết	12.186.230.000	22,75
	+ Trong nước:	10.823.950.000	20,21
	+ Nước ngoài	1.362.280.000	2,54
4	- Ngân quỹ	4,358,140,000	8,14

- Qui mô phát triển :

NGÀY CHỐT SỐ	27/02/2007	15/05/2007	04/09/2007	18/10/2007
Số lượng cổ đông	211	186	321	825
Trong đó : + pháp nhân	2	2	3	9
+ cá nhân	209	184	318	816

NGÀY CHỐT SỐ	20/02/2008	05/06/2008	30/10/2008	15/12/2008
Số lượng cổ đông	855	722	577	570
Trong đó : + pháp nhân	9	11	10	10
+ cá nhân	846	711	567	560

NGÀY CHỐT SỐ	24/02/2009	04/05/2009	27/08/2009	26/11/2009
Số lượng cổ đông	574	566	574	572
Trong đó : + pháp nhân	9	11	14	21
+ cá nhân	565	555	560	551

NGÀY CHỐT SỐ	10/02/2010	28/05/2010	14/02/2011	14/02/2012
Số lượng cổ đông	588	640	637	631
Trong đó : + pháp nhân	19	25	41	42
+ cá nhân	569	615	596	589

NGÀY CHỐT SỐ	20/09/2012	27/03/2013		
Số lượng cổ đông	587	608		
Trong đó : + pháp nhân	43	43		
+ cá nhân	544	565		

– Tình hình giao dịch liên quan đến cổ đông lớn :

Từ ngày 14/02/2012 đến ngày 27/03/2013 có giao dịch mua bán liên quan đến cổ đông lớn: Ông Hoàng văn Điều đã mua thêm 87.700 cổ phiếu

CỔ ĐÔNG LỚN > 5%	27/03/2013	TỈ LỆ %
Lại thị Hồng Diệp	305.200	5,70
Hoàng văn Điều	496.450	9,27
Tổng Cty LIKSIN	651.983	12,17
Công ty ACBR	901.582	16,83

– Các đối tác chiến lược :

Công ty ALTA có các cổ đông chiến lược như sau: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu (ACB) – Công ty Cổ phần Địa Ốc Á Châu – Công ty Cổ phần Sóng Việt – Công ty Cổ phần T.I.E – Quỹ Interreffekt Invesment/ Phần Lan – Công ty Đất mới.

– Mối quan hệ với Cổ đông và các nhà đầu tư :

Ý thức được tầm quan trọng của hoạt động IR, Công ty luôn luôn giữ mối liên lạc thường xuyên với các cổ đông lớn, các đối tác chiến lược và các nhà đầu tư.

Các thông tin công bố của ALTA được phổ biến rộng rãi qua các phương tiện truyền thông, qua trang thông tin điện tử của Công ty ALTA và của các công ty Chứng khoán. HĐQT Công ty luôn nhanh chóng gửi các Thông tin mới nhất tới Nhà Đầu tư để tạo mối liên lạc hiệu quả và kịp thời nhằm tránh cho cổ đông những hoang mang hoặc thiệt hại không đáng có vì thiếu thông tin.

- **Khách hàng – Nhà cung ứng**

ALTA xác định mối quan hệ NHÀ CUNG ỨNG – ALTA – KHÁCH HÀNG được xây dựng trên nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi với các tiêu chí sau:

- Tôn trọng truyền thống và văn hóa doanh nghiệp riêng biệt.
- Cam kết cao nhất về chất lượng sản phẩm và dịch vụ hậu mãi với những giá trị gia tăng thuần khiết và tối ưu.

- Sản sàng mời gọi các Nhà Cung Ứng, các Khách Hàng trở thành những bạn hàng và những đối tác chiến lược tiềm năng.

❖ ALTA - NGÀY ẤY...

➤ Các dự án đầu tư:

- **Năm 1999:**
 - Đầu tư Dự án Sản xuất bao bì xuất khẩu, vốn đầu tư 12 tỷ đồng, công suất 2.400 tấn/năm, tăng thêm 120 lao động. Đầu tư Hệ thống chế bản tách màu điện tử, vốn đầu tư 03 tỷ đồng, công suất 50 triệu cm² phim/ năm, tăng thêm 20 lao động.
- **Năm 2000:**
 - Đầu tư Dự án Sản xuất hạt màu chủ, mặt hàng nguyên liệu lần đầu tiên được sản xuất tại Việt Nam, xuất khẩu và bán nội địa (thay thế hàng ngoại nhập), với vốn đầu tư 3,5 tỷ đồng, công suất 1.200 tấn/năm, tăng thêm 30 lao động.
- **Năm 2001 :**
 - Xây dựng Dự án di dời và đầu tư mới Nhà máy ALTA đặt tại KCN Tân Bình, xây dựng nhà xưởng và thuê đất 20 tỷ đồng, tăng thêm 200 lao động.
- **Năm 2002 :**
 - Đầu tư Dự án Sản xuất in trên hệ thống in offset 05 màu, vốn đầu tư 11 tỷ đồng (nằm trong vốn đầu tư Nhà máy ALTA), nâng công suất in tối đa của Công ty từ 06 tỷ trang in lên 09 tỷ trang in/năm, tăng thêm 10 lao động.
- **Năm 2003 :**
 - Đầu tư Dự án Sản xuất hóa chất nguyên liệu nhựa tổng hợp composite, vốn đầu tư 3.5 tỷ đồng (nằm trong vốn đầu tư Nhà máy ALTA).
 - Mua lại vốn liên doanh Khăn giấy thơm Luxta của Tập đoàn LUCKLUX – Đài Loan và thành lập Xí nghiệp Giấy ALTA.
- **Năm 2004 :**
 - Đầu tư Dự án Sản xuất nguyên liệu ngành nhựa (hạt CaCO₃), mặt hàng nguyên liệu lần đầu tiên được sản xuất tại Việt Nam, xuất khẩu và bán nội địa (thay thế hàng ngoại nhập), vốn đầu tư 3,5 tỷ đồng, công suất 1.200 tấn/năm, tăng thêm 20 lao động.
- **Năm 2006 :**
 - Đầu tư Dự án xây dựng Trung tâm Văn hóa Thương mại Lạc Hồng, vốn đầu tư 40 tỷ đồng, tại địa điểm 91B2 Phạm Văn Hai, Phường 3, Quận Tân Bình.
 - “ Ngày 22/11/2006, Công ty Cổ phần Văn hóa Tân Bình là DN đầu tiên thuộc ngành in ấn và bao bì xuất khẩu niêm yết cổ phiếu. Với Vốn điều lệ

13.347 tỷ đồng, ALTA chưa phải là DN mạnh về tài chính trong lĩnh vực nhiều cạnh tranh này, nhưng lại nổi tiếng là DN luôn tiên phong, cả về công nghệ lẫn sản phẩm.” (Trích đăng Báo Đầu tư chứng khoán số 47, ngày 20/11/2006).

