

BẢN CÁO BẠCH

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NHỰA ĐÔNG Á

Hà Nội, tháng 06 năm 2015

ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC CẤP CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ CHÀO BÁN CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG CHỈ CÓ NGHĨA LÀ VIỆC ĐĂNG KÝ CHÀO BÁN CỔ PHIẾU ĐÃ THỰC HIỆN THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT CÓ LIÊN QUAN MÀ KHÔNG HÀM Ý ĐẢM BẢO GIÁ TRỊ CỦA CỔ PHIẾU. MỌI TUYÊN BỐ TRÁI VỚI ĐIỀU NÀY LÀ BẤT HỢP PHÁP.

BẢN CÁO BẠCH CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NHỰA ĐÔNG Á



(Giấy Chứng nhận ĐKKD số 0101099228 do Sở kế hoạch và đầu tư TP. Hà Nội cấp ngày 14/11/2006 đăng ký thay đổi lần thứ 6 vào ngày 08/05/2013)

CHÀO BÁN CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG

(Giấy chứng nhận đăng ký chào bán số ...³⁴... /GCN-UBCK do Chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp ngày 11/6/2015...)



TỔ CHỨC TƯ VẤN CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN MB

Bản cáo bạch này và các tài liệu bổ sung sẽ được cung cấp tại:

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á

Địa chỉ: Lô 1-CN5-Cụm Công nghiệp Ngọc Hồi, Xã Ngọc Hồi, Huyện Thanh Trì, TP. Hà Nội
Điện thoại: (84-4)-36891888 Fax: (84-4)-36861616
Website: <http://www.dag.com.vn>

Công ty cổ phần Chứng khoán MB

Địa chỉ: 3 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
Điện thoại: (84-4) 3726 2600 Fax: (84-4) 3726 2601
Website: www.mbs.com.vn
Bloomberg: MBSV<GO>

Phụ trách công bố thông tin

Họ tên: Nguyễn Thị Việt Hà Chức vụ: Phó Tổng Giám đốc
Điện thoại: (84-4)-3793 8686 Fax: (84-4)-3793 8181

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN NHỰA ĐÔNG Á

(Giấy Chứng nhận ĐKKD số 0101099228 được Sở kế hoạch và đầu tư TP.Hà Nội cấp ngày 14/11/2006 đăng ký thay đổi lần thứ 6 ngày 08 tháng 05 năm 2013)

CHÀO BÁN CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG

Tên Cổ phiếu	Cổ phiếu Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á
Loại Cổ phiếu	Cổ phần phổ thông
Mã Cổ phiếu	DAG
Mệnh giá	10.000 đồng
Giá bán	
▪ Cho cổ đông hiện hữu	10.000 đồng/cổ phần
Tổng số lượng chào bán	20.900.000 cổ phần
▪ Trả cổ tức bằng cổ phiếu	1.900.000 cổ phần
▪ Cho cổ đông hiện hữu	19.000.000 cổ phần
Tổng giá trị chào bán (theo mệnh giá)	209.000.000.000 đồng

Tổ chức tư vấn**Công ty cổ phần Chứng khoán MB (MBS)**

Điện thoại : (84-4) 3726 2600 Fax: (84-4) 3726 2601

Địa chỉ : 3 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội

Website : www.mbs.com.vn

Bloomberg : MBSV<GO>

Tổ chức kiểm toán**Báo cáo Kiểm toán năm 2013 và năm 2014 được kiểm toán bởi:****Công ty TNHH Kiểm toán và Định giá Việt Nam**

Địa chỉ : Tầng 11 tòa nhà Sông Đà, số 165 Cầu Giấy, quận Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại : (04) 62 670 491 Fax : (04) 62 670 494

Website : www.vae.com.vn

MỤC LỤC

I. Các nhân tố rủi ro	8
1. Rủi ro về kinh tế.....	8
2. Rủi ro về cơ chế chính sách và pháp luật.....	10
3. Rủi ro đặc thù.....	11
4. Rủi ro của đợt chào bán và của dự án sử dụng tiền thu được từ đợt chào bán.....	11
5. Rủi ro pha loãng.....	11
6. Rủi ro khác.....	14
II. Những người chịu trách nhiệm đối với nội dung bản cáo bạch.....	15
1. Tổ chức phát hành.....	15
2. Tổ chức tư vấn.....	15
III. Các khái niệm.....	16
IV. Tình hình và đặc điểm của tổ chức chào bán	19
1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển.....	19
1.1 Một số thông tin cơ bản về Công ty.....	19
1.2 Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển.....	20
Các thành tích nổi bật.....	22
2. Cơ cấu tổ chức Công ty.....	27
3. Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty.....	28
4. Danh sách cổ đông nắm giữ từ trên 5% vốn cổ phần của công ty và những người c liên quan; Danh sách cổ đông sáng lập và tỉ lệ cổ phần nắm giữ; Cơ cấu cổ đông tại thời điểm ngày 07/05/2015.....	34
4.1 Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty (tại thời điểm ngày 07/05/2015).....	34
4.2 Danh sách cổ đông sáng lập và tỷ lệ nắm giữ tại thời điểm ngày 07/05/2015.....	35
4.3 Cơ cấu cổ đông tại thời điểm ngày 07/05/2015.....	35
5. Danh sách công ty mẹ và Công ty con của tổ chức chào bán, những công ty mà tổ chức chào bán đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức chào bán.	36
5.1 Công ty nắm cổ phần chi phối đối với DAG: Không có.....	36
5.2 Công ty con.....	36
5.3 Công ty liên kết: Không có.....	37
6. Giới thiệu về quá trình tăng vốn của Công ty.....	38
7. Hoạt động sản xuất, kinh doanh.....	39
7.1. Sản phẩm dịch vụ qua các năm.....	39
7.1.1. Các nhóm sản phẩm của Công ty.....	39
7.1.2. Giá trị sản lượng sản phẩm/ dịch vụ qua các năm 2013, 2014 và Quý I/2015.....	43
7.1.3. Chi phí sản xuất, kinh doanh.....	45
7.1.4. Nguyên vật liệu.....	48
7.2. Báo cáo tình hình đầu tư, hiệu quả đầu tư, hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh hay cung cấp dịch vụ trong các lĩnh vực đầu tư, sản xuất kinh doanh hay cung cấp dịch vụ của tổ chức phát hành.....	53

7.3. Hoạt động Marketing	58
7.3.1. Chiến lược sản phẩm:.....	60
7.3.2. Hệ thống phân phối:	61
7.3.3. Chính sách giá:	62
7.3.4. Chiến lược xúc tiến:	62
7.4. Nhãn hiệu thương mại, đăng ký phát minh sáng chế và bản quyền.....	63
7.5. Trình độ công nghệ	63
7.6. Tình hình kiểm tra, kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ	66
7.7. Các hợp đồng đã và đang thực hiện	68
8. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh	71
8.1 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2013, 2014 và Quý I/2015	71
8.2 Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm báo cáo:	71
9. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành	72
9.1 Vị thế của công ty trong ngành	72
9.2 Triển vọng phát triển của ngành	75
9.3 Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung của thế giới	76
10. Chính sách đối với người lao động	76
10.1 Tình hình lao động.....	76
10.2 Chế độ làm việc	77
10.3 Chính sách tuyển dụng, đào tạo.....	77
10.4 Chính sách lương, thưởng và phúc lợi.....	78
11. Chính sách cổ tức.....	79
12. Tình hình hoạt động tài chính	79
12.1 Các chỉ tiêu cơ bản	79
12.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu.....	84
13. Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban kiểm soát, Tài chính kế toán	85
14. Tài sản.....	96
15. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong những năm tiếp theo	98
16. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức	99
17. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của tổ chức phát hành.....	99
18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới công ty mà có thể ảnh hưởng đến giá cả cổ phiếu chào bán.....	99
V. Cổ phiếu chào bán.....	101
1. Loại cổ phiếu.....	101
2. Mệnh giá	101
3. Tổng số cổ phiếu dự kiến chào bán.....	101
4. Giá chào bán dự kiến	102
5. Phương pháp tính giá	102

6. Phương thức phân phối	103
7. Thời gian phân phối cổ phiếu	103
8. Đăng ký mua cổ phiếu	104
9. Phương thức thực hiện quyền	104
10. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài	105
11. Các hạn chế liên quan đến việc chuyển nhượng	105
12. Các loại thuế liên quan đến hoạt động giao dịch chứng khoán.....	105
13. Ngân hàng mở tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu	106
VI. Mục đích chào bán.....	107
VII. Kế hoạch sử dụng tiền thu được từ đợt chào bán.....	116
VIII. Các đối tác liên quan tới đợt chào bán.....	117
IX. Phụ lục	118
X. Ngày tháng, chữ ký, đóng dấu của đại diện tổ chức phát hành, tổ chức tư vấn.....	119

BẢNG

<i>Bảng 1: Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty</i>	34
<i>Bảng 2: Danh sách những người có liên quan đến các cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên (tại ngày 07/05/2015)</i>	34
<i>Bảng 3: Danh sách cổ đông sáng lập và tỷ lệ nắm giữ tại thời điểm ngày 07/05/2015</i>	35
<i>Bảng 4: Cơ cấu cổ đông tại thời điểm ngày 07/05/2015</i>	35
<i>Bảng 5: Cơ cấu doanh thu thuần của Công ty năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	43
<i>Bảng 6: Cơ cấu doanh thu thuần của Công ty theo sản phẩm năm 2014</i>	44
<i>Bảng 7: Cơ cấu lợi nhuận gộp của Công ty năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	44
<i>Bảng 8: Cơ cấu doanh thu hoạt động tài chính</i>	45
<i>Bảng 9: Chi phí hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	46
<i>Bảng 10: Doanh thu thuần và giá vốn hàng bán năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	46
<i>Bảng 11: Doanh thu thuần và chi phí bán hàng năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	47
<i>Bảng 12: Doanh thu thuần và chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	47
<i>Bảng 13: Tỷ lệ vay nợ năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	47
<i>Bảng 14: Doanh thu thuần và chi phí lãi vay năm 2013, 2014 và Quý I/2015</i>	48
<i>Bảng 15: Một số hợp đồng Công ty đã và đang thực hiện</i>	68
<i>Bảng 16: Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh</i>	71
<i>Bảng 17: Bảng so sánh chỉ số tài chính với một số Công ty khác trong ngành</i>	74
<i>Bảng 18: Tình hình lao động trong Công ty</i>	76
<i>Bảng 19: Cơ cấu vốn kinh doanh</i>	80
<i>Bảng 20: Thời gian khấu hao tài sản cố định</i>	80
<i>Bảng 21: Mức lương bình quân</i>	80
<i>Bảng 22: Các khoản phải nộp theo luật định</i>	81
<i>Bảng 23: Trích lập các quỹ theo luật định</i>	81
<i>Bảng 24: Các khoản phải thu</i>	81
<i>Bảng 25: Các khoản phải trả</i>	82
<i>Bảng 26: Chi tiết các khoản vay của Công ty đến thời điểm 31/03/2015</i>	83
<i>Bảng 27: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu</i>	84
<i>Bảng 28: Tình hình tài sản tính đến thời điểm 31/12/2013</i>	96
<i>Bảng 29: Tình hình tài sản tính đến thời điểm 31/12/2014</i>	96
<i>Bảng 30: Tình hình tài sản tính đến thời điểm 31/03/2015</i>	96
<i>Bảng 31: Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức năm 2015</i>	98
<i>Bảng 32: Lịch trình phân phối cổ phiếu</i>	103

HÌNH

<i>Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP qua các năm</i>	8
<i>Hình 2: Tỷ lệ lạm phát qua các năm</i>	9
<i>Hình 3: Sơ đồ tổ chức của Công ty</i>	27
<i>Hình 4: Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty</i>	29

I. Các nhân tố rủi ro

1. Rủi ro về kinh tế

Sản phẩm của Công ty Cổ phần Nhựa Đông Á phục vụ cho các nhu cầu như tiêu dùng, xây dựng, trang trí nội ngoại thất và các ngành công nghiệp sử dụng sản phẩm bao bì, quảng cáo. Do đó tốc độ tăng trưởng của các ngành này ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của Công ty.

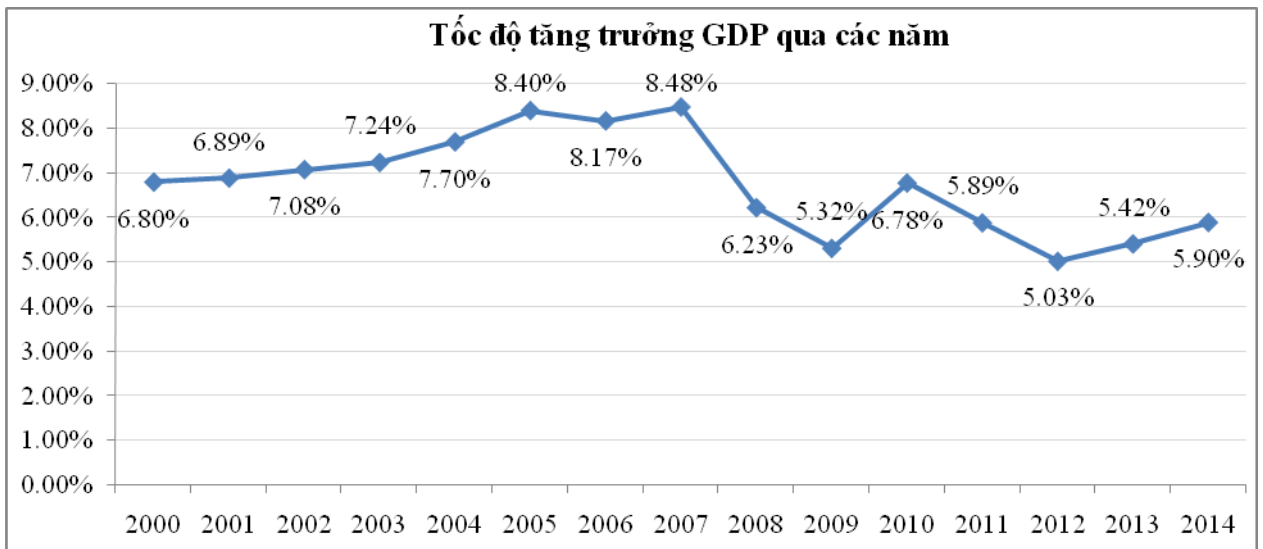
Sự biến động của các biến số kinh tế vĩ mô như tốc độ tăng trưởng, lạm phát, lãi suất, tỷ giá, chính sách của Chính phủ thực hiện điều chỉnh các biến số kinh tế vĩ mô cũng như chính sách phát triển ngành sẽ có tác động đến ngành kinh tế và qua đó ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động và kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp.

Tăng trưởng kinh tế

Tốc độ tăng trưởng kinh tế là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng của hầu hết các ngành, lĩnh vực của nền kinh tế. Tăng trưởng kinh tế nói chung sẽ làm tăng nhu cầu tiêu dùng xã hội, thúc đẩy sự gia tăng của sản lượng công nghiệp và giúp cho các doanh nghiệp mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm của mình. Những năm trở lại đây, nền kinh tế Việt Nam luôn duy trì tốc độ tăng trưởng ở mức cao và ổn định so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng GDP trung bình giai đoạn 2010-2014 đạt 5,8%, phản ánh những bước tiến vững chắc, đúng hướng của Việt Nam cũng như phần nào cho thấy tiềm năng phát triển của Việt Nam trong những năm tới.

Sau khi chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) ngày 11/01/2007, nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu với nền kinh tế thế giới. Sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam ngày càng gắn kết chặt chẽ với xu thế phát triển chung của thế giới.

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP qua các năm



Nguồn: GSO, MBS tổng hợp

Năm 2012, trong khi nền kinh tế thế giới đang có nguy cơ suy thoái, đặc biệt là cuộc khủng hoảng nợ công ở Châu Âu đã làm ảnh hưởng đến nền kinh tế của các nước, trong đó có Việt Nam. Tuy vậy, tốc độ tăng trưởng GDP cả nước năm 2012 vẫn đạt con số 5,03%.

Kết thúc năm 2013, các điều kiện kinh tế vĩ mô của Việt Nam đã ổn định đáng kể so với thời kỳ bất ổn đầu năm 2012, môi trường kinh tế vĩ mô ổn định nhờ lạm phát đang trên đà suy giảm, thâm hụt thương mại và ngân sách được kiểm chế và các chính sách quản lý tiền tệ tốt hơn. Tốc độ tăng của tổng sản phẩm trong nước GDP năm 2013 đạt 5,42%, tuy thấp hơn mục tiêu đề ra là 5,5% nhưng cao hơn mức tăng 5,25% của năm 2012 và được đánh giá là khả quan hơn. Bước

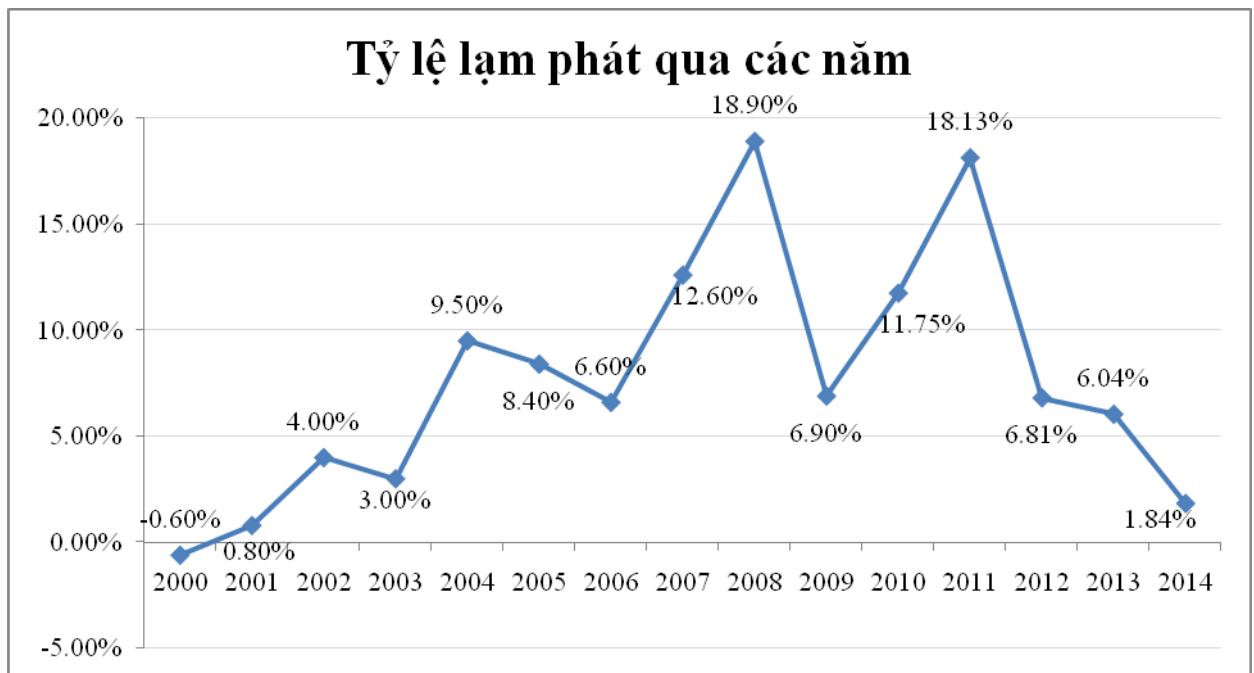
sang năm 2014, nền kinh tế đã có những dấu hiệu phục hồi đặc biệt là lĩnh vực bất động sản. Vì vậy, ngành sản xuất và kinh doanh nhựa vật liệu xây dựng cũng có nhiều tín hiệu tích cực.

Việc áp dụng các chính sách vĩ mô một cách hiệu quả của Chính phủ sẽ là một trong những nhân tố giúp giảm rủi ro về kinh tế đối với các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp trong ngành nhựa nói riêng.

Lạm phát

Các rủi ro trong tài chính doanh nghiệp thường gắn liền với hiện tượng lạm phát trong nền kinh tế. Theo những số liệu được công bố, trong những năm gần đây Việt Nam đang đứng trước sức ép gia tăng lạm phát. Tỷ lệ lạm phát giai đoạn 2000 - 2014 cụ thể như sau:

Hình 2: Tỷ lệ lạm phát qua các năm



Nguồn: GSO, MBS tổng hợp

Trong quá trình phát triển kinh tế, lạm phát ở Việt Nam xảy ra với xu hướng tăng và biến động với biên độ khá lớn góp phần tạo ra những biến động bất thường của giá cả nguyên nhiên vật liệu đầu vào, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp.

Thời kỳ 1996-2003 được coi là thiếu phát, khi CPI tăng rất thấp. Thời kỳ từ 2004 đến nay là thời kỳ lạm phát cao trở lại, gần như lặp đi lặp lại, cứ 2 năm tăng cao mới có 1 năm tăng thấp hơn. Năm 2004 tăng 9,5%, năm 2005 tăng 8,4%, thì năm 2006 tăng 6,6%. Năm 2007 tăng 12,63%, năm 2008 tăng 19,89%, thì năm 2009 tăng 6,52%. Năm 2010 tăng 11,75%, năm 2011 tăng 18,13%.

Đến năm 2012, tỷ lệ lạm phát được kiểm soát với mức tăng 6,81%, bằng 1/3 so với mức tăng của năm 2011, hoàn thành chỉ tiêu dưới 10% của năm 2012 mà Chính phủ đã đặt ra từ đầu năm.

Kết thúc năm 2013, các điều kiện kinh tế vĩ mô của Việt Nam đã ổn định hơn so với thời kỳ bất ổn đầu năm 2012. Lạm phát năm 2013 được kiểm chế, chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tháng 12/2013 tăng 6,04%, thấp nhất trong 10 năm qua đạt mục tiêu đề ra là khoảng 8% so với năm 2012.

Ngay từ đầu năm 2014, Chính phủ đã tiếp tục kiên định mục tiêu ổn định kinh tế vĩ mô, trong đó, kiểm soát lạm phát là một trong những trụ cột quan trọng. Kết quả này lại tiếp tục được thể hiện qua chỉ số giá tiêu dùng (CPI) năm 2014, chỉ tăng 1,84% so với tháng 12/2013, chỉ bằng 26,2% chỉ tiêu mức lạm phát của Quốc hội đặt ra (7%) và bằng 37% mức dự kiến lạm phát của Chính

phủ (5%). Đây là dấu hiệu đáng mừng cho các doanh nghiệp trong nước nói chung và Công ty nói riêng.

Lãi suất

Đối với một doanh nghiệp sản xuất thì rủi ro lãi suất là rủi ro khi chi phí trả lãi vay của doanh nghiệp cao hơn khả năng tạo ra lợi nhuận của doanh nghiệp và mức độ rủi ro về lãi suất cũng khác nhau giữa các ngành với nhau tùy theo cơ cấu nợ vay của các ngành đó.

Chính sách tiền tệ thắt chặt được thực hiện xuyên suốt trong năm 2011 nhằm đối phó với lạm phát. Thực tế trong thời gian đó, mức lãi suất trên thị trường ở mức cao và biến động mạnh. Với mức lãi suất vay từ 20 – 25%/năm đã gây khó khăn lớn cho các doanh nghiệp trong việc huy động vốn đáp ứng nhu cầu kinh doanh. Trên thị trường dân cư và tổ chức kinh tế, hiện tượng cạnh tranh huy động vốn giữa các ngân hàng và vượt trần lãi suất diễn ra phổ biến trong 8 tháng đầu năm. Tuy nhiên, ngay sau khi Ngân hàng nhà nước yêu cầu các Ngân hàng thực hiện nghiêm trần lãi suất và xử phạt các tổ chức vi phạm, lãi suất huy động đã giảm về gần mức mức 14%.

Kể từ ngày 18/03/2014, Ngân hàng Nhà nước đã ban hành thông báo điều chỉnh giảm các mức lãi suất điều hành của NHNN và lãi suất tiền gửi tối đa đối với các tiền gửi bằng VND của tổ chức, cá nhân tại TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài. Theo đó, lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi VND không kỳ hạn và kỳ hạn dưới 1 tháng giảm từ 1,2%/năm xuống 1,0%/năm; lãi suất tối đa áp dụng với tiền gửi VND từ 1 tháng đến dưới 6 tháng giảm từ 7,0%/năm xuống còn 6,0%/năm; lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng tại Quỹ tín dụng nhân dân, Tổ chức tài chính vi mô giảm từ 7,5%/năm xuống 6,5%/năm. Bên cạnh đó, NHNN cũng điều chỉnh giảm lãi suất cho vay ngắn hạn bằng VND đối với một số lĩnh vực ưu tiên (nông nghiệp nông thôn, xuất khẩu, công nghiệp hỗ trợ, doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp công nghệ cao) từ 9%/năm xuống còn 8%/năm.

Như vậy, cùng với việc giảm lãi suất huy động theo quy định của NHNN, lãi suất cho vay cũng được giảm theo đáng kể. Doanh nghiệp có thể tiếp cận được nguồn vốn vay ngân hàng dễ dàng hơn. Ngoài ra, nhìn chung mặt bằng chi phí lãi vay thấp hơn cũng giúp giảm đáng kể chi phí sản xuất của Công ty

Tỷ giá hối đoái

Với đặc thù của ngành nhựa Việt Nam chưa sản xuất được nguyên liệu nhựa thô từ công nghệ hóa dầu mà chỉ gia công gia tăng giá trị nguyên liệu nên phần lớn nguyên vật liệu của ngành nhựa phải nhập khẩu từ nước ngoài (khoảng 83% nguyên liệu cho toàn ngành và khoảng 70% nguyên liệu được nhập khẩu phục vụ cho sản xuất của Công ty Cổ phần Nhựa Đông Á). Ngoài ra, máy móc thiết bị và phụ tùng của Công ty đa phần được nhập khẩu, do đó các rủi ro từ những thay đổi tỷ giá hối đoái sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Trong thời gian gần đây, tình hình biến động tỷ giá khá phức tạp tuy nhiên Nhà nước đã có chính sách dần ổn định tỷ giá. Đến nay, Công ty có thể kiểm soát và hạn chế được phần nào rủi ro biến động tỷ giá nhờ kênh dự báo tỷ giá. Vì vậy, tác động của việc biến động tỷ giá đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty là không nhiều.

2. Rủi ro về cơ chế chính sách và pháp luật

Rủi ro về luật pháp là sự ảnh hưởng đến hoạt động của công ty khi có những thay đổi trong hệ thống các văn bản luật trực tiếp hoặc gián tiếp điều chỉnh các hoạt động của công ty, chiến lược phát triển ngành liên quan đến hoạt động của công ty. Hệ thống luật pháp có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Hiện tại, Công ty chịu sự điều chỉnh của Luật Doanh nghiệp, Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp, Luật Thuế giá trị gia tăng, Luật chứng khoán và các văn bản hướng dẫn thi hành.

Để kiểm soát rủi ro về mặt luật pháp, Công ty đã cập nhật những thay đổi trong môi trường luật pháp liên quan đến hoạt động của Công ty, từ đó đưa ra kế hoạch phát triển kinh doanh phù hợp. Để ngăn chặn các phát sinh theo hướng tiêu cực, Công ty không ngừng xây dựng một hệ thống quản trị nội bộ chuẩn mực và tuân thủ các quy định của pháp luật.

3. Rủi ro đặc thù

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á hoạt động chính trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh sản phẩm vật liệu nhựa công nghiệp phục vụ cho ngành xây dựng, trang trí nội ngoại thất và quảng cáo nên có một số rủi ro sau:

Rủi ro nguyên vật liệu

Nguyên vật liệu chính để sản xuất các sản phẩm của Công ty là bột PVC, PP, PS, PE, màng nhôm... Nguyên liệu chính này chiếm khoảng 70-80% giá thành sản phẩm. Trong khi đó, Việt Nam hiện nay phải nhập khẩu tới 80% nguyên liệu sử dụng trong ngành nhựa. Đặc biệt, PVC là sản phẩm từ công nghệ hóa dầu, nên bị biến động theo giá dầu thô thế giới. Sự biến động của nguyên vật liệu này có thể ảnh hưởng đến giá vốn của các sản phẩm truyền thống của Công ty.

Rủi ro cạnh tranh

Theo Hiệp hội Nhựa Việt Nam, hiện tại có khoảng 1.200 doanh nghiệp hoạt động trong ngành nhựa (số liệu năm 2014). Trong đó, có khoảng 20% là các doanh nghiệp sản xuất nhựa vật liệu xây dựng. Hầu hết các doanh nghiệp này đều là doanh nghiệp vừa và nhỏ. Mức độ cạnh tranh trong ngành diễn ra khá gay gắt. Ngoài ra, theo cam kết WTO, Việt Nam sẽ giảm thuế nhập khẩu đối với các sản phẩm từ nhựa. Đây là cơ hội cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam nhưng cũng tạo ra thách thức cạnh tranh ngày càng cao trong ngành nhựa.

4. Rủi ro của đợt chào bán và của dự án sử dụng tiền thu được từ đợt chào bán

Rủi ro của đợt chào bán

Đợt chào bán diễn ra trong thời điểm nền kinh tế và thị trường chứng khoán có nhiều biến động, do đó khó tránh khỏi rủi ro từ những biến động của thị trường. Ngoài ra, đợt chào bán này không được bảo lãnh phát hành nên có thể xảy ra khả năng cổ phiếu không được chào bán hết, điều này sẽ ảnh hưởng đến kế hoạch tài trợ vốn cho dự án đầu tư xây dựng cơ bản và hoạt động kinh doanh của Công ty. Để hạn chế tối đa rủi ro khi cổ phiếu chào bán không được mua hết, số tiền thu về không đủ để tài trợ cho mục đích chào bán, Công ty sẽ sử dụng nguồn vốn từ phát hành trái phiếu và các nguồn huy động khác để bổ sung.

Rủi ro của dự án sử dụng tiền thu được từ đợt chào bán

Dự kiến số tiền thu được từ đợt chào bán được sử dụng để tăng vốn phục vụ mục đích đầu tư xây dựng cơ bản, đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất và bổ sung vốn lưu động. Theo đó, tính rủi ro được đánh giá là không cao, chủ yếu đến từ hiệu quả hoạt động của Công ty trong tương lai.

5. Rủi ro pha loãng

Sau khi DAG chào bán cổ phiếu tăng vốn điều lệ, số lượng cổ phiếu lưu hành trên thị trường của DAG cũng tăng lên tương ứng.

- Tổng số cổ phiếu lưu hành hiện tại: 18.999.914 cổ phiếu
- Tổng số cổ phiếu chào bán: 20.900.000 cổ phiếu

Trong đó:

Trả cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu 1.900.000 cổ phiếu

Chào bán cho cổ đông hiện hữu 19.000.000 cổ phiếu

- Tổng số cổ phiếu lưu hành sau khi chào bán 39.899.914 cổ phiếu

Số lượng cổ phiếu lưu hành tăng lên sẽ dẫn đến hiện tượng cổ phiếu của DAG bị pha loãng. Việc pha loãng cổ phiếu có thể gây ra các ảnh hưởng sau (*chỉ tính phần pha loãng đối với việc phát hành cổ phiếu để trả cổ tức và chào bán cho cổ đông hiện hữu*):

Thu nhập cơ bản trên mỗi cổ phần (EPS): có thể suy giảm do lợi nhuận sau thuế được chia cho một lượng cổ phiếu lớn hơn. Tuy nhiên điều này còn phần nào phụ thuộc vào số tiền mà DAG huy động được trong đợt chào bán này để bổ sung kế hoạch kinh doanh và lợi nhuận thu được từ số tiền đó.

Công thức tính

$$\text{EPS} = \frac{\text{Lãi (lỗ) phân bổ cho cổ đông sở hữu cổ phiếu phổ thông}}{\text{Số lượng cổ phiếu đang lưu hành bình quân trong kỳ}}$$

Trong đó:

$$\text{Số lượng cổ phiếu đang lưu hành bình quân trong kỳ} = \frac{X*12 + Y*T}{12}$$

✓ X: Khối lượng cổ phiếu đang lưu hành trước khi phát hành

✓ Y: Khối lượng cổ phiếu phát hành thêm

✓ T: Thời gian lưu hành thực tế trong năm của cổ phiếu phát hành thêm (*tháng*)

Giả sử, ngày hoàn tất đợt chào bán này của DAG là 30/09/2015 Khi đó:

$$\begin{aligned} \text{Số lượng cổ phiếu đang lưu} &= \frac{18.999.914*12 + 20.900.000*3}{12} = 24.224.914 \\ \text{hành bình quân trong kỳ} & \text{ cổ phiếu} \end{aligned}$$

Lợi nhuận sau thuế năm 2015 theo kế hoạch của DAG là 36,4 tỷ đồng.

Khi đó:

$$\begin{aligned} \text{EPS năm 2015 (dự kiến)} &= \frac{36.400.000.000}{18.999.914} = 1.916 \\ \text{trước khi pha loãng} & \text{ đồng/cổ phần} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{EPS năm 2015 (dự kiến)} &= \frac{36.400.000.000}{24.224.914} = 1.503 \\ \text{sau khi pha loãng} & \text{ đồng/cổ phần} \end{aligned}$$

Sau khi chào bán, EPS năm 2015 của DAG bị giảm 22% so với trước khi chào bán.

Giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần (BV)

Công thức tính:

$$\text{Giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Khối lượng cổ phiếu đã phát hành - Cổ phiếu quỹ}}$$

Tại thời điểm 31/12/2014^[BienLe1], giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á là 13.790,9 đồng/cổ phần. Tại thời điểm kết thúc đợt chào bán, nếu tốc độ tăng vốn chủ sở hữu thấp hơn tốc độ tăng số lượng cổ phần sau đợt phát hành thì giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần sẽ giảm.

Giá trị thị trường của cổ phiếu DAG

Tại thời điểm chốt danh sách thực hiện trả cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu và quyền mua cổ phiếu phát hành thêm, giá thị trường của cổ phiếu DAG sẽ được điều chỉnh theo công thức sau:

$$\begin{aligned} Ppl &= \frac{Pt + Pr1 * I1 + Pr2 * I2}{1 + I1 + I2} \\ &= \frac{15.000 + [0 * (10/100)] + [10.000 * (1/1)]}{1 + 10\% + 100\%} = 11.905 \text{ đồng/cổ phần} \end{aligned}$$

Trong đó:

- ✓ Ppl: là giá cổ phiếu pha loãng;
- ✓ Pt: 15.000 đồng/cổ phần (Giá giả định ngày chốt danh sách để thực hiện quyền);
- ✓ Pr1: 0 đồng/cổ phần (Giá phát hành cổ phiếu để trả cổ tức bằng cổ phiếu);
- ✓ Pr2: 10.000 đồng/cổ phần (Giá phát hành cho cổ đông hiện hữu để thực hiện quyền mua cổ phiếu phát hành thêm);
- ✓ I1: 10% (Tỷ lệ tăng vốn trong trường hợp trả cổ tức bằng cổ phiếu).
- ✓ I2: 100% (Tỷ lệ tăng vốn trong trường hợp thực hiện quyền mua cổ phiếu phát hành thêm đối với cổ đông hiện hữu).

Tỷ lệ nắm giữ và quyền biểu quyết

Tỷ lệ nắm giữ cũng như quyền biểu quyết của cổ đông sẽ bị giảm một tỷ lệ tương ứng với tỷ lệ mà cổ đông từ chối quyền mua trong đợt phát hành này (so với thời điểm trước ngày chốt danh sách thực hiện quyền mua cổ phiếu phát hành thêm mà cổ đông có).

Các rủi ro từ việc pha loãng cổ phiếu nêu trên không phải bao giờ cũng xảy ra đồng thời và chúng cũng không liên hệ trực tiếp với nhau. Tuy nhiên, những rủi ro này ít nhiều cũng sẽ có những tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến lợi ích của những nhà đầu tư sở hữu cổ phiếu của DAG, vì vậy nhà đầu tư cần có những đánh giá cẩn trọng về vấn đề này.

6. Rủi ro khác

Giá cổ phiếu của Công ty không thể không tránh khỏi những biến động chung của thị trường chứng khoán Việt Nam và thị trường chứng khoán thế giới. Đặc biệt khi cổ phiếu đã được niêm yết, các yếu tố trên càng trở nên khá nhạy cảm và ảnh hưởng trực tiếp đến giá giao dịch cổ phiếu của Công ty.

Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh của Công ty có thể chịu ảnh hưởng bởi những rủi ro khác như rủi ro do thiên tai, sự ảnh hưởng những biến động chính trị, xã hội trên thế giới, chiến tranh... Nếu xảy ra, những rủi ro đó sẽ có thể gây thiệt hại về con người, tài sản của Công ty hoặc làm cho số lượng khách hàng của Công ty bị giảm sút và các thị trường tiềm năng có thể mất ổn định. Những rủi ro này dù ít hay nhiều cũng sẽ có những tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty.

Tuy nhiên, Công ty cũng đã mua bảo hiểm hỏa hoạn về nhà xưởng, hàng hóa thành phẩm tồn kho, máy móc thiết bị... để giảm thiểu các rủi ro này.

II. Những người chịu trách nhiệm đối với nội dung bản cáo bạch

1. Tổ chức phát hành

Ông **Nguyễn Bá Hùng** Chủ tịch Hội đồng quản trị kiêm Tổng Giám đốc

Bà **Phạm Thị Thúy Hà** Trưởng Ban kiểm soát

Bà **Nguyễn Thị Hồng Oanh** Kế toán trưởng

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản cáo bạch này là chính xác, trung thực và cam kết chịu trách nhiệm về tính trung thực, chính xác của những thông tin và số liệu này.

2. Tổ chức tư vấn

Ông **Trần Hải Hà** Tổng Giám đốc

Bản cáo bạch này là một phần của Hồ sơ chào bán cổ phiếu ra công chúng do Công ty Cổ phần Chứng khoán MB tham gia lập trên cơ sở hợp đồng tư vấn với Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á. Chúng tôi bảo đảm rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trên Bản cáo bạch này đã được thực hiện một cách hợp lý và cẩn trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á cung cấp.

III. Các khái niệm

Trong Bản cáo bạch này, những từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

Tổ chức chào bán:	Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á
Công ty kiểm toán:	Công ty TNHH Kiểm toán và Định giá Việt Nam là công ty kiểm toán độc lập thực hiện việc kiểm toán Báo cáo tài chính năm 2012 và năm 2013 của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.
Bản cáo bạch:	Bản công bố thông tin của Công ty về tình hình tài chính, hoạt động kinh doanh nhằm cung cấp thông tin cho nhà đầu tư đánh giá và đưa ra các quyết định đầu tư chứng khoán.
Điều lệ:	Điều lệ của Công ty đã được Đại hội đồng cổ đông của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á thông qua.
Vốn điều lệ:	Là số vốn do tất cả các cổ đông góp và được ghi vào Điều lệ của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.
Cổ phần:	Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau.
Cổ phiếu:	Chứng chỉ do Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á phát hành xác nhận quyền sở hữu của một hoặc một số cổ phần của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.
Người có liên quan:	Cá nhân hoặc tổ chức có quan hệ với nhau trong các trường hợp sau đây: <ul style="list-style-type: none">- Công ty mẹ và công ty con (nếu có).- Công ty và người hoặc nhóm người có khả năng chi phối việc ra quyết định, hoạt động của công ty đó thông qua các cơ quan quản lý công ty.- Công ty và những người quản lý công ty.- Nhóm người thỏa thuận cùng phối hợp để thu tóm phần vốn góp, cổ phần hoặc lợi ích ở công ty hoặc để chi phối việc ra quyết định của Công ty.- Bố, bố nuôi, mẹ, mẹ nuôi, vợ, chồng, con, con nuôi, anh, chị em ruột của người quản lý công ty, thành viên công ty, cổ đông có cổ phần chi phối.

Ngoài ra, những thuật ngữ khác (nếu có) sẽ được hiểu như quy định trong Luật Chứng khoán số 70/2006/QH11 ngày 29/06/2006 của Quốc hội, Luật Chứng khoán sửa đổi số 62/2010/QH12 ngày 24/11/2010 và Nghị định số 58/2012/NĐ-CP ngày 20/07/2012 của Chính phủ, có hiệu lực từ ngày 15/09/2012 và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

Các từ hoặc nhóm từ viết tắt trong Bản cáo bạch này có nội dung như sau:

BCTC	Báo cáo tài chính
BDS	Bất động sản
BKS	Ban kiểm soát
CBNV	Cán bộ nhân viên
Công ty	Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á (DAG)
NDA	Công ty TNHH Nhựa Đông Á (Hà Nam)
DAS	Công ty TNHH một thành viên Nhựa Đông Á (TP HCM)
SMW	Công ty THHH Smartwindow Việt Nam
CP	Cổ phần
DTT	Doanh thu thuần
ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông
ĐKKD	Đăng ký kinh doanh
HCNS	Hành chính nhân sự
HĐ	Hợp đồng
HĐQT	Hội đồng quản trị
HSX	Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh
NCPT	Nghiên cứu phát triển
LN	Lợi nhuận
LNTT	Lợi nhuận trước thuế
SP	Sản phẩm
SP TT	Sản phẩm truyền thống
TCKT	Tài chính kế toán
Thuế TNDN	Thuế thu nhập doanh nghiệp
TNCN	(thuế) Thu nhập cá nhân
TNDN	(thuế) Thu nhập Doanh nghiệp
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TSCĐ	Tài sản cố định

TOT	Tấm ốp trần
PX	Phân xưởng
UBCKNN	Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
UBND	Ủy ban nhân dân
PVC	Polyvinyl clorua
PP	Polypropylene
PS	Polystyrene
PE	Polyethylene
KDTH 1	Phòng kinh doanh hàng truyền thống
KDTH 2	Phòng kinh doanh sản phẩm mới
KDVTC	Phòng kinh doanh vật tư cửa uPVC
KD uPVC	Phòng kinh doanh cửa uPVC, cửa nhôm, vách kính
KDTH DAS	Phòng kinh doanh tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh
VĐL	Vốn điều lệ
USD	Đô la Mỹ
VND	Đồng Việt Nam
VSD	Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam

IV. Tình hình và đặc điểm của tổ chức chào bán

1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

1.1 Một số thông tin cơ bản về Công ty

Tên Công ty:	Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á
Tên giao dịch:	Dong A Plastic Group Joint Stock Company
Tên viết tắt:	Tập đoàn Đông Á
Địa chỉ:	Lô 1-CN5-Cụm Công nghiệp Ngọc Hồi, Xã Ngọc Hồi, Huyện Thanh Trì, TP. Hà Nội
Điện thoại:	(84-4)-3793 8686
Fax:	(84-4)-3793 8181
Website:	www.dag.com.vn
Logo Công ty:	
Giấy chứng nhận ĐKKD:	Số 0101099228 được Sở kế hoạch và đầu tư TP.Hà Nội cấp ngày 14/11/2006 đăng ký thay đổi lần thứ 6 vào ngày 08/05/2013
Vốn điều lệ đăng ký:	137.500.000.000 đồng (Một trăm ba bảy tỷ năm trăm triệu đồng)
Vốn điều lệ thực góp:	190.000.000.000 đồng (Một trăm chín mươi tỷ đồng)
Lĩnh vực kinh doanh:	<ul style="list-style-type: none">▪ Khai thác muối, khai thác quặng kim loại khác không chứa sắt; khai thác và thu gom than cứng;▪ Khai thác và thu gom than non; Khai thác quặng kim loại quý hiếm (Trừ loại Nhà nước cấm)▪ Khai thác quặng sắt;▪ Khai thác quặng uranium và quặng thorium (Chỉ hoạt động khi được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cấp phép);▪ Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê. Chỉ gồm có: Dịch vụ cho thuê văn phòng, cho thuê đất, cho thuê mặt bằng (Doanh nghiệp chỉ hoạt động kinh doanh theo quy định của pháp luật);▪ Kinh doanh nhà hàng, nhà nghỉ, khách sạn, dịch vụ du lịch sinh thái (Không bao gồm kinh doanh quán bar, phòng hát karaoke, vũ trường);▪ Đầu tư, xây dựng nhà ở; Gia công cơ khí;▪ Kinh doanh phương tiện vận tải; Thiết bị máy móc phương tiện vận tải;▪ Dịch vụ vận tải hàng hóa, vận chuyển hành khách;▪ Kinh doanh bất động sản, nhà ở (Chỉ hoạt động khi có đủ điều kiện theo quy định của Pháp luật);▪ Kinh doanh vật liệu xây dựng, trang thiết bị nội ngoại thất; Đại lý mua, bán, ký gửi hàng hóa;▪ Buôn bán máy móc, thiết bị phục vụ ngành xây dựng, công nghiệp, giao thông;▪ Xây dựng các công trình dân dụng, công nghiệp, giao thông, thủy lợi;

- Kinh doanh các vật tư, thiết bị ngành nhựa và ngành điện công nghiệp, điện dân dụng;
- Sản xuất các sản phẩm, các vật liệu phục vụ trong xây dựng và trang trí nội ngoại thất.

1.2 Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á tiền thân là Công ty TNHH Thương mại Sản xuất Nhựa Đông Á thành lập theo giấy phép số 0102002000 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp ngày 16/02/2001, với mức vốn điều lệ 2,5 tỷ đồng được góp giữa Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Hùng Phát và Công ty Cổ phần Nhựa Đông Á (nguồn vốn Đài Loan) có trụ sở và nhà máy tại Thành phố Hồ Chí Minh. Sau một thời gian hoạt động, toàn bộ phần nguồn vốn góp của đối tác Đài Loan được ông Nguyễn Bá Hùng mua lại. Năm 2006, Công ty chuyển đổi sang hình thức Công ty Cổ phần, hoạt động theo giấy phép đăng ký kinh doanh số 0103014564 được Sở kế hoạch và đầu tư Thành phố Hà Nội cấp ngày 14/11/2006, đến ngày 18/04/2011 chuyển đổi sang mã số doanh nghiệp 0101099228 và đã đăng ký thay đổi lần thứ 6 vào ngày 08/05/2013.

Các sự kiện tiêu biểu trong quá trình hình thành và phát triển của Công ty như sau:

Năm	Sự kiện tiêu biểu
Năm 2001	- Tiền thân là Công ty TNHH Thương mại Sản xuất Nhựa Đông Á theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0102002000, ngày 16/2/2001 do Sở kế hoạch và đầu tư Thành phố Hà Nội cấp với số vốn điều lệ 2,5 tỷ đồng, vốn được góp giữa công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Hùng Phát và Công ty Cổ phần Nhựa Đông Á Thành phố Hồ Chí Minh có nguồn vốn từ Đài Loan.
Năm 2002	- Tăng vốn điều lệ lên 5 tỷ - Ông Nguyễn Bá Hùng mua lại phần góp vốn của cổ đông Đài Loan và chuyển đổi thành Công ty TNHH thương mại và sản xuất Nhựa Đông Á. Chuyên sản xuất tấm ốp trần, cửa xếp bằng nhựa...
Năm 2003	- Công ty nhập khẩu dàn máy hiện đại nhất Đài Loan để sản xuất các loại hạt nhựa PVC để cung cấp cho công ty làm nguyên liệu chính, ngoài ra còn cung cấp cho các đơn vị ngành nhựa tại phía bắc có nhu cầu. - Áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2000 trên toàn toàn hệ thống sản xuất.
Năm 2004	- Công ty tăng vốn điều lệ lên 30 tỷ đồng để tạo nguồn vốn đầu tư cho sản xuất, tăng sản lượng, đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm và nâng cao thị phần đối với các mặt hàng vật liệu xây dựng trong ngành nhựa. - Công ty nhập khẩu dàn máy đùn của Đài Loan với công suất lớn nhất Việt Nam tại thời điểm nhập để sản xuất cửa tấm nhựa và cung cấp bán thành phẩm cho các đơn vị lắp ráp trong nước.
Năm 2005	- Ra đời sản phẩm mới; cửa uPVC có lõi thép gia cường với nhãn hiệu Smartwindow.
Năm 2006	- Công ty tăng vốn điều lệ lên 58 tỷ đồng, chuyển đổi hình thức từ công ty TNHH sang công ty Cổ phần, thành lập Công ty cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á (DAG) theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0103014564 , ngày 14/11/2006 do sở kế hoạch Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp - Mở rộng năng lực sản xuất tấm trần nhựa, cửa nhựa trở thành doanh nghiệp

Năm	Sự kiện tiêu biểu
	<p>dẫn đầu về sản phẩm này.</p>
<p>Năm 2007</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Công ty tăng vốn điều lệ lên 100 tỷ đồng, chuyển đổi và hoạt động theo mô hình Công ty mẹ - con với DAG vai trò là công ty mẹ và thành lập 2 Công ty con: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Công ty TNHH Nhựa Đông Á, có trụ sở tại Khu công nghiệp Châu Sơn - Hà Nam theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0101099228-002, cấp ngày 13/2/2007 do sở kế hoạch đầu tư Tỉnh Hà nam ✓ Công ty TNHH một thành viên S.M.W địa chỉ tại Khu Công nghiệp Ngọc Hồi, Thanh Trì, Hà Nội hoạt động theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0102188015, do Sở kế hoạch đầu tư Thành phố Hà Nội cấp ngày 16/3/2007. - Hoàn thiện và đưa hai nhà máy vào hoạt động tại Hà Nam và Hà Nội với tổng diện tích gần 100.000 m2. - Sau 2 năm thử nghiệm sản phẩm profile uPVC, DAG chính thức công bố sản phẩm mới ra đời: thanh profile uPVC mang nhãn hiệu SEA PROFILE là nguyên vật liệu chính dùng trong ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường.
<p>Năm 2008</p>	<p>Công bố hai sản phẩm mới:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tấm PP công nghiệp dùng trong ngành quảng cáo và bao bì với nhãn hiệu PP DONGA - Gioăng cao su ứng dụng trong ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường và cửa hợp kim nhôm
<p>Năm 2009</p>	<ul style="list-style-type: none"> - DAG đã chính thức đưa nhà máy tại Khu Công nghiệp Tân Tạo, Thành phố Hồ Chí Minh đi vào hoạt động theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 4104001186 do sở kế hoạch đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 21/6/2007 - Là nhà sản xuất hàng đầu Việt Nam trong việc sản xuất thanh Profile uPVC và phù hợp tiêu chuẩn BS 12608 của Châu Âu - Đa dạng hóa sản phẩm cũng như việc đi đầu công nghệ mới vật liệu mới, công ty nhập khẩu dây chuyền sản xuất bột Hiflex với khổ rộng lớn nhất Việt Nam, đưa sản phẩm bột Hiflex ra thị trường và chiếm lĩnh thị trường phía Bắc.
<p>Năm 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ngày 08/04/2010 Tập Đoàn Đông Á chính thức niêm yết 10.000.000 cổ phiếu tại Sở Giao Dịch Chứng Khoán Thành Phố Hồ Chí Minh (HOSE) với mã chứng khoán DAG. - Chuyển đổi công ty S.M.W thành công ty TNHH SMARTWIDOW Việt Nam - Mở rộng nhà máy tại Ngọc Hồi, đưa dây chuyền sản phẩm cửa hợp kim nhôm, vách kính dựng với công suất 100.000 m² / năm
<p>Năm 2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ngày 18/4/2011, Công ty được Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hà Nội cấp giấy phép kinh doanh tăng vốn điều lệ lên 125 tỷ đồng

Năm	Sự kiện tiêu biểu
	- Công bố sản phẩm mới: tấm nhôm Composite
Năm 2012	- Công ty nhập khẩu dàn máy sản xuất Mica (tấm PS) hiện đại nhất Đông Nam Á và chính thức công bố sản phẩm Mica ra đời. - Mở rộng năng lực sản xuất, nhập khẩu thêm dây chuyền tấm nhôm composite, mở rộng năng lực sản xuất cung ứng tấm nhôm vào thị trường miền Trung và miền Nam.
Năm 2013	- Ngày 08/05/2013, Công ty được nhận giấy phép kinh doanh của Sở Kế hoạch và Đầu tư cấp tăng vốn điều lệ lên 137,5 tỷ đồng - Mở rộng quy mô sản xuất Profile, trở thành doanh nghiệp dẫn đầu về năng lực sản xuất và chất lượng đối với sản phẩm này tại Việt Nam, đồng thời được UBND Thành phố Hà Nội công nhận hàng chủ lực của Thành phố
Năm 2014	- Hoàn thiện mở rộng hai phân xưởng sản xuất Mica, Profile với tổng diện tích gần 20.000 m ² - Với 13 năm hình thành và phát triển, DAG luôn luôn là một trong những Công ty nhựa hàng đầu trong ngành tại Việt Nam. Công ty đã được Nhà nước trao tặng Huân chương lao động Hạng Ba.

Các thành tích nổi bật

Với vai trò tiên phong cùng với bề dày kinh nghiệm của mình, Công ty cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á không ngừng phấn đấu nâng cao năng lực hoạt động sản xuất kinh doanh, mở rộng thị trường, hướng tới mục tiêu công ty hàng đầu về lĩnh vực ngành nhựa xây dựng, quảng cáo.

Công ty đã đạt được nhiều bằng khen, giải thưởng có uy tín của Việt Nam như: Huân chương lao động hạng ba, Bằng khen của Thủ tướng, Cờ thi đua của UBND Thành phố, Bằng khen của Thành phố, Giải thưởng Sao Vàng đất Việt, Thương hiệu mạnh, Hàng Việt Nam chất lượng cao...

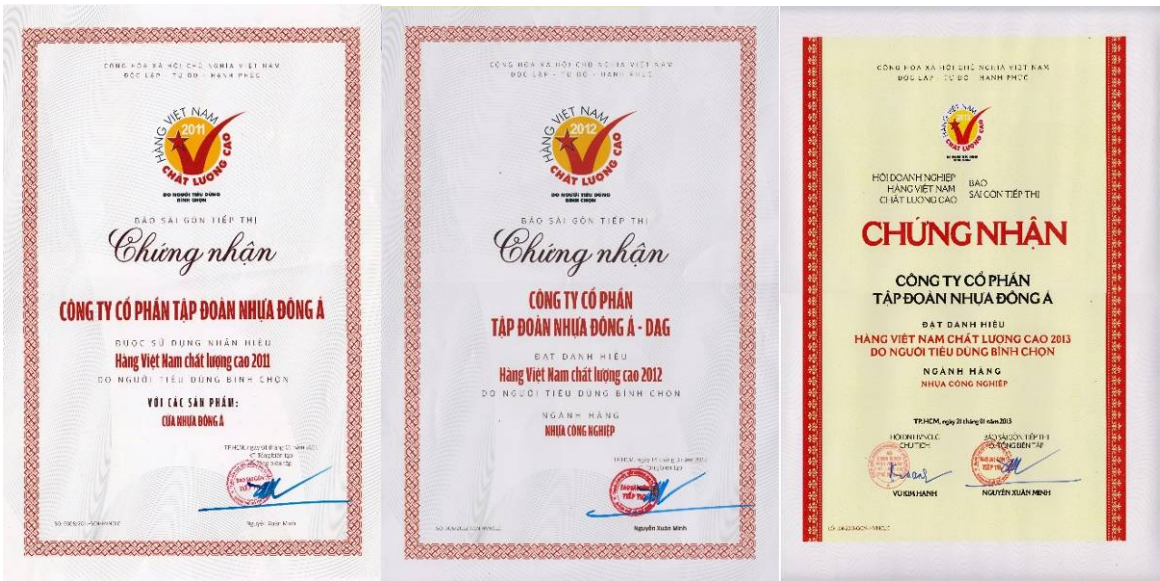
Năm	Những thành tích đạt được
Năm 2002	- Giải thưởng Hàng Việt Nam chất lượng cao; - Các Bằng khen của Sở Công nghiệp, Thành phố Hà Nội, Hiệp hội doanh nghiệp trẻ Việt Nam, Hiệp hội Nhựa Việt Nam.
Năm 2003	- Giải thưởng Hàng Việt Nam chất lượng cao; - Danh hiệu Doanh nghiệp trẻ Xuất sắc.
Năm 2004	- Giải thưởng Hàng Việt Nam Chất lượng cao; - Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt; - Doanh nhân Doanh nghiệp tiêu biểu; - Thương hiệu mạnh Việt Nam; - Cúp vàng Quốc tế hàng Công nghiệp Việt Nam; - Các Bằng khen của Sở Công nghiệp, Thành phố Hà Nội, Hiệp hội doanh nghiệp trẻ Việt Nam, Hiệp hội Nhựa Việt Nam, Ủy ban quốc gia về hợp tác

Năm	Những thành tích đạt được
	kinh tế quốc tế.
Năm 2005	<ul style="list-style-type: none"> - Cúp vàng thương hiệu ngành xây dựng Việt Nam; - Cúp vàng Vietbuild; - Giải thưởng Quốc tế hàng Công nghiệp Việt Nam; - Hàng Việt Nam Chất lượng cao; - Thương hiệu mạnh Việt Nam
Năm 2006	<ul style="list-style-type: none"> - Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt; - Hàng Việt Nam Chất lượng cao; - Thương hiệu mạnh Việt Nam; - Doanh nghiệp trẻ Thăng Long; - Cúp vàng Vietbuild; - Cúp vàng doanh nghiệp có gian hàng ấn tượng tại Hội chợ Hàng Việt Nam chất lượng cao; - Cúp vàng của Bộ Khoa học và Công nghệ; - Bằng khen của Sở Công nghiệp, Hiệp hội doanh nghiệp trẻ Việt Nam, Hiệp hội Nhựa Việt Nam, UBND TP. Hà Nội, Giải thưởng liên hiệp thanh niên Việt Nam
Năm 2007	<ul style="list-style-type: none"> - Cúp vàng thương hiệu ngành xây dựng; - Huy chương vàng hội chợ Quốc tế ngành xây dựng; - Cúp vàng Vietbuild; - Các Bằng khen của Sở Công nghiệp, Thành phố Hà Nội, Hiệp hội doanh nghiệp trẻ Việt Nam
Năm 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn năm 2008; - Thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2008 do Thời báo kinh tế Việt Nam và bạn đọc internet bình chọn, (đây là năm thứ 5 liên tiếp Công ty đạt danh hiệu này); - Sao vàng Đất Việt thủ đô Hà Nội 2008; - Giải sao vàng Đất Việt Top 200 khu vực đồng bằng Bắc Bộ; - Giải thưởng doanh nghiệp tiêu biểu về an toàn lao động vệ sinh phòng chống cháy nổ;
Năm 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn năm 2009; - Thương hiệu mạnh Việt Nam; Cúp vàng top Vietbuild, - Bằng khen và cúp vàng giải thưởng thương hiệu kinh tế đối ngoại uy tín năm 2009; - Chứng nhận Thanh Profile phù hợp tiêu chuẩn Châu Âu BSEN:12608.

Năm	Những thành tích đạt được
Năm 2010 - năm 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Hàng Việt Nam Chất lượng cao năm 2010; - Bằng khen Gian hàng đẹp – Qui mô - Ấn tượng tại Triển Lãm Vietbuild Hà Nội năm 2010.
Năm 2012	<ul style="list-style-type: none"> - Bằng khen Thủ tướng chính phủ, tặng cho ông Nguyễn Bá Hùng - Chủ tịch Tập đoàn Nhựa Đông Á. - Bằng khen Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội tặng cho Tập đoàn Nhựa Đông Á và Chủ tịch Nguyễn Bá Hùng - Cúp vàng Vtopbuild cho sản phẩm tấm ốp nhôm DAG Alu - HCV cho sản phẩm Mica và PP - Chứng nhận "Gian hàng đẹp, quy mô, ấn tượng" do BTC triển lãm Quốc tế Vietbuild Tp. HCM tháng 9/2012 trao tặng.
Năm 2013	<ul style="list-style-type: none"> - Hàng Việt Nam Chất lượng cao - Bằng khen của Chủ tịch UBND Tp Hà Nội; - Cúp vàng Vtopbuild dành cho sản phẩm Seaprofile - Huy chương vàng Vtopbuild dành cho sản phẩm bột Hiflex - Bằng khen của Chủ tịch UBND TP Hà Nội tặng ông Nguyễn Bá Hùng- Bằng khen "Doanh nhân tiêu biểu" của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tặng ông Nguyễn Bá Hùng - UBND Thành phố công nhận Thanh Profile nhãn hiệu Sea và Shide là "Sản phẩm công nghiệp chủ lực Thành phố 2013" - DAG tiếp tục được cấp chứng chỉ ISO 9001: 2008.
Năm 2014	<ul style="list-style-type: none"> - Huân chương lao động Hạng Ba - Cờ thi đua của UBND Thành phố Hà Nội - Top 100 doanh nghiệp trẻ tiêu biểu Việt Nam - Chứng nhận Hàng Việt Nam Chất Lượng cao 2014 - Cúp vàng Thương hiệu mạnh Tại Hội chợ triển lãm Quốc tế Xây dựng Vietbuild

Một số bằng khen, giải thưởng:





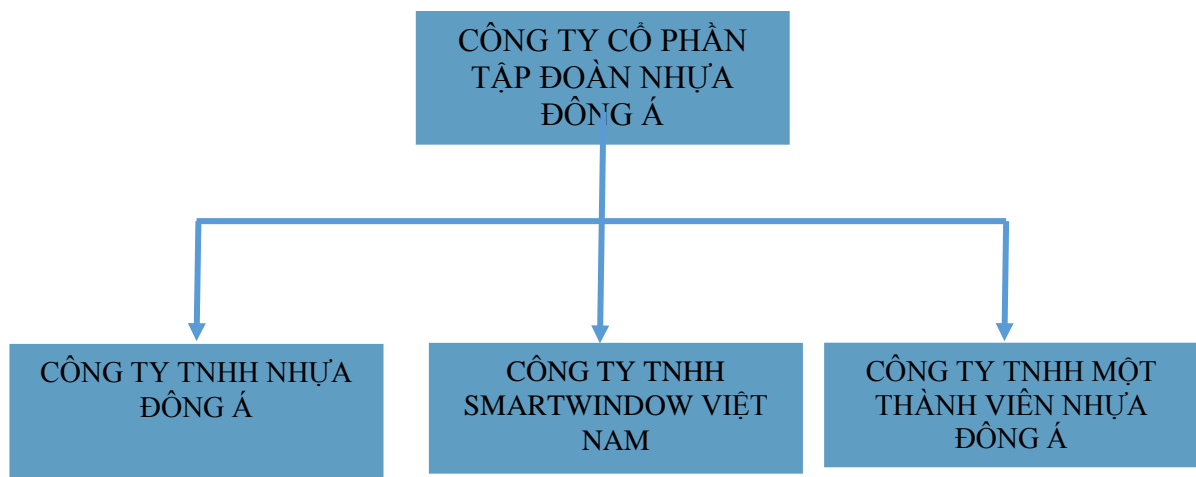
2. Cơ cấu tổ chức Công ty

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á hoạt động được hoạt động tuân thủ theo Luật doanh nghiệp số 60/2005/QH11 đã được Quốc hội Nước Cộng Hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 29/11/2005.

Hiện tại, Công ty hoạt động theo mô hình Công ty mẹ - con. Trong đó công ty mẹ quản lý vốn góp tại các Công ty con, công ty liên kết. Cơ cấu tổ chức của Công ty như sau:

Hình 3: Sơ đồ tổ chức của Công ty

Cơ cấu tổ chức hệ thống Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á



Nguồn: Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á

❖ Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á

Địa chỉ: Tầng 9, Tháp Tây- Tòa nhà Hancorp Plaza, 72 Trần Đăng Ninh, Cầu Giấy, Hà Nội.

Chức năng nhiệm vụ: Thực hiện quyền và nghĩa vụ của mình với tư cách là chủ sở hữu trong mối quan hệ với công ty thành viên theo quy định tương ứng của pháp luật có liên quan. Quản lý vốn góp và hoạt động tại các Công ty con. Lựa chọn và quyết định lĩnh vực, hình thức đầu tư và kinh doanh vốn theo nguyên tắc thị trường, bảo đảm hiệu quả, khả năng sinh lời và phù hợp với quy định của pháp luật. Xây dựng, duy trì và kiểm soát các hoạt động chung của tập đoàn. Nhập khẩu và phân phối các sản phẩm vật liệu trong xây dựng và trang trí nội ngoại thất, quảng cáo.

❖ Công ty TNHH Nhựa Đông Á

Địa chỉ: Khu Công nghiệp Châu Sơn, Thành phố Phủ Lý, Hà Nam

Chức năng nhiệm vụ: Sản xuất các sản phẩm nhựa công nghiệp phục vụ trong xây dựng, trang trí nội ngoại thất, quảng cáo như: hạt nhựa, cửa nhựa, tấm trần ốp, tấm trần thả, thanh Profile, bạt Hi-Flex, tấm PP Công nghiệp, tấm mica, tấm nhôm composite, nẹp trang trí...

Tỷ lệ vốn góp công ty mẹ: 100%

❖ Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam

Địa chỉ: Khu CN Ngọc Hồi Thanh Trì, xã Ngọc Hồi, huyện Thanh Trì, Hà Nội

Chức năng nhiệm vụ: Sản xuất cửa nhựa uPVC có lõi thép gia cường hiệu; cửa hợp kim nhôm - vách kính dựng nhãn hiệu Smartwindow, Smartdoor và là nhà kho liên hoàn kinh doanh hàng sản xuất của Nhựa Đông Á Hà Nam và hàng nhập khẩu.

Tỷ lệ vốn góp công ty mẹ: 100%

❖ Công ty TNHH Một thành viên Nhựa Đông Á

Địa chỉ: Khu công nghiệp Tân Tạo, Thành phố Hồ Chí Minh

Chức năng nhiệm vụ: Sản xuất kinh doanh, các sản phẩm vật liệu trong xây dựng và quảng cáo.