• **Năm 2007 :**

- Đầu tư Dự án xây dựng Rạp ALTA Cinema 4 D Max SUỐI TIÊN tại Khu Du Lịch Văn Hóa Suối Tiên, vốn đầu tư 25 tỷ đồng.
- Hoàn tất việc phát hành 2.460.710 cổ phiếu, với tổng số tiền thu được hơn 169 tỷ đồng. Qua đợt phát hành này Công ty ALTA đã có thêm các cổ đông chiến lược như sau: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu (ACB) – Công ty Chứng khoán Á Châu (ACBS) – Công ty Cổ phần Sóng Việt – Quỹ Đầu tư Fullerton Việt Nam (thành viên Tập đoàn Đầu tư Temasek / Singapore) - Công ty Cổ phần T.I.E.

• **Năm 2008 :**

- Ngày 02 tháng 02 năm 2008, ALTA Khánh thành và Khai trương Rạp ALTA 4D - MAX SUỐI TIÊN tại Khu Du Lịch Văn hóa Suối Tiên theo Hợp đồng Hợp tác kinh doanh với Công ty Cổ phần Du lịch Văn Hóa Suối Tiên.
- Nhân dịp kỷ niệm 10 năm cổ phần hóa (1998-2008) ALTA Khánh thành và Khai trương Trung tâm thương mại và giải trí ALTA PLAZA ngày 26/7/2008 tại địa điểm 91B2, Đường Phạm văn Hai, Phường 3 Quận Tân Bình với tổng diện tích sử dụng hơn 7000 m².
- Trong dịp này, ALTA cũng đưa vào hoạt động Rạp chiếu phim đa chiều cảm giác mạnh 3D TurboRide và khu công nghệ thể thao điện tử Laser Game – lần đầu tiên có tại Việt nam.
- Thực hiện Nghị quyết của Đại hội Cổ đông 2008, tháng 12/2008 ALTA đã hoàn tất việc phát hành cổ phiếu thưởng cho cổ đông hiện hữu theo tỷ lệ 4:1 để tăng Vốn điều lệ từ 39.951.250.000 đồng lên 49.339.050.000 đồng.

• **Năm 2009 :**

- Thành lập công ty liên doanh Đan-Việt giữa công ty ALTA và công ty FORMULA sản xuất thẻ thông minh (theo chương trình tài trợ Kết nối doanh nghiệp B2B giữa hai chính phủ Việt Nam và Đan Mạch).
- Thực hiện Nghị quyết của Đại hội Cổ đông 2009, tháng 12/2009 ALTA đã hoàn tất việc trả cổ tức đợt 1 năm 2009 bằng việc phát hành cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu theo tỷ lệ 100 : 9 và tăng Vốn điều lệ từ 49.339.050.000 đồng lên 53.562.130 đồng.

• **Năm 2010 :**

- Khai trương 02 khu vực giải trí Laser Zone tại 02 địa điểm vui chơi giải trí Suối Tiên và Siêu thị Maximark 3T2.
- Khánh thành tòa nhà văn phòng cho thuê 284-286 Hoàng văn Thụ.

- Khai trương Trung tâm mua sắm Outlet Unique tại tòa nhà Alta Plaza trước đây với mô hình mua sắm hàng hiệu giá rẻ - lần đầu tiên có tại Việt Nam với qui mô lớn.

➤ **Doanh thu và Lợi nhuận qua các năm:**

CHỈ TIÊU	2006	2007	2008
Doanh thu	154,472,771,368	180,245,292,938	188,125,545,576
Lợi nhuận sau thuế	3,189,192,665	8,694,685,159	10,757,491,608
Vốn điều lệ	13,347,000,000	39,951,250,000	49,339,050,000
Tổng tài sản	138,611,197,023	235,839,942,843	248,135,793,077

CHỈ TIÊU	2009	2010	2011
Doanh thu	153,608,182,168	132,514,427,861	162,983,531,000
Lợi nhuận sau thuế	9,145,944,375	6,625,396,768	6.028.992.749
Vốn điều lệ	53,562,120,000	53,562,120,000	53,562,120,000
Tổng tài sản	264,827,900,639	268,364,377,358	246.465.466.432

❖ ALTA – NĂM QUA...

➤ Báo cáo của Ban Giám Đốc Điều hành :

Năm 2012, Ban Giám Đốc Công ty gồm có các thành viên sau :

Ông Hoàng Văn Điều	Tổng Giám Đốc
Bà Lại Thị Hồng Diệp	Phó Tổng Giám Đốc
Ông Trần Quý Tài	Giám Đốc Thị trường Xuất khẩu
Bà Trần thị Huệ	Giám Đốc Chất lượng
Bà Thái thị Phượng	Giám Đốc Tiếp thị (mới bổ sung)

Chúng tôi đã hoạt động điều hành trên cơ sở tuân thủ Nghị quyết của Đại Hội Đồng Cổ Đông 2012 và các Nghị quyết của Hội đồng Quản Trị Công ty .

• Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh :

CHỈ TIÊU	ĐVT	2011	2012	SO SÁNH % 2012/2011
Doanh thu bán hàng và dịch vụ	VNĐ	164.354.216.810	133.576.525.933	81.3%
Các khoản giảm trừ	“	1.370.685.810	144.321.028	10.5%
Doanh thu thuần về bán hàng và dịch vụ	“	162.983.531.000	133.432.204.905	81.9%
Doanh thu xuất khẩu	USD	2.077.089,28	1.977.078,83	95.2%
Giá vốn hàng bán	VNĐ	154.044.523.197	134.909.367.568	87.6%
Lợi nhuận gộp về bán hàng và dịch vụ	“	8.939.007.803	(1.477.162.663)	-16.5%
Doanh thu hoạt động tài chính	“	8.451.985.837	2.527.157.916	29.9%
Chi phí tài chính	“	5.121.896.679	2.441.072.529	47.7%
Chi phí bán hàng	“	1.378.759.853	1.511.505.687	109.6%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	“	4.969.679.247	4.455.448.295	89.7%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	“	5.920.657.861	(7.358.031.258)	-124.3%
Thu nhập khác	“	768.414.596	929.137.050	120.9%
Chi phí khác	“	1.357.488.668	931.782.769	68.6%
Lợi nhuận khác	“	(589.074.072)	(2.645.719)	0.4%
Phần lãi/lỗ trong Cty liên kết, liên doanh	“	699.581.616	415.735.358	59.4%
Lợi nhuận trước thuế	“	6.031.165.405	(6.944.941.619)	-115.2%
Thuế thu nhập phải nộp	“	238.343.004		

Lợi nhuận sau thuế	“	5.792.822.401	(6.944.941.619)	-119.9%
Lợi nhuận sau thuế của cổ đông thiểu số	“	(236.170.348)	(486.236.019)	205.9%
Lợi nhuận sau thuế của Chủ sở hữu		6.028.992.749	(6.458.705.600)	-107.1%
Thu nhập trên mỗi cổ phiếu	“	1.225	(1.313)	-107.2%
Cổ tức trên mỗi cổ phiếu	‘	1200		

- Tình hình thực hiện kế hoạch ĐHCĐ:**

CHỈ TIÊU	ĐVT	KH 2012	TH 2012
LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ CÔNG TY MẸ	VNĐ	8.000.000.000	-8.084.767.916
LÃI/LỖ SAU THUẾ CTY CON, CTY LIÊN DOANH VÀ LIÊN KẾT	“	2.000.000.000	1.626.062.316
LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ HỢP NHẤT	“	10.000.000.000	-6.458.705.600
THUẾ THU NHẬP DN HỢP NHẤT	“	2.500.000.000	
LỢI NHUẬN SAU THUẾ HỢP NHẤT	“	7.500.000.000	-6.458.705.600
DỰ KIẾN CHIA CỔ TỨC	%	12%	

- Một số chỉ tiêu tài chính của năm 2012 so sánh với năm 2011 :**

CHỈ TIÊU	ĐVT	2011	2012
<i>Cơ cấu tài sản</i>			
- Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	%	52,68%	52,91%
- Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	%	47,32%	47,09%
<i>Cơ cấu nguồn vốn</i>			
- Nợ phải trả/ Tổng nguồn vốn	%	17,01%	16,61%
- Nguồn vốn chủ sở hữu/ Tổng nguồn vốn	%	83,26%	83,90%
<i>Khả năng thanh toán</i>			
- Khả năng thanh toán nhanh		1,34	1,40

	lần		
- Khả năng thanh toán hiện hành	lần	2,84	2,84
Tỷ suất lợi nhuận			
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	%	2,39	-2,80
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	3,62	-4,84
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Nguồn vốn chủ sở hữu (cuối kỳ)	%	2,88	-3,34

• **Phân phân tích và đánh giá :**

– **Khái quát về tình hình tài chính 2012 :**

- + Tổng tài sản cuối kỳ so với đầu kỳ giảm 15,876 tỷ. Mức giảm là do doanh nghiệp thu hồi các khoản nợ, trả nợ vay, giảm dự trữ kho, ...
- + Tình hình tài chính của doanh nghiệp khá bình ổn, lành mạnh. Doanh nghiệp chỉ đầu tư cho chính các dự án của mình và đầu tư vào sản xuất kinh doanh của các đơn vị là Công ty con, Công ty liên kết.
- + Khả năng thanh toán tốt, tỷ lệ tự tài trợ cao, vòng quay vốn giảm, năm 2012 doanh thu giảm bởi ngành hàng bao bì nhựa bị đánh thuế môi trường 40.000đ/kg.

– **Phân tích kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh:**

- + So sánh doanh thu, chi phí, lợi nhuận gộp của các ngành hoạt động:

(1000 đồng)

NGÀNH	NĂM 2011		NĂM 2012	
	Doanh thu	Lợi nhuận gộp	Doanh thu	Lợi nhuận gộp
- In	12.142	938	15.486	906
- Nhựa, hóa chất	95.322	5.626	70.291	-1.489
- Khăn giấy, thương mại và dịch vụ khác	41.958	4.746	37.596	4.696
- Cho thuê mặt bằng, giải trí	13.561	-2.371	10.059	-5.590
Cộng	162.983	8.939	133.432	-1.477

NGÀNH	TỶ TRỌNG NĂM 2011		TỶ TRỌNG NĂM 2012	
	Doanh thu	Lợi nhuận gộp	Doanh thu	Lợi nhuận gộp
- In	7,45%	10,49%	11.61%	61,34%
- Nhựa, hóa chất	58,49%	62,94%	52.68%	-100,81%
- Khăn giấy, thương mại và dịch vụ khác	25,74%	53,09%	28.18%	317,94%
- Cho thuê mặt bằng, giải trí	8,32%	-26,52%	7.54%	-378,47%
Cộng	100%	100%	100%	100%

- + Năm 2012, doanh thu sản xuất in của công ty (chủ yếu là sản phẩm bao bì) tăng 28% do công ty đã tích cực tìm kiếm các đơn hàng mới và do một số khách hàng truyền thống đã bắt đầu tăng sản lượng sản xuất.
- + Ngành nhựa, hóa chất giảm mạnh do trong năm ngành hàng bao bì nhựa bị đánh thuế môi trường với 40.000đ/kg, dẫn đến giá bán sản phẩm cao làm giảm sức mua của người tiêu dùng và làm mất các khách hàng lớn thường xuyên tiêu thụ sản phẩm của Công ty.
- + Ngành sản xuất giấy, thương mại và các dịch vụ văn hóa khác như băng đĩa nhạc, đồ chơi trẻ em, doanh thu có giảm, tuy nhiên mức giảm không đáng kể.
- + Do chịu ảnh hưởng chung suy thoái của nền kinh tế thế giới cũng như của cả nước ta trong thời gian qua, lượng khách tham quan các khu vui chơi, giải trí cũng giảm mạnh nhưng công ty đã tích cực gia tăng các hoạt động kích hoạt để thu hút khách hàng nên doanh thu chỉ giảm nhẹ.
- + Tuy nhiên do hoạt động Trung tâm thương mại Unique gây lổ làm ảnh hưởng chủ yếu đến kết quả kinh doanh cả năm.
- + Doanh thu thuần bán hàng năm 2012 giảm 18% so với năm 2011, giá vốn hàng bán chỉ giảm được 12,4%, dẫn đến lợi nhuận gộp âm 16,5% so với năm 2011. Mặc dù năm 2012 Doanh nghiệp đã nỗ lực duy trì và tìm kiếm thêm nguồn hàng cung ứng để ổn định giá cả hàng hóa đầu vào.
- + Chi phí bán hàng tăng 9,6% cao hơn mức tăng doanh thu do đầu vào khâu lưu thông tăng cao, chi phí lương kinh doanh không giảm mặc dù công ty đã

cố gắng đẩy mạnh công tác kinh doanh tiếp thị, có chính sách bán hàng phù hợp để duy trì khách hàng đang có và tìm kiếm thêm khách hàng mới.,

- + Chi phí quản lý giảm 10,3% thấp hơn mức giảm của doanh thu do quỹ lương văn phòng và các định phí khác không đổi.
- + Doanh thu hoạt động tài chính giảm 70,1% so với năm 2011. Chi phí hoạt động tài chính giảm 52,3% chủ yếu do chi phí lãi vay giảm đáng kể.