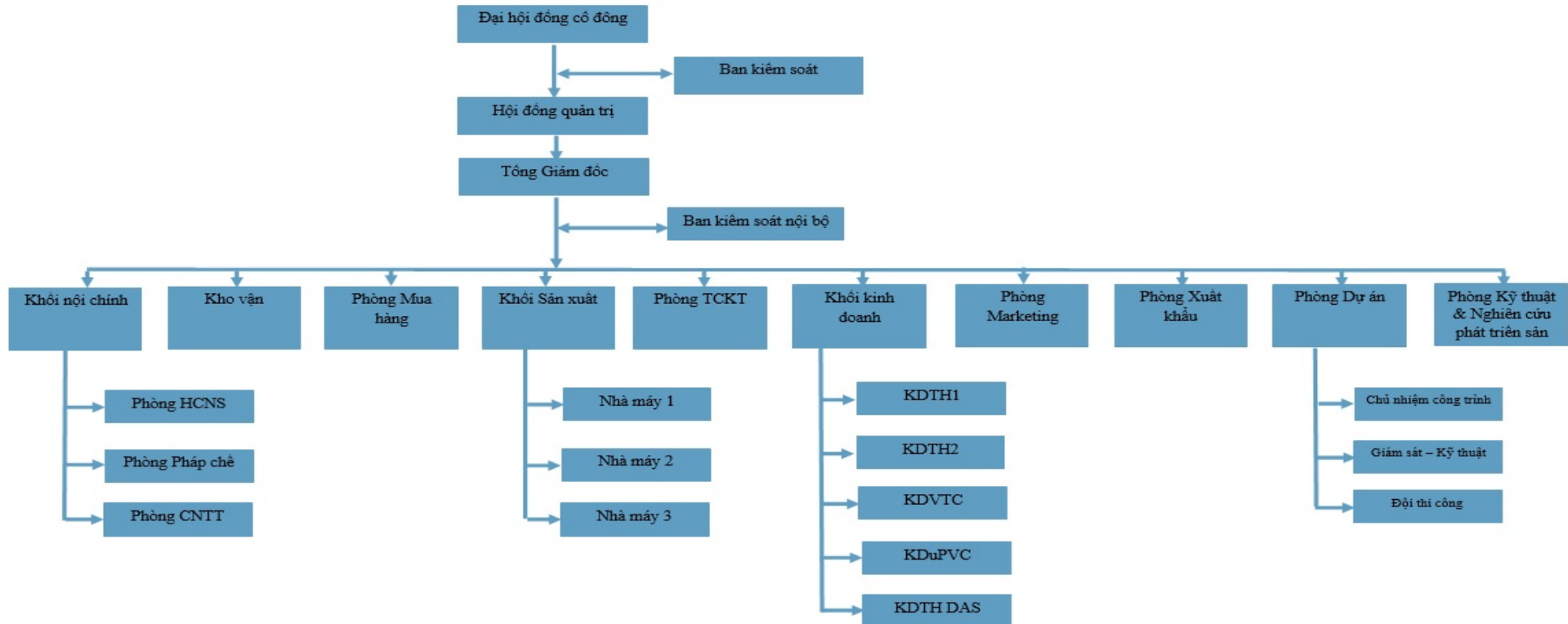
Tỷ lệ vốn góp công ty mẹ: 100%

3. Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty

Công ty cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á được cơ cấu và tổ chức bộ máy hoạt động, quản lý như dưới đây:

Hình 4: Sơ đồ bộ máy quản lý của Công ty

Cơ cấu bộ máy quản lý Công ty cổ phần tập đoàn Nhựa Đông Á



Chức năng của các phòng ban:**Đại hội đồng cổ đông**

Đại hội đồng cổ đông là cơ quan quyết định cao nhất của Công ty, có thẩm quyền quyết định các vấn đề:

- Thông qua định hướng phát triển Công ty;
- Quyết định loại cổ phần và tổng số cổ phần của từng loại được quyền chào bán, quyết định mức cổ tức hàng năm của từng loại cổ phần;
- Mức cổ tức thanh toán hàng năm cho mỗi loại cổ phần;
- Số lượng thành viên của Hội đồng quản trị;
- Bầu, bãi miễn và thay thế thành viên Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát;
- Phê chuẩn việc Hội đồng quản trị bổ nhiệm giám đốc điều hành;
- Bổ sung và sửa đổi điều lệ Công ty;
- Các thẩm quyền khác theo Điều lệ Công ty.

Hội đồng quản trị

Hội đồng quản trị do Đại hội đồng cổ đông bầu ra, là cơ quan quản lý cao nhất của Công ty. Hiện tại Hội đồng quản trị Công ty có 5 thành viên, nhiệm kỳ Hội đồng quản trị là 5 năm, thành viên Hội đồng quản trị được bầu lại với số nhiệm kỳ không hạn chế. Hội đồng quản trị có các quyền và nhiệm vụ sau:

- Quyết định kế hoạch phát triển sản xuất kinh doanh hàng năm;
- Xác định các mục tiêu hoạt động trên cơ sở các mục tiêu chiến lược được Đại hội đồng cổ đông thông qua;
- Bổ nhiệm và bãi nhiệm các cán bộ quản lý công ty theo đề nghị của Tổng Giám đốc điều hành và quyết định mức lương của họ;
- Quyết định cơ cấu tổ chức của Công ty;
- Đề xuất các loại cổ phiếu có thể phát hành và số cổ phiếu phát hành theo từng loại;
- Bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức Giám đốc điều hành hay cán bộ quản lý hoặc người đại diện của Công ty khi Hội đồng quản trị cho rằng đó là vì lợi ích tối cao của Công ty;
- Đề xuất mức cổ tức hàng năm và xác định mức cổ tức tạm thời; tổ chức chi trả cổ tức;
- Các quyền và nhiệm vụ khác theo Điều lệ Công ty.

Ban kiểm soát

Ban kiểm soát là cơ quan trực thuộc Đại hội đồng cổ đông, do ĐHĐCĐ bầu ra. Ban kiểm soát hoạt động độc lập với Hội đồng Quản trị và Ban Tổng Giám đốc. Ban Kiểm soát có nhiệm vụ kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, quản trị và điều hành Công ty. Hiện tại Ban Kiểm soát của Công ty gồm 03 thành viên do Đại hội đồng cổ đông bầu ra và miễn nhiệm. Nhiệm kỳ của Ban Kiểm soát là 5 năm.

Tổng Giám đốc

Tổng Giám đốc do Hội đồng quản trị bổ nhiệm, có nhiệm vụ tổ chức điều hành và quản lý mọi hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày của Công ty theo những chiến lược và kế hoạch và các nghị quyết, quy chế đã được Đại hội đồng cổ đông và Hội đồng quản trị thông qua, tuân thủ các quy định của pháp luật. Tổng Giám đốc có nhiệm kỳ là 3 năm.

Hiện tại, bộ máy hoạt động của Công ty được tổ chức gọn nhẹ và hoạt động hiệu quả. Công ty có một Tổng Giám đốc Điều hành và các phòng ban sau đây:

Ban Kiểm soát nội bộ

- Kiểm toán nội bộ
 - Kiểm toán toàn bộ các hoạt động của các bộ phận phòng ban, các đơn vị trực thuộc trong Công ty tuân thủ theo các Quy Chế, quy định hoạt động nội bộ và theo các quy định của Pháp luật;
 - Giám sát, đánh giá tính tuân thủ theo hệ thống của toàn bộ Công ty.
- Đại diện lãnh đạo
 - Đảm bảo việc thiết lập, thực hiện, duy trì và cải tiến hệ thống quản lý chất lượng của Công ty;
 - Xây dựng và giám sát việc thực hiện các mục tiêu chất lượng của Công ty;
 - Tổ chức đánh giá chất lượng nội bộ quản lý chất lượng của Công ty;
 - Giúp Ban Tổng Giám đốc điều phối các hoạt động quản lý chất lượng với các tổ chức bên ngoài và các bộ phận trong Công ty. Xem xét và xử lý những vấn đề không phù hợp theo yêu cầu của hệ thống Quản lý chất lượng;
 - Báo cáo cho Ban Tổng Giám đốc về kết quả hoạt động của hệ thống quản lý chất lượng và các yêu cầu về cải tiến;
 - Thúc đẩy toàn bộ Công ty nhận thức được tầm quan trọng của việc thực hiện hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001: 2008 và việc đáp ứng các yêu cầu của Khách hàng

Khối Nội chính

Phòng Hành Chính – Nhân sự:

Chịu trách nhiệm hoạch định và tổ chức thực hiện các hoạt động về công tác tổ chức cán bộ, nhân sự, tiền lương, thi đua khen thưởng, thực hiện các chế độ chính sách cho người lao động; Công tác quản trị hành chính của Công ty. Tổ chức, xây dựng và duy trì văn hóa doanh nghiệp của toàn Tập đoàn.

Phòng Pháp chế

Tổ chức cập nhật, lưu trữ và cung cấp các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến hoạt động của toàn Tập đoàn cho các Phòng/Ban, Công ty thành viên; Định kỳ đề xuất tổ chức tuyên truyền các quy định của Pháp luật có liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Tập đoàn theo chỉ đạo chung; Hỗ trợ về mặt pháp lý cho các phòng ban khi có yêu cầu theo quy định, trong quá trình thực hiện các quy định và pháp luật của Tập đoàn; Đại diện theo ủy quyền tiến hành làm việc với các cơ quan có thẩm quyền về mọi hoạt động pháp lý của Tập đoàn;

Phòng Công nghệ thông tin

Tư vấn cho Ban Tổng Giám đốc triển khai sử dụng các máy móc, phần mềm trong lĩnh vực tin học. Phụ trách và kiểm soát hệ thống tin học trong toàn Tập đoàn nhằm đảm bảo tính thông suốt, liên tục và ổn định để phục vụ tốt nhất cho hoạt động sản xuất kinh doanh; Thu thập, xử lý và lưu trữ thông tin, dữ liệu; Triển khai và thực hiện các cơ chế bảo mật hệ thống công nghệ thông tin để đảm bảo tính an toàn và bí mật kinh doanh của Công ty.

Khối Kho vận

Quản lý và bảo quản các kho hàng, bảo quản và quản lý hàng hóa và phương tiện vận chuyển. Thực hiện việc xuất nhập hàng hóa, vật tư nguyên liệu, thiết bị phụ tùng theo kế hoạch

sản xuất kinh doanh và lệnh sản xuất. Kiểm soát và thực hiện việc vận chuyển giao hàng hóa cho khách hàng theo yêu cầu tiêu thụ và giao hàng của các đơn vị bán hàng tuân thủ hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2008

Phòng Mua hàng

- Tham mưu cho Ban Tổng Giám đốc về kế hoạch nhập nguyên vật liệu đầu vào, đảm bảo cung ứng kịp thời cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty;
- Trực tiếp triển khai kế hoạch cung ứng vật tư nguyên vật liệu đầu vào phục vụ sản xuất và cung ứng hàng hóa phục vụ kinh doanh;
- Điều phối nguyên vật liệu, hàng hóa giữa các công ty con;
- Thống kê và phân tích sự biến động giá nguyên vật liệu hàng tháng, quý, năm cũng như các yếu tố có thể ảnh hưởng đến giá nguyên vật liệu đầu vào như nhu cầu nguyên vật liệu trên thế giới, giá xăng dầu, các vấn đề chính trị... để đưa ra những dự báo về tình hình biến động của giá nguyên vật liệu trong tương lai gần; kết hợp với thu thập thông tin hoạt động ngành ở phạm vi trong nước, khu vực và thế giới để có những kế hoạch sản xuất phù hợp kịp thời đảm bảo hiệu quả hoạt động của Công ty.

Khối sản xuất

Tổ chức, lập kế hoạch và triển khai thực hiện sản xuất các sản phẩm của công ty đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Kiểm soát, quản lý, đảm bảo chất lượng của hệ thống sản xuất và sản phẩm. Quản lý nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm. Quản lý máy móc, trang thiết bị sản xuất, bảo trì, bảo dưỡng; cải tiến kỹ thuật máy móc, thiết bị.

Phòng Tài chính-Kế toán

- Quản lý và tổ chức thực hiện hệ thống tài chính, kế toán tại Công ty theo Luật kế toán và các chế độ chính sách hiện hành của Nhà nước về lĩnh vực tài chính, kế toán.
- Phân tích thông tin, số liệu kế toán, tham mưu, đề xuất các giải pháp phục vụ yêu cầu quản trị và quyết định kinh tế, tài chính của Công ty
- Cung cấp thông tin, số liệu kế toán theo quy định của Pháp luật
- Lập báo cáo hợp nhất từ các công ty con và tư vấn các chính sách về cơ cấu vốn, chính sách đầu tư, chính sách nguồn vốn cho Tổng Giám đốc Tập đoàn;
- Xây dựng hệ thống lập ngân sách tài chính và dự báo tài chính cho tập đoàn trong từng giai đoạn phát triển;
- Tư vấn cho Hội đồng quản trị về chính sách cổ đông, cổ tức;
- Điều hòa các kế hoạch về yêu cầu tài chính với vị trí Tập đoàn trên thị trường tín dụng và cơ cấu vốn của Tập đoàn;

Khối Kinh doanh

- Tham mưu cho Ban Tổng Giám đốc về hoạt động kinh doanh bán hàng. Lập kế hoạch kinh doanh tiêu thụ hàng năm của toàn Công ty cho từng dòng sản phẩm. Thực hiện kế hoạch tiêu thụ hàng tháng, kiểm soát việc đặt hàng, thực hiện kiểm soát quá trình bán hàng và đáp ứng yêu cầu khách hàng thông qua hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2008.
- Đối với phòng kinh doanh tổng hợp 1 (sản phẩm truyền thống) : Có trách nhiệm quản lý và kinh doanh các sản phẩm nhựa trong ngành xây dựng và trang trí bao gồm: Hạt nhựa, Tấm ốp trần, trần thả, tấm nhôm composit, nẹp trang trí...
- Đối với phòng kinh doanh sản phẩm tổng hợp 2 (sản phẩm mới): Có trách nhiệm quản lý và kinh doanh các sản phẩm trong ngành trang trí nội ngoại thất và quảng cáo; Bạt Hiflex, tấm

mica (PS), tấm PP và các sản phẩm được nhập khẩu từ Đài Loan, Trung Quốc bao gồm: Đe can, simili, giấy dán kính, fomex...

- Đối với phòng kinh doanh vật tư ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường ; Profile uPVC, gioăng, kim khí phụ kiện, lõi thép, vật tư phụ....
- Đối với phòng kinh doanh sản phẩm Smartwindow: Có trách nhiệm quản lý và kinh doanh các sản phẩm trong ngành xây dựng bao gồm: cửa uPVC có lõi thép gia cường, cửa hợp kim nhôm vách kính dựng....
- Đối với phòng kinh doanh tại thành phố Hồ Chí Minh: kinh doanh các mặt hàng do DAG sản xuất và nhập khẩu phân phối các sản phẩm vật liệu quảng cáo.

Phòng Marketing

- Tham mưu cho Ban Tổng Giám đốc trong lĩnh vực tiếp thị sản phẩm và phát triển thị trường;
- Duy trì và phát triển hình ảnh thương hiệu trên thị trường;
- Phân tích đánh giá hiện trạng, triển vọng quan hệ cung cầu sản phẩm trên thị trường, xu thế giá cả trong và ngoài nước;
- Điều tra nghiên cứu thị trường, thu thập thông tin thị hiếu khách hàng và tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh, từ đó tham mưu cho Ban Tổng Giám đốc về công tác xây dựng và phát triển thương hiệu cũng như phát triển thị trường.

Phòng xuất khẩu:

Tham mưu cho Ban Tổng Giám đốc về hoạt động xuất nhập khẩu . Lập kế hoạch xuất khẩu hàng năm của Công ty, thị trường xuất khẩu, thông lệ Quốc tế, lập kế hoạch nhập khẩu các máy móc, thiết bị theo kế hoạch của Công ty. Kiểm soát việc thực hiện hợp đồng xuất nhập khẩu, kiểm soát quá trình giao hàng và đáp ứng yêu cầu khách hàng tuân thủ hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2008. Quản lý và lưu trữ các hồ sơ nhập khẩu liên quan.

Phòng dự án

Quản lý, tổ chức, triển khai thực hiện, thi công và giám sát các dự án của khách hàng và đối tác mà công ty làm nhà thầu. Quản lý vật tư, hàng hóa tại công trình. Đảm bảo an toàn lao động tại công trình. Công tác quản lý chất lượng công trình, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Chủ trì và phối hợp với các bộ phận liên quan thực hiện và hoàn thiện hồ sơ nghiệm thu, hoàn công, thanh quyết toán công trình theo đúng quy định.

Phòng kỹ thuật và nghiên cứu sản phẩm mới

- Quản lý kỹ thuật, công nghệ toàn Công ty, theo dõi, kiểm tra hoạt động sản xuất, nghiên cứu các giải pháp hợp lý hóa sản xuất, tham mưu cho Ban Tổng Giám đốc về thiết bị, công nghệ ở các nhà máy, nghiên cứu và thiết kế sản phẩm mới, các dự án đầu tư, cố vấn cho khách hàng các vấn đề về kỹ thuật, lập các hồ sơ kỹ thuật cho từng sản phẩm được đặt hàng, thực hiện kiểm soát quá trình kiểm nghiệm, thử nghiệm, quá trình sản xuất và sửa chữa bảo trì máy móc thiết bị thông qua hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2000.
- Nghiên cứu và thiết kế các mẫu mã sản phẩm mới, mẫu mã bao gói sản phẩm toàn Công ty, nghiên cứu và quản lý các mẫu markette đã và đang được trình duyệt. Tham mưu và kiểm soát tính pháp lý của các mẫu mã, nhãn hiệu hàng hóa.

4. Danh sách cổ đông nắm giữ từ trên 5% vốn cổ phần của công ty và những người c liên quan; Danh sách cổ đông sáng lập và tỉ lệ cổ phần nắm giữ; Cơ cấu cổ đông tại thời điểm ngày 07/05/2015

4.1 Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty (tại thời điểm ngày 07/05/2015)^[v2]

Bảng 1: Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty

STT	Tên cổ đông	Số ĐKKD/CMND	Địa chỉ	Số cổ phần nắm giữ (cổ phần)	Tỷ lệ/VĐL (%)
1	Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Hùng Phát	0102001552	Số 41 Hàng Nón, P.Hàng Gai, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội	4.549.902	23,95%
2	Công ty TNHH Thương mại và sản xuất Tam Sơn	104663851	Số 97 Chương Dương Độ, P.Chương Dương, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội	1.787.500	9,41%
3	Ông Nguyễn Bá Hùng	011660284	Số 41, Hàng Nón, P.Hàng Gai, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội	5.729.652	30,16%
4	Công ty cổ phần đầu tư F.I.T	0102182140	Tầng 16, tòa nhà Center Building (Hapulico Complex), số 1 Nguyễn Huy Tưởng, P. Thanh Xuân Trung, Q. Thanh Xuân, Hà Nội	1.125.000	5,92%
	Tổng cộng			13.192.054	69,43%

(Nguồn: Danh sách cổ đông của DAG sau phát hành tăng vốn lên 190 tỷ)

Bảng 2: Danh sách những người có liên quan đến các cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên (tại ngày 07/05/2015)

STT	Tên tổ chức/ cá nhân	Mối Quan hệ	Số cổ phiếu sở hữu (cổ phiếu)
1	Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Hùng Phát		
1.1	Trần Thị Lê Hải	Chủ tịch Hội đồng thành viên	114.400
2	Nguyễn Bá Hùng		
2.1	Nguyễn Thị Tinh	Chị gái	19.057
2.2	Trần Thị Lê Hải	Vợ	114.400

Nguồn: DAG

4.2 Danh sách cổ đông sáng lập và tỷ lệ nắm giữ tại thời điểm ngày 07/05/2015

Bảng 3: Danh sách cổ đông sáng lập và tỷ lệ nắm giữ tại thời điểm ngày 07/05/2015

STT	Tên cổ đông	Số ĐKKD/ CMND	Địa chỉ	Số cổ phần nắm giữ (cổ phần)	Tỷ lệ/ VĐL (%)
1	Nguyễn Bá Hùng	011660284	Số 41, Hàng Nón, P.Hàng Gai, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội	5.729.652	30,16
2	Nguyễn Thị Tính	010418699	175 Bạch Đằng, Hoàn Kiếm, Hà Nội	19,057	0,1%
3	Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Hùng Phát	0102001552	41 Hàng Nón, Hoàn Kiếm, Hà Nội	4.549.902	23,95%
	Tổng cộng			10.298.611	54,20%

(Nguồn: Danh sách cổ đông của DAG sau phát hành tăng vốn lên 190 tỷ)

Ghi chú: Các cổ phiếu của cổ đông sáng lập chuyển nhượng có điều kiện trong vòng 03 năm kể từ ngày Công ty thành lập (ngày 14/11/2006) theo quy định của Luật Doanh nghiệp. Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, số lượng cổ phần của cổ đông sáng lập đã hết thời gian hạn chế chuyển nhượng.

4.3 Cơ cấu cổ đông tại thời điểm ngày 07/05/2015

Bảng 4: Cơ cấu cổ đông tại thời điểm ngày 07/05/2015

STT	Cổ đông	Số lượng (người)	Số cổ phần (cổ phần)	Giá trị theo mệnh giá (VND)	Tỷ lệ (%)
I	Cổ đông trong nước	349	18.323.320	183.233.200.000	96,44%
1	Cổ đông tổ chức	17	7.464.042	74.640.420.000	39,28%
	Trong đó: Nhà nước	0	0	0	0%
2	Cổ đông cá nhân	332	10.859.278	108.592.780.000	57,15%
II	Cổ đông nước ngoài	7	676594	6.765.940.000	3,56%
1	Cổ đông tổ chức	2	580.100	5.801.000.000	3,05%
2	Cổ đông cá nhân	5	96.494	964.940.000	0,51%
	Tổng cộng	356	18.999.914	189.999.140.000	100%

(Nguồn: Danh sách cổ đông của DAG sau phát hành tăng vốn lên 190 tỷ)

5. Danh sách công ty mẹ và Công ty con của tổ chức chào bán, những công ty mà tổ chức chào bán đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức chào bán.

5.1 Công ty nắm cổ phần chi phối đối với DAG: Không có

5.2 Công ty con

▪ **Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)**

Tên đầy đủ: Công ty TNHH Nhựa Đông Á

Trụ sở chính: Khu công nghiệp Châu Sơn, Thành phố Phủ Lý, tỉnh Hà Nam

Vốn điều lệ: 58.000.000.000 đồng

ĐKKD số: 0101099228-002

Logo:



Ngành nghề kinh doanh: Sản xuất các sản phẩm nhựa phục vụ trong xây dựng, trang trí nội ngoại thất, quảng cáo như: hạt nhựa, cửa nhựa, cửa pano, cửa xếp nhựa, tấm trần ốp, tấm trần thả, thanh Profile, bạt Hi-Flex, tấm PP Công nghiệp, tấm nhôm composit, tấm Mica.. .

Tình hình góp vốn: DAG nắm giữ 100% vốn điều lệ

▪ **Công ty TNHH SmartWindow Việt Nam (SMW)**

Tên đầy đủ: Công ty TNHH SmartWindow Việt Nam

Trụ sở chính: Lô 1- CN5- Cụm Công nghiệp Ngọc Hồi, xã Ngọc Hồi, huyện Thanh Trì, TP. Hà Nội

Vốn điều lệ: 20.000.000.000 đồng

ĐKKD số: 0102188015

Logo:



Ngành nghề kinh doanh: Sản xuất cửa uPVC có lõi thép gia cường, cửa hợp kim nhôm-vách kính dựng giầu đồ nhãn hiệu Smartwindow và là nhà kho liên hoàn kinh doanh hàng sản xuất của NDA và hàng NK.

Tình hình góp vốn: DAG nắm giữ 100% vốn điều lệ

▪ **Công ty TNHH Một thành viên Nhựa Đông Á (DAS)**

Tên đầy đủ: Công ty TNHH Một thành viên Nhựa Đông Á

Trụ sở chính: Lô số 36, đường Tân Tạo, Khu Công nghiệp Tân Tạo, phường Tân Tạo A, Quận Bình Tân

Vốn điều lệ: 20.000.000.000 đồng

ĐKKD số: 4104001186

Logo:



Ngành nghề kinh doanh: Sản xuất kinh doanh và nhập khẩu các sản phẩm trong ngành xây dựng, trang trí nội thất và quảng cáo.

Tình hình góp vốn: DAG nắm giữ 100% vốn điều lệ

5.3 Công ty liên kết: Không có

6. Giới thiệu về quá trình tăng vốn của Công ty

Từ khi chuyển đổi sang hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần từ năm 2006 tới nay. Công ty đã thực hiện phát hành tăng vốn điều lệ bốn lần:

- ✓ Năm 2007, thông qua hình thức phát hành riêng lẻ cho cổ đông chiến lược, tăng vốn từ 58 tỷ lên 100 tỷ theo Nghị quyết Đại hội Đồng cổ đông năm 2007
- ✓ Năm 2011, thông qua phát hành cho cổ đông hiện hữu và cổ đông chiến lược, tăng vốn từ 100 tỷ lên 125 tỷ theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 01/2010/NQ-ĐHĐCĐ ngày 16/04/2010.
- ✓ Năm 2012, thông qua phát hành cổ phiếu để trả cổ tức năm 2011 với tỷ lệ 10% trên mệnh giá cổ phần, công ty tăng vốn điều lệ từ 125 tỷ đồng lên 137,5 tỷ đồng, theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 01/2012/NQ-ĐHĐCĐ ngày 24/04/2012.
- ✓ Năm 2014, thông qua phát hành cổ phiếu để trả cổ tức năm 2013 với tỷ lệ 5% trên mệnh giá, phát hành cho cổ đông hiện hữu và cổ đông chiến lược để tăng vốn điều lệ lên 190 tỷ đồng, theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 02/2014/NQ-ĐHĐCĐ ngày 02/07/2014 và Giấy Chứng nhận chào bán chứng khoán số 07/GCN-UBCK do Chủ tịch UBCK Nhà nước cấp ngày 12/02/2015.

(*) Ngày 25/12/2012, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á đã hoàn thành việc chào bán riêng lẻ trái phiếu chuyển đổi (theo Công văn chấp thuận chào bán số 5093/UBCK-QLPH ngày 17 tháng 12 năm 2012) như sau:

- Tên trái phiếu: Trái phiếu chuyển đổi Công ty cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á năm 2012
- Loại trái phiếu: Trái phiếu chuyển đổi
- Mệnh giá: 500.000.000 đồng/trái phiếu
- Thời hạn trái phiếu: 03 năm
- Kỳ hạn trả lãi: Lãi trái phiếu được vào cuối kỳ
- Lãi suất: thấp hơn 3% so với lãi suất cơ bản của Ngân hàng Nhà nước Việt nam quy định và tối thiểu là 3%.
- Hình thức chuyển đổi trái phiếu
 - Tỷ lệ chuyển đổi: 1 trái phiếu mệnh giá 500.000.000 VND sẽ được chuyển đổi thành 37.037 (ba mươi bảy nghìn không trăm ba mươi bảy) cổ phiếu mệnh giá 10.000 VND
 - Thời gian chuyển đổi: Nhà đầu tư được quyền chuyển đổi tối đa 50% số trái phiếu được phát hành thành cổ phiếu sau 1 năm kể từ ngày đợt phát hành kết thúc. Số trái phiếu còn lại sẽ được quyền chuyển đổi sau 03 năm kể từ ngày đợt phát hành kết thúc.
- Số lượng trái phiếu đăng ký chào bán: 107 trái phiếu
- Số lượng trái phiếu bán cho nhà đầu tư có tổ chức: 107 trái phiếu
- Ngày hoàn thành đợt chào bán: 25/12/2012
- Tổng khối lượng vốn huy động được: 53.500.000.000 đồng
- Tình hình sử dụng vốn thu được:
 - Kế hoạch sử dụng vốn ban đầu: Đầu tư tăng năng lực sản xuất sản phẩm thanh Profile lên ít nhất 2 lần khả năng hiện có. Đây là một trong ba sản phẩm sản xuất ra của “Dự án mở rộng năng lực và đầu tư mới nhà máy sản xuất của DAG tại Khu công nghiệp Châu Sơn - Phú Lý - Hà Nam”
 - Tình hình sử dụng vốn:

STT	Mô tả trang, thiết bị	Chi phí đã thực hiện đầu tư (đồng)
1	Nhà máy sản xuất mở rộng và Nhà kho thanh uPVC Profile	22.900.000.000
2	07 Dây chuyền sản xuất thanh profile (Sẽ đầu tư theo diện cuốn chiều theo từng giai đoạn)	13.850.000.000
3	Hệ thống máy trộn, phối liệu điện tử tự động	13.710.000.000
4	Hệ thống trang thiết bị phụ trợ	2.540.000.000
5	Vốn lưu động	0
Tổng cộng		53.028.000.000

7. Hoạt động sản xuất, kinh doanh

Với thời gian hơn 13 năm kinh nghiệm về sản phẩm và thị trường sản phẩm nhựa, Công ty cổ phần Nhựa Đông Á luôn là một trong những doanh nghiệp tiên phong trong ngành nhựa Việt Nam.

Để duy trì và phát triển thương hiệu Nhựa Đông Á, Công ty luôn nhận thức và chú trọng phát triển cả 4 phương diện: Quy mô sản xuất, trình độ công nghệ, tiêu chuẩn sản xuất và nguồn nguyên liệu. Hiện nay, Công ty ứng dụng công nghệ sản xuất tiên tiến của Nhật Bản, Đài Loan, Châu Âu sản xuất các loại sản phẩm theo tiêu chuẩn GBT 17748/2008, BSEN 12608 - European Standard..., cũng như tuân thủ chặt chẽ hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2008.

Trong mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty, Nhựa Đông Á luôn đặt tiêu chí chất lượng sản phẩm lên hàng đầu với phương châm “Luôn luôn tốt hơn”, qua đó Công ty khẳng định thương hiệu Nhựa Đông Á qua chất lượng sản phẩm và tính năng ứng dụng đa dạng, mẫu mã phong phú và giá cả cạnh tranh nên sản phẩm Nhựa Đông Á luôn chiếm được sự tin dùng của khách hàng, từ đó khẳng định được thương phẩm, thương hiệu Nhựa Đông Á trên thị trường.

7.1. Sản phẩm dịch vụ qua các năm

7.1.1. Các nhóm sản phẩm của Công ty

Sản phẩm chính của Công ty Nhựa Đông Á chủ yếu là các sản phẩm nhựa PVC, PE, PP, PS... với hơn 100 loại sản phẩm các loại được chia thành 8 nhóm sản phẩm chính:

- Hạt nhựa PVC, Tấm ốp trần, Nẹp trang trí..
- Smartwidow, Smartdoor: Cửa uPVC có lõi thép gia cường, Cửa nhôm vách kính dựng.
- Thanh Profile uPVC
- Bạt Hiflex.
- Tấm nhôm composite.
- Tấm PP công nghiệp
- Tấm mica PS và sản phẩm thương mại.

Chi tiết về từng nhóm sản phẩm như sau:

❖ **Sản phẩm truyền thống: Tầm ốp trần, cửa nhựa và nẹp trang trí...**



Nhóm sản phẩm tầm ốp trần, cửa nhựa, nẹp trang trí phục vụ trong các công trình xây dựng dân dụng, công nghiệp hiện nay là sản phẩm truyền thống của Công ty từ những ngày đầu hoạt động. Các loại sản phẩm này đa dạng và phong phú về chủng loại, bao gồm: tầm ốp trần sản xuất theo công nghệ Đài Loan với kích thước tiêu chuẩn 6000mm*200mm*8mm, đặc biệt sản xuất chiều dài theo yêu cầu của dự án; sản phẩm tầm trần thả với kích thước 600m*600m*8mm và 1200m*600m*8mm; cửa nhựa với kích thước tiêu chuẩn 750mm*1900mm và có thể sản xuất theo yêu cầu của khách hàng. Sản phẩm tầm ốp trần, cửa nhựa và nẹp trang trí ngày càng được sử dụng nhiều trong cuộc sống nhờ những tính năng nổi trội như: dễ thi công, dễ vận chuyển, nhẹ và đàn hồi, dễ bảo trì, giá thành rẻ, chi phí lắp đặt thấp, màu sắc đa dạng và phong phú...

❖ **Sản phẩm cửa uPVC có lõi thép gia cường (Smartwidow)**



Từ năm 2003, Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam đã tiến hành nghiên cứu về sản phẩm cửa uPVC có lõi thép gia cường - sản phẩm được sử dụng rộng rãi tại các nước Châu Âu. Năm 2005, sản phẩm cửa uPVC có lõi thép gia cường của Nhựa Đông Á mang nhãn hiệu SmartWindows chính thức xâm nhập thị trường, và tới cuối năm 2008, sản phẩm đã chiếm 25% doanh thu của Công ty. Cấu tạo của cửa nhựa SmartWindows gồm các cấu kiện như sau: thanh Profile, kim khí phụ kiện, và vật tư phụ. Trong đó, thanh Profile (vật liệu tổng hợp uPVC kết hợp với chất phụ gia – chống lão hóa, chịu va đập, chống cháy...) là thành phần chủ yếu của cửa SmartWindows.

Các tính năng nổi bật của sản phẩm cửa uPVC là cách âm, cách nhiệt, không bị mối mọt, không cong vênh co ngót, chống lão hóa, chống cháy và có tính chịu va đập cao, không bị ôxi hóa, không bạc màu, thiết kế khoa học và thuận tiện trong quá trình thi công, dễ lau chùi và bảo quản, không phải tu dưỡng định kỳ, có độ bền cao, duy trì chất lượng sử dụng cao trong thời gian dài, đặc biệt góp phần thiết thực bảo vệ môi trường, bảo vệ sức khỏe cho bản thân và cộng đồng.

❖ Sản phẩm thanh uPVC Profile



Trong những năm đầu, Công ty chưa thể trực tiếp sản xuất thanh Profile, do đó vẫn phải nhập khẩu ở một số nước như Đức và Trung Quốc. Sau gần 2 năm nhập khẩu thanh Profile và nghiên cứu, nắm bắt nhu cầu thị trường, năm 2007 Công ty đầu tư sản xuất và là đơn vị tiên phong trong lĩnh vực sản xuất thanh Profile uPVC tại Việt Nam.

Sản phẩm Sea Profile là sản phẩm được sử dụng trong lĩnh vực chế tạo các loại cửa uPVC thay thế các loại gỗ với đặc tính cách âm, cách nhiệt, không bị mối mọt, không cong vênh co ngót biến dạng do tác động của môi trường, chống cháy, chống lão hóa, có tính chịu va đập cao, không bị ôxi hóa, không bạc màu, có độ bóng và độ bền cao để lau chùi bảo quản.