– ***Phân tích tài chính:***

+ Phân tích tài sản:

- * Tỷ suất đầu tư dài hạn năm 2012 từ 52,65% tăng nhẹ 52,91% do trong năm đơn vị có đầu tư thêm khu vực giải trí Laser game Nguyễn Kim Thủ Đức với mức vốn đầu tư thấp, không đầu tư lớn vào khu vực sản xuất trong tình hình kinh tế sụt giảm chung, dẫn theo tài sản ngắn hạn năm 2012 từ 47,35% giảm nhẹ 47,09%.
- * Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định là 1,83 lần, doanh nghiệp không có vay dài hạn và nợ dài hạn, chỉ sử dụng vốn tự có. Đây là chỉ tiêu nói lên sự ổn định về tài chính của Công ty.

+ Phân tích nguồn vốn:

- * Nợ ngắn hạn giảm 6,75% và đòn cân nợ giảm nhẹ từ 0,2 xuống còn 0,19 do doanh nghiệp luôn tính toán và cân đối giữa lãi suất vay tiền đồng và tiền USD để điều hành tài chính.
- * Công ty không có nợ dài hạn.
- * Vốn chủ sở hữu có giảm nhẹ, do trong năm doanh nghiệp có chi trả cổ tức năm 2011.

+ Phân tích tình hình công nợ:

- * Khoản phải thu ngắn hạn từ bán hàng giảm do trong năm doanh nghiệp tích cực thu hồi công nợ.
- * Khoản phải trả giảm do công ty giảm vay vốn ngắn hạn.
- * Tỷ lệ khoản phải thu trên khoản phải trả là 62,89%, do Công ty đến kỳ thanh toán một lúc nhiều đơn hàng cuối năm.
- * Vòng quay các khoản phải thu là 5,44 vòng, số ngày trung bình để thu được khoản phải thu là 66 ngày là do công ty vẫn đốc thu một cách triệt để mặc dù tình hình hiện nay khách hàng luôn cố tình chậm trả nợ ngay cả khách hàng nước ngoài.

+ Phân tích khả năng thanh toán:

- * Tỷ lệ thanh toán hiện hành vẫn giữ ổn định ở mức 2.84 đây là một tỷ lệ tốt về tài chính.

- * Tỷ lệ thanh toán nhanh tăng từ 1,34 lên 1,4 - đây cũng là một tỷ lệ bình thường, xác định công ty hoàn toàn có khả năng thanh toán nhanh công nợ ngắn hạn.
 - * Tỷ lệ nợ phải trả trên nguồn vốn từ 17,13% xuống còn 16,61% và tỷ suất tự tài trợ 83,90% cho thấy công ty có mức độ tự chủ về tài chính tốt và TSCĐ của công ty được đầu tư bằng nguồn vốn chủ sở hữu
- + Phân tích tình hình luân chuyển vốn:
- * Vòng quay hàng tồn kho bình quân giảm từ 2,60 vòng xuống 2,42 vòng do doanh thu bán hàng giảm trong kỳ.
 - * Vòng quay vốn lưu động bình quân giảm từ 1,37 vòng xuống 1,18.
 - * Vòng quay vốn cố định bình quân giảm từ 1,3 xuống 1,21 vòng
 - * Vòng quay tổng tài sản giảm từ 0,63 vòng xuống 0,56 vòng, vòng quay vốn chủ sở hữu giảm từ 0,8 vòng xuống 0,67 vòng là do doanh thu thuần trong năm giảm đáng kể.

– ***Đánh giá tình hình hoạt động***

- + Năm 2012 công ty không hoàn thành kế hoạch của ĐHCĐ giao, nguyên nhân chủ yếu như sau:
 - + Hoạt động xuất khẩu giảm mạnh do nền kinh tế Châu Âu là thị trường đầu ra chủ yếu của Công ty có nhiều bất ổn, khó khăn chưa vượt qua được lại bị khủng hoảng kép và lan rộng... Công ty đã cố gắng không tăng đơn giá gia công đơn hàng để cạnh tranh và tìm kiếm khách hàng mới nên doanh thu xuất khẩu tuy không giảm nhiều nhưng lợi nhuận lại không cao.
 - + Suy thoái kinh tế trong nước vẫn còn tạo áp lực lên sản xuất kinh doanh nên chi phí đầu vào tăng cao một cách nhanh chóng dẫn đến lợi nhuận định mức các ngành hàng đều sụt giảm.
 - + Do các dự án đưa vào hoạt động ngay vào thời kỳ kinh tế Việt Nam cũng gặp khó khăn, các dự án dịch vụ thương mại và giải trí gặp phải tâm lý ngại tiêu dùng nên chưa mang lại hiệu quả mong muốn.
 - + Trung tâm Unique chuyển nhanh hoạt động với mô hình Outlet vẫn chưa thực sự thu hút được khách hàng nên đã tạo ra lỗ cho cả năm hoạt động trong giai đoạn thị trường bán lẻ tại Thành phố HCM bùng nổ đầu tư thừa...
 - + Giá nguyên liệu nhựa năm nay tương đối ổn định vào đầu năm nhưng lại biến động tăng mạnh vào cuối năm, thuế môi trường đã có hiệu lực từ tháng 01/2012 mà mãi đến tháng 12/2012 các ngành hữu quan mới thông qua được tiêu chuẩn bao bì thân thiện với môi trường; việc công bố quá chậm trễ tiêu chuẩn bao bì thân thiện với môi trường đã làm các doanh nghiệp chính thống ngành nhựa phải điều đứng trong 1 thời gian dài : nguồn hàng nội địa sụt giảm về số lượng, việc bao bì nhựa phải chịu thuế môi trường hơn cả giá thành – 40.000đ/kg (!) làm doanh số ngành bao bì sụt giảm nghiêm trọng làm tăng lỗ hoạt động trong năm.

- Đánh giá chính sách điều hành công ty :

- + Trước tình hình khó khăn của năm 2012, Ban giám đốc điều hành công ty (BGĐĐH) đã cố gắng xoay sở nhằm ổn định sản xuất và giữ gìn nguồn nhân sự chủ chốt để không gây bất kỳ xáo trộn nào cho công ty.
- + Tăng cường hoạt động tiếp thị chào hàng xuất khẩu để tìm kiếm nguồn bù đắp cho sự giảm sút của sản lượng nội địa do thuế môi trường. Vào cuối năm đã nỗ lực để xin giấy chứng nhận bao bì thân thiện với môi trường để miễn thuế môi trường cho năm 2013 trở đi.
- + BGĐĐH công ty cũng đã đưa ra chính sách giá mềm và linh hoạt để đảm bảo nguồn đơn hàng thường xuyên cho sản xuất.
- + Với các ngành dịch vụ giải trí, BGĐĐH công ty đã tập trung cho các chiến dịch quảng bá thông qua các kênh truyền thông đa phương tiện kết hợp với nhiều hình thức khuyến mãi liên hoàn để đưa hình ảnh các công nghệ mới đến gần người tiêu dùng giải trí.
- + Công ty đã tăng cường các chính sách đãi ngộ cho người lao động trên nền tảng văn hóa doanh nghiệp nên năm 2012 nên đã giảm thiểu được tình hình biến động công nhân đặc biệt là công nhân lao động nhập cư.
- + Việc gây lỗ trong năm ngoài những khó khăn do tình hình chung đặc biệt là do việc nhà nước đánh thuế môi trường, BGĐĐH cũng nhận thấy đây là trách nhiệm của mình khi Trung tâm Unique đi vào hoạt động mà không tạo ra hiệu quả.

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

➤ Báo cáo của Hội Đồng Quản Trị :

Năm 2012, Hội đồng Quản trị Công ty (HĐQT) gồm có các thành viên sau :

Ông Hoàng Văn Điều	Chủ tịch
Bà Lại Thị Hồng Diệp	Phó Chủ Tịch
Ông La Thế Nhân	Thành viên
Ông Trần Quý Tài	Thành viên
Ông Hoàng Minh Anh Tú	Thành viên

Chúng tôi đã hoạt động trên cơ sở tuân thủ Điều lệ công ty, Quy chế của HĐQT và của Nghị quyết của Đại Hội Đồng Cổ Đông 2012.

• Những khoản đầu tư lớn:

DỰ ÁN	ĐVT	DỰ KIẾN	THỰC HIỆN TRONG NĂM 2012
Đầu tư tiếp vào Cty con, liên doanh, liên kết	“	5.000.000.000	5.000.000.000

- **Giá trị sổ sách tại thời điểm báo cáo:**

– Vốn điều lệ	:	53.562.120.000 đồng
– Thặng dư vốn cổ phần	:	145.825.164.443 đồng
– Cổ phiếu ngân quỹ	:	(11,666,581,607) đồng
– Quỹ đầu tư phát triển	:	1.477.656.109 đồng
– Quỹ dự phòng tài chính	:	2.890.894.333 đồng
– Vốn khác thuộc vốn chủ sở hữu	:	2.140.945.047 đồng
– Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối:		(770.553.947) đồng
Tổng cộng	:	193.459.644.378 đồng

Giá trị sổ sách 01 cổ phiếu 31/12/2012 **39.317 đồng**

(tính trên số cổ phiếu có quyền biểu quyết là 4.920.398 cp)

- **Thị giá của cổ phiếu ALT:**

Thị giá cổ phiếu ALT trong năm 2012 có mức thấp nhất là 8.600 đồng (23/08/2012) và mức cao nhất là 19.600 đồng (26/12/2012) và đến ngày 28/12/2012 là 19.600 đồng bằng 49,85% giá trị sổ sách cuối năm 2012.

Hiện nay với giá trị sổ sách là 39.317 đồng, cổ phiếu ALT vẫn là một trong những cổ phiếu có giá trị sổ sách cao niêm yết tại Sở giao dịch chứng khoán Hà nội.

- **Nhận định của HĐQT**

Nhìn nhận hoạt động năm vừa qua một cách khách quan và trung thực, HĐQT nhận thấy công ty ALTA có:

- **Những điểm mạnh**

- + Các cổ đông chiến lược có tiềm lực tài chính vững mạnh.
- + Tình hình tài chính những năm vừa qua ổn định, không gặp khó khăn về tín dụng.
- + Luôn phát triển doanh nghiệp thông qua việc kết hợp sức mạnh nội lực của Công ty với mối liên kết hợp tác chân thành với các Nhà cung ứng cũng như với các Khách hàng.
- + Công ty có chính sách quản trị linh hoạt – Chính sách kinh doanh năng động và cởi mở. Chính sách giá cạnh tranh;
- + Mạng lưới sản xuất kinh doanh tập trung tại thành phố tạo thuận lợi cho khách hàng giao dịch.

- **Những điểm yếu**

- + Văn hóa doanh nghiệp chưa được chú trọng phát huy nhằm nâng cao hơn nữa tinh thần làm việc của nhân viên, sự đoàn kết hợp tác lẫn nhau giữa các đơn vị / phòng ban và phát huy tối đa sức mạnh tập thể;
- + Kế hoạch kinh doanh của Công ty chỉ tạm thời dừng lại trong ngắn hạn, chưa bảo đảm chiến lược dài hạn nên làm hạn chế khả năng cạnh tranh cũng như chưa định vị được thương hiệu sản phẩm cốt lõi của Công ty trên

thị trường;

- + Đội ngũ nhân viên chủ chốt đa số đã lớn tuổi nên bị hạn chế về sức sáng tạo, năng động và xung kích; Công tác đào tạo chưa được chú trọng đúng mức.
- + Danh mục sản phẩm hạn chế, chủ yếu tập trung vào những sản phẩm truyền thống, hoạt động sản xuất còn lệ thuộc vào đơn hàng chưa có sản phẩm mới với giá trị gia tăng cao để chiếm lĩnh thị trường riêng.
- + Chưa quan tâm đến công tác nghiên cứu thị trường để lựa chọn phân khúc thị trường thích hợp.
- + Trong quá trình vận hành dù đã có những hoạt động dự báo và phòng chống rủi ro nhưng chưa thấy hết được tính khắc nghiệt cũng như những hệ lụy của nó còn tác động trực tiếp và lâu dài đến doanh nghiệp. Chưa đầu tư đúng mức cho công tác xây dựng hệ thống nhận diện các rủi ro trong hoạt động kinh doanh nhằm đưa ra các biện pháp hạn chế rủi ro một cách hữu hiệu.
- + Công tác kiểm soát nội bộ chưa được các cấp quản lý trung gian coi trọng và tập trung.

❖ ALTA – BÂY GIỜ..