Đến năm 2012, công ty nhập khẩu 10 dây chuyền đùn Kraussmaffei của Germany và hệ thống trộn của Plasmec Italia giúp tiết kiệm được thời gian, chi phí sản xuất và tạo ra sản phẩm bền đẹp làm nguyên liệu cho ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường đáp ứng nhu cầu tiêu dùng chất lượng cao trên toàn quốc và đạt phù hợp tiêu chuẩn Châu Âu BSEN 12608 với nhãn hiệu SHIDE PROFILE, công xuất hàng chục nghìn tấn /năm. Sản phẩm có khả năng chống lão hóa dưới tác dụng của tia cực tím nên có thời gian sử dụng lâu hơn sản phẩm khác cùng loại trên thị trường cũng như sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc.

Hiện nay, công ty đã và đang đầu tư thêm nhà xưởng gần 20.000 m² với 30 dây chuyền hàng đầu của Châu Âu sản xuất thanh Profile nâng tổng công suất sản xuất thanh Profile lên 50.000 tấn/năm.

❖ Sản phẩm tấm PP công nghiệp (Danpla)



Sản phẩm tấm PP được sản xuất từ nguyên liệu ngoại nhập và các phụ gia được sản xuất theo công nghệ ép đùn tạo ra sản phẩm đạt chất lượng cao bao gồm tấm phẳng, màu sắc tùy theo yêu cầu sử dụng của khách hàng. Sản phẩm có độ bền kéo rất tốt.

Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành xây dựng, trang trí nội thất, bao bì công nghiệp và các vật liệu quảng cáo. Với năng lực sản xuất hơn 2.000 tấn nhựa/ năm, Công ty Nhựa Đông Á luôn đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ của thị trường.

❖ *Sản phẩm bột Hiflex*



Đầu 2009, Công ty bắt đầu triển khai dự án sản xuất Bột Hiflex với công suất thiết kế khoảng 10 triệu m²/năm.

Sản phẩm được sản xuất từ nguyên liệu PVC kết hợp sợi tổng hợp. Đặc biệt kết hợp loại sợi tổng hợp chậm cháy, chống thấm.

Sản phẩm bột Hiflex của DAG được sản xuất bằng công nghệ hiện đại của Đức có thể kết hợp 3 công nghệ cán – tráng – ghép.

Sản phẩm này phục vụ cho ngành quảng cáo, ngành công nghiệp và dân dụng như mái hiên mái che không gian lớn cho các nhà ga hàng không, nhà xe, sân vận động, máy phao, thuyền... với đặc tính dẻo, dai có độ bền cao và có thể in trực tiếp lên bề mặt. Trước khi sản xuất, Công ty cũng tham gia kinh doanh thương mại bằng cách nhập khẩu từ Trung Quốc và là nhà phân phối lớn nhất phía Bắc.

❖ *Tấm nhôm composite*



Tấm lợp nhôm composite được Công ty đầu tư sản xuất trong năm 2011 với công nghệ tự động mới nhất của Đài Loan đạt độ đồng nhất cao về độ dày, thành phần nên có độ dẻo cao, chịu được lực uốn cong và căng kéo giúp thuận lợi cho thi công và thiết kế. Trong quá trình sản xuất, sản phẩm được bổ sung thành phần phụ gia chống cháy giúp công trình chống cháy và thích nghi với điều kiện khí hậu nắng nóng, bảo vệ tài sản, sức khỏe con người.

❖ *Tấm mica (PS)*

Sản phẩm tấm mica (PS) được sản xuất từ nguyên liệu ngoại nhập polystyren được sản xuất theo công nghệ ép đùn tạo ra sản phẩm đạt chất lượng cao bao gồm tấm phẳng được tạo vân hoặc màu sắc tùy theo yêu cầu sử dụng của khách hàng. Sản phẩm có khả năng chống lão hóa dưới tác dụng của tia cực tím nên có thời gian sử dụng lâu hơn sản phẩm khác cùng loại trên thị trường.

Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành trang trí nội thất và các vật liệu quảng cáo. Năng lực sản xuất của Công ty đạt hơn 1.500 tấn nhựa/ năm.



❖ Nhóm sản phẩm Khác



Nhóm sản phẩm thương mại chủ yếu do Công ty mẹ - Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á thực hiện.

Với chiến lược phát triển kinh doanh theo chiều sâu, rộng, đa dạng hóa chủng loại sản phẩm, đáp ứng nhu cầu trong nước ngày càng tăng và phục vụ cho xuất khẩu, ngoài các sản phẩm chủ lực, Công ty cũng chú trọng tới các sản phẩm thương mại; các sản phẩm vật liệu trang trí nội thất và xây dựng như tấm polycarbonate, tấm PMMA, tấm fomex, dè can, giấy dán kính,...đây cũng là bước đi thử nghiệm, nghiên cứu sản phẩm làm nền tảng cho sản xuất sau này.

7.1.2. Giá trị sản lượng sản phẩm/ dịch vụ qua các năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Do tính đặc thù của sản phẩm, và căn cứ theo từng loại hợp đồng ký kết với khách hàng, sản phẩm của Công ty sẽ có nhiều đơn vị tính khác nhau như: m², tấn. Sản lượng sản phẩm tính theo doanh thu bán hàng của Công ty qua các năm như sau:

Bảng 5: Cơ cấu doanh thu thuần của Công ty năm 2013, 2014 và Quý I/2015

STT	Diễn giải	Năm 2013		Năm 2014		% tăng/giảm Doanh thu năm 2014 so với 2013	Quý I/2015	
		Doanh thu (triệu VND)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (triệu VND)	Tỷ trọng (%)		Doanh thu (triệu VND)	Tỷ trọng (%)
1	Doanh thu thuần bán thành phẩm	513.754	51,33%	667.280	60,23%	23,01%	161.153	59,10%
2	Doanh thu thuần thi công công trình	80.097	8,00%	45.731	4,13%	-75,15%	4.049	1,48%
3	Doanh thu thuần bán hàng hóa	407.125	40,67%	390.516	35,25%	-4,25%	107.460	39,14%
4	Doanh thu khác	0	0%	4.438	0,4%	100%	0	0%

STT	Diễn giải	Năm 2013		Năm 2014		% tăng/giảm Doanh thu năm 2014 so với 2013	Quý I/2015	
		Doanh thu (triệu VND)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (triệu VND)	Tỷ trọng (%)		Doanh thu (triệu VND)	Tỷ trọng (%)
	Tổng cộng	1.000.976	100%	1.107.965	100%	9,66%	272.662	100%

(Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG)

Xét về tổng quan, doanh thu thuần của Công ty năm 2014 tăng trưởng tương đối tốt so với năm 2013. Doanh thu thuần năm 2014 tăng 9,66 % so với năm 2013. Đây là do chủ trương tập trung kinh doanh các sản phẩm chủ lực của Công ty, thay vì thi công xây dựng công trình. Vì vậy, doanh thu tăng chủ yếu nhờ doanh thu từ hoạt động bán thành phẩm (gồm kinh doanh các sản phẩm do Công ty sản xuất như tấm ốp trần, cửa nhựa và nẹp trang trí, của uPVC...) đạt 23,01% so với năm 2013. Doanh thu từ hoạt động thương mại các sản phẩm tấm polycarbonate, tấm nhôm composite, tấm PS-mica, tấm PMMA, tấm fomex, đèn can, giấy dán kính... giảm nhẹ 4,25% so với năm 2013.

Trong đó, cơ cấu doanh thu theo sản phẩm của Công ty năm 2014 như sau:

Bảng 6: Cơ cấu doanh thu thuần của Công ty theo sản phẩm năm 2014

STT	Sản phẩm	Năm 2014	
		Doanh thu (triệu đồng)	Tỷ trọng
1	Sản phẩm sản xuất	717.440	64,75%
1.1	Sản phẩm truyền thống (tấm trần, cửa nhựa, nẹp trang trí...)	75.690	6,83%
1.2	Sản phẩm cửa uPVC, thanh profile, mica, tấm nhôm...	591.780	53,41%
1.3	Sản phẩm bột Hiflex, tấm xếp PP, gioăng	49.970	4,51%
2	Sản phẩm khác và thương mại	390.526	35,25%
	Tổng cộng	1.107.966	100%

Nguồn: DAG

Bảng 7: Cơ cấu lợi nhuận gộp của Công ty năm 2013, 2014 và Quý I/2015

STT	Diễn giải	Năm 2013		Năm 2014		% tăng/giảm doanh thu năm 2014 so với 2013	Quý I/2015	
		LN gộp (triệu VND)	Tỷ trọng (%)	LN gộp (triệu VND)	Tỷ trọng (%)		LN gộp (triệu VND)	Tỷ trọng (%)
1	Lợi nhuận gộp bán thành phẩm	68.068	71,52%	70.198	76,33%	3,13%	16.117	69,90%
2	Lợi nhuận gộp thi công công trình	12.349	12,98%	14.465	15,33%	17,13%	365	1,58%

STT	Diễn giải	Năm 2013		Năm 2014		% tăng/giảm doanh thu năm 2014 so với 2013	Quý I/2015	
		LN gộp (triệu VND)	Tỷ trọng (%)	LN gộp (triệu VND)	Tỷ trọng (%)		LN gộp (triệu VND)	Tỷ trọng (%)
3	Lợi nhuận gộp bán hàng hóa	14.754	15,50%	6.522	7,09%	-55,08%	6.754	28,51%
4	Lợi nhuận gộp khác	0	0%	786	0,85%	N/A	0	0%
	Tổng cộng	95.171	100%	91.971	100%	-3,36%	23.056	100%

Nguồn: DAG

Bảng 8: Cơ cấu doanh thu hoạt động tài chính

Diễn giải	Năm 2013		Năm 2014		% tăng/giảm năm 2014 so với 2013	Quý I/2015	
	Giá trị (triệu VND)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu VND)	Tỷ trọng (%)		Giá trị (triệu VND)	Tỷ trọng (%)
Lãi tiền gửi Ngân hàng	44	98,88%	20	9,52%	-54,55%	21	100%
Lãi chênh lệch tỷ giá chưa thực hiện	0,5	1,12%	184	87,62%	36.700%	0	0%
Lãi chênh lệch tỷ giá đã thực hiện	0	0,00%	6	2,86%	N/a	0	0%
Tổng doanh thu hoạt động tài chính	45	100%	210	100%	366,67%	21	100%

(Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG)

7.1.3. Chi phí sản xuất, kinh doanh

Chi phí sản xuất

Chi phí sản xuất và các định phí khác của Công ty ở mức có khả năng cạnh tranh tốt với các đối thủ trong cùng lĩnh vực. Với thiết bị máy móc sản xuất hiện đại, hệ thống sản xuất khép kín 100% từ khâu nguyên liệu đầu vào cho đến lúc hoàn thiện sản phẩm giúp cho Công ty nâng cao hiệu quả, kiểm soát được chi phí sản xuất, hạn chế mức tiêu hao nguyên liệu, nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường tiêu thụ.

Công ty thực hiện kiểm soát các chi phí bằng việc kiểm soát quá trình sản xuất và tính giá thành sản phẩm qua từng công đoạn. Quy trình sản xuất của Công ty được thiết lập cụ thể, chặt chẽ và đồng bộ, bảo đảm thực hiện công việc đúng ở mọi khâu ngay từ ban đầu để ngăn ngừa phát sinh các sai sót, hư hỏng. Hàng tháng bộ phận Kế toán quản trị và giá thành lập báo cáo kiểm soát chi phí sản xuất, các thông tin về hoạt động sản xuất sẽ được báo cáo trực tiếp lên Kế toán trưởng, Phó Tổng Giám đốc và Tổng Giám đốc. Qua đó, Công ty đánh giá, điều chỉnh các hoạt động phù hợp nhu cầu về sự đa dạng của sản phẩm, giảm thiểu tối đa mức tiêu hao nguyên liệu trong sản xuất, đồng thời tận dụng phế phẩm để sản xuất ra sản phẩm mới. Do đó, trong tương lai gần, chi

phí sản xuất của Công ty luôn có tính cạnh tranh cao hơn nữa so với các doanh nghiệp cùng ngành.

Tỷ trọng các khoản mục chi phí của Công ty so với doanh thu thuần

Các yếu tố chính trong cơ cấu chi phí của Công ty được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 9: Chi phí hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014 và Quý I/2015

TT	Chi phí sản xuất	Năm 2013		Năm 2014		Quý I/2015	
		Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)
1	Giá vốn hàng bán	905.805	93,28%	1.015.993	94,35%	249.588	94,87%
2	Chi phí tài chính	34.046	3,51%	31.398	2,92%	6.477	2,46%
3	Chi phí bán hàng	14.214	1,46%	10.870	1,01%	3.046	1,16%
4	Chi phí quản lý doanh nghiệp	17.025	1,75%	18.628	1,73%	3.986	1,52%
	Tổng cộng	971.089	100%	1.076.889	100%	263.097	100%

(Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG)

Sự biến động các khoản mục chi phí trong 2 năm gần nhất

▪ Giá vốn hàng bán

Nguyên liệu chính để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty chủ yếu là bột và hạt nhựa như PVC, LDPE, PP, PS. Màng PVC.. dùng cho việc sản xuất tấm ốp trần, mica, tấm PP, bạt Hiflex chiếm từ 72 – 80% cơ cấu giá thành các loại sản phẩm. Nguồn nguyên liệu này phụ thuộc vào nhà cung cấp và biến động tỷ giá ngoại tệ. Do đó, việc biến động tăng hoặc giảm giá nguyên liệu sẽ ảnh hưởng đến doanh thu, lợi nhuận của Công ty. Trong năm 2014, giá vốn hàng bán là 1.015.993.691.487 đồng, tăng 12,16 % so với giá vốn năm 2013 chủ yếu do giá cả nguyên vật liệu tăng trong năm, về cơ cấu giá vốn hàng bán chiếm 93,83% doanh thu thuần, so với 91,70% của năm 2013. Theo thống kê ngành nhựa thì hàng năm thì giá nguyên vật liệu nhập khẩu tăng khoảng 15%, việc biến động tăng giá nguyên vật liệu ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm của Công ty.

Tuy nhiên, trong năm 2014, Công ty chưa thể áp dụng chính sách tăng giá đồng loạt cho các khách hàng do Công ty đã ký hợp đồng cung cấp hàng trước đợt tăng giá để duy trì khách hàng truyền thống của Công ty.

Bảng 10: Doanh thu thuần và giá vốn hàng bán năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Chỉ tiêu	Năm 2013 (đồng)	Năm 2014 (đồng)	Quý I/2015 (đồng)
Doanh thu thuần	1.000.976.424.198	1.107.965.005.487	272.661.547.960
Giá vốn hàng bán	905.804.958.543	1.015.993.691.487	249.587.946.668
Giá vốn hàng bán/ Doanh thu thuần	94,49%	91,70%	91,54%

Nguồn: DAG

▪ **Chi phí bán hàng**

Chi phí bán hàng trong năm 2014 là 10.870.822.894 đồng, tỷ lệ chi phí bán hàng/Doanh thu thuần giảm do trong năm 2014 Công ty cắt giảm các chi phí cho các hoạt động khuyến mại quảng cáo, giới thiệu sản phẩm như tham gia các chương trình marketing, tham gia hội chợ giới thiệu sản phẩm.

Bảng 11: Doanh thu thuần và chi phí bán hàng năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Chỉ tiêu	Năm 2013 (đồng)	Năm 2014 (đồng)	Quý I/2015 (đồng)
Doanh thu thuần	1.000.976.424.198	1.107.965.005.487	272.661.547.960
Chi phí bán hàng	14.213.799.232	10.870.822.894	3.045.518.301
Chi phí bán hàng/ Doanh thu thuần	1,86%	0,98%	1,12%

Nguồn: DAG

▪ **Chi phí quản lý doanh nghiệp**

Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2014 là 18.628.087.751 đồng, tăng so với năm 2013 do Công ty hạch toán các chi phí sản xuất vào chi phí quản lý doanh nghiệp.

Bảng 12: Doanh thu thuần và chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Chỉ tiêu	Năm 2013 (đồng)	Năm 2014 (đồng)	Quý I/2015 (đồng)
Doanh thu thuần	1.000.976.424.198	1.107.965.005.487	272.661.547.960
Chi phí quản lý doanh nghiệp	17.025.165.051	18.628.087.751	3.986.106.014
Chi phí quản lý doanh nghiệp/ Doanh thu thuần	1,70%	1,68%	1,46%

Nguồn: DAG

▪ **Chi phí lãi vay ngân hàng**

Trong năm 2014 mặc dù tình hình kinh tế vẫn gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng khủng hoảng toàn cầu nhưng doanh thu của Công ty vẫn đạt hơn 1.107 tỷ đồng, tăng 10,69% so với doanh thu năm 2013. Tính đến thời điểm 31/12/2014, tổng các khoản vay của Công ty là 382.149.921.333 đồng, trong đó các khoản vay ngắn hạn chiếm 80,36% (tương đương 307.091.757.291 đồng) với lãi suất hàng tháng dao động từ 9,5%/1 tháng và đỉnh điểm lên đến 11%/1tháng. Chi phí lãi vay trong năm 2014 là 30.016.933.118 đồng, chiếm 2,74% doanh thu thuần, giảm so với năm 2013 do biến động giảm lãi suất vay ngân hàng. Con số này là 3,33% cho cả năm 2013.

Bảng 13: Tỷ lệ vay nợ năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Chỉ tiêu	Năm 2013 (đồng)	Năm 2014 (đồng)	Quý I/2015 (đồng)
Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	283.633.438.854	310.262.645.148	317.067.846.355
Tỉ lệ vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn/ Tổng vay và nợ	77,42%	81,50%	82,02%
Vay và nợ thuê tài chính dài hạn và Trái phiếu chuyển đổi	82.707.225.591	70.407.123.829	69.506.057.251
Tỉ lệ vay và nợ thuê tài chính dài hạn và trái phiếu chuyển đổi/ Tổng vay và nợ	22,58%	18,50%	18,98%
Tổng vay và nợ	366.340.664.445	380.669.768.977	386.573.903.606

Nguồn: DAG

Tuy nhiên, Công ty thực hiện tốt chính sách dự trữ nguyên vật liệu sản xuất và đảm bảo năng lực vốn lưu động trong sản xuất và cung cấp theo đơn đặt hàng của các khách hàng lớn nên vẫn đảm bảo tính ổn định trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Bảng 14: Doanh thu thuần và chi phí lãi vay năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Chỉ tiêu	Năm 2013 (đồng)	Năm 2014 (đồng)	Quý I/2015 (đồng)
Doanh thu thuần	1.000.976.424.198	1.107.965.005.487	272.661.547.960
Chi phí lãi vay ngân hàng	33.380.520.849	31.047.331.132	6.469.159.898
Chi phí bán hàng/ Doanh thu thuần	3,33%	2,80%	2,37%

Nguồn: DAG

7.1.4. Nguyên vật liệu

Nguyên vật liệu chính của Công ty dùng để sản xuất chủ yếu là bột PVC, chất ổn định, phụ gia, CaCO₃, chất chống lão hóa ... dùng để sản xuất hạt nhựa, tấm ốp trần, thanh Profile uPVC .. Các loại hạt nhựa PS, PP, LDPE, màng nhôm..... là những nguyên liệu chính trong sản xuất của Công ty và các nguyên liệu này chiếm tỷ trọng từ 72% đến 80% giá vốn hàng bán tùy thuộc từng loại sản phẩm.

❖ Nguyên liệu trong sản xuất của DAG cho từng loại sản phẩm

Tên sản phẩm	Nguyên liệu chính	Nguyên liệu phụ
Sản phẩm truyền thống	Bột PVC, CaCO ₃	Ổn định, màu, phụ gia, DOP
Smartwindows	Profile uPVC	Kim khí phụ kiện, Lõi sắt, kính, gioăng..
Thanh uPVC Profile	Bột PVC	ổn định, phụ gia tăng cứng, lão hóa
Tấm PP công nghiệp - Danpla	PP	Phụ gia
Bạt Hiflex	Màng PVC	Sợi tổng hợp
Tấm nhôm composite	LDPE, Màng nhôm	Cao phân tử ..
Tấm mica	PS	Phụ gia

Nguồn: DAG

❖ Tỷ trọng nguyên phụ liệu cho từng loại sản phẩm

STT	Nguyên liệu chính dùng trong sản xuất	Tỷ lệ (%)
A	Sản phẩm truyền thống, profile	
1	PVC	80
2	Chất hóa dẻo	5
3	Phụ gia	15
4	Nguyên liệu khác	5
B	Smartwindows	
1	Profile	40
2	Kim khí phụ kiện	35
3	Kính	10
4	Vật tư phụ	10
5	Khác	5
C	Bạt Hiflex	
1	Màng PVC	80
2	Sợi lưới tổng hợp	15
3	Khác	5
D	Tấm nhôm composite	
1	HDPE	60

STT	Nguyên liệu chính dùng trong sản xuất	Tỷ lệ (%)
2	Màng nhôm	25
3	Vật tư phụ	10
4	Khác	5
E	Tấm PP, PS	
1	PP, PS	90
2	Phụ gia	10

Nguồn: DAG

❖ Nguồn cung cấp nguyên liệu

Theo thống kê của Trung tâm Thông tin Thương mại, hiện nay nguồn cung cấp nguyên vật liệu cho ngành nhựa Việt Nam chủ yếu từ khối thị trường Châu Á (chiếm 85,3% tổng khối lượng nhập khẩu), các nước Trung Đông chiếm 5,7%, thị trường EU chiếm 5,7%, còn lại từ các thị trường khác như Mỹ, Australia, Brazil ... Trong năm 2013, thị trường có tỷ trọng tăng trưởng nhập khẩu mạnh như Trung Quốc (tăng 50%), Nhật Bản (30,9%), Hàn Quốc (24,2%), Malaysia (22,3%), Đài Loan (17,6%), Singapore (16,1%), Thái Lan (14,0%), Hàn Quốc (13,1%).

Trong những năm qua, nguồn nguyên vật liệu của Công ty được cung cấp bởi các nhà cung cấp lớn, có uy tín trong và ngoài nước, phần lớn Công ty nhập nguyên liệu trực tiếp từ các nước trong khu vực ASEAN như Đài Loan, Trung quốc, Singapore ... và Nhật Bản nên Công ty có thể đảm bảo nguồn nguyên liệu cần thiết cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Đặc biệt, đối với thanh profile, hiện tại, Công ty không những đã tự cung cấp thanh profile cho quá trình sản xuất sản phẩm cửa uPVC mà còn là nhà cung cấp thanh profile cho các nhà sản xuất cửa nhựa trên toàn quốc. Việc đầu tư đồng bộ từ sản xuất thanh profile đến lắp ráp cửa uPVC giúp cho Công ty kiểm soát tốt giá thành cũng như tính ổn định trong khâu cung cấp nguyên liệu. Đây là ưu thế cạnh tranh lớn của Công ty so với các đối thủ khác trong ngành.

Công ty luôn tạo được tính ổn định về nguồn nguyên liệu nhờ vào chính sách dự trữ nguyên liệu hợp lý và hiệu quả. Tuy nhiên, với tình hình tăng giá chung trên thị trường nguyên liệu trong thời gian qua, Công ty cũng đứng trước áp lực khá lớn về việc gia tăng giá nguyên vật liệu.

Danh sách một số nhà cung cấp chính hiện nay về nguyên liệu cho Công ty:

STT	Tên Nhà cung cấp	Sản phẩm cung cấp	Quốc Gia
1	Shinetsu	Bột PVC	Nhật Bản
2	LG chemical	Bột PVC, DOP	Hàn Quốc/ Việt Nam
3	Itochu	Bột PVC, PS	Nhật Bản
4	Chemson	Nguyên liệu nhựa, chất phụ gia	Đức
5	Dow	Nguyên liệu nhựa	Mỹ
6	Dupon	Hoá chất, màu	Mỹ
7	Alabang	Màng cao phân tử	Trung Quốc

STT	Tên Nhà cung cấp	Sản phẩm cung cấp	Quốc Gia
8	Litong	Màng nhôm	Trung Quốc
9	Jinhu	Màng nhôm	Trung Quốc
10	Jinbang	Màng bảo vệ	Trung Quốc
11	Vinyl thai	PVC 266RC	Thái Lan
12	Jampoo	PVC, PP, PS	Đài Loan
13	TPCVietNam	Bột PVC	Việt Nam/ Thái Lan
14	Fengtai	Nguyên liệu nhựa, chất phụ gia	Trung Quốc
15	Yaxing	Chất phụ gia	Hàn Quốc
16	Linker	Ổn định, độn	Đài Loan
17	Nanwei	Màng PVC, sợi tổng hợp	Trung Quốc
18	Dansuk	Ổn định, phụ gia	Hàn Quốc
19	EAC	Ổn định	Malayxia
20	CIBA	Hạt màu, bột màu	Thụy Sĩ
21	LCY	PP	Đài Loan
22	Mitsubishi	Bột PVC, Phụ gia	Nhật Bản
23	Vinylthai	PVC-E367NKtotal	Thái Lan
24	Xingfa	Profile alumium	Trung Quốc
25	KinLong	Kim khí phụ kiện	Trung Quốc
26	GU	Kim khí phụ kiện	Đức
27	Guo Qiang	Kim khí phụ kiện	Trung Quốc
28	Kaofu	PS	Đài Loan
29	Denka	PS	Singapore
30	VFG	Kính	Viet Nam/Nhật Bản

Nguồn: DAG

❖ Sự ổn định của nhà cung cấp nguyên vật liệu

Trong những năm qua nguồn cung ứng nguyên liệu cho Công ty tương đối ổn định. Bình quân mỗi năm Công ty sử dụng khoảng 20.000 tấn nguyên liệu phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh, trong đó nguyên liệu nhập khẩu chiếm tỷ trọng khoảng 65%, còn lại là mua trong nước do chất lượng và giá cả các loại nguyên liệu như PVC, PS, LDPE... tương đương với chất lượng nguyên liệu nhập khẩu. Phần lớn các nguyên liệu được sản xuất trong nước điều được sử dụng từ nguyên liệu nhập khẩu từ các Tập đoàn cung cấp nguyên liệu nhựa nổi tiếng thế giới và được

nhà cung cấp trong nước chế biến, gia công giá trị gia tăng ở mức đơn giản nên xét về chất lượng và giá cả không có sự khác biệt lớn về chất lượng, giá cả so với nguyên liệu nhập. Theo thống kê của ngành nhựa, khả năng sản xuất nguyên liệu trong nước chỉ đáp ứng khoảng 10% đến 15% nguyên liệu cho toàn ngành, chủ yếu là hạt nhựa PP và LDPE được dùng làm vật liệu xây dựng và bao bì, bột PVC, hạt PVC chủ yếu làm các sản phẩm vật liệu xây dựng như ống nước, tấm ốp tường, nẹp trang trí, Profile uPVC... hạt PS, ABS, PMMA... dùng để sản xuất các chi tiết cho các sản phẩm có chất lượng cao và quảng cáo.

Theo định hướng phát triển ngành nhựa Việt Nam giai đoạn 2013 đến 2018, ngành nhựa sẽ tăng tỷ lệ nội địa hóa nguyên liệu lên 50%. Hòa nhập vào xu thế phát triển chung của toàn ngành, Nhựa Đông Á sẽ thực hiện lộ trình tăng dần tỷ lệ nguyên liệu nội địa vào chiến lược phát triển bền vững của Công ty.

Theo thống kê tình hình sản xuất của Công ty trong những năm qua, mặc dù nguồn cung cấp nguyên liệu cho Công ty tương đối ổn định, đáp ứng được yêu cầu kế hoạch sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên để hoạt động kinh doanh ổn định và phát triển bền vững, Công ty Nhựa Đông Á cần có chiến lược phát triển và chủ động hơn về nguồn nguyên liệu.

❖ Chính sách nguyên vật liệu

Căn cứ vào kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm của Công ty, Ban Tổng Giám đốc trực tiếp chỉ đạo bộ phận nghiên cứu thị trường, bộ phận kinh doanh và các bộ phận liên quan khác nghiên cứu về biến động giá cả và nguồn cung ứng nguyên liệu, trên cơ sở đó Công ty đưa ra dự báo, thống kê theo định kỳ hàng tuần, hàng tháng, hàng quý và năm để Công ty chủ động trong kế hoạch dự trữ nguyên liệu phù hợp với cân đối tài chính, đảm bảo cung cấp đầy đủ, đúng lịch trình cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Ngoài ra, Công ty thường xuyên tăng lượng dự trữ nguyên liệu, đảm bảo khả năng cung cấp liên tục từ 2 đến 3 tháng tùy thuộc vào nhu cầu sản xuất, bộ phận tính giá bán sản phẩm để xây dựng kế hoạch mua nguồn cung cấp dự phòng trên cơ sở tối ưu nhất.

❖ Ảnh hưởng của giá cả nguyên liệu đến doanh thu và lợi nhuận

Do đặc thù của sản phẩm nhựa được cấu thành chủ yếu từ nguyên liệu là hạt nhựa nên chi phí nguyên liệu chính chiếm tỷ trọng khá lớn trong cơ cấu nguyên liệu cấu thành sản phẩm. Theo thống kê của Công ty, tỷ lệ nguyên liệu chủ yếu là hạt nhựa PE, PVC, EVA ... chiếm khoảng 72%-80% cơ cấu giá thành các loại sản phẩm. Do đó, việc biến động tăng hoặc giảm giá nguyên liệu sẽ ảnh hưởng đến doanh thu, lợi nhuận của Công ty.

Theo thống kê ngành nhựa, trong những năm qua, giá nguyên liệu tăng mạnh (bình quân 9%/năm) nên nhà sản xuất sẽ gặp một số khó khăn nhất định trong sản xuất kinh doanh. Doanh thu của Công ty trong năm 2014 đạt 1.107 tỷ tăng 10,69% so với năm 2013, về lợi nhuận tăng so với năm 2012 khoảng 10,46%. So sánh với số liệu năm 2012, 2013 do giá nguyên liệu bình ổn tạo điều kiện thuận lợi hơn trong sản xuất kinh doanh nên trong dài hạn Công ty sẽ điều chỉnh giá bán phù hợp với tình hình hiện tại.

Nắm bắt được điều này, Công ty đã có những biện pháp nhằm hạn chế tối đa ảnh hưởng của biến động giá đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Thành lập phòng ban chuyên trách nghiên cứu biến động giá cả nguyên vật liệu và dự báo thị trường để hỗ trợ ban lãnh đạo ra quyết định thời điểm và khối lượng mua hợp lý;

- Dự trữ nguyên vật liệu: Công ty thường dự trữ nguyên vật liệu trước từ 2-3 tháng để chủ động sản xuất;
- Hợp tác với các hãng cung cấp lớn thông qua việc ký kết hợp đồng nguyên tắc. Theo đó, khi có điều chỉnh giá cả, Công ty thường được báo trước để chủ động nguồn nguyên liệu;
- Ngoài ra Công ty cũng chủ động tìm kiếm các nhà cung cấp mới trong và ngoài nước để linh

hoạt hơn trong công tác cung cấp nguyên liệu cho sản xuất;

- Chính vì sự tiết kiệm trong sản xuất, sử dụng nguyên liệu một cách hiệu quả là yếu tố quan trọng để đảm bảo và duy trì doanh thu và lợi nhuận Công ty.