➤ Nhận định tình hình

• Xác định vị thế công ty 2012:

- *Thế mạnh của sản phẩm:*

- + Sản phẩm ngành in của công ty là sản phẩm in công nghệ 3D; bao bì ngành dược và sản phẩm bao bì cao cấp đã khẳng định được đẳng cấp và thế đứng vững vàng.
- + Sản phẩm ngành nhựa của công ty là bao bì nhựa tự hủy và bao bì chuyên dùng rất phù hợp và thân thiện với môi trường.
- + Sản phẩm băng đĩa nhạc đã tạo một kho nguồn bản quyền cho các dịch vụ công nghệ thông tin đa phương tiện.
- + Sản phẩm ngành giải trí là phim đa chiều có hiệu ứng và chuyển động cũng như các trò chơi thể thao điện tử đều mang tính hiện đại và độc quyền đã nhanh chóng tạo ra một nhu cầu hưởng thụ văn hóa mới cho khách hàng và trở thành một điểm mạnh nổi bật các nhà đầu tư trong cả nước.
- + Công ty đã thành công khi xây dựng một số dòng sản phẩm mới như hệ thống đèn LED quảng cáo và doanh dụng, hệ thống xe LED chuyên dùng, hệ thống SMS với đầu số 6x55 và hàng loạt các nhãn hàng khăn giấy và bao bì mang thương hiệu của các tập đoàn thương mại lớn như Metro, Âu lạc..
- + Nguồn bất động sản Công ty sở hữu đang chờ các dự án kích hoạt và kế hoạch triển khai đúng thời cơ và hiệu quả.

- *Thị phần của công ty :*

- + Công ty chiếm khoảng 20% thị phần bao bì dược và bao bì cao cấp trong TP HCM. Riêng sản phẩm 3D light hiện đang trong top đầu trong cả nước.
- + Về bao bì tự hủy công ty chiếm 70% thị phần và về túi xốp xuất khẩu công ty chiếm khoảng 20% thị phần tại TP HCM.
- + Về phim hiệu ứng đa chiều công nghệ cao công ty chiếm thị phần 100% trên cả nước.

• Các cơ hội và các thách thức mới:

- *Cơ hội*

- + Một số doanh nghiệp cùng ngành nghề trong những năm vừa qua gặp nhiều khó khăn và suy thoái dẫn đến ngưng hoạt động, năm nay khó có thể sớm hồi phục.
- + Sản phẩm bao bì nhựa phân hủy sinh học và bao bì nhựa Alta đã được Bộ Tài Nguyên & Môi Trường cấp giấy chứng nhận túi ni lông thân thiện môi trường
- + Đây chính là cơ hội vượt qua những khó khăn nội tại cũng như những trở ngại của thị trường xuất khẩu (Châu Âu) trong những năm qua để vươn lên phát triển của sản phẩm chủ lực của Công ty;
- + Sản phẩm bao bì in ấn đặc chủng ngành dược của Công ty Âu Lạc xây dựng đạt chuẩn phù hợp GMP – Các sản phẩm dịch vụ công nghệ truyền thông, quảng bá sự kiện có tính cạnh tranh của Công ty Alta Media cũng sẽ có nhiều cơ hội mới trong năm 2013.

– **Những thách thức**

- + Thị trường tài chính có nhiều biến động vượt ngoài tầm kiểm soát, các chính sách tài chính vĩ mô chưa thể hiện được tính nhất quán và xuyên suốt trong thời gian qua cho nên tiếp cận vốn tín dụng cho đầu tư mới vẫn là vấn đề nan giải;
- + Các doanh nghiệp Việt Nam vẫn nhiều khó khăn, nên vẫn thắt chặt chi tiêu và tiếp tục ép giá nhà sản xuất;
- + Năng lực cạnh tranh gia tăng do sức mua giảm, các loại chi phí đầu vào tiếp tục tăng trong năm 2013, công nghệ chưa được đầu tư thay thế kịp thời, Công nhân lao động thiếu, Kỹ năng quản trị điều hành và quản lý rủi ro của các Đơn vị SXKD trực thuộc thấp.
- + Chính sách kinh tế vĩ mô của Chính Phủ sẽ ban hành trong năm mang tính chất thắt chặt kiểm soát điều chỉnh nền kinh tế, chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến hoạt động SXKD của doanh nghiệp.

➤ **Định hướng trọng tâm kế hoạch năm 2013 :**

• **Định hướng**

Công Ty ALTA xây dựng định hướng mục tiêu hoạt động năm 2013 là tiếp tục thúc đẩy SXKD “ *thân thiện môi trường và phát triển bền vững* “ theo những định hướng sau đây:

- Kiên trì phát triển Công Ty một cách hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường đồng thời quan tâm nâng cao chất lượng cuộc sống cho người lao động.
- Điều chỉnh cơ cấu kinh doanh cân bằng giữa sản xuất công nghiệp theo hướng hiện đại hóa với phát triển thương mại-dịch vụ tổng hợp; Đẩy mạnh sản xuất hàng xuất khẩu một cách đa dạng, đặc biệt chú trọng phát triển các loại sản phẩm đặc chủng có hàm lượng kỹ thuật nhằm nâng cao giá trị cạnh tranh và hiệu quả.
- Hoạch định đầu tư theo chiều sâu cho các sản phẩm chủ yếu, đặc biệt chú trọng đầu tư vào các dự án công nghệ cao, kinh doanh dịch vụ và thương mại điện tử; Coi trọng các hoạt động tiếp thị và xúc tiến thương mại, mở rộng mối quan hệ khách hàng nội địa và quốc tế; Tận dụng mọi cơ hội trên con đường hội nhập: sẵn sàng hợp tác, liên doanh, liên kết với các thành phần kinh tế theo hướng đa phương và đa dạng, hiệp lực về sản phẩm, thị trường và đầu tư cùng có lợi nhằm phục vụ chiến lược phát triển Công Ty.
- Tổ chức quản lý và khai thác hữu hiệu các dự án đã đầu tư bằng mọi biện pháp tổng thể nhằm thúc đẩy và tích hợp hiệu quả kinh doanh của toàn hệ thống.
- Triệt để khai thác mọi nguồn tài nguyên Công Ty một cách hữu dụng và kinh tế; Tăng cường kiểm soát nội bộ, không ngừng thực hành tiết kiệm trong hoạt động SXKD; Nỗ lực thực hiện mọi biện pháp để tăng năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm đồng thời phải cam kết duy trì chất lượng và nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm... bảo đảm cho mọi lĩnh vực hoạt động của Công ty đều đạt hiệu quả tối đa và không ngừng củng cố uy tín thương hiệu ALTA trên thương trường.

- **Các chương trình trọng tâm 2013**

- **Khôi sản xuất – kỹ thuật:**

- + Nhóm giải pháp về kỹ thuật công nghiệp:

- * Cải tiến sản xuất theo hướng gia tăng tỷ lệ tự động hoá và áp dụng các kỹ thuật mới một cách rộng rãi toàn xí nghiệp. Phát huy tính năng, công suất của máy móc và đa dạng hóa kỹ thuật.
- * Cải tiến triệt để quy trình và chất lượng sản phẩm
- * Phát động phong trào thi đua sáng kiến toàn hệ thống, thành lập câu lạc bộ kỹ thuật trẻ

- + Nhóm giải pháp về tổ chức – quản lý sản xuất:

- * Phân bổ lại các công đoạn sản xuất kết hợp với định biên lao động và bố trí máy móc thiết bị hợp lý nhằm rút ngắn chu kỳ sản xuất, nâng cao năng suất lao động, đảm bảo giao hàng đúng hạn;
- * Áp dụng rộng rãi việc khoán hao hụt, giao chỉ tiêu sản xuất và đánh giá năng suất lao động thông qua áp dụng hệ số quy đổi phù hợp
- * Kết hợp có hiệu quả công cụ thống kê, kế toán trong kiểm soát và điều hành sản xuất
- * Cải tiến công tác kế hoạch điều độ theo hướng: tăng kéo, giảm đẩy, điều phối nhân lực linh hoạt theo nhu cầu sản xuất.

- **Khôi kinh doanh:**

- + Nhóm giải pháp: Nâng cao hiệu quả quản trị điều hành hệ thống

- * Theo dõi chặt chẽ, kịp thời tình hình bán hàng và hàng hoá trên toàn hệ thống làm cơ sở cho việc luân chuyển hàng hóa, dự báo đặt hàng và điều chỉnh đơn hàng khi cần thiết, chuẩn hóa quy trình đặt hàng
- * Thu thập thông tin thị trường về giá cả, mẫu mã, chủng loại hàng hóa bán chạy để có nhận định kịp thời và chính xác về xu hướng mẫu trong từng thời kỳ và xây dựng giá bán hợp lý
- * Phối hợp chặt chẽ với các Đơn vị sản xuất trong việc điều tiết kế hoạch sản xuất theo năng lực của sản xuất và yêu cầu của thị trường
- * Thường xuyên đánh giá, chọn lọc và tìm kiếm thêm nhà thầu phụ nhằm cung ứng kịp thời nhu cầu về nguyên vật liệu cho sản xuất và bổ sung thêm chủng loại hàng hóa phù hợp với thị trường, chất lượng tốt.

- + Nhóm giải pháp : Nâng cao công tác tiếp thị

- * Cần khẳng định được vị trí thương hiệu Alta, nêu bật được những tính cách đặc trưng về chất lượng sản phẩm; Tính sáng tạo của sản phẩm; Tinh thần vì cộng đồng của doanh nghiệp – Với chi phí hợp lý.

- + Nhóm giải pháp: Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng

- * Nâng cao năng lực quản lý, chất lượng công việc của đội ngũ giám sát, đội ngũ quản lý tại bán hàng;
 - * Bình chọn, đánh giá nhân viên bán hàng tiêu biểu hàng tháng, thực hiện thưởng – phạt kịp thời;
 - * Chuẩn hóa hệ thống nhận diện thương hiệu.
- + **Nhóm giải pháp: Mở rộng và nâng cao chất lượng hoạt động xuất nhập khẩu**
- * Khảo sát để tìm kiếm thêm nhà cung ứng nguyên vật liệu phục vụ sản xuất,
 - * Tìm kiếm đối tác cho sản xuất bao bì nhựa, củng cố mối quan hệ với các khách hàng xuất khẩu và tìm thêm khách hàng mới.
- **Công tác thiết kế sản phẩm:** sáng tạo phù hợp xu hướng và đa dạng
- + Thường xuyên cập nhật xu hướng mẫu thế giới và thị trường trong nước. Định vị rõ nét thiết kế đặc trưng cho từng dòng sản phẩm. Tạo được tính cách riêng của từng loại sản phẩm;
 - + Chuẩn hóa quy trình thiết kế và tạo mẫu, lập ngân hàng mẫu. Phân tích đánh giá mức độ phù hợp của từng mẫu và từng xu hướng để phát huy tính hiệu quả của công tác thiết kế
 - + Phát huy tính sáng tạo của đội ngũ thiết kế bằng chính sách khen thưởng kịp thời. Tuyển dụng, đào tạo nhằm nâng cao nguồn lực, đủ cung ứng cho các nhóm hàng
 - + Ứng dụng tối đa công nghệ trong công tác tạo mẫu, xây dựng quy trình và phân tích ngày giờ công của bộ phận tạo mẫu nhằm có biện pháp nâng cao năng suất lao động, tiết kiệm chi phí và phân bộ tiền lương hợp lý đối với những thiết kế viên tích cực
- **Công tác quản trị tài chính – tin học:**
- + Đặt mục tiêu hàng đầu là nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, quản lý chặt chẽ dòng tiền và xây dựng cơ cấu nguồn vốn hiệu quả nhất.
 - + Phân tích quản lý và kiểm tra thực hiện kế hoạch giao vốn tại các đơn vị trực thuộc. Phân tích hiệu quả hoạt động của các Đơn vị sản xuất kinh doanh, các cửa hàng, chi nhánh.
 - + Nâng cao hiệu quả công tác kiểm soát nội bộ, cải tiến quy trình kiểm tra nhằm đưa ra phương pháp kiểm tra đạt hiệu quả.
 - + Quản lý và phân tích tình hình hoạt động của các công ty con, công ty liên kết, các khoản đầu tư ngắn hạn và dài hạn.
 - + Thực hiện dự án ERP cho từng phân hệ hoạt động.
- **Công tác nhân sự - hành chính: chuẩn hóa và nâng cao nguồn nhân lực**
- + Xây dựng lại các tiêu chí đánh giá từng vị trí công việc, hoàn thiện cơ cấu tổ chức phù hợp với từng hoạt động toàn công ty
 - + Mở rộng các kênh tuyển dụng, tích cực trong công tác quảng bá tuyển dụng, thu hút nhân lực từ nhiều nơi đảm bảo nhu cầu phát triển của công ty. Ưu tiên tuyển dụng nhân sự có trình độ vào các chức danh;

- + Hoàn chỉnh các chương trình đào tạo cho các cấp chức danh: cán bộ quản lý, giám đốc chi nhánh và nhân viên chuyên nghiệp...
- + Kết hợp với các Đơn vị Sản xuất Kinh doanh đánh giá lại năng lực của từng Cán bộ công nhân viên để nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất kinh doanh
- + Có kế hoạch dự trữ, thay thế lãnh đạo và nhân viên trong hệ thống không đủ năng lực
- + Công tác hành chính đảm bảo cung ứng đủ và kịp thời nhu cầu phát triển mở rộng của hệ thống.