Bảng tương quan biến động giá nguyên vật liệu chính và hệ số lợi nhuận gộp/doanh thu

Chỉ tiêu	Năm 2013 (triệu đồng)	Năm 2014 (triệu đồng)	Quý I/2015 (triệu đồng)
Doanh thu thuần	1.000.976	1.107.965	272.662
Lãi gộp	95.171	91.971	23.074
Tỷ lệ lãi gộp/ DTT	9,5%	8,3%	8,46%
Giá B/Q nguyên liệu chính	1.020 USD/tấn	1.050 USD/tấn	1.020 USD/tấn

Nguồn: DAG

7.2. Báo cáo tình hình đầu tư, hiệu quả đầu tư, hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh hay cung cấp dịch vụ trong các lĩnh vực đầu tư, sản xuất kinh doanh hay cung cấp dịch vụ của tổ chức phát hành

Nhằm mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, cùng với chiến lược tập trung phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh thanh profile – một trong những sản phẩm chủ lực của Công ty, DAG đã không ngừng đầu tư máy móc thiết bị nhằm hiện đại hóa dây chuyền sản xuất, ngày càng cải tiến chất lượng sản phẩm. Năm 2014, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á đã tiếp tục đầu tư một số dự án nâng cao năng lực và đầu tư một số máy móc thiết bị mới. Cụ thể như sau:

TT	Tên dự án	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Đã đầu tư lũy kế đến 31/03/2015 (tỷ đồng) ^[BienLe3]
1	Dự án mở rộng năng lực và đầu tư Nhà máy Sản xuất thanh Profile và Nhà kho (*)- dự kiến quý 1, năm 2015 hoàn thành tổng thể và đưa vào sử dụng.	47,9	22,9
2	04 dây chuyền Profile	28,85	13,85
3	01 Dây chuyền PS Foam	1,2	1,08
4	Hệ thống máy trộn điện tử tự động	18,25	13,71
5	Hệ thống máy móc, thiết bị phụ trợ đi kèm máy: nén khí, máy lạnh,...	5,198	2,568
6	Hệ thống băm và nghiền bột tự động của Đức	2,6	2,66
Tổng mức đầu tư		103,998	56,768

Nguồn: DAG

(*) Dự án mở rộng năng lực và đầu tư Nhà máy sản xuất thanh profile và Nhà kho, hiện đang thi công dự kiến quý III/2015 sẽ hoàn thành tổng thể và đưa vào sử dụng

Về năng lực sản xuất của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á:

Nhà máy số 1:

Địa chỉ	Lô 1, CN5, Cụm Công nghiệp Ngọc Hồi, Thanh Trì, Hà Nội
Pháp nhân	Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam
Vốn điều lệ	20 tỷ đồng
Năm hoạt động	2007
Diện tích	15.000 m ²
Sản phẩm chính	Cửa nhựa uPVC có lõi thép gia cường, cửa hợp kim nhôm và vách kính mặt dựng mang nhãn hiệu Smartwindows và Smartdoor.
Công suất	200.000m ² cửa/năm
Số công nhân	100
Hoạt động sản xuất và đầu tư	Ngoài sản xuất đây là đầu mối để trung chuyển các sản phẩm, là nhà kho liên hoàn (hàng do công ty sản xuất và hàng nhập khẩu) để tiêu thụ ở thị trường trên toàn quốc

Hình ảnh Nhà máy số 1



Một số máy móc, thiết bị chính của Nhà máy số 1:

STT	Tên máy	Số lượng	Chú thích	Hãng sản xuất
1	Máy cắt 2 đầu tự động	3	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
2	Máy cắt 2 đầu	2	Máy sản xuất cửa nhôm, vách kính	Ý
3	Máy cắt đa góc	2	Máy sản xuất cửa uPVC	Ý
4	Máy cắt nẹp kính	2	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
5	Máy cắt khung chữ “V”	□	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc

6	Máy cắt đồ chữ “V”	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
7	Máy phay đầu đồ	2	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
8	Máy phay	1	Máy sản xuất cửa nhôm	Ý
9	Máy hàn tự động 4 điểm	1	Máy sản xuất cửa nhôm	Trung Quốc
10	Máy hàn tự động 4 điểm	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
11	Máy hàn 3 đầu	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
12	Máy hàn 4 đầu	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
13	Máy hàn 2 đầu	2	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
14	Máy hàn đa góc	2	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
15	Trung tâm gia công	1	Máy sản xuất cửa nhôm	Ý
16	Máy chép hình	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Ý
17	Máy chép hình □	1	Máy sản xuất cửa nhôm	Trung Quốc
18	Máy phay rãnh thoát nước	3	Máy sản xuất cửa uPVC, nhôm	Trung Quốc
19	Máy phay lắp ốp	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
20	Máy làm sạch góc tự động	3	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
21	Máy làm sạch góc	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Ý
22	Máy làm sạch chữ “V”	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
23	Máy uốn vòm	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
24	Dây truyền kính hộp đứng	1	Cửa uPVC, cửa nhôm, vách kính	Ý

Nhà máy số 2:

Địa chỉ	Khu Công nghiệp Châu Sơn - Phú Lý - Hà Nam
Pháp nhân	Công ty TNHH Nhựa Đông Á
Vốn điều lệ	58 tỷ đồng
Năm hoạt động	2007
Diện tích	80.000 m ²
Sản phẩm chính	Hạt nhựa, Tấm ốp trần, nẹp trang trí, tấm nhôm composit, tấm PP, Tấm PS, bạt Hiflex, thanh uPVC profile...
Công suất	20.000 tấn / năm
Số công nhân	200
Hoạt động sản xuất và đầu tư	Vận hành các dây chuyền sản xuất hiện đại được nhập khẩu từ Đức, Đài Loan, Trung Quốc... đặc biệt là máy ép đùn điều khiển bằng hệ thống CNC, hệ máy ép đùn 2 trục và dây truyền đùn profile, PP, PS được tự động hóa hoàn toàn.

Hình ảnh Nhà máy số 2:

Một số thiết bị máy móc của Nhà máy số 2:

STT	Tên máy	Số lượng	Chú thích	Xuất xứ
1	Máy đùn 1 trục 65	14	Sản xuất Tấm trần , nẹp trang trí	Đài Loan China
2	Máy đùn 2 trục	16	Sản xuất profile	Germany, China
3	Máy trộn	8	Sản xuất các SP	Germany, China
4	Máy in 90	2	Sản xuất tấm trần	Đài Loan
5	Máy đùn tạo hạt	3	Sản xuất hạt PVC	Đài Loan
6	Máy xay	3	Xay phế liệu các SP	China
7	Máy băm	2	Xay Profile	Germany
8	Máy PP	1	Sản xuất PP	China
9	Máy dán Laminate	2	Sản xuất nẹp trang trí	China
10	Máy Mi ca	1	Sản xuất mi ca	China
11	Máy Nhôm	2	Sản xuất tấm nhôm composit	China
12	Máy ép phun	2	Sản xuất các phụ kiện	Japan
13	Máy nghiền	3	Nghiền profile	Germany
14	Máy tạo hạt PP	1	Sản xuất Phế liệu PP	China

STT	Tên máy	Số lượng	Chú thích	Xuất xứ
15	Máy Bạt	1	Máy sản xuất máy bạt	China

Nhà máy số 3:

Địa chỉ	Khu Công Nghiệp Tân Tạo, Thành Phố Hồ Chí Minh
Pháp nhân	Công ty TNHH một thành viên Nhựa Đông Á
Vốn điều lệ	20 tỷ đồng.
Năm hoạt động	2009
Diện tích	8,500 m ²
Sản phẩm chính	Sản phẩm cửa uPVC có lõi thép gia cường mang nhãn hiệu SmartWindows, cửa hợp kim nhôm, vách kính mặt dựng.
Công suất	100.000 m ² cửa /năm
Số công nhân	50
Hoạt động sản xuất và đầu tư	Đây là nơi cung cấp cho thị trường miền Nam và là nhà kho liên hoàn để phân phối các sản phẩm phân phối tại thị trường này, đồng thời là tiền đề để phát triển thị phần sang Campuchia và các nước

Hình ảnh Nhà máy số 3:



Một số thiết bị máy móc của Nhà máy số 3:

TT	Máy	Số lượng	Ghi Chú	Hãng sản xuất
1	Máy cắt 2 đầu tự động	2	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
2	Máy cắt đa góc	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc

TT	Máy	Số lượng	Ghi Chú	Hãng sản xuất
3	Máy cắt nẹp kính	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
4	Máy cắt khung chữ “V”	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
5	Máy cắt đồ chữ “V”	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
6	Máy phay đầu đồ	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
7	Máy hàn tự động 4 điểm	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
8	Máy hàn 3 đầu	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
9	Máy hàn đa góc	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
10	Máy chép hình	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
11	Máy phay rãnh thoát nước	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
12	Máy phay lắp ốp	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
13	Máy làm sạch góc tự động	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
14	Máy làm sạch góc	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
15	Máy làm sạch chữ “V”	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc
16	Máy uốn vòm	1	Máy sản xuất cửa uPVC	Trung Quốc

7.3. Hoạt động Marketing

Hoạt động Marketing của Nhựa Đông Á trước đây được phụ trách bởi bộ phận kinh doanh của Công ty. Kể từ khi chuyển đổi sang hình thức Công ty cổ phần, bộ phận Marketing đã được tách ra, hoạt động độc lập như các phòng ban khác trong Công ty.

Hoạt động Marketing của công ty tập trung vào hai mảng chính là nghiên cứu thị trường và phát triển thương hiệu.

Hoạt động nghiên cứu thị trường:

Bộ phận phụ trách Marketing của Công ty đã tiến hành triển khai hoạt động nghiên cứu thị trường dưới nhiều hình thức khác nhau, cụ thể:

Tiến hành thu thập ý kiến người tiêu dùng thông qua đội ngũ nhân viên tiếp thị của Công ty và cửa hàng phân phối, tiếp nhận những thông tin phản hồi để cải tiến, hoàn thiện sản phẩm và nghiên cứu những sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng. Bên cạnh đó, việc thu thập thông tin từ các đại lý tiêu thụ và khách hàng giúp Công ty có những biện pháp quản lý hiệu quả hơn để đối phó với nạn hàng gian, hàng giả.

Tìm hiểu nhu cầu thị trường, khảo sát mức độ tin cậy của người tiêu dùng đối với sản phẩm của Công ty nhằm xây dựng thương hiệu Nhựa Đông Á ngày càng vững mạnh.

Các hoạt động nghiên cứu thị trường đã có những tác động rất tích cực đến chiến lược sản xuất kinh doanh của Công ty, góp phần không nhỏ đến sự tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận của Công ty trong những năm qua.

Các hoạt động nghiên cứu thị trường đã có những tác động rất tích cực đến chiến lược sản xuất kinh doanh của Công ty, góp phần không nhỏ đến sự tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận của Công ty trong những năm qua.

Hoạt động phát triển thương hiệu:

Công ty xây dựng và thiết kế một hệ thống nhận diện thương hiệu thống nhất cho toàn Tập đoàn.

Một số đặc trưng của Hệ thống nhận diện thương hiệu của Công ty:

Hình ảnh biểu trưng của Công ty:



Màu sắc chủ đạo của Công ty:

Biểu tượng mới sử dụng màu xanh dương chủ đạo với 2 tông màu đậm nhạt riêng biệt cho 2 phần biểu tượng hình và chữ, vừa cho thấy tính đồng bộ, vừa thể hiện sự kế thừa tiếp nối nhịp nhàng, lại vừa tượng trưng cho tính cách năng động, sáng tạo, trẻ trung, bản lĩnh, luôn hướng về phía trước và khát khao vươn tầm quốc tế của DAG.

Khẩu hiệu của Công ty:

Uy tín khởi nguồn từ chất lượng

Thể hiện mong muốn và cam kết tạo ra sản phẩm chất lượng tốt nhất và luôn vươn tới để hoàn thiện hơn nữa trong tương lai.

Định hướng nhân cách thương hiệu: Là một chuyên gia trong lĩnh vực sản phẩm cung cấp, có đặc điểm và tính cách:

- ✓ Có tay nghề cao (thông qua sản phẩm chất lượng, dịch vụ chuyên nghiệp)
- ✓ Năng động, sáng tạo (thông qua việc nắm bắt nhanh chóng các nhu cầu thị trường)
- ✓ Đa năng (thông qua sản phẩm đa dạng)
- ✓ Chuẩn mực (thông qua các tiêu chuẩn rõ ràng, minh bạch trong chính sách kinh doanh, tuân thủ pháp luật)
- ✓ Thân thiện gần gũi (thông qua mối quan hệ với khách hàng)
- ✓ Yêu thiên nhiên (thông qua việc chọn lựa màu sắc xanh lá non làm màu sắc đặc trưng cùng với việc tuân thủ quy định bảo vệ môi trường)

Giá trị cốt lõi của thương hiệu: Là những giá trị mà Công ty mang đến cho khách hàng, xã hội và cổ đông, đó là:

- ✓ Cung cấp những sản phẩm chất lượng tốt nhất với giá cả hợp lý nhất.
- ✓ Tăng giá trị cho sản phẩm bằng những dịch vụ hoàn hảo nhất
- ✓ Chú trọng lợi ích khách hàng, xây dựng và gìn giữ mối quan hệ lâu dài với khách hàng
- ✓ Minh bạch trong chính sách kinh doanh
- ✓ Tuân thủ quy định của pháp luật
- ✓ Tạo dựng môi trường làm việc tốt
- ✓ Luôn vận động, sáng tạo, cải tiến
- ✓ Luôn luôn phát triển bền vững

Phương hướng phát triển thương hiệu trong tương lai (Tầm nhìn thương hiệu): Là một thương hiệu mạnh được biết đến không chỉ trong nước mà cả trong khu vực và trên thế giới.

Các hoạt động quảng bá thương hiệu ra bên ngoài:

Công ty đã thực hiện các hoạt động quảng bá thương hiệu với những nội dung truyền thông gồm: Thông tin hệ thống nhận diện thương hiệu; giá trị cốt lõi, lời hứa và tầm nhìn thương hiệu; những điểm nổi bật của sản phẩm, dịch vụ cung cấp; việc tung sản phẩm mới, đầu tư chiều rộng hoặc chiều sâu; các chương trình xúc tiến bán hàng, v.v.

Công ty đã áp dụng nhiều biện pháp, phương tiện truyền thông, quảng bá khác nhau như: quảng cáo bằng các phương tiện quyền thông đại chúng, hoạt động giao lưu quan hệ quần chúng, tham gia các tổ chức Hiệp hội, tham gia Hội chợ triển lãm chuyên ngành ở trong và ngoài nước (hội chợ triển lãm Vietbuild, hội chợ ngành xây dựng,...), tham gia các Hội chợ phục vụ người tiêu dùng (Hội chợ Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao,...) và tham gia một số cuộc triển lãm do Thành phố Hà Nội tổ chức chào mừng các sự kiện của Thành phố.

Bên cạnh các hoạt động truyền thông quảng bá nhằm thu hút sự quan tâm của khách hàng, Công ty còn phối hợp thực hiện các hoạt động đưa hàng ra thị trường như: tiếp thị trực tiếp, quảng cáo ngay tại điểm phân phối, tổ chức sự kiện tung sản phẩm, triển khai các chương trình xúc tiến hỗ trợ bán hàng...

Các hoạt động xây dựng thương hiệu nội bộ và văn hóa doanh nghiệp:

Bên cạnh việc xây dựng thương hiệu ra bên ngoài, Công ty rất chú trọng đến việc xây dựng thương hiệu nội bộ và văn hóa doanh nghiệp thông qua các hình thức truyền thông trực tiếp và gián tiếp sao cho dấu ấn thương hiệu ghi đậm trong tâm tưởng của mỗi cá nhân và khiến cho tập thể nhân sự của Công ty thể hiện một cách tự nhiên những giá trị cốt lõi của thương hiệu.

7.3.1. Chiến lược sản phẩm:

Sản phẩm mang thương hiệu DAG đã được khẳng định về chất lượng đối với thị trường trong nước cũng như thị trường quốc tế. Công ty luôn giữ đúng phương châm "**Cung cấp sản phẩm chất lượng cao cấp, sản xuất theo tiêu chuẩn đã công bố**".

Tám ốp trần, nep trang trí là sản phẩm truyền thống mang lại doanh thu cao của Công ty trong suốt những năm 2001-2007. Tuy nhiên từ năm 2008 trở về đây, nhóm sản phẩm mới doanh thu luôn chiếm tỷ trọng lớn, công ty đặt mục tiêu giữ vững tốc độ tăng trưởng của dòng sản phẩm này. Để đạt được mục tiêu này, Công ty đã thực hiện tốt các giải pháp như: Đầu tư, mở rộng quy mô; cải tiến, nâng cao năng lực, công nghệ đối với nhóm sản phẩm mới; cải tiến mẫu mã, phát triển sản phẩm mới; nắm bắt và đáp ứng những nhu cầu mới nhất của khách hàng (trong các ngành trang trí nội ngoại thất, quảng cáo, xây dựng).

Hiện nay, Công ty đang chú trọng phát triển các sản phẩm mới như bạt Hi-Flex, thanh nhựa định hình Profile, tấm PP, Tấm nhôm Composit, tấm Mica - là những dòng sản phẩm có nhu cầu tăng trưởng cao nhất hiện nay trong ngành nhựa.

Sản phẩm Bạt Hi -Flex, tấm PP công nghiệp đã được Công ty đầu tư sản xuất từ hơn 7 năm qua và đã được chú trọng đầu tư trong vòng 3 năm gần đây bao gồm máy móc thiết bị, công nghệ, nhà xưởng và nguồn nhân lực. Với tốc độ phát triển hàng năm từ 25 – 30%, Công ty đặt mục tiêu là một trong 3 nhà cung cấp vật liệu quảng cáo hàng đầu tại Việt Nam.

Thanh nhựa định hình Profile là một trong những sản phẩm Mới và chủ lực của Công ty, có mặt trên thị trường Việt Nam từ năm 2007. Hiện nay Công ty đã đầu tư thêm thiết bị công nghệ và phát triển mẫu mã để có khả năng đáp ứng toàn diện cho các ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường, v.v. Công ty đặt mục tiêu giữ vững vị trí là nhà sản xuất Profile hàng đầu Việt Nam và vươn đến thị trường thế giới.

Cửa hợp kim nhôm và vách kính dựng Smartwindow cung cấp ra thị trường được sản xuất từ vật liệu nhôm cao cấp với độ kín khít cao. Hệ phụ kiện kim khí đồng bộ có đủ chức năng mở/quay lật, tải trọng nhẹ, cách âm và cách nhiệt tốt, đa dạng về chủng loại, có thể đáp ứng yêu cầu khắc khe về thiết kế và phù hợp với nhiều phong cách kiến trúc.

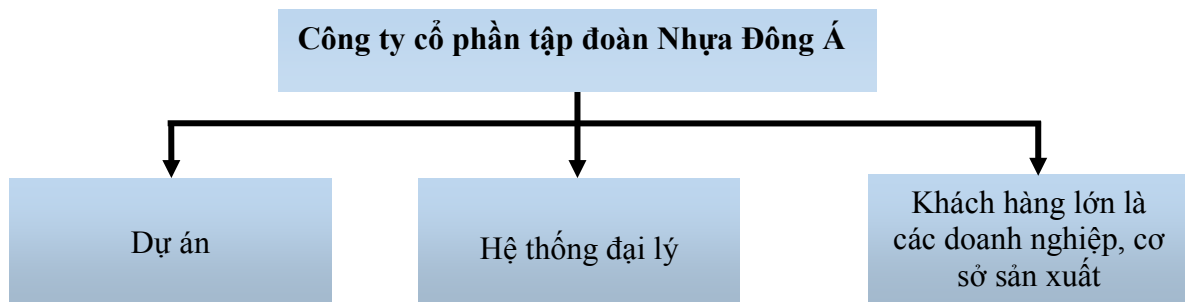
Cửa nhôm và vách kính lớn giúp kết nối và tạo tầm nhìn bao quát cho không gian, mang đến cảm giác gần gũi với thiên nhiên. Với các toà nhà cao tầng, việc sử dụng cửa nhôm và vách kính lớn chính là giải pháp lý tưởng nhất giúp tiết kiệm điện năng. Cửa nhôm với profile nhôm đã được xử lý bề mặt và sơn tĩnh điện với công nghệ tiên tiến sẽ có độ bền cao, luôn giữ được màu sắc và cấu trúc cửa nhôm ngay trong cả điều kiện thời tiết khắc nghiệt, lại rất thuận tiện cho việc bảo quản lau chùi bình thường là sáng đẹp như mới.

Một số sản phẩm mới khác của Công ty trong thời gian gần đây như: Tấm Nhôm - Composite, Tấm Mica,... cũng đã góp phần làm phong phú sản phẩm của Công ty và được thị trường đón nhận. Trong tương lai Công ty sẽ tiếp tục đưa ra những sản phẩm mới và cải tiến đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cao cấp của thị trường.

7.3.2. Hệ thống phân phối:

Hệ thống phân phối của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á mở rộng từ miền Bắc, miền Trung và miền Nam với hàng trăm đại lý, cửa hàng của DAG.

Sản phẩm của Công ty được tiêu thụ thông qua 3 kênh phân phối: (1) Trực tiếp các dự án; (2) Phân phối trực tiếp các nhà máy, xưởng lớn gia công sử dụng sản phẩm của DAG làm nguyên liệu sản xuất; (3) Hệ thống Đại lý/Cửa hàng: Cấp I, và cấp II



Tỉ lệ doanh thu theo từng kênh bán hàng đối với sản phẩm và chia làm các nhóm

Riêng đối với sản phẩm Profile:

Phân phối hệ thống Đại lý : 70%

Phân phối trực tiếp đến nhà sản xuất : 30%

Đối với sản phẩm Smartwindow:

Phân phối hệ thống Đại lý	: 10%
Phân phối qua bán lẻ	: 30%
Phân phối trực tiếp dự án	: 60 %

Các sản phẩm còn lại, Công ty đặt mục tiêu phát triển kênh phân phối qua đại lý / cửa hàng để đẩy mạnh phân phối đến từng khu vực thị trường trong cả nước.

Để thực hiện mục tiêu này, Công ty đã có chính sách ưu đãi thích hợp bằng các hình thức khác nhau cho các nhà phân phối, đại lý.

7.3.3. Chính sách giá:

Công ty rất thận trọng trong chính sách giá và luôn hướng đến mục tiêu lợi ích của khách hàng lâu dài, giữ vững uy tín để tạo sự tin cậy của khách hàng và san sẻ khó khăn của đại lý và khách hàng khi biến động tăng giá nguyên liệu. Mặt khác, do sự không ổn định và khó dự đoán của tình hình nguyên liệu nhựa, DAG rất thận trọng đề phòng trường hợp giá nguyên vật liệu xuống khi giá bán đã điều chỉnh tăng.

Về chiến lược giá cho sản phẩm xuất khẩu, phần lớn giá bán của Công ty mang tính cạnh tranh cao. Tuy nhiên, các sản phẩm của DAG đáp ứng được về chất lượng cũng như mẫu mã, tính tiện lợi và an toàn khi sử dụng của người tiêu dùng nên vẫn đảm bảo được sức cạnh tranh về giá sản phẩm.

Nhìn chung, giá sản phẩm của Công ty cạnh tranh so với các doanh nghiệp khác, tập trung vào mảng thị trường có thu nhập trung bình. Công ty tự đánh giá chất lượng sản phẩm của Công ty đảm bảo và giá thành rẻ hơn từ 5%-10% so với các sản phẩm sử dụng nguyên liệu nhập. Do đó, sản phẩm của Công ty có tính cạnh tranh tốt trên thị trường. Mặc dù vậy, Công ty không đưa ra kế hoạch giảm giá bán để cạnh tranh với các đối thủ mà thông qua việc tăng cường nâng cao chất lượng sản phẩm từ đó tăng cường được năng lực cạnh tranh của mình.

Với máy móc thiết bị được đầu tư, sản phẩm do Công ty sản xuất luôn đạt được các tiêu chuẩn về chất lượng và được người tiêu dùng đánh giá cao. Đồng thời, với việc chủ động được nguồn nguyên vật liệu thông qua việc dự trữ nguyên liệu, sản xuất bán thành phẩm, tiết kiệm tối đa những tiêu hao trong quy trình sản xuất, sản phẩm của Công ty luôn ổn định được giá bán trong điều kiện thị trường đang tăng giá.

7.3.4. Chiến lược xúc tiến:

Hình thức xúc tiến được Công ty áp dụng nhiều nhất là khuyến mãi áp dụng cho kênh khách hàng nhà phân phối, đại lý; được thực hiện với những biện pháp khác nhau tùy vào mặt hàng, mùa vụ, đối tượng khách hàng như: hoa hồng, chiết khấu cuối mùa vụ, tặng kèm hàng, v.v.

Các chương trình khuyến mãi cho người bán kết hợp với quảng bá thương hiệu tác động đến người tiêu dùng cuối cùng có tác động tương trợ để phục vụ cho công tác kinh doanh bán hàng của Công ty.

Công ty đã áp dụng các hoạt động để quảng bá thương hiệu, tăng cường uy tín của DAG trên thị trường. Bên cạnh việc tham gia quảng cáo sản phẩm trực tiếp trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài, kênh truyền hình, tổ chức gắn các bảng hiệu quảng cáo ngoài trời, Công ty cũng đẩy mạnh phát triển thương hiệu thông qua các hoạt động xã hội, văn hóa, tham gia giới thiệu sản phẩm tại các chương trình truyền hình như: Bản tin tài chính, Hãy chọn giá đúng, Đuổi hình bắt chữ, Thể thao...

Công ty cũng thực hiện giới thiệu sản phẩm và thương hiệu thông qua việc tham gia nhiều chương trình hội chợ thương mại trong nước và quốc tế, đặc biệt chú trọng đến các hội chợ hàng tiêu dùng như: Hội chợ Hàng Việt Nam chất lượng cao, Sao Vàng Đất Việt, Hội chợ VietBuild, Hội chợ Quốc tế hàng công nghiệp.

Ngoài ra, Công ty sử dụng trang web chính thức www.dag.com.vn, cùng các bảng hiệu, tấm áp phích như những công cụ quảng cáo thương hiệu “DAG - Uy tín khởi nguồn từ chất lượng”.

7.4. Nhãn hiệu thương mại, đăng ký phát minh sáng chế và bản quyền

- Biểu tượng logo của Công ty:



- Website của Công ty: www.dag.com.vn
- Mô tả logo:

Phần biểu tượng hình được thiết kế trên nền ý tưởng sáng tạo từ hình ảnh tổ ong với cấu trúc sắp xếp khoa học và bền vững, một nét đặc trưng của lĩnh vực xây dựng, kinh doanh vật liệu xây dựng – trang trí nội/ngoại thất mà DAG đang hoạt động. Bên trong tổ ong là sự kết hợp đăng đối và cân xứng các mảng khối được cách điệu khéo léo từ 3 ký tự D, A, G trong tên viết tắt của Công ty, cho thấy tính nhất quán, uy tín “trước sau như một” của doanh nghiệp trong đường lối chiến lược và văn hóa kinh doanh của mình.

Đặc biệt, phần cách điệu chữ A nằm ngay trọng tâm của cấu trúc tổ ong được thiết kế độc đáo, tạo thành một hình thoi năng động bên trong với 2 phần mũi tên nhắm theo 2 hướng trên và dưới đồng bộ với các mũi tên của hình tổ ong lớn bên ngoài, trở thành yếu tố nhấn mạnh sự đồng lòng của tập thể doanh nghiệp, cũng như tầm nhìn vĩ mô của doanh nghiệp, đó là: “Luôn phát triển mạnh mẽ trên cơ sở một nền tảng bền vững”. Đồng thời, các mũi tên hướng lên xuống cũng mang hàm ý, tất cả thành công của DAG đều được tạo dựng từ những sáng tạo không ngừng về công nghệ dựa trên những nghiên cứu chuyên sâu, bài bản, mang đến lợi ích cho cuộc sống.

Về màu sắc, biểu tượng mới sử dụng màu xanh dương chủ đạo kết hợp với 2 tông màu đậm nhạt riêng biệt cho 2 phần biểu tượng hình và chữ, vừa cho thấy sự đồng bộ, vừa thể hiện sự kế thừa tiếp nối nhịp nhàng, lại vừa tượng trưng cho tính cách năng động, sáng tạo, trẻ trung, bản lĩnh, luôn hướng về phía trước và khát khao vươn tầm quốc tế của DAG.

Logo của Công ty đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 223131 được cấp bởi Cục Sở hữu trí tuệ của Bộ Khoa học công nghệ theo Quyết định số 21889/QĐ-SHTT.

7.5. Trình độ công nghệ

Công ty Cổ phần Nhựa Đông Á là một trong những doanh nghiệp tiên phong trong ngành sản xuất nhựa, đặc biệt là các sản phẩm như Profile, tấm mica, bạt hiflex, tấm nhôm, tấm PP... Với công nghệ sản xuất hiện đại, Công ty có thể ứng dụng đa công nghệ vào quy trình sản xuất như cán, tráng, ép đùn, tráng ghép. Với sản phẩm profile uPVC phục vụ trong ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường, sản phẩm profilesản xuất trên dây truyền đồng bộ công nghệ Châu Âu ; Trộn điện tử, hệ thống cấp liệu tự động, dây chuyền đùn ép điều khiển PLC, CNC với công nghệ này DAG cho ra sản phẩm chất lượng và năng suất cao

So với hệ thống máy móc các doanh nghiệp cùng ngành, DAG sở hữu hệ thống máy móc thiết bị hiện đại nhất tại Việt Nam và thuộc loại tiên tiến so với các nước trong khu vực.

Một số hình ảnh về hệ thống thiết bị, công nghệ của Nhựa Đông Á:



Hệ thống dây chuyền sản xuất Tấm ốp trần



Hệ thống dây chuyền sản xuất Thanh Profile uPVC



Dây chuyền sản xuất Tấm PP (Danpla)



Hệ thống dây chuyền sản xuất Cửa nhựa và Cửa nhôm



Hệ thống dây chuyền sản xuất Bạt Hi-Flex



Hệ thống dây chuyền sản xuất Tấm Mica (PS)



Hệ thống dây chuyền sản xuất Tấm Nhôm – Composite (Alu-Composite)

7.6. Tình hình kiểm tra, kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á đã tiến hành áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001 - 2008 đối với tất cả các đơn vị trực thuộc Công ty. Toàn bộ quy trình sản xuất kinh doanh được quản lý chặt chẽ từ lúc đưa nguyên vật liệu vào đến lúc sản xuất ra sản phẩm và cung ứng cho khách hàng. Hàng năm Công ty đều tiến hành kiểm tra đánh giá

nội bộ và đưa ra giải pháp để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và quản lý cho cả hệ thống. Kết quả kiểm tra chất lượng trong 3 năm gần đây đều đạt yêu cầu Công ty đề ra.

Công ty cũng tăng cường công tác kiểm soát chất lượng vật tư đầu vào, thành phẩm xuất xưởng tại các nhà máy đối với toàn bộ sản phẩm cung cấp ra thị trường nhằm giữ vững tôn chỉ “Uy tín khởi nguồn từ chất lượng” của Công ty.

Bên cạnh đó, Công ty còn tổ chức vận hành hiệu quả các phòng kỹ thuật, phân tích tại các khu công nghiệp, chú trọng công tác tuyển dụng, đào tạo chuyên gia nội bộ, đánh giá nội bộ nhằm thường xuyên đổi mới và cải tạo năng lực sản xuất của máy móc thiết bị. Hệ thống hóa, chuẩn hóa quy trình quản lý, duy tu, sửa chữa, vận hành hệ thống máy móc máy móc tốt tại các nhà máy, coi đây là mấu chốt cho việc sản xuất thành phẩm đạt yêu cầu chất lượng.

Áp dụng và tuân thủ Hệ thống quản lý chất lượng:

Công ty hiện đang áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2008. Công ty cũng là một trong những đơn vị đầu tiên được chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng cho lĩnh vực sản xuất mặt hàng nhựa.

Công ty thực hiện và khai thác tối đa hiệu quả của hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm lượng ISO 9001: 2008. Việc duy trì và triển khai hệ thống quản lý chất lượng cho mỗi công đoạn từ khâu xử lý nguyên liệu, đến công đoạn sản xuất, đóng gói và phân phối thành phẩm như:

- Quy trình kiểm soát quá trình cung ứng nguyên liệu
- Quy trình kiểm nghiệm nguyên vật liệu
- Quy trình kiểm soát quá trình sản xuất sản phẩm;
- Quy trình kiểm tra chất lượng;
- Quy trình kiểm soát sản phẩm không phù hợp;
- Quy trình xử lý khiếu nại khách hàng...

Hệ thống máy móc thiết bị được kiểm tra thường xuyên, kịp thời xử lý, khắc phục những hư hỏng phát sinh nhằm đảm bảo cho hệ thống sản xuất luôn hoạt động tốt. Theo quy trình sản xuất, quy trình sản xuất khép kín từ khâu xử lý, phối trộn nguyên liệu, sản xuất, in ấn hoàn thiện và đóng gói sản phẩm được kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt từ người công nhân trực tiếp sản xuất cho đến đội ngũ quản lý chất lượng và đội ngũ đảm bảo chất lượng của Công ty qua 3 cấp độ: sản phẩm sẽ được kiểm tra bởi người công nhân trực tiếp sản xuất, tổ trưởng sản xuất và bộ phận kiểm soát chất lượng sản phẩm đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng Công ty đề ra với phương châm “***Luôn luôn tốt hơn***”.

Chất lượng dịch vụ

Đội ngũ kinh doanh và hỗ trợ của Công ty thấu hiểu rằng chất lượng dịch vụ sẽ tạo ra giá trị cộng tăng thêm cho sản phẩm mà Công ty đã cung cấp cho khách hàng và hỗ trợ tốt nhất cho việc kinh doanh.

Chất lượng dịch vụ của Công ty được thể hiện bằng thái độ phục vụ ân cần chu đáo, tác phong chuyên nghiệp, chuyên môn vững vàng và khả năng phục vụ khách hàng trong từng yêu cầu cụ thể như:

- Phục vụ bốc xếp, hỗ trợ vận chuyển, giao hàng tận nơi kể cả ngoài giờ hành chính.
- Đáp ứng yêu cầu của khách hàng về mẫu mã, quy cách, chủng loại sản phẩm.
- Hỗ trợ kiểm tra hàm lượng, công thức theo tiêu chuẩn xuất khẩu.
- Tư vấn hướng dẫn sử dụng, bảo quản sản phẩm.

- Phối hợp xử lý tình huống khi khách hàng gặp trở ngại trong quá trình sản xuất, sử dụng sản phẩm.

Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

Đối với hoạt động nghiên cứu phát triển, Công ty luôn chú trọng đến yếu tố con người lẫn công nghệ để phục vụ cho công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mang tính ứng dụng cao. Phòng nghiên cứu và phát triển DAG phụ trách công tác nghiên cứu tạo ra sản phẩm mới. Đồng thời, Công ty đã thiết lập Phòng thí nghiệm với đầy đủ trang thiết bị hiện đại để nghiên cứu các tính năng nguyên liệu để tạo ra những sản phẩm tối ưu nhất. Đây là một lợi thế nổi trội của Công ty Nhựa Đông Á so với các doanh nghiệp cùng ngành.

Hàng năm Công ty đưa ra thị trường khoảng 2 đến 3 sản phẩm mới với khả năng được thị trường chấp nhận rất cao.