- ***Hoạt động đầu tư và phát triển hệ thống:***

+ Đối với các công ty con và công ty liên kết:

- * Tăng vốn đầu tư vào Công ty Alta Media và Công ty Cổ phần in Âu Lạc theo nhu cầu tăng vốn các đơn vị
- * Kiểm soát tốt hoạt động của các đơn vị thành viên, hỗ trợ các đơn vị thành viên trong việc điều hành hoạt động sản xuất – kinh doanh.
- * Chuyển đổi mô hình hoạt động của Trung tâm Thương mại và Giải trí Lạc Hồng thành Trung tâm Hội nghị Tiệc cưới & Giải trí Unique.
- * Hỗ trợ công ty thành viên cải tiến công tác quản trị tài chính kế toán, phân tích hiệu quả sử dụng vốn và mặt bằng xí nghiệp cho từng ngành hàng, nâng cao năng suất và tăng cường các mặt hàng có giá trị gia tăng.
- * Thành lập công ty TNHH một thành viên SXKD-XNK ngành nhựa trực thuộc ALTA.

+ Phát triển hệ thống phân phối:

- * Thành lập Tổng Đại lý phân phối bao bì nhựa phân hủy sinh học và các loại túi ni-lông thân thiện môi trường tại các Tỉnh Thành phía Bắc.

• **Các nhân tố rủi ro và biện pháp phòng chống :**

- Rủi ro tỷ giá : Trong tình hình hiện nay, việc tỷ giá đồng USD so với tiền đồng Việt Nam biến động sẽ tạo rủi ro cho hoạt động xuất khẩu của Công ty. Để giảm thiểu rủi ro này, ALTA đã phát triển việc đưa sản phẩm vào thị trường nội địa cũng như mua nguyên liệu từ nguồn bán trong nước để có nguồn doanh thu và lợi nhuận ổn định.
- Rủi ro bất khả kháng : Các dự án đầu tư sử dụng vốn thu được từ các đợt phát hành đều có tính khả thi cao. Tuy nhiên, trong quá trình đầu tư xây dựng và thực hiện các dự án, do tình hình chung Công ty đã thực sự gặp rất nhiều khó khăn nên cần tăng cường kiểm soát và tìm mọi cách linh hoạt để giảm thiểu rủi ro này.
- Rủi ro về thị trường chứng khoán : do nhiều yếu tố tác động như quy luật cung cầu, tâm lý nhà đầu tư, các chính sách vĩ mô, tình hình kinh tế..., cổ phiếu ALT sẽ bị ảnh hưởng nên việc củng cố và phát triển các mối quan hệ với các Nhà đầu tư (IR) đặc biệt là các cổ đông chiến lược /cổ đông lớn là một trong những giải pháp tốt để cùng bảo vệ lợi ích chung.

- **Một số dự báo cho năm 2013 :**

- Năm 2013, dự kiến tình hình kinh tế thế giới đặc biệt là khủng hoảng nợ công tại Châu Âu vẫn ảnh hưởng lớn đến sức mua của đơn hàng nước ngoài, kim ngạch xuất khẩu sẽ giảm khoảng 15%. Doanh thu sản xuất nhựa cung cấp nội địa sẽ tiếp tục tăng mạnh trong 6 tháng đầu năm. Chi phí đầu vào sẽ tiếp tục tăng cao đặc biệt là các chi phí tiện ích như điện, nước... nên việc tổ chức quản trị và hệ thống kiểm soát nội bộ phải được chú trọng hàng đầu và phải được thực thi nghiêm chỉnh.
- Doanh thu ngành dịch vụ đặc biệt là giải trí sẽ tiếp tục tăng trưởng tốt do công ty tiếp tục đầu tư chiều sâu cũng như mở rộng hoạt động liên doanh liên kết với các đối tác mới.
- Trung tâm Unique chuyển đổi mô hình hoạt động thành Trung tâm Hội nghị Tiệc cưới & Giải trí Unique sẽ mang lại hiệu quả cho công ty.
- Các công ty con, công ty liên kết sẽ có những bước tăng trưởng tốt trong năm 2013.
- Việc thay đổi nhân sự cấp cao trong cơ cấu tổ chức theo hướng trẻ hóa và chuyên nghiệp hóa sẽ ảnh hưởng tích cực đến hoạt động điều hành của công ty và tạo ra nhiều kỳ vọng cũng như cơ hội mới.

- **Số liệu kế hoạch :**

CHỈ TIÊU	ĐVT	TH 2012	KH 2013
LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ CÔNG TY MẸ	“	-8.084.767.916	8.000.000.000
LÃI/LỖ TRƯỚC THUẾ CTY CON, CTY LD & LK		1.626.062.316	2.000.000.000
LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ HỢP NHẤT	“	-6.458.705.600	10.000.000.000
THUẾ THU NHẬP DN HỢP NHẤT		0	2.500.000.000
LỢI NHUẬN SAU THUẾ HỢP NHẤT	“	-6.458.705.600	7.500.000.000
DỰ KIẾN CHIA CỔ TỨC	%		12%

Trên đây là chương trình hành động năm 2013 ; Với sự đồng thuận và trợ giúp tích cực của Quý cổ đông để tạo một ý chí quyết tâm của toàn Công ty, Ban lãnh đạo cùng toàn thể cán bộ, nhân viên ALTA cam kết nỗ lực làm việc hết sức nhằm hoàn thành kế hoạch năm 2013 này.

❖ LỜI KẾT

Cho một năm vừa qua, HĐQT chúng tôi xin gửi lời cảm tạ chân thành đến:

- Các thành viên Công ty đã gắn bó, miệt mài lao động cho sự phát triển của ALTA.
- Các Nhà Cung ứng, các Khách hàng trong và ngoài nước đã cùng sát cánh với ALTA dù đường đi đầy gian nan..
- Các Cơ quan truyền thông kinh tế xã hội đã tạo điều kiện cho các Cổ đông và các Nhà đầu tư nhận được các thông tin cập nhật của mã chứng khoán ALT.
- Các Đối tác chiến lược và Quý vị Cổ đông đã tin yêu gửi gắm đồng vốn vào ALTA cũng như đã đóng góp các ý kiến chân thành để xây dựng thương hiệu ALTA.

Chúng tôi tin rằng Quý vị luôn là niềm tự hào của cộng đồng ALTA.

HĐQT công ty cam kết sẽ hết sức cố gắng cho năm 2013 để công ty sẽ hoàn thành tốt kế hoạch Đại hội cổ đông trao phó.

Chủ Tịch Hội Đồng Quản Trị

Hoàng Văn Điều