7.7. Các hợp đồng đã và đang thực hiện^[BienLe4]

Bảng 15: Một số hợp đồng Công ty đã và đang thực hiện

- Đối với sản phẩm Cửa nhựa, cửa nhôm:

TT	Hợp đồng	Khách hàng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Trị giá hợp đồng (tỷ đồng)
1	Tòa nhà làm việc liên cơ quan cho các đơn vị thuộc Bộ Lao động thương binh và xã hội	Bộ Lao động – Thương Binh – Xã hội	03/2013	2013-2014	15
2	Khu Văn phòng & nhà ở cao cấp Vinaconex 1	Công ty cổ phần Xây dựng số 1 – Vinaconex 1	09/2011	2011-2014	27
3	Chung cư Mỹ Đình Plaza	Công ty cổ phần xây lắp Điện 1	06/2013	2013-2015	17
4	Trung tâm thương mại chợ Mơ	Công ty Cổ phần phát triển thương mại Vinaconex	08/2012	2013-2015	20
5	Tổ hợp nhà ở đa năng 28 tầng - Làng Quốc tế Thăng Long	Tổng công ty xây dựng Hà Nội	09/2010	2011-2013	32
6	TTTM- khách sạn - văn phòng- căn hộ cao cấp và bãi đậu xe ngầm Vincom - Khu A EDEN	Tập đoàn Vingroup	04/2012	2012-2013	7,5
7	Tòa nhà trụ sở, văn phòng, và căn hộ cao cấp cho thuê Licogi13	Công ty CP Licogi13	02/2012	2012-2014	24,5
8	Nhà ga T2 Nội Bài	Công ty CP đầu tư và xây dựng quốc tế Interserco; TCT Đầu	09/2014	2014-2015	1,7

TT	Hợp đồng	Khách hàng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Trị giá hợp đồng (tỷ đồng)
		tư phát triển hạ tầng đô thị Udic - Cty TNHH MTV			
9	Tòa nhà Viettel Ninh Thuận	Công ty CP đầu tư - xây dựng & KD nhà Sài Gòn	01/2012	2012-2013	4,1
10	Trụ sở công ty Bảo Việt Thanh Hóa	Công ty TNHH đầu tư XD và thương mại Bắc Nam	10/2013	2013-2015	1,1
11	Ký túc xã sinh viên trường ĐHQG TPHCM	Công ty CP xây dựng số 2 - Vinaconex 2	11/2011	2012-2013	1,3
12	Cụm nhà ở hỗn hợp chung cư kết hợp văn phòng dịch vụ tại lô đất N05 - KĐT Đông Nam Trần Duy Hưng	Cty CP đầu tư phát triển nhà và đô thị Vinaconex	11/2010	2012-2013	2,2

Nguồn: DAG

- Đối với sản phẩm Profile, Mica, PP, Alu, Fomex,....:

TT	Hợp đồng	Khách hàng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Trị giá hợp đồng (tỷ đồng/năm)
1	Cung cấp thanh Profile, Gioăng	Công ty TNHH liên doanh Shide Việt Nam	01/2014	2014-2015	72
2	Cung cấp mica	Công ty cổ phần đối tác vàng – DC	06/2014	2014-2015	35,76
3	Cung cấp mica	Công ty cổ phần thương mại và thiết bị điện Elec – Việt Nam	05/2914	2014-2015	19,2
4	Cung cấp mica	Công ty cổ phần Oppl Việt Nam	08/2014	2014-2015	25,2
5	Cung cấp thanh Profile, Gioăng	Công ty TNHH Đức Dũng Nguyên Tâm	01/2014	2014-2015	48
6	Cung cấp thanh Profile, Gioăng	Công ty Hoàng Tiến Đạt	01/2014	2014-2015	54
7	Cung cấp thanh Profile, Gioăng, nắp bịt đố	Công ty TNHH Thiên Thuận Tường	01/2014	2014-2015	60

TT	Hợp đồng	Khách hàng	Thời điểm ký kết	Thời gian thực hiện	Trị giá hợp đồng (tỷ đồng/năm)
	động				
8	Cung cấp bạt Hiflex	Đại lý Sỹ Nguyên-Việt Trì, Đại lý	02/2014	2014-2015	4,3
9	Cung cấp tấm PP	Công ty cổ phần Việt An	03/2014	2014-2015	2,4
10	Cung cấp tấm ốp trần, tấm PP	Công ty Bao Bì Bình Minh	02/2014	2014-2015	2,4
11	Cung cấp Fomex, tấm ốp trần	Đại lý Công – Hà Nội, Đại lý Đồng Hàn – Hà Nội	01/2014	2014-2015	2,1
12	Cung cấp Giấy dán kính, decal, simili	Đại lý A Phúc – Hà Nội, Đại lý Nhung Ngọc – TP. Vinh, Đại lý Quang Hương – Hà Nội	04/2014	2014-2015	2,2

Nguồn: DAG

8. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

8.1 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2013, 2014 và Quý I/2015

Bảng 16: Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

Chỉ tiêu	Năm 2013 (đồng)	Năm 2014 (đồng)	% tăng/ giảm của năm 2014 so với 2013	Quý I/2015
Tổng giá trị tài sản	695.089.002.930	794.460.219.140	14,03%	784.154.616.749
Doanh thu thuần	1.000.976.424.198	1.107.965.005.487	10,69%	272.661.547.960
Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	95.171.465.655	91.971.314.000	(3,36)%	23.073.601.292
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	29.931.499.775	31.285.023.140	4,52%	9.586.054.975
Lợi nhuận (lỗ) khác	578.195.826	1.485.161.547	156,86%	208.095.422
Lợi nhuận trước thuế	30.509.695.601	32.770.184.687	7,41%	9.794.150.397
Lợi nhuận sau thuế	26.764.532.297	29.565.078.784	10,46%	9.309.817.710
Tỷ lệ cổ tức (%/mệnh giá)	15% (*)	10% (**)	-	-

Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG

(*) Theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên số 01/2014/NQ-ĐHĐCĐ năm 2014 ngày 25/04/2014, Đại hội đã thông qua chi trả cổ tức cho năm 2013 là 15% trên mệnh giá. Trong đó trả cổ tức bằng tiền mặt tỷ lệ 10% mệnh giá và trả cổ tức bằng cổ phiếu là 5% mệnh giá.

(**) Theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên số 01/2015/NQ-ĐHĐCĐ năm 2015 ngày 21/04/2015, Đại hội đã thông qua chi trả cổ tức bằng cổ phiếu cho năm 2014 là 10% trên mệnh giá.

Doanh thu thuần từ hoạt động kinh doanh năm 2013 của Công ty tăng 12,03% so với năm 2012, tuy nhiên lợi nhuận gộp năm 2013 lại giảm 6,62% so với năm 2012. Nguyên nhân là do giá cả nguyên vật liệu đầu vào, đặc biệt là giá bột nhựa trong năm 2013 trên thị trường tăng cao, kéo theo giá vốn hàng bán tăng làm biên lợi nhuận năm 2013 giảm đi so với năm 2012. Tuy nhiên, năm 2013, mặt bằng lãi suất có xu hướng giảm, nên chi phí lãi vay của Công ty giảm đi đáng kể so với năm 2012. Đồng thời, việc kiểm soát chi phí hoạt động doanh nghiệp tốt giúp Công ty vẫn tăng trưởng tốt. Lợi nhuận năm 2013 tăng 12,02% so với năm 2012.

Trong năm 2014, doanh thu thuần và lợi nhuận sau thuế của Công ty tiếp tục có sự tăng trưởng ổn định, lần lượt đạt 1.107 tỷ đồng và 29,5 tỷ đồng, tăng 10,69% và 10,46% so với năm 2013.

8.2 Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm báo cáo:

▪ Những khó khăn:

- Về giá bán: Công ty đang tái cấu trúc và tiếp nhận công nghệ mới, cải tiến thường xuyên, chi phí sản xuất còn cao và năng suất chưa đạt đến mức tối ưu, bên cạnh đó các chi phí quảng bá, xây dựng thương hiệu cũng rất tốn kém, do vậy áp lực không nhỏ đến giá

bán sản phẩm của công ty.

- *Biến động về giá cả nguyên vật liệu nhựa:* Năm 2014, giá nguyên liệu nhựa chính, chủ yếu là hạt nhựa PVC, PP, PS, LDPE ... chiếm khoảng 72%-80% cơ cấu giá thành các loại sản phẩm biến động tăng trung bình 9 -12%/năm và thường xuyên biến động. Do đó, việc biến động tăng giá nguyên liệu làm cho giá vốn bán hàng tăng, ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận Công ty.
- *Hàng giả, hàng nhái:* Hiện nay trên thị trường xuất hiện nhiều mặt hàng chất lượng thấp, giá thành rẻ của các doanh nghiệp nhỏ lẻ khác tham gia cung cấp sản phẩm trên thị trường cũng như sản phẩm nhập lậu từ Trung Quốc. Mục tiêu của họ đơn giản chỉ là bám theo các sản phẩm đã ăn khách trên thị trường của DAG nên phần nào ảnh hưởng đến hoạt động của Công ty.

▪ **Tuy nhiên, bên cạnh những khó khăn cũng có những thuận lợi nhất định:**

- *Năng lực sản xuất:* Với hệ thống máy móc hiện đại, công suất lớn.
- *Hệ thống phân phối:* Công ty có thuận lợi là tại các khu vực tiêu thụ lớn như miền bắc, miền trung, TP Hồ Chí Minh và các tỉnh địa phương v..v đều có các cửa hàng, chi nhánh, các đại lý, các nhà phân phối lâu năm gắn bó, và các nhà sản xuất lớn đã tiêu thụ sản phẩm của công ty suốt thời gian qua, có quan hệ thương mại chặt chẽ với công ty.
- *Chất lượng:* Công ty được đánh giá và ưa chuộng bởi người tiêu thụ chủ yếu là do tính ổn định của chất lượng sản phẩm cung ứng, với tiêu chuẩn chất lượng theo ISO 9001: 2008 vượt trội hơn các doanh nghiệp khác chỉ quản lý theo mô.
- *Uy tín nhãn hiệu:* Công ty luôn có các hoạt động quảng bá thương hiệu, giữ vững uy tín nhãn hiệu và luôn quan tâm đến chất lượng sản phẩm và dịch vụ phục vụ khách hàng, khách hàng thường ưu tiên chọn lựa sử dụng hàng của DAG cho các nhu cầu của mình.
- *Lực lượng lao động:* Đội ngũ cán bộ có năng lực và công nhân lành nghề, có kinh nghiệm và năng lực trong nghề, gắn bó lâu năm với công ty cũng là một thế mạnh của công ty.
- *Chính sách vĩ mô:* Cơ hội từ việc thay đổi chính sách thương mại của các nước phát triển đối với thị trường Trung Quốc và việc điều chỉnh chính sách vĩ mô của nhà nước Trung Quốc. Việc các nước phát triển thay đổi chính sách thương mại, bãi bỏ ưu đãi dành cho Trung Quốc trong việc nhập khẩu hàng hóa (hiện vẫn đang áp dụng cho các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam) đã là cơ hội cho hàng hóa Việt Nam trong việc giảm áp lực về cạnh tranh về giá so với hàng Trung Quốc khi xuất khẩu vào các nước phát triển. Ngoài ra, việc điều chỉnh chính sách vĩ mô của nhà nước Trung Quốc như bãi bỏ hỗ trợ xuất khẩu, tăng chi phí lương cho người lao động đã ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm và làm giảm sức cạnh tranh về giá của sản phẩm Trung Quốc so với trước đây.

9. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành

9.1 Vị thế của công ty trong ngành

Trải qua hơn 10 năm hoạt động, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á đã xây dựng được thương hiệu và chỗ đứng trên thị trường cũng như dành được lợi thế cạnh tranh riêng. Xét về thị phần, Công ty là một trong những doanh nghiệp đứng đầu thị phần về các sản phẩm cửa nhựa uPVC, thanh profile... Cụ thể như sau:

▪ **Đối với các sản phẩm truyền thống:**

Các sản phẩm truyền thống như tấm ốp trần, tấm trần thả các loại, cửa nhựa tấm, cửa pano, cửa xếp... mang nhãn hiệu Đông Á được tiêu thụ và phân phối khắp cả nước. Đối với các sản phẩm này, Công ty được biết đến là doanh nghiệp uy tín số 1 với thị phần chiếm lĩnh khoảng 30-35% thị phần toàn quốc.

▪ **Đối với một số sản phẩm khác:**

- **Cửa nhựa uPVC có lõi thép gia cường:**

Hiện nay cả nước có khoảng 400 doanh nghiệp lắp ráp cửa nhựa uPVC. Trong đó, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á đứng thứ 2 về thị phần. Đặc biệt, với sản phẩm này, Công ty đã chủ động sản xuất được 02 nguyên liệu chính của sản phẩm là thanh profile và gioăng. Điều này giúp công ty giảm giá thành sản phẩm, tạo ưu thế cạnh tranh lớn so với các Công ty trong ngành.

- **Thanh Profile**

- ✓ Đây là nguyên liệu chính để lắp ráp cửa uPVC. Hiện nay nhu cầu tiêu thụ nội địa thanh profile khá lớn. Trong khi đó 95% sản phẩm phải nhập khẩu từ Trung Quốc. Hiện nay, Công ty đang dần chiếm lĩnh thị phần nhờ ưu thế cạnh tranh so với các sản phẩm từ Trung Quốc
- ✓ Công nghệ mà Công ty đang sử dụng là công nghệ đùn thanh profile của Đức- nước được coi là có công nghệ đùn thanh profile hiện nay.
- ✓ Lợi thế về chi phí vận chuyển, thuế xuất thuế nhập khẩu.

- **Tấm nhôm Composite:**

DAG đã đầu tư 3 dây chuyền sản xuất Tấm nhôm – Composite với công suất lên đến 720 ngàn tấn/ năm. Sản phẩm Tấm nhôm – composite được sản xuất theo công nghệ cán ép tiên tiến của Đài Loan, đạt tiêu chuẩn GB/T 17748-1999 với nhiều mẫu mã, kích thước và đa dạng màu sắc. Hiện nay, Công ty đang chiếm lĩnh thị phần khu vực miền Bắc nhờ ưu thế chất lượng của sản phẩm.

- **Tấm Mica:**

Dựa trên năng lực sẵn có với vai trò là nhà sản xuất vật liệu quảng cáo hàng đầu Việt Nam, năm 2012, bằng nội lực cộng với sự nghiên cứu kỹ nhu cầu thị trường, đồng thời để mở rộng quy mô kinh doanh và đa dạng hóa sản phẩm, DAG quyết định đầu tư dây chuyền sản xuất tấm Mica Polystyrene nhựa tổng hợp với tổng mức đầu tư lên tới 30 tỷ đồng, công suất 2000 tấn/năm và đã sản xuất thành công trong nước Tấm Mica DAG. Với quyết định đó, DAG đã đi đầu trong sản xuất và đến nay đứng thứ nhất về thị phần tại miền Bắc.

- **Tấm nhựa PP công nghiệp:**

Toàn thị trường có khoảng 04 doanh nghiệp Việt Nam cung cấp sản phẩm này. Trong đó Công ty chiếm thị phần chủ yếu ở Miền Bắc.

- **Bạt Hiflex:**

Đối thủ cạnh tranh chính của Công ty là các doanh nghiệp Trung Quốc. Nhưng với lợi thế về hệ thống phân phối và những mối quan hệ sẵn có. Công ty đang chiếm dần thị phần của Trung Quốc.

Ngoài ra, nắm bắt được nhu cầu thị trường, Công ty cũng nhập khẩu một số vật liệu phục vụ quảng cáo như Simili, Đè can, Giấy dán kính, Mica, Fomex có xuất xứ Trung Quốc, Đài Loan với số lượng lớn và chiếm thị phần lớn tại miền Bắc.

Một số các công trình sử dụng cửa nhựa uPVC mang nhãn hiệu Smartwindow của Công ty:



Tháp đôi Mỹ Đình



Làng Quốc Tế Thăng Long



Vinaconex 1



Ecopark Hưng Yên



Tòa nhà N05



Licogi 13

Bảng 17: Bảng so sánh chỉ số tài chính với một số Công ty khác trong ngành:

Mã CK	Tên Công ty	EPS 2014 VND	Giá trị sổ sách (VND)	Hệ số thanh toán hiện thời	Vòng quay vốn lưu động	Vòng quay hàng tồn kho	ROE	ROA	Tổng nợ/ VCSH
DNP	CTCP Nhựa Đồng Nai	6.694	32.319	1,11	21,79	6,21	22,78%	6,54%	2,76
TPC	CTCP Nhựa Tân Đại Hưng	552	14.416	1,72	2,74	4,03	3,77%	1,79%	1,12
TPP	CTCP Nhựa Tân Phú	2.226	14.855	1,13	27,32	4,21	15,6%	3,93%	3,24
RDP	CTCP Nhựa	1.760	17.151	0,98	190,50	4,33	10,06%	3,4%	2,05

Mã CK	Tên Công ty	EPS 2014 VND	Giá trị sổ sách (VND)	Hệ số thanh toán hiện thời	Vòng quay vốn lưu động	Vòng quay hàng tồn kho	ROE	ROA	Tổng nợ/ VCSH
	Rạng Đông								
SPP	CTCP Bao Bì Nhựa Sài Gòn	710	19.167	1,19	8,19	1,99	3,71%	1,16%	2,2
Trung bình		2.388	19.582	1,23	50,11	4,15	11,18%	3,36%	2,27
DAG	CTCP Tập đoàn Nhựa Đông Á	2.150	13.791	1,12	16,43	2,76	16,1%	3,97%	3,18

Nguồn: MBS tổng hợp

9.2 Triển vọng phát triển của ngành

Ngành nhựa là một ngành thiết thực gắn liền với đời sống. Sản phẩm ngành nhựa với đặc tính nhẹ, chịu lực tốt, phù hợp với nhiều điều kiện môi trường và khí hậu khác nhau, với giá thành hợp lý nên được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau như: Nông nghiệp, công nghiệp, vật liệu xây dựng, bưu chính, viễn thông... Do đó, sự phát triển của ngành nhựa gắn liền với sự phát triển của nền kinh tế.

Theo Hiệp hội nhựa Việt Nam, ước tính lượng nhựa tiêu thụ bình quân đầu người sẽ tăng từ 30 kg/người trong năm 2012 lên 55 kg năm 2015. So với mức bình quân 37kg/người trong năm 2012 trên thế giới và mức 120 kg/người tại Hoa Kỳ hay châu Âu, thì lượng tiêu thụ nhựa bình quân đầu người của Việt Nam vẫn còn thấp, do đó ngành nhựa vẫn còn nhiều tiềm năng phát triển.

Đặc biệt, trong bối cảnh tỷ lệ đô thị hóa của Việt Nam ngày càng cao, các sản phẩm vật liệu nhựa xây dựng với đặc tính thẩm mỹ cao, hiện đại, tiện lợi với chất lượng tốt đang dần được ưa chuộng thay thế các vật liệu truyền thống khác.

Hơn nữa, theo quy hoạch phát triển ngành nhựa Việt Nam đến năm 2020 của Bộ Công thương, ngành nhựa Việt Nam sẽ phát triển thành một ngành kinh tế mạnh, sử dụng tối đa nguyên liệu sản xuất trong nước, sử dụng công nghệ vật liệu mới, phát triển sản xuất các sản phẩm chất lượng cao, đa dạng hóa về chủng loại, mẫu mã, nâng cao khả năng cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu trong nước và tăng sản lượng xuất khẩu, tăng nguồn thu cho ngân sách, hội nhập vững chắc vào kinh tế khu vực và thế giới. Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia sản xuất các sản phẩm nhựa chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Như vậy, ngành nhựa nói chung và ngành nhựa phân khúc nhựa vật liệu xây dựng nói riêng đang có rất nhiều tiềm năng phát triển.

Với uy tín và thương hiệu đã được xây dựng trong thời gian qua, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á sẽ tiếp tục đẩy mạnh đa dạng hóa chủng loại và mẫu mã sản phẩm, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, Công ty sẽ tăng cường khai thác thị trường tại địa bàn vùng nông thôn, nơi trong những năm gần đây nhu cầu xây dựng ngày càng tăng trong khi người dân chưa tiếp cận rộng rãi đối với các loại sản phẩm của Công ty. Việc đầu tư đẩy mạnh công tác tiếp thị và mở rộng kênh phân phối trên địa bàn cả nước cũng là một chiến lược của Công ty.

Mặc dù chịu ảnh hưởng từ sự suy thoái kinh tế toàn cầu nhưng với chiến lược phát triển đã đề ra và với năng lực cạnh tranh đã được khẳng định, Công ty có nhiều điều kiện thuận lợi để phát

triển trong thời gian tới. Vì vậy, định hướng phát triển của Công ty là hoàn toàn phù hợp với định hướng phát triển của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung của thế giới.

Về thị trường tiêu thụ sản phẩm, theo thống kê của Bộ Công Thương, hiện nay nước ta có khoảng 2.000 doanh nghiệp hoạt động sản xuất – kinh doanh trong ngành nhựa trải dài từ Bắc vào Nam và tập trung chủ yếu ở Tp.Hồ Chí Minh. Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á là một trong những thương hiệu uy tín trong ngành nhựa Việt Nam. Với thời gian hơn 10 năm trong ngành, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á chiếm được thị phần lớn, Thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần Nhựa Đông Á hiện nay chủ yếu là thị trường nội địa, tập trung tại khu vực phía Bắc và miền Trung. Khách hàng của Nhựa Đông Á chủ yếu là các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực phân phối, lĩnh vực sản xuất cửa nhựa, xây dựng... cùng với hệ thống phân phối phủ khắp các tỉnh thành trong cả nước.

Đầu tư nước ngoài vào ngành nhựa tại các khu vực phía Nam cũng phát triển mạnh. Điều này thể hiện các điều kiện cũng như cơ chế khuyến khích đầu tư phát triển sản xuất tại phía Nam có nhiều thuận lợi và thông thoáng hơn. Tuy nhiên, sự phát triển quá chênh lệch tại các vùng lãnh thổ cũng gây lãng phí và bất hợp lý về thị trường cũng như về chi phí giao thông.

9.3 Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung của thế giới

Theo quy hoạch phát triển ngành nhựa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025 của Bộ Công Thương, mục tiêu tổng quát của quy hoạch là phát triển ngành nhựa Việt Nam thành ngành công nghiệp tiên tiến, sản xuất được những sản phẩm chất lượng cao, đa dạng hóa về chủng loại, mẫu mã, có tính cạnh tranh cao, thân thiện với môi trường, đáp ứng phần lớn nhu cầu của thị trường trong nước, có khả năng xuất khẩu những sản phẩm có giá trị gia tăng cao với sản lượng ngày càng cao. Theo đó, năm 2015 phấn đấu giá trị sản xuất công nghiệp ngành nhựa đạt 78.500 tỷ đồng, năm 2020 đạt 181.577 tỷ đồng và tới năm 2025 là 390.000 tỷ đồng.

Tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất công nghiệp ngành nhựa đạt 12,11% trong giai đoạn 2016-2020, và 10,81% với giai đoạn 2021-2025.

Quy hoạch ngành nhựa còn nhằm chuyển dịch cơ cấu nhóm sản phẩm nhựa theo hướng giảm tỷ trọng các nhóm sản phẩm nhựa bao bì và nhựa gia dụng, tăng dần tỷ trọng nhóm nhựa vật liệu xây dựng và nhựa kỹ thuật.

Với uy tín, thương hiệu 13 năm hoạt động, Công ty chủ trương tạo ra các sản phẩm với chất lượng tốt, hợp với xu hướng người tiêu dùng cũng như xu hướng của thế giới.

Cùng với chủ trương quan tâm và tạo điều kiện đầu tư của Nhà nước vào ngành nhựa nói riêng và ngành nhựa vật liệu xây dựng nói chung, hoạt động của Công ty được đánh giá là phù hợp với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu hướng chung của Thế giới.

10. Chính sách đối với người lao động

10.1 Tình hình lao động

Chất lượng nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự phát triển của Công ty, vì vậy Công ty luôn đặt mục tiêu xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp lên hàng đầu trong chiến lược phát triển của mình. Tính đến thời điểm 31/03/2015, tổng số lao động trong Công ty là 500 người. Cơ cấu lao động cụ thể như sau:

Bảng 18: Tình hình lao động trong Công ty [BienLe5]

Loại lao động	Số lượng(người)
Phân theo giới tính	500

Loại lao động	Số lượng(người)
- Nam	410
- Nữ	90
Phân theo trình độ học vấn	500
- Trình độ đại học và trên đại học	57
- Trình độ cao đẳng và trung cấp	42
- Đối tượng khác	401

(Nguồn: DAG)

10.2 Chế độ làm việc

- Thời gian làm việc: Với cán bộ văn phòng và các bộ phận không trực tiếp sản xuất Công ty tổ chức làm việc 8h/ngày, 5,5 ngày/tuần, nghỉ trưa 1h. Thời gian làm việc của các xưởng sản xuất trực tiếp là cả 7 ngày trong tuần, 24h mỗi ngày, được chia thành 03 ca (ca 1 từ 6h sáng đến 14h, ca 2 từ 14h tối đến 22h, ca 3 từ 22h đến 6h). Khi có yêu cầu về tiến độ sản xuất kinh doanh thì nhân viên Công ty có thể làm thêm giờ và Công ty có những quy định đảm bảo quyền lợi cho người lao động theo quy định của Nhà nước và có những đãi ngộ thỏa đáng theo quy định của Pháp luật;
- Tất cả CBCNV đều được nghỉ phép năm theo chế độ của nhà nước hiện hành và được xét lên lương khi đến kỳ hạn hoặc có thành tích xuất sắc;
- Điều kiện làm việc: Công ty cung cấp đầy đủ trang thiết bị làm việc cho CBCNV. Đối với lực lượng lao động trực tiếp, Công ty trang bị đầy đủ phương tiện bảo hộ lao động và luôn tuân thủ nghiêm ngặt các nguyên tắc về an toàn lao động.

10.3 Chính sách tuyển dụng, đào tạo

- Tuyển dụng: Công ty ưu tiên tuyển dụng những lao động trẻ, có trình độ học vấn cao để Công ty đào tạo trong chương trình cán bộ nguồn nhằm đáp ứng cho nhu cầu liên tục phát triển và mở rộng quy mô Công ty, cũng như tăng cường cho các nhà máy, chi nhánh mới.
 - Việc tuyển dụng được Công ty thông báo rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng như website Công ty, báo đài, cơ quan giới thiệu việc làm...
 - Thu hút những người có kinh nghiệm trong ngành, nhiệt tình, có trách nhiệm, ham học hỏi, biết sáng tạo. Ưu tiên những người có khả năng phân tích tổng hợp, xử lý tình huống và quản trị công việc tốt.
 - Đối với công nhân, ưu tiên tuyển dụng lao động trẻ, năng động để đào tạo thành công nhân kỹ thuật lành nghề. Điều này góp phần ổn định lực lượng công nhân đông đảo của Công ty.
 - Đào tạo nội bộ, trong nước và cử đi học ở nước ngoài.
 - Chính sách và chỉ tiêu tuyển dụng và đào tạo nhân lực được Công ty lên kế hoạch từ đầu năm hoặc tuyển dụng đào tạo phát sinh theo nhu cầu đột xuất của công việc.
- Đào tạo và huấn luyện:
 - Với mục tiêu đào tạo đội ngũ CBCNV lành nghề, giỏi quản lý, hàng năm Công ty điều trích ra một khoản chi phí cho công tác đào tạo. Số tiền này được Công ty dùng để hỗ trợ cho

CBCNV tham gia các khóa đào tạo về nghiệp vụ, ngoại ngữ, tham quan học hỏi công nghệ mới ở nước ngoài nhằm nâng cao trình độ ...

- Chính sách đào tạo luôn được duy trì nhằm nâng cao trình độ chuyên môn cho CBCNV và tạo nguồn nhân lực bổ sung vào các vị trí chủ chốt trong Công ty.
- Ngoài ra công ty cũng có chính sách hỗ trợ từ 50-100% kinh phí cho các trường hợp từ đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng liên quan được Công ty phê duyệt

10.4 Chính sách lương, thưởng và phúc lợi

▪ Chính sách lương:

- Hệ thống lương của Công ty được xây dựng dựa vào nguyên tắc công bằng trên cơ sở đánh giá một cách toàn diện trình độ, năng lực, kinh nghiệm, thâm niên và chủ yếu là dựa vào hiệu quả công việc. Hệ thống này cũng đảm bảo tuân thủ những quy định về chế độ tiền lương của Nhà nước. Việc tăng lương được xem xét, đánh giá hàng tháng dựa trên hiệu quả công việc của từng lao động trong Công ty.
- Mức lương tại Công ty cao hơn so với các công ty đồng ngành. Mức lương bình quân của CBCNV Công ty đạt 5.000.000 đồng/người/tháng năm 2013; 5.500.000 đồng/người/tháng năm 2014 và 5.500.000 đồng/người/tháng Quý I/2015. Công ty áp dụng chính sách tiền lương theo năng suất và hiệu quả làm việc của từng nhân viên.

▪ Chính sách thưởng:

- Công ty có chính sách thưởng phạt thỏa đáng, công bằng và phân minh cho người lao động nhằm khuyến khích người lao động cống hiến cho sự phát triển của Công ty và xây dựng một tổ chức phát triển vững mạnh.
- Áp dụng chương trình cổ phiếu thưởng ESOP (Employee Stock Ownership Plan - Kế hoạch cho người lao động sở hữu cổ phần) từ năm 2007, tạo cơ hội cho người lao động gắn kết với lợi ích chung của Công ty cũng như sự nỗ lực phấn đấu, cống hiến của từng cá nhân cho sự phát triển chung của Công ty.
- Áp dụng khen thưởng đột xuất cho các cá nhân/tập thể hoàn thành nhiệm vụ ở mức sáng tạo cao hoặc có sáng kiến cải tiến kỹ thuật – quản lý để làm tăng cao hiệu suất trong công việc.
- Áp dụng khen thưởng khi cá nhân/tập thể đạt hoặc vượt một số chỉ tiêu quan trọng do BGD đề ra.
- Tùy thuộc vào kết quả kinh doanh, Công ty còn có thưởng thêm cho CBCNV vào các dịp lễ, tết. Ngoài ra, hàng năm Công ty còn trích một phần lợi nhuận để giúp đỡ những cán bộ công nhân viên gặp hoàn cảnh khó khăn và có các chế độ ưu đãi về nhà ở cho tất cả CBCNV Công ty.

▪ Phúc lợi:

- Nộp đầy đủ các loại bảo hiểm xã hội và y tế cho CBCNV theo Quy định của Nhà nước.
- Nộp bảo hiểm tai nạn cho CBCNV.
- Thành lập Công đoàn để bảo vệ quyền lợi cho người lao động.
- Tổ chức vui chơi giải trí cho toàn thể CBCNV như hội thao, văn nghệ trong các dịp lễ quốc gia và lễ của Công ty.
- Tổ chức đi du lịch xa cho toàn thể CBCNV và gia đình ít nhất 1 lần/năm.
- Và một số trợ cấp, phúc lợi khác theo Luật Lao động Việt Nam và Quy chế nhân viên của Công ty.

11. Chính sách cổ tức

Căn cứ theo quy định của Luật Doanh nghiệp, Điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty đã được Đại hội đồng cổ đông thông qua, chính sách phân phối cổ tức do Hội đồng quản trị đề nghị và Đại hội đồng cổ đông quyết định như sau:

- Công ty chỉ được chi trả cho cổ đông khi công ty kinh doanh có lãi và đã hoàn thành nghĩa vụ nộp thuế và các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của pháp luật.
- Cổ đông được chia cổ tức tương đương với phần vốn góp và tùy theo đặc điểm tình hình kinh doanh theo quyết định của Đại hội đồng cổ đông.
- Tỷ lệ cổ tức sẽ được Đại hội đồng cổ đông quyết định dựa trên đề xuất của Hội đồng quản trị, với căn cứ là kết quả hoạt động kinh doanh của năm hoạt động và phương án hoạt động kinh doanh của các năm tới.

Mặc dù nền kinh tế gặp nhiều khó khăn, nhưng Công ty vẫn hoạt động kinh doanh có lãi và chi trả cổ tức đều đặn cho cổ đông.

Năm 2011, Công ty trả cổ tức bằng cổ phiếu tỷ lệ 10% mệnh giá.

Năm 2012, Công ty trả cổ tức 13,9% bằng tiền mặt.

Năm 2013, theo Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên số 01/2014/NQ-ĐHĐCĐ ngày 25/04/2014, Công ty chi trả cổ tức cho năm 2013 là 15% trên mệnh giá, trong đó trả cổ tức bằng tiền mặt tỷ lệ 10% mệnh giá và trả cổ tức bằng cổ phiếu là 5% mệnh giá.

Năm 2014, theo Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên số 01/2015/NQ-ĐHĐCĐ năm 2015 ngày 21/04/2015, Đại hội đã thông qua chi trả cổ tức bằng cổ phiếu cho năm 2014 là 10% trên mệnh giá.

12. Tình hình hoạt động tài chính

12.1 Các chỉ tiêu cơ bản

❖ **Báo cáo về vốn điều lệ, vốn kinh doanh và tình hình sử dụng vốn điều lệ, vốn kinh doanh**

Từ khi chuyển đổi sang hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần từ năm 2006 tới nay, vốn điều lệ của Công ty đã tăng từ 58 tỷ đồng lên 137.5 tỷ đồng nhằm đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty thông qua việc đầu tư máy móc thiết bị, nhà xưởng và bổ sung vốn lưu động của Công ty. Ngoài ra, cũng trong năm 2012, Công ty đã tăng vốn kinh doanh thông qua việc chào bán riêng lẻ trái phiếu chuyển đổi với giá trị 53,5 tỷ đồng. Hiện Công ty đã sử dụng số vốn thu được từ việc phát hành trái phiếu chuyển đổi này để đầu tư tăng năng lực sản xuất sản phẩm thanh Profile lên ít nhất 2 lần khả năng hiện có. Đây là một trong ba sản phẩm sản xuất ra của “Dự án mở rộng năng lực và đầu tư mới nhà máy sản xuất của DAG tại Khu công nghiệp Châu Sơn - Phú Lý - Hà Nam”. Năm 2015, Công ty đã tăng vốn kinh doanh lên 190 tỷ thông qua việc trả cổ tức bằng cổ phiếu phát hành cổ phiếu phổ thông cho cổ đông hiện hữu và cổ đông chiến lược. Công ty đã sử dụng nguồn vốn tăng này để đầu tư vào Dự án Nhà máy sản xuất Thanh uPVC Profile (giai đoạn 1) và bổ sung nguồn vốn lưu động.

Tính tới thời điểm 31/12/2014, tổng mức vốn kinh doanh của Công ty là 794.460.219.140 đồng, tăng 14,30 % so với thời điểm cuối năm 2013, trong đó nợ phải trả là 604.834.706.561 đồng. Việc tăng vốn điều lệ và vốn kinh doanh trong những năm gần đây đã góp phần đem lại hiệu quả cho hoạt động sản xuất kinh doanh, cụ thể là đẩy mạnh doanh thu cho các lĩnh vực hoạt động của Công ty (doanh thu thuần năm 2014 và năm 2013 tăng trưởng lần lượt 24,01% và 12,03% so với năm 2013 và năm 2012), đồng thời mang lại nguồn lợi nhuận đáng kể trong những năm gần đây

(lợi nhuận sau thuế năm 2014 và năm 2013 tăng trưởng lần lượt 23,75% và 12,02% so với năm 2013 và năm 2012)

Bảng 19: Cơ cấu vốn kinh doanh

Chỉ tiêu	31/12/2013 (đồng)	31/12/2014 (đồng)	31/03/2015 (đồng)
Tổng vốn kinh doanh	695.089.002.930	794.460.219.140	784.154.616.749
Nợ phải trả	517.449.072.465	604.834.706.561	586.920.645.999
Vốn chủ sở hữu	177.639.930.465	189.625.512.579	197.233.970.750
Vốn điều lệ	137.500.000.000	137.500.000.000	137.500.000.000

Nguồn: DAG

❖ **Trích khấu hao tài sản**

Tài sản cố định được phản ánh theo nguyên giá và khấu hao lũy kế:

- Nguyên giá tài sản cố định được phản ánh theo giá trị thực tế.
- Tài sản cố định hữu hình được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính phù hợp với tỷ lệ khấu hao quy định tại Quyết định số 15/2006/QĐ-BTC ngày 20/03/2006 và thông tư số 45/2013/TT-BTC ngày 25/04/2013 về việc hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng và trích khấu hao tài sản cố định của Bộ Tài chính. Cụ thể:

Bảng 20: Thời gian khấu hao tài sản cố định

Nhóm tài sản cố định	Số năm khấu hao
Nhà cửa vật kiến trúc	25 năm
Máy móc thiết bị	03-7,5 năm
Phương tiện vận tải, thiết bị truyền dẫn	07 năm
Thiết bị dụng cụ quản lý	04-05 năm

Nguồn: DAG

❖ **Mức lương bình quân:**

Bảng 21: Mức lương bình quân

Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Quý I/2015
Mức lương bình quân (triệu VND/người/tháng)	5	5,5	5,5

Nguồn: DAG

Thu nhập bình quân hàng tháng của người lao động tăng trưởng đều qua các năm và ở mức tương đối cao so với các doanh nghiệp cùng ngành.

❖ **Thanh toán các khoản nợ đến hạn:**

Công ty luôn thực hiện tốt các khoản nợ đến hạn. Căn cứ vào báo cáo tài chính kiểm toán 2014, Công ty đã thanh toán đúng hạn và đầy đủ các khoản nợ.

❖ **Các khoản phải nộp theo luật định:**

Bảng 22: Các khoản phải nộp theo luật định

Chỉ tiêu	31/12/2013 (đồng)	31/12/2014 (đồng)	31/03/2015 (đồng)
Thuế giá trị gia tăng đầu ra	1.043.083.963	1.023.904.833	966.948.227
Thuế GTGT hàng nhập khẩu	-	19.023.954	-
Thuế xuất khẩu, nhập khẩu	-	19.759.349	-
Thuế thu nhập doanh nghiệp	5.855.294.748	3.082.502.951	3.736.790.463
Thuế thu nhập cá nhân	1.156.514.762	663.134.347	606.408.678
Thuế khác	1.602.078.012	2.592.081.325	2.262.612.960
Tổng cộng	9.656.971.485	7.400.406.759	7.972.760.328

Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG

Công ty luôn thực hiện nghiêm túc việc thanh toán các khoản phải nộp theo luật định đúng quy định của Nhà nước.

❖ **Trích lập các quỹ theo luật định**

Bảng 23: Trích lập các quỹ theo luật định

Chỉ tiêu	31/12/2013 (đồng)	31/12/2014 (đồng)	31/03/2015 (đồng)
Quỹ khen thưởng phúc lợi	146.977.207	950.770.421	950.770.421
Quỹ đầu tư phát triển	4.640.253.294	6.721.537.760	6.721.537.760
Quỹ hỗ trợ sắp xếp doanh nghiệp	4.529.169.197	6,610,453,663	6,610,453,663
Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	2.944.140.883	4, 160,836,658	4, 160,836,658
Tổng cộng	12.260.540.581	18.443.598.502	18.443.598.502

Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG

❖ **Tình hình công nợ hiện nay**

- Các khoản phải thu

Bảng 24: Các khoản phải thu

Chỉ tiêu	31/12/2013 (đồng)	31/12/2014 (đồng)	31/03/2015 (đồng)
Các khoản phải thu ngắn hạn	154.975.783.083	157.878.474.746	181.302.438.212
Phải thu của khách hàng	106.804.451.402	124.075.092.109	143.124.010.574
Trả trước cho người bán	46.626.149.373	32.466.294.049	36.059.867.279
Các khoản phải thu khác	4.168.920.635	4.092.829.357	4.874.301.128
Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	(2.623.738.327)	(2.755.740.769)	(2.755.740.769)
Các khoản phải thu dài hạn	-	-	-

Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG

Công ty luôn kiểm soát các khoản phải thu một cách chặt chẽ. Khả năng thanh toán của khách hàng luôn được đánh giá và kiểm tra. Do vậy, các khoản phải thu của Công ty đều đảm bảo được khả năng thu hồi.

- Các khoản phải trả

Bảng 25: Các khoản phải trả

ST T	Chỉ tiêu	31/12/2013 (đồng)	31/12/2014 (đồng)	31/03/2015 (đồng)
I	Nợ ngắn hạn	434.570.951.147	534.211.232.460	517.303.238.476
1	Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	283.633.438.854	310.262.645.148	317.067.846.355
2	Phải trả người bán	54.911.823.335	135.926.624.609	133.116.474.193
3	Người mua trả tiền trước	61.166.610.422	47.888.809.920	25.448.709.325
4	Thuế và các khoản phải nộp NN	9.656.971.485	7.400.406.759	7.972.760.328
5	Phải trả người lao động	2.041.394.801	1.569.920.150	1.008.378.883
6	Chi phí phải trả	2.479.039.331	2.748.598.122	2.745.201.622
7	Các khoản phải trả, phải nộp khác	20.534.695.712	27.463.457.331	28.993.097.349
8	Quỹ khen thưởng phúc lợi	146.977.207	950.770.421	950.770.421
II	Nợ dài hạn	82.878.121.318	70.623.474.101	69.617.407.523

ST T	Chỉ tiêu	31/12/2013 (đồng)	31/12/2014 (đồng)	31/03/2015 (đồng)
1	Phải trả dài hạn khác	105.000.000	105.000.000	-
2	Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	29.207.225.591	70.407.123.829	16.006.057.251
3	Trái phiếu chuyển đổi	53.500.000.000	53.500.000.000	53.500.000.000
4	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	-	-	-
5	Doanh thu chưa thực hiện	65.895.727	111.350.272	111.350.272
Tổng cộng		517.449.072.465	604.834.706.561	586.920.645.999

Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG

- Chi tiết các khoản vay của Công ty đến thời điểm 31/03/2015

Bảng 26: Chi tiết các khoản vay của Công ty đến thời điểm 31/03/2015^[BienLe6]

Đối tượng cho vay	Mục đích vay	Số tiền vay (VND)	Thời hạn vay (tháng)	Lãi suất vay %/năm
Vay ngắn hạn		317.067.846.355		
1. Ngân hàng TMCP Quân Đội	Bổ sung vốn lưu động, phục vụ sản xuất kinh doanh	58.699.482.250	6	8,5%
2. Ngân hàng TMCP Ngoại thương VN		180.029.815.198	6	7,8-8%
3. Ngân hàng TNHH MTV Shinhanbank VN		9.897.950.843	6	8,6-8,9%
4. Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng		68.440.598.064	6	6,25%
Vay trung dài hạn+ nợ dài hạn		69.506.057.251		
1. Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Tây Hồ (VND)	Đầu tư, mua sắm máy móc thiết bị, xây dựng nhà xưởng... phục vụ sản xuất kinh doanh	5.631.287.337	48	10,9%-13,7%
2. Nợ dài hạn: Cty CP Cho thuê tài chính NH Ngoại thương		2.773.643.663	50	12%-13,6%
3. Nợ dài hạn: Công ty TNHH Cho thuê tài chính Quốc tế Việt Nam		7.601.126.251	60	9,54%-10,5%
4. Trái phiếu chuyển đổi		53.500.000.000	36	Lãi suất cơ bản trừ 3%

Nguồn: DAG

12.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 27: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2013	Năm 2014	Quý I/2015
1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán				
Hệ số thanh toán ngắn hạn	Lần	1,17	1,12	1,14
Hệ số thanh toán nhanh	Lần	0,40	0,36	0,40
2. Chỉ tiêu về cơ cấu vốn				
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	0,74	0,76	0,75
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	%	2,91	3,19	2,96
3. Chỉ tiêu về năng lực hoạt động				
Doanh thu thuần/Vốn chủ sở hữu	%	5,69	5,84	1,38
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	%	1,51	1,39	0,35
Vòng quay hàng tồn kho	vòng	3,11	2,75	0,64
4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời				
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	2,67%	2,67%	3,32%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	%	15,07%	15,59%	4,58%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	%	3,85%	3,72%	1,15%
Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	%	3,45%	2,95%	3,52%
Thu nhập trên cổ phần (EPS)	đồng/CP	1.947	2.150	657

Nguồn: BCTC kiểm toán năm 2013, 2014 và BCTC Quý I/2015 của DAG

13. Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban kiểm soát, Tài chính kế toán [BienLe7]
Danh sách thành viên Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban kiểm soát, Tài chính kế toán

STT	Họ và tên	Chức vụ	Số lượng cổ phần sở hữu (cổ phần)		Tỷ lệ %/ VDL
			Cá nhân	Đại diện	
Hội đồng quản trị					
1	Nguyễn Bá Hùng	Chủ tịch	4.407.425	0	32,05
2	Trần Thị Lê Hải	Phó Chủ tịch	88.000	3.499.925	26,09
3	Ito Junichi	Thành viên	0	550.000	4
4	An Quang Hiếu	Thành viên	0	0	0
5	Nguyễn Thị Tính	Thành viên	18.150	0	0,13
Ban Kiểm soát					
1	Phạm Thị Thúy Hà	Trưởng ban	0	0	0
2	Phạm Thế Hoàng	Thành viên	0	0	0
3	Nguyễn Thị Mỹ Hạnh	Thành viên	0	0	0
Ban Tổng Giám đốc					
1	Nguyễn Bá Hùng	Tổng Giám đốc	4.407.425	0	32,05
2	Nguyễn Thị Việt Hà	Phó Tổng Giám đốc	0	0	0
Trưởng phòng tài chính kế toán					
1	Nguyễn Thị Hồng Oanh	Kế toán trưởng	0	0	0

Sơ yếu lý lịch Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban kiểm soát, Trưởng phòng Tài chính kế toán
❖ Hội đồng Quản Trị
Ông Nguyễn Bá Hùng - Chủ tịch HĐQT

- Họ và tên: Nguyễn Bá Hùng
- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 08/04/1971
- Nơi sinh: Hà Nội

- CMND: 011660284
 - Quốc tịch: Việt Nam
 - Dân tộc: Kinh
 - Quê quán: Từ Liêm- Hà Nội
 - Địa chỉ thường trú: Số 41, Hàng Nón, Phường Hàng Gai, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
 - Điện thoại: 04.3793 8686
 - Trình độ văn hóa: 12/12
 - Trình độ chuyên môn: Cử nhân kinh tế
 - Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 2000 đến 2001: Giám đốc Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hùng Phát.
 - ✓ Từ 2001 đến 2006: Giám đốc, Công ty TNHH Thương Mại - Sản xuất Nhựa Đông Á.
 - ✓ Từ 2007 đến 2012: Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á
 - ✓ Từ 2013 đến nay: Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á
 - Chức vụ hiện nay: Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
 - Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không
 - Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
 - Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
 - Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 4.407.425 cổ phiếu
- Trong đó:*
- ✓ Sở hữu cá nhân: 4.407.425 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan:

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ với thành viên chủ chốt	Số cổ phiếu sở hữu (cổ phiếu)
1	Nguyễn Thị Tính	Chị gái	18.150
2	Trần Thị Lê Hải	Vợ	3.587.925

Bà Trần Thị Lê Hải - Phó Chủ tịch HĐQT

- Họ và tên: Trần Thị Lê Hải
- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 02/01/1972
- Nơi sinh: Hà Nội

- CMND: 011629609
 - Quốc tịch: Việt Nam
 - Dân tộc: Kinh
 - Quê quán: Ứng Hòa-Hà Tây
 - Địa chỉ thường trú: Số 41, Hàng Nón, Hoàn Kiếm, Hà Nội
 - Điện thoại: 04.3793 8686
 - Trình độ văn hóa: 12/12
 - Trình độ chuyên môn: Cử nhân kinh tế
 - Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 1990-1993: Kinh doanh.
 - ✓ Từ 1993-1999: Tham gia quản lý doanh nghiệp tư nhân tại số 05 Hàng Nón- Hà Nội
 - ✓ Từ 2000-2002: Giám đốc Công ty TNHH Hùng Phát. Thành viên Hội đồng thành viên Công ty TNHH TMSX Nhựa Đông Á
 - ✓ Từ 2002-2006: Giám đốc, Công ty TNHH Hùng Phát, Chủ tịch Hội đồng thành viên Công ty TNHH TMSX Nhựa Đông Á.
 - ✓ Từ năm 2004-2008: Hoàn thành chương trình cử nhân kinh tế Trường Đại học Ngoại Thương
 - ✓ Năm 2006: Hoàn thành chương trình nâng cao quản lý doanh nghiệp tại Nhật Bản
 - Chức vụ hiện nay: Phó Chủ tịch HĐQT
 - Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Chủ tịch Hội đồng thành viên công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hùng Phát
 - Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
 - Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
 - Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 3.587.925 cổ phần
- Trong đó:*
- ✓ Sở hữu cá nhân: 88.000 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 3.499.925 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan:

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ với thành viên chủ chốt	Số cổ phiếu sở hữu (cổ phiếu)
1	Nguyễn Bá Hùng	Chồng	4.407.425
2	Trần Thị Lê Hà	Chị gái	6.050
3	Trần Lê Quân	Anh trai	24.200

Bà Nguyễn Thị Tinh - Thành viên HĐQT

- Họ và tên: Nguyễn Thị Tinh
- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 12/04/1958
- Nơi sinh: Hà Nội
- CMND: 010418699
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: Từ Liêm- Hà Nội
- Địa chỉ thường trú: 175 Bạch Đằng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn : Trung cấp kinh tế
- Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 1990-2000: Thành lập tổ hợp sản xuất trang trí nội thất tại số 05 Hàng Nón- Hà Nội
 - ✓ Từ 2001- 2006: Công tác tại phòng Tài chính kế toán Công ty TNHH TMSX Nhựa Đông Á
 - ✓ Từ 2006-2008: Kế toán tổng hợp Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hùng Phát
 - ✓ Từ 2009- đến nay: Phó Giám đốc Công ty phụ trách tài chính- Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hùng Phát.
- Chức vụ hiện nay: : Thành viên HĐQT
- Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác : Phó Giám đốc công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hùng Phát
- Hành vi vi phạm pháp luật : Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty : Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty : Không có
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: : 18.150 cổ phiếu
- Trong đó:
 - ✓ Sở hữu cá nhân : 18.150 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: : 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan:

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ với thành viên chủ chốt	Số cổ phiếu sở hữu (cổ phiếu)
1	Nguyễn Bá Hùng	Em trai	4.407.425
2	Ngô Mạnh Quân	Con trai	63.250
3	Ngô Mạnh Tùng	Con trai	2.420

Ông An Quang Hiếu- Thành viên HĐQT

- Họ và tên: An Quang Hiếu
- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 30/07/1972
- Nơi sinh: Hà Nội
- CMND: 011676746
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: Ứng Hòa-Hà Tây
- Địa chỉ thường trú: 28 Trần Hưng Đạo, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn: Cử nhân kinh tế
- Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 1994-1997: Công ty vàng bạc đá quý Bảo Tín Minh Châu
 - ✓ Từ 2001- đến nay: Tổng Giám đốc công ty TNHH Hoàng An
 - ✓ Từ 2007- đến nay: Chủ tịch công ty cổ phần Goldsun Vina
- Chức vụ hiện nay: Chủ tịch công ty cổ phần Goldsun Vina
- Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Tổng Giám đốc công ty TNHH Hoàng An
- Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 0 cổ phiếu
- Trong đó:
 - ✓ Sở hữu cá nhân: 0 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không có

Ông Ito Junichi- Thành viên HĐQT

- Họ và tên: Ito Junichi
- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 23/05/1946
- Nơi sinh: Nhật Bản
- Hộ chiếu: Nhật Bản
- Quốc tịch: Nhật Bản

- Địa chỉ thường trú: 311-1-341 Kanegasaku Matsudo city, Chiba Pref. Japan
 - Quá trình công tác:
 - ✓ Năm 1969-1984: Gia nhập và tham gia điều hành lĩnh vực kinh doanh tàu biển tập đoàn Sojitz (tiền thân là tập đoàn Nissho-Iwai)
 - ✓ Từ 1984- 1988 : Làm việc tại văn phòng đại diện ở Jakarta - Tập đoàn Sojitz
 - ✓ Từ 1993-1997: Làm việc tại văn phòng đại diện ở Hà Nội - Tập đoàn Sojitz
 - ✓ Từ 1997-1999: Làm việc tại văn phòng đại diện ở Hà Nội - Tập đoàn Sojitz. Trưởng Đại diện Sojitz tại Việt Nam
 - ✓ Từ 1993-1999: Tổng giám đốc của Sojitz ở Việt Nam, đã tham gia 18 dự án đầu tư tại:
 - Công ty Japan Vietnam Fertilizer (Nhà sản xuất phân bón NPK)
 - LOTEKO (Dự án phát triển khu công nghiệp tại tỉnh Đồng Nai)
 - VIJACHIP (Dự án trồng và xuất khẩu gỗ tại Đà Nẵng)
 - VIJALCO (Công ty cửa nhôm tại tp HCM)
 - Và tham gia đầu tư vào 14 công ty khác
 - ✓ Năm 2003: Sáng lập World Link Japan, Inc.
 - ✓ Năm 2013: Thành viên HĐQT Công ty CP Tập đoàn Nhựa Đông Á
 - Chức vụ hiện nay: Thành viên HĐQT
 - Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Tổng Giám đốc quỹ JSEAGF
 - Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
 - Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
 - Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 550.000 cổ phiếu
- Trong đó:*
- ✓ Sở hữu cá nhân: 0 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 550.000 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không có

❖ Ban kiểm soát

Bà Phạm Thị Thúy Hà - Trưởng Ban Kiểm soát

- Họ và tên: Phạm Thị Thúy Hà
- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 05/03/1977
- Nơi sinh: TP Vinh – Nghệ An
- CMND: 18212587
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh

- Quê quán: Nghệ An
- Địa chỉ thường trú: 15 Ngõ 422 Trương Định, Hà Nội
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn: Cử nhân Kinh tế
- Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 2000-2004: Kế toán thuế, kế toán tổng hợp Công ty TNHH Sản xuất và tiêu dung Bình Tiên (Biti's)
 - ✓ Từ 2004-2005: Kế toán trưởng Công ty TNHH TM và XNK Vinhmem thuộc Tổng Công ty Ô tô Việt Nam
 - ✓ Từ 2005-2006: Kế toán trưởng Công ty CP XNK nông lâm sản thực phẩm Đông Nam Á.
 - ✓ Từ 2007- đến nay: Kế toán trưởng CTCP Truyền thông Sara, Kế toán trưởng Công ty CP Đầu tư Vietnamnet,
- Chức vụ hiện nay: Trưởng Ban Kiểm soát
- Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 0 cổ phiếu
- Trong đó:*
 - ✓ Sở hữu cá nhân: 0 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không

Ông Phạm Thế Hoàng - Thành viên Ban Kiểm soát

- Họ và tên: Phạm Thế Hoàng
- Giới tính: Nam
- Ngày tháng năm sinh: 26/11/1986
- Nơi sinh: Hà Nội
- CMND: 18212587
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: Hà Nội
- Địa chỉ thường trú: 46B1, ngõ Chùa Nền, 1160 Đường Láng, Đống Đa, Hà Nội
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn: Cử nhân Kinh tế

- Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 2008 - 2012: Tham gia các khóa huấn luyện của Ernst & Young Việt Nam, bao gồm: Kỹ năng Kiểm toán 1, 2 – Trợ lý kiểm toán viên; Kỹ năng Kiểm toán 3, 4, 5 – Kiểm toán viên chính, Dịch vụ Ngân hàng và Tài chính 2009, 2010, 2011; Dịch vụ Bảo hiểm 2009, 2010, 2011; Tập huấn cấp cao về thuế 2010, 2011;
 - ✓ Từ 2012 - nay: Kiểm toán viên chính tại Công ty Ernst & Young Việt Nam, với các công việc chính bao gồm: Lập và kiểm toán báo tài chính (báo cáo riêng và hợp nhất) theo chuẩn mực Việt Nam (VAS) và quốc tế (IFRS); Lên kế hoạch, liên hệ với khách hàng, phụ trách nhóm kiểm toán; Lập thư quản lý và các báo cáo khác theo yêu cầu của khách hàng; Hướng dẫn thành viên nhóm và chuẩn bị nội dung các khóa đào tạo nghiệp vụ nội bộ của công ty.
- Chức vụ hiện nay: Thành viên BKS
- Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 0 cổ phiếu

Trong đó:

- ✓ Sở hữu cá nhân: 0 cổ phiếu
- ✓ Được ủy quyền đại diện: 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không

Bà Hà Thị Mỹ Hạnh - Thành viên Ban Kiểm soát

- Họ và tên: Hà Thị Mỹ Hạnh
- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 26/01/1977
- Nơi sinh: Nghệ An
- CMND: 013141013
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: Nghệ An
- Địa chỉ thường trú: P906, CT6 khu đô thị Yên Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn : Cử nhân Kinh tế
- Quá trình công tác:
 - ✓ Từ 2013 - nay: Ban Tài chính kế toán – Tổng Công ty truyền hình cáp Việt Nam
 - ✓ Từ 2009 - 2012: Kế toán trưởng công ty TNHH Crisware Việt Nam.

- ✓ Từ 2007 – 2009: Kế toán viên cao cấp công ty Nortel Việt Nam
 - ✓ Từ 2005 – 2007: Tư vấn kế toán cao cấp công ty kiểm toán Việt Nam (VACO/DELOITTE)
 - ✓ Từ 2003-2005: Kế toán viên công ty TNHH nhà thép tiền chế Zamil Việt Nam
 - Chức vụ hiện nay: Thành viên BKS
 - Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
 - Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
 - Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
 - Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 0 cổ phiếu
- Trong đó:*
- ✓ Sở hữu cá nhân: 0 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không

❖ Ban Tổng Giám đốc

Ông Nguyễn Bá Hùng- Tổng Giám đốc: Như trên

Bà Nguyễn Thị Việt Hà - Phó Tổng Giám đốc

- Họ và tên: Nguyễn Thị Việt Hà
- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 26/10/1979
- Nơi sinh: Hà Nội
- CMND: 012040124
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: Hà Nội
- Địa chỉ thường trú: 21E4 Dự án nhà ở Cầu Diễn, Bắc Từ Liêm, Hà Nội
- Điện thoại: 04 7393 8686
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn : Thạc sỹ tài chính ngân hàng
- Quá trình công tác:
 - ✓ 05/2015 – nay: Phó Tổng Giám đốc Công ty cổ phần tập đoàn Nhựa Đông Á
 - ✓ 03/2011 – 03/2014: Trưởng phòng HCNS công ty cổ phần quốc tế Sơn Hà
 - ✓ 06/2008 -02/2011: Chánh văn phòng HĐQT Ngân hàng Liên Việt
 - ✓ 03/2005 – 06/2008: Trợ lý Chủ tịch HĐQT ngân hàng Quốc tế

- ✓ 08/2001 – 03/2005: Trợ lý Giám đốc công ty TM XNK Hà Nội
 - Chức vụ hiện nay: Phó Tổng Giám đốc
 - Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không
 - Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
 - Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
 - Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
 - Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 0 cổ phiếu
- Trong đó:*
- ✓ *Sở hữu cá nhân:* 0 cổ phiếu
 - ✓ *Được ủy quyền đại diện:* 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không có

❖ **Trưởng phòng Tài chính kế toán**

Bà Nguyễn Thị Hồng Oanh – Kế toán trưởng

- Họ và tên: Nguyễn Thị Hồng Oanh
- Giới tính: Nữ
- Ngày tháng năm sinh: 22/02/1982
- Nơi sinh: Vĩnh Phúc
- CMND: 026182000021
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Quê quán: Vĩnh Phúc
- Địa chỉ thường trú: Xuân Đình, Bắc Từ Liêm
- Điện thoại: 04 3793 8686
- Trình độ văn hóa: 12/12
- Trình độ chuyên môn : Cử nhân kinh tế
- Quá trình công tác:
 - ✓ *Năm 2004 – 2009: Kế toán công ty cổ phần Prime Group*
 - ✓ *Năm 2009 – 2014: Kế toán công ty cổ phần quốc tế Sơn Hà*
- Chức vụ hiện nay: Kế toán trưởng
- Chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không
- Hành vi vi phạm pháp luật: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có

- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ: 0 cổ phiếu
Trong đó:
 - ✓ Sở hữu cá nhân: 0 cổ phiếu
 - ✓ Được ủy quyền đại diện: 0 cổ phiếu
- Số lượng cổ phiếu đang nắm giữ của những người liên quan: Không có

14. Tài sản

Giá trị tài sản theo báo cáo tài chính kiểm toán tại thời điểm 31/12/2013, 31/12/2014 và 31/03/2015 như sau:

Bảng 28: Tình hình tài sản tính đến thời điểm 31/12/2013

Tài sản	Nguyên giá (đồng)	Giá trị hao mòn (đồng)	Giá trị còn lại (đồng)
Tài sản cố định hữu hình	201.884.179.521	71.311.565.425	130.572.614.096
Nhà cửa, vật kiến trúc	93.508.714.331	17.533.431.215	75.975.283.116
Máy móc, thiết bị	89.661.877.732	41.644.942.656	48.016.935.076
Phương tiện vận tải	17.329.379.987	11.273.976.935	6.055.403.052
Thiết bị, dụng cụ quản lý	1.384.207.471	859.214.619	524.992.852
Tài sản cố định thuê tài chính	27.544.066.051	5.486.205.603	22.057.860.448
Tài sản cố định vô hình	387.972.800	387.972.800	0

Nguồn: DAG

Bảng 29: Tình hình tài sản tính đến thời điểm 31/12/2014

Tài sản	Nguyên giá (đồng)	Giá trị hao mòn (đồng)	Giá trị còn lại (đồng)
Tài sản cố định hữu hình	201.748.937.821	84.753.557.216	116.995.380.605
Nhà cửa, vật kiến trúc	93.904.538.385	21.571.374.773	72.333.163.612
Máy móc, thiết bị	90.184.158.188	50.328.905.114	39.855.253.074
Phương tiện vận tải	16.135.877.809	11.724.805.345	4.411.072.464
Thiết bị, dụng cụ quản lý	1.524.363.439	1.128.471.984	395.891.455
Tài sản cố định thuê tài chính	31.997.227.651	9.376.467.139	22.057.860.448
Tài sản cố định vô hình	387.972.800	387.972.800	0

Nguồn: DAG

Bảng 30: Tình hình tài sản tính đến thời điểm 31/03/2015

Tài sản	Nguyên giá (đồng)	Giá trị hao mòn (đồng)	Giá trị còn lại (đồng)
Tài sản cố định hữu hình	201.748.937.821	88.069.506.831	113.679.430.990

Tài sản	Nguyên giá (đồng)	Giá trị hao mòn (đồng)	Giá trị còn lại (đồng)
Nhà cửa, vật kiến trúc	93.904.538.385	22.530.860.663	71.373.677.723
Máy móc, thiết bị	90.184.158.188	52.263.519.496	37.920.638.692
Phương tiện vận tải	16.135.877.809	12.079.340.348	4.056.537.462
Thiết bị, dụng cụ quản lý	1.524.363.439	1.195.786.325	88.069.506.831
Tài sản cố định thuê tài chính	31.997.227.651	10.756.037.251	21.241.190.400
Tài sản cố định vô hình	387.972.800	387.972.800	-

Nguồn: DAG

15. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong những năm tiếp theo
Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức năm 2015
Bảng 31: Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức năm 2015

Chỉ tiêu	Năm 2015	
	Kế hoạch (triệu đồng)	% tăng giảm so với năm 2014
Vốn điều lệ	190.000	38,18%
Tổng doanh thu thuần	1.139.316	2,83%
Lợi nhuận trước thuế	48.937	49,33%
Lợi nhuận sau thuế	36.703	24,03%
Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	3,22%	-
Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế/Vốn điều lệ	19,32%	-
Cổ tức	10%	-

(Nguồn: DAG)

Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức của Công ty được lập căn cứ vào dự đoán và ước tính dựa trên các thông tin giả định tại thời điểm lập kế hoạch. Các ước tính này có thể được điều chỉnh khi tình hình thực tế có nhiều thay đổi.

Căn cứ để đạt được kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong giai đoạn 2014 - 2015:
Thuận lợi:

- Công ty có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh thương mại các sản phẩm nhựa điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh việc sản xuất các sản phẩm cung cấp cho thị trường thay thế dần các sản phẩm nhập.
- Công ty đã tạo được thế chủ động trong quá trình sản xuất nên giá thành rẻ hơn các sản phẩm nhập trên thị trường: Thay vì nhập khẩu hạt nhựa PVC, Công ty đã tự sản xuất được hạt nhựa PVC là nguyên liệu cơ bản để sản xuất ra tấm ốp trần, nẹp cửa... Bên cạnh đó, Công ty cũng tự sản xuất được thanh Profile là nguyên liệu đầu vào cho việc sản xuất cửa nhựa SmartWindow.
- Công ty đã tạo dựng được uy tín và thị phần vững chắc sau nhiều năm hoạt động. Đối với sản phẩm truyền thống, hiện Công ty chiếm thị phần khoảng 30-35% toàn quốc. Đối với sản phẩm cửa SmartWindows, Công ty chiếm thị phần khoảng 10%. Nhựa Đông Á là một thương hiệu quen thuộc của các khách hàng trung lưu. Cửa SmartWindows đã và đang có mặt tại những công trình lớn tại các thành phố tại Hà Nội, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, nơi đòi hỏi yêu cầu khắt khe về kỹ thuật cũng như mỹ thuật của công trình.

Khó khăn:

- Nền kinh tế năm 2014 đã có dấu hiệu phục hồi tuy nhiên ngành xây dựng vẫn còn gặp nhiều khó khăn do tín dụng bất động sản vẫn chưa được nói lỏng, kéo theo việc tiêu thụ các sản phẩm của Công ty gặp nhiều trở ngại;
- Cùng với sự phát triển của ngành, cạnh tranh trong ngành tương đối gay gắt. Hiện nay đối thủ cạnh tranh chính của Công ty là Công ty Cổ phần cửa sổ châu Âu...;
- Giá bột nhựa từ năm 2013 tăng khoảng 5-10%, dẫn đến giá vốn hàng bán tăng mạnh ảnh hưởng không nhỏ đến biên lợi nhuận của hoạt động sản xuất kinh doanh.

16. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức

Với tư cách là một tổ chức tư vấn tài chính chuyên nghiệp, Công ty Cổ phần Chứng khoán MB đã tiến hành thu thập các thông tin; nghiên cứu, phân tích và đánh giá một cách cẩn trọng và hợp lý về hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á. Căn cứ trên năng lực hiện tại và triển vọng phát triển trong tương lai, nếu không có những biến động bất thường gây ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp, thì kế hoạch lợi nhuận mà Công ty đã đề ra trong những năm tới là phù hợp và khả thi, kế hoạch trả cổ tức cho cổ đông của Công ty trong năm 2014 có thể được đảm bảo thực hiện.

Chúng tôi xin lưu ý rằng, các ý kiến nhận xét nêu trên được đưa ra dưới góc độ đánh giá của một tổ chức tư vấn, căn cứ vào những thông tin được thu thập có chọn lọc và dựa trên lý thuyết về tài chính - chứng khoán mà không hàm ý bảo đảm giá trị của chứng khoán cũng như tính chắc chắn của những số liệu được dự báo. Những nhận xét nêu trên chỉ mang tính tham khảo với nhà đầu tư. Nhà đầu tư cần tự mình phân tích và đưa ra các quyết định đầu tư phù hợp với mục đích, chiến lược đầu tư của mình.

17. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của tổ chức phát hành

Không có.

18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới công ty mà có thể ảnh hưởng đến giá cả cổ phiếu chào bán

Ảnh hưởng đối với quyền lợi của nhà đầu tư mua trái phiếu chuyển đổi kèm theo phương án đảm bảo quyền lợi cho nhà đầu tư

Theo phương án phát hành trái phiếu chuyển đổi năm 2012 của Công ty, giá chuyển đổi sẽ được điều chỉnh khi DAG phát hành thêm cổ phiếu nhưng không giới hạn bởi lựa chọn quyền mua bán cổ phiếu, bảo lãnh, trái phiếu chuyển đổi, khoản vay chuyển đổi, trả cổ tức bằng cổ phiếu, chia đổi cổ phiếu với giá mua thấp hơn so với Giá chuyển đổi.

Vì vậy, để đảm bảo quyền lợi của nhà đầu tư, giá chuyển đổi điều chỉnh được tính như sau:

$$\begin{aligned}
 P_{CD \text{ điều chỉnh}} &= \frac{(KLC P\Delta LH * P_{CD}) + (KLC PPHT_1 * P_1) + (KLC PPHT_2 * P_2)}{KLC P\Delta LH + KLC PPHT_1 + KLC PPHT_2} \\
 &= \frac{(18.999.914 * 12.398) + (1.900.000 * 0) + 10.665}{(19.000.000 * 10.000)} = \text{đồng/cổ} \\
 &\qquad\qquad\qquad 18.999.914 + 1.900.000 + 19.000.000 \qquad\qquad\qquad \text{phần}
 \end{aligned}$$

Trong đó:

- ✓ P_{CD} điều chỉnh: là giá chuyển đổi cổ phiếu điều chỉnh;

- ✓ KLCPĐLH: 18.999.914 cổ phần (Khối lượng cổ phiếu đang lưu hành tại thời điểm trước khi phát hành thêm cổ phiếu);
- ✓ P_{CD}: 12.398 đồng/cổ phần (Giá chuyển đổi điều chỉnh sau đợt phát hành tăng vốn điều lệ lên 190 tỷ đồng)
- ✓ KLCPHT₁: 1.900.000 cổ phần (Khối lượng cổ phiếu phát hành để trả cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu)
- ✓ P₁: 0 đồng/cổ phần (Giá phát hành đối với quyền nhận cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu);
- ✓ KLCPHT₂: 19.000.000 cổ phần (Khối lượng cổ phiếu phát hành cho cổ đông hiện hữu)
- ✓ P₂: 10.000 đồng/cổ phần (Giá phát hành đối với quyền mua cổ phiếu dành cho cổ đông hiện hữu);

V. Cổ phiếu chào bán**▪ Loại cổ phiếu**

Cổ phần phổ thông

▪ Mệnh giá

10.000 đồng/cổ phần

▪ Tổng số cổ phiếu dự kiến chào bán

20.900.000 cổ phần, trong đó:

✓ Trả cổ tức năm 2014 bằng cổ phiếu

– Số lượng cổ phần phát hành: **1.900.000 cổ phần**

– Tỷ lệ thực hiện: 10%/vốn điều lệ (Mỗi cổ đông sở hữu 10 cổ phần được nhận thêm 1 cổ phần mới)

– Phương án làm tròn, phương án xử lý cổ phiếu lẻ khi phát hành cổ phiếu trả cổ tức: Phần lẻ thập phân của số lượng cổ phiếu phát hành trả cổ tức mà cổ đông hiện hữu được nhận (nếu có) sẽ được làm tròn xuống đến hàng đơn vị. Số cổ phiếu lẻ phát sinh do làm tròn sẽ được Công ty mua lại làm cổ phiếu quỹ với giá 10.000 đồng/cổ phần.

Số tiền mà Công ty bỏ ra để mua lại số cổ phiếu lẻ phát sinh này sẽ được trả cho cổ đông sở hữu cổ phiếu có phần lẻ thập phân.

– Nguồn thực hiện: Lợi nhuận sau thuế năm 2014

✓ Thực hiện quyền mua cổ phiếu

Số lượng phát hành: **19.000.000 cổ phần**

Đối tượng phát hành: Cổ đông hiện hữu.

• Phát hành cho cổ đông hiện hữu

– Số lượng phát hành: 19.000.000 cổ phần

– Đối tượng phát hành: Cổ đông hiện hữu

– Giá phát hành: 10.000 đồng/cổ phần;

– Tỷ lệ thực hiện: 1:1 (1 cổ phần được hưởng 01 quyền, 01 quyền được mua 01 cổ phần mới).

Xử lý cổ phiếu từ chối mua

– Xử lý số cổ phiếu cổ đông hiện hữu từ bỏ quyền mua: Số lượng cổ phiếu mà cổ đông hiện hữu được mua nhưng từ chối không mua toàn bộ hoặc một phần và số cổ phiếu lẻ phát sinh sau khi phân phối cho cổ đông hiện hữu, sẽ được ủy quyền cho Hội đồng quản trị Công ty phân phối lại cho các đối tượng khác với giá bán bằng giá chào bán cho cổ đông hiện hữu, đảm bảo đợt phát hành tăng vốn được thành công.

– Xử lý trong trường hợp không chào bán hết số cổ phiếu đăng ký phát hành: Trong trường hợp kết thúc thời gian chào bán theo quy định, Công ty không chào bán hết số cổ phiếu như đăng ký, số tiền thu được từ đợt phát hành không đủ theo đúng dự kiến, để thực hiện những dự án đã được đại hội đồng cổ đông thông qua, tùy tình hình thực tế, ĐHCĐ ủy quyền cho HĐQT thực hiện các giải pháp như sau:

✓ Xin gia hạn đợt chào bán để tiếp tục chào bán nốt số cổ phiếu còn lại;

- ✓ Tiến hành bổ sung nguồn vốn còn thiếu thông qua vay ngân hàng theo các Hợp đồng tín dụng...

▪ **Giá chào bán dự kiến**

- ✓ Cho cổ đông hiện hữu: 10.000 đồng/cổ phần

▪ **Phương pháp tính giá**

Nguyên tắc xác định giá phát hành được dự trên cơ sở giá trị sổ sách, giá thị trường và đánh giá mức độ pha loãng cổ phần dự kiến sau khi phát hành.

- ✓ Giá trị sổ sách tại thời điểm 31/12/2014

$$\begin{aligned} \text{Giá trị sổ sách trên mỗi cổ phần} &= \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Khối lượng cổ phiếu đã phát hành - Cổ phiếu quỹ}} \\ &= \frac{189.625.512.579}{13.750.000} = 13.791 \text{ đồng/CP} \end{aligned}$$

▪ **Giá trị trường của cổ phiếu DAG:**

Tại thời điểm chốt danh sách thực hiện tăng vốn bằng nguồn vốn chủ sở hữu và quyền mua cổ phiếu phát hành thêm, giá thị trường của cổ phiếu DAG sẽ được điều chỉnh theo công thức sau (*chỉ tính đối với số lượng cổ phần phát hành để trả cổ tức bằng cổ phiếu và phát hành quyền mua dành cho cổ đông hiện hữu*):

$$\begin{aligned} Ppl &= \frac{Pt + Pr1 * I1 + Pr2 * I2}{1 + I1 + I2} \\ &= \frac{15.000 + [0 * (10/100)] + [10.000 * (1/1)]}{1 + 10\% + 100\%} = 11.904 \text{ đồng/cổ phần} \end{aligned}$$

Trong đó:

- ✓ Ppl: là giá cổ phiếu pha loãng;
- ✓ Pt: 15.000 đồng/cổ phần (Giá giả định ngày chốt danh sách để thực hiện quyền);
- ✓ Pr1: 0 đồng/cổ phần (Giá phát hành cổ phiếu để trả cổ tức bằng cổ phiếu);
- ✓ Pr2: 10.000 đồng/cổ phần (Giá phát hành cho cổ đông hiện hữu để thực hiện quyền mua cổ phiếu phát hành thêm);
- ✓ I1: 10% (Tỷ lệ tăng vốn trong trường hợp trả cổ tức bằng cổ phiếu).
- ✓ I2: 100% (Tỷ lệ tăng vốn trong trường hợp thực hiện quyền mua cổ phiếu phát hành thêm đối với cổ đông hiện hữu).

Đợt phát hành cổ phiếu của DAG được chào bán cho các cổ đông hiện hữu. Do tính chất ưu tiên của đối tượng phân phối, đồng thời căn cứ vào tình hình thị trường chứng khoán, nhu cầu sử dụng vốn của DAG, giá trị thị trường và giá trị sổ sách của cổ phiếu DAG được tính toán, cũng như trên cơ sở phân tích mức độ pha loãng giá, giá chào bán cổ phiếu cổ đông hiện hữu là 10.000 đồng/cổ phần.

▪ **Phương thức phân phối**

- Đối với các cổ đông đã lưu ký chứng khoán: Phân phối thông qua các thành viên lưu ký.
- Đối với các cổ đông chưa lưu ký chứng khoán: Phân phối tại trụ sở Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.

Thời điểm cụ thể chốt danh sách cổ đông được quyền mua cổ phiếu phát hành thêm sẽ được Công ty công bố tới tất cả các cổ đông trong vòng 07 ngày kể từ ngày Công ty nhận được Giấy chứng nhận đăng ký chào bán cổ phiếu ra công chúng của Ủy ban chứng khoán Nhà nước.

▪ **Thời gian phân phối cổ phiếu**

Việc phân phối cổ phần chào bán thêm dự kiến sẽ được tiến hành tối đa trong vòng 90 ngày kể từ ngày Giấy chứng nhận đăng ký chào bán có hiệu lực. Thời gian phát hành dự kiến là Quý III/2015.

Bảng 32: Lịch trình phân phối cổ phiếu

Chào bán cho cổ đông hiện hữu

STT	Nội dung công việc	Thời gian
1	Nhận được cấp phép chào bán chứng khoán ra công chúng.	D
2	Xác định ngày lập Danh sách sở hữu cuối cùng và thông báo chốt danh sách cổ đông với Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam (VSD) và Sở Giao dịch Chứng TP.HCM để triển khai.	D + 5
3	Công bố thông tin về đợt chào bán trên báo điện tử hoặc báo viết trong 03 số liên tiếp.	D đến D +7
4	Ngày giao dịch không hưởng quyền.	D + 10
5	Ngày đăng ký cuối cùng.	D + 12
6	Phối hợp cùng VSD phân bổ và thông báo danh sách phân bổ quyền mua cổ phiếu đến các thành viên lưu ký và các cổ đông chưa lưu ký chứng khoán.	D + 18 đến D + 24
7	Các cổ đông hiện hữu tiến hành đăng ký, chuyển nhượng quyền và nộp tiền mua cổ phần	D + 25 đến D + 45
8	Thành viên lưu ký (TVLK) tổng hợp việc thực hiện quyền của cổ đông hiện hữu và chuyển về cho VSD.	D + 52
9	VSD gửi danh sách cổ đông thực hiện quyền mua và chuyển tiền vào tài khoản phong tỏa	D + 54
10	Báo cáo kết quả chào bán cổ phiếu với UBCKNN; Nộp Hồ sơ đăng ký lưu ký bổ sung và đăng ký niêm yết bổ sung	D + 57
11	Nhận giấy phép lưu ký bổ sung và đăng ký niêm yết bổ sung	D + 67
12	Công bố báo chí về việc niêm yết bổ sung	D + 67
13	Trao trả giấy chứng nhận sở hữu cổ phần cho các cổ đông chưa lưu ký	D + 58 đến D + 68

STT	Nội dung công việc	Thời gian
14	Cổ phiếu được chào bán thêm chính thức giao dịch	D + 70

▪ **Đăng ký mua cổ phiếu**

▪ **Cổ đông hiện hữu**

Thời gian đăng ký mua cổ phiếu sẽ phụ thuộc vào thời gian phân phối cổ phiếu. Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á sẽ thông báo thời gian đăng ký cụ thể trong Bản thông báo phát hành và đảm bảo thời hạn đăng ký mua chứng khoán cho nhà đầu tư tối thiểu là 20 (hai mươi) ngày theo đúng quy định. Danh sách cổ đông tại thời điểm chốt danh sách là cơ sở đăng ký thực hiện quyền mua cổ phần mới chào bán theo tỷ lệ được mua đã quy định. Các cổ đông mở tài khoản và lưu ký cổ phiếu ở thành viên lưu ký nào sẽ đăng ký thực hiện quyền tại thành viên lưu ký đó. Cổ đông chưa thực hiện lưu ký thì đăng ký thực hiện quyền tại trụ sở của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á và nộp tiền vào tài khoản phong tỏa số: 030 1000 341 376 tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương - Vietcombank của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.

▪ **Phương thức thực hiện quyền**

▪ Điều kiện thực hiện quyền

❖ **Cổ đông hiện hữu:** Các cổ đông thuộc Danh sách người sở hữu cuối cùng tại ngày chốt danh sách phân bổ quyền mua.

▪ Thời gian thực hiện quyền

Theo thời gian nêu trong lịch trình dự kiến tại mục V.7

▪ Phương thức thanh toán quyền mua cổ phần

❖ Đối với cổ đông đã lưu ký cổ phần tại các Công ty chứng khoán: việc đăng ký mua cổ phần, thanh toán tiền mua và chuyển giao cổ phần được thực hiện tại các công ty chứng khoán nơi cổ đông mở tài khoản.

❖ Đối với cổ đông chưa lưu ký cổ phần tại các Công ty chứng khoán: việc đăng ký mua cổ phần, chuyển nhượng quyền mua cổ phần và chuyển giao cổ phần được thực hiện tại Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á. Các cổ đông chưa lưu ký cổ phần tại các Công ty chứng khoán thực hiện nộp tiền vào tài khoản phong tỏa số: 030 1000 341 376 tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương - Vietcombank của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.

▪ Chuyển giao cổ phiếu

❖ Trong vòng 30 ngày sau khi hoàn tất đợt phát hành, Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á sẽ chuyển giao Giấy chứng nhận sở hữu cổ phần cho các cổ đông chưa lưu ký tại Trụ sở chính của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.

▪ Quyền lợi người mua cổ phiếu

Cổ đông hiện hữu được quyền mua cổ phiếu có quyền từ chối quyền mua hoặc chuyển nhượng quyền mua của mình trong thời gian quy định tại Mục V.7. Các cổ đông có quyền chuyển nhượng quyền mua cổ phần của mình (nhưng chỉ được chuyển nhượng một lần – không chuyển nhượng cho người thứ ba) cho người khác theo giá thỏa thuận giữa bên chuyển nhượng và bên nhận chuyển nhượng. Bên chuyển nhượng và Bên nhận chuyển nhượng tự thỏa thuận mức giá chuyển nhượng và thanh toán tiền chuyển nhượng quyền.

▪ **Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài**

Sau khi niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán TP Hồ Chí Minh, tỷ lệ nắm giữ của người nước ngoài tuân theo quy định tại Quyết định số 55/2009/QĐ-TTg ngày 15 tháng 04 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ về tỷ lệ tham gia của nhà đầu tư nước ngoài trên Thị trường chứng khoán Việt Nam thì tổ chức, cá nhân nước ngoài mua bán trên SGDCK được nắm giữ tối đa 49% tổng số cổ phiếu phát hành ra công chúng. Trong trường hợp cổ đông nước ngoài đã nắm giữ vượt tỷ lệ 49% tổng số cổ phiếu phát hành ra công chúng trước khi cổ phiếu được niêm yết thì phải thực hiện bán cổ phiếu đó để đảm bảo tỷ lệ nắm giữ của bên nước ngoài tối đa là 49%.

Hiện nay, theo danh sách cổ đông chốt ngày 9/3/2015, Công ty có cổ đông là nước ngoài sở hữu 630.490 cổ phiếu chiếm 4,58% tổng số cổ phiếu có quyền biểu quyết của Công ty, đáp ứng quy định của Pháp luật và Điều lệ Công ty (Điều lệ Công ty không quy định giới hạn tỷ lệ sở hữu của người nước ngoài).

▪ **Các hạn chế liên quan đến việc chuyển nhượng**

- Các cổ đông có quyền chuyển nhượng quyền mua cổ phần của mình nhưng chỉ được chuyển nhượng một lần và không chuyển nhượng cho người thứ ba;
- Số lượng cổ phiếu phát hành cho cổ đông hiện hữu trong đợt này, là cổ phiếu phổ thông không bị hạn chế chuyển nhượng kể từ ngày phân phối.

▪ **Các loại thuế liên quan đến hoạt động giao dịch chứng khoán**

Đối với nhà đầu tư cá nhân

Theo Luật Thuế Thu nhập Cá nhân số 04/2007/QH12, ban hành ngày 21/11/2007 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2009 thì:

Thu nhập chịu thuế thu nhập cá nhân bao gồm: Thu nhập từ đầu tư vốn (lợi tức cổ tức) và thu nhập từ chuyển nhượng vốn (thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán).

Mức thuế suất đối với từng loại như sau:

- Thuế suất đối với thu nhập từ đầu tư vốn (lợi tức cổ tức): 5%.
- Thuế suất đối với thu nhập từ chuyển nhượng vốn (thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán) được xác định như sau:
 - Trường hợp cá nhân chuyển nhượng chứng khoán đăng ký nộp thuế theo biểu thuế toàn phần với thuế suất là 20% tính trên lãi chuyển nhượng.
 - Trường hợp người chuyển nhượng chứng khoán không đăng ký nộp thuế theo biểu thuế toàn phần với thuế suất 20% thì áp dụng thuế suất 0,1% tính trên giá trị chuyển nhượng chứng khoán từng lần và không phân biệt việc chuyển nhượng được thực hiện tại Việt Nam hay tại nước ngoài.
 - Cá nhân chuyển nhượng chứng khoán đã đăng ký nộp thuế theo thuế suất 20% vẫn phải tạm nộp thuế theo thuế suất 0,1% trên giá trị chuyển nhượng chứng khoán từng lần.

Kỳ tính thuế:

- Kỳ tính thuế đối với cá nhân không cư trú được tính theo từng lần phát sinh thu nhập áp dụng đối với tất cả thu nhập chịu thuế.
- Kỳ tính thuế đối với cá nhân cư trú được quy định như sau: Kỳ tính thuế theo từng lần phát sinh thu nhập áp dụng đối với thu nhập từ đầu tư vốn; thu nhập từ chuyển nhượng vốn. Kỳ tính thuế theo từng lần chuyển nhượng hoặc theo năm đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán.

Đối với nhà đầu tư tổ chức

Nhà đầu tư là tổ chức đăng ký kinh doanh tại Việt Nam phải chịu một khoản thuế đóng trên phần chênh lệch giá khi bán cổ phiếu như sau:

Thuế thu nhập từ chênh lệch giá do bán cổ phiếu = Thu nhập chịu thuế x Thuế suất

Trong đó:

- Thu nhập chịu thuế = Tổng giá trị chứng khoán bán ra trong kỳ - Tổng giá mua chứng khoán được bán ra trong kỳ - Chi phí mua bán chứng khoán
- Thuế suất = Thuế suất thuế Thu nhập doanh nghiệp của tổ chức đầu tư.

Nhà đầu tư là tổ chức nước ngoài không có đăng ký kinh doanh tại Việt Nam, chỉ mở tài khoản giao dịch chứng khoán tại Việt Nam phải chịu một khoản thuế khoán khi bán cổ phiếu như sau:

Thuế khoán từ việc bán cổ phiếu = Tổng giá trị cổ phiếu bán ra của từng giao dịch chuyển nhượng x 0,1%.

▪ **Ngân hàng mở tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu**

Toàn bộ số tiền thu được từ đợt phát hành sẽ được chuyển vào tài khoản phong tỏa số: 030 1000 341 376 tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương - Vietcombank của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á.^[haidn8]

VI. Mục đích chào bán

1. Mục đích chào bán

Nhằm đáp ứng nhu cầu vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh, Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2015 của Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á đã thông qua phương án phát hành cổ phiếu tăng vốn điều lệ, đồng thời cũng thông qua phương án sử dụng vốn thu được từ đợt chào bán.

Theo đó, tổng số tiền thu được từ đợt chào bán sẽ được sử dụng để tăng vốn phục vụ cho các mục đích sau:

- Đầu tư vào công ty con
- Đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất
- Bổ sung vốn lưu động cho Công ty

Thừa ủy quyền của Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2015, Hội đồng quản trị đã có Nghị quyết số 14/2015/NQ-HĐQT ngày 20 tháng 05 năm 2015 thông qua phương án sử dụng vốn chi tiết cho đợt chào bán chứng khoán ra công chúng cho cổ đông hiện hữu.

Tổng số tiền dự kiến thu được cho đợt chào bán chứng khoán ra công chúng cho cổ đông hiện hữu là: 190.000.000.000. Số tiền thu được từ đợt chào bán được sử dụng như sau:

Đầu tư vào Công ty con	79.800.000.000
Đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất;	66.000.000.000
Bổ sung vốn lưu động cho Công ty	44.200.000.000
Tổng cộng	190.000.000.000

2. Phương án khả thi

2.1. Đầu tư vào công ty con

2.2.1. Số tiền thu được từ đợt chào bán dự kiến để đầu tư vào công ty con là: **79.800.000.000** đồng

2.2.2. Giới thiệu thông tin về công ty con

Công ty con	Địa chỉ	Vốn điều lệ	Tỷ lệ sở hữu	Ngành nghề kinh doanh chính
Công ty TNHH Nhựa Đông Á	Địa chỉ: Nhà máy: Khu Công nghiệp Châu Sơn - Phú Lý – Hà Nam Văn phòng tại Hà Nội: Tầng 9- Tháp Tây- tòa nhà 28 Tầng- Làng Quốc tế Thăng Long- Cầu Giấy- Hà Nội Điện thoại: (0351) 387 8888 Fax: (0351) 384 8988	58	100%	Sản xuất các sản phẩm trong lĩnh vực vật liệu xây dựng và trang trí nội ngoại thất như: tấm nhôm, tấm ốp trần, thanh profile, tấm PP, bạt Hi flex
	Lô 01 – CN5 - Cụm	20	100%	Sản xuất các sản phẩm

Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam	CN Ngọc Hồi – Thanh Trì – Hà Nội Văn phòng tại Hà Nội: Tầng 9- tháp Tây- tòa nhà 28 Tầng- Làng quốc tế Thăng Long- Cầu Giấy- Hà Nội Điện thoại: (+84) 04 3689 1888 Fax: (+84) 04 3686 1616			như: cửa tấm, cửa uPVC có lõi thép gia cường nhãn hiệu Smartwindows; và là nhà kho liên hoàn phục vụ kinh doanh các mặt hàng do công ty sản xuất và hàng nhập khẩu phục vụ thị trường miền bắc.
Công ty TNHH một thành viên Nhựa Đông Á (DAS)	Địa chỉ: Số 3 Lô 36 khu Công nghiệp Tân Tạo, quận Bình Tân – TP Hồ Chí Minh Văn phòng giao dịch: 154 Lý Thường Kiệt- P.14- Q.10- TP Hồ Chí Minh Điện thoại: (+84) 08 3760 8888 Fax: (+84) 08 3754 3888	20	100%	Sản xuất các sản phẩm như: cửa tấm, cửa uPVC có lõi thép gia cường nhãn hiệu Smartdoor; và là nhà kho liên hoàn phục vụ kinh doanh các mặt hàng do công ty sản xuất và hàng nhập khẩu phục vụ thị trường miền nam

2.2.3. Kế hoạch kinh doanh của Công ty con

Tên Công ty	Doanh thu (tỷ đồng)			
	2014	2015	2016	2017
Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)	669	701	876,25	1.077,8
Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam (SMW)	233	222	277,5	341,3
Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á (DAS)	43	40	50	62,5
Tổng	945	963	1.203,75	1.481,6

2.2.4. Kế hoạch đầu tư vào Công ty con

Tên Công ty	Vốn điều lệ trước khi tăng (tỷ đồng)	Tăng vốn (tỷ đồng)	Vốn điều lệ sau khi tăng (tỷ đồng)
Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)	58	48,8	106,8

Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam (SMW)	20	16	36
Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á (DAS)	20	15	35
Tổng	98	79,8	177,8

2.2.5. Phương án tăng vốn và sử dụng vốn chi tiết của các công ty con:

▪ Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)

Phương án sử dụng vốn tại Công ty TNHH Nhựa Đông Á

• Công ty cần tăng vốn điều lệ nhằm đáp ứng các nhu cầu sau

- Bổ sung vốn lưu động trong đó tập trung bổ sung vốn lưu động cho hàng tồn kho bao gồm nguyên vật liệu chính là hạt nhựa và thành phẩm.
- Đầu tư xây dựng hệ thống thiết bị phụ trợ nhằm phục vụ việc lắp đặt hệ thống dây chuyền sản xuất PP, máy sản xuất nhôm vách dựng, máy sản xuất Alu, máy sản xuất mica, máy sản xuất profile, máy sản xuất formex theo kế hoạch đầu tư tổng thể về máy giai đoạn 2015-2020 nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường đối với sản phẩm của công ty và đạt được mục tiêu tăng trưởng doanh thu kỳ vọng từ 20-30%/năm từ giai đoạn 2015 đến 2020.
- Thực hiện các kế hoạch chiến lược khác.
- Phân bổ phương án sử dụng vốn dự kiến như sau:

Mục đích	Tăng vốn (tỷ đồng)
Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)	48,8
- Thành phẩm	16
- Nguyên liệu	18,8
- Hệ thống máy phụ trợ	14

• Đánh giá nhu cầu tăng vốn Công ty TNHH Nhựa Đông Á

- Tình hình sản xuất tại Công ty TNHH Nhựa Đông Á

Thanh uPVC profile: Với 14 dây chuyền và hệ thống trộn Plasmec Italia, Công ty đã sản xuất được các sản phẩm có chất lượng, bền đẹp làm nguyên liệu chính cho ngành cửa nhựa uPVC có lõi thép gia cường. Các sản phẩm này đã cạnh tranh thành công với các sản phẩm có xuất xứ từ Trung Quốc. Tuy nhiên sản phẩm của Trung Quốc vẫn chiếm tỉ trọng lớn từ 55-60% thị phần tại phía bắc Việt Nam, với kế hoạch người Việt Nam dùng hàng Việt Nam. Hiện tại năng lực sản xuất thanh uPVC profile tại Công ty quanh mức 12.000 tấn/năm và được thị trường hấp thụ toàn bộ, và gần như không có hàng tồn kho thành phẩm để dự trữ đề phòng các sự cố về máy. Do vậy, việc đầu tư vốn lưu động cho hàng tồn kho nguyên liệu và thành phẩm là hết sức cấp thiết để duy trì thị phần của công ty với sản phẩm này.

Tấm PP công nghiệp: Nhà máy NDA duy trì năng lực sản xuất hơn 2.000 tấn nhựa/năm và dự kiến nâng công suất lên 2.300 tấn vào năm 2015 và dự kiến 2500 tấn vào năm 2017, Công ty cổ phần tập đoàn Nhựa Đông Á (Công ty mẹ) đã dự kiến đầu tư thêm tối thiểu 2 dàn máy

trong năm 2016 để nhà máy của NDA luôn đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ của thị trường, đồng thời NDA sẽ tự đầu tư các hệ thống phụ trợ từ nguồn của công ty để phù hợp với kế hoạch mở rộng sản xuất tấm PP

Tấm nhôm composite: Tấm nhôm composite được Công ty đầu tư sản xuất trong năm 2011 với công nghệ tự động của Đài Loan đạt độ đồng nhất cao về độ dày, thành phần nên có độ dẻo cao, chịu được lực uốn cong và căng kéo giúp thuận lợi cho thi công và thiết kế với nhiều tính năng ưu việt như chống cháy giúp công trình chống cháy và thích nghi với điều kiện khí hậu nắng nóng. Sản phẩm này hiện cũng được chấp nhận rộng trên thị trường, hiện tại với 02 dàn máy sản xuất tấm nhôm composite không đủ đáp ứng nhu cầu thị trường trong khi nhu cầu của thị trường ngày càng gia tăng, đặc biệt trong việc sử dụng để ốp ngoại thất cho các công trình xây dựng.

Sản phẩm Mica: Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành trang trí nội thất và các vật liệu quảng cáo. Năng lực sản xuất của Công ty đạt hơn 1.500 tấn nhựa/ năm. Hiện nay nhu cầu sử dụng vật liệu mica cao cấp đáp ứng nhu cầu đa dạng trong lĩnh vực quảng cáo, truyền thông ngày càng gia tăng. Do vậy, việc đầu tư vốn bổ xung nguồn nguyên liệu cho quá trình sản xuất mica sẽ là tiền đề tạo ra lợi thế vững chắc cho Công ty trên thị trường.

Sản phẩm fomex: Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành xây dựng, trang trí nội thất, các vật liệu quảng cáo. Công ty đang thực hiện nhập khẩu và phân phối các sản phẩm fomex được thị trường tiêu thụ tốt và có xu hướng tăng, đây là tiền đề cho việc Công ty sẽ đầu tư máy móc và sản xuất fomex tại Việt Nam.

- Đánh giá về nhu cầu thị trường

Theo khảo sát của Công ty, chỉ tính riêng thị trường miền Bắc, nhu cầu hàng năm sẽ rơi vào khoảng 550.000 – 570.000m²/năm sản phẩm đối với các sản phẩm nhôm, nhựa cho nhu cầu xây dựng và hoàn thiện công trình. Cụ thể, tấm nhôm composite, cửa nhựa, cửa nhôm thường được sử dụng cho các tòa nhà cao tầng (Văn phòng và chung cư), khu đô thị. Các sản phẩm khác như tấm mica, tấm pp được sử dụng nhiều trong việc trang trí, quảng cáo.... Với sự hồi phục của thị trường bất động sản, và tốc độ tăng trưởng trong ngành xây dựng từ 10 – 15 %, đặc biệt ngành dịch vụ ngày càng giải tăng mạnh cả về quy mô và chất lượng chiếm từ 20-25% tổng GDP toàn quốc, thì nhu cầu sử dụng tấm nhôm nhựa sẽ tăng mạnh.

Theo đánh giá của hiệp hội nhựa Việt Nam, tại thị trường nội địa, mức tiêu thụ nhựa bình quân trên đầu người tại Việt Nam cũng tăng nhanh qua các năm, mức tiêu thụ nhựa năm 2008 trên đầu người chỉ đạt 22kg/năm và lên mức 30kg/năm vào năm 2010, năm 2013 đã tăng lên 35kg/năm. Mức tiêu thụ người dân tại Việt Nam sẽ tăng lên 55kg trong năm 2015. Do vậy, khả năng tăng trưởng của công ty trong ngành còn lớn và sức tiêu thụ đối với các sản phẩm của Công ty cũng kỳ vọng sẽ còn cũng nhờ vậy tăng nhanh.

• Kế hoạch kinh doanh của Công ty TNHH Nhựa Đông Á

Tên Công ty	Doanh thu kế hoạch (tỷ đồng)			
	2014	2015	2016	2017
Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)	669	701	876,25	1.077,8
Tốc độ tăng trưởng	-	4.7%	24.9%	22.9%
Vốn điều lệ	58	58	106,8	106,8
Vòng quay vốn/Doanh thu	11,5	12	8	10

- Với tốc độ tăng trưởng doanh thu kỳ vọng năm 2016 và 2017 trung bình 23% năm. Nếu duy trì mức vốn 58 tỉ; sẽ là áp lực lớn lên vòng quay vốn của công ty. Do vậy việc tăng vốn để giảm áp lực trên vòng quay vốn với công ty là cần thiết

- **Hiệu quả kinh tế tăng vốn**

- Huy động được nguồn vốn để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại và các dự án đầu tư mới trong thời gian tới nhằm đáp ứng nhu cầu đối với các sản phẩm hiện tại và đưa ra các sản phẩm mới đối với thị trường, và đáp ứng kế hoạch doanh thu của Công ty.
- Công ty có thêm nguồn vốn để có thể đầu tư thêm về công nghệ, kỹ thuật và công nghệ sản xuất, quản trị công ty, nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng đối tác kinh doanh.
- Nâng cao năng lực tài chính, giảm các khoản nợ vay ngắn hạn

- **Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam (SMW)**

Phương án sử dụng vốn tại Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam:

- **Công ty cần tăng vốn điều lệ nhằm đáp ứng các nhu cầu sau:**

- Bổ sung vốn lưu động trong đó tập trung bổ xung vốn lưu động cho mảng kinh doanh thương mại bao gồm các loại sản phẩm chính là profile nhôm, phụ kiện kim khí và đầu tư thêm một số máy móc thiết bị phục vụ việc lắp ráp cửa, cửa sổ cho các dự án xây dựng lớn.
- Thực hiện các kế hoạch chiến lược khác.
- Phân bổ phương án sử dụng vốn dự kiến như sau:

Mục đích	Tăng vốn (tỷ đồng)
Công ty TNHH SMART WINDOW Việt Nam (SWN)	16
- Hàng hóa	10
- Máy móc	6

- **Đánh giá nhu cầu tăng vốn Công ty Smartwindow Việt Nam**

- **Tình hình sản xuất tại Công ty Smartwindow Việt Nam**

Nhôm profile: Thị trường đang có nhu cầu lớn đối với các ứng dụng của nhôm profile áp dụng cho các công trình xây dựng quy mô lớn, và cao cấp đó là các sản phẩm cửa hợp kim nhôm vách kính dựng. Đi kèm là các nhu cầu về phụ kiện kim khí.

Smartwindow: Từ năm 2003, Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam đã tiến hành nghiên cứu về sản phẩm cửa uPVC có lõi thép gia cường - sản phẩm được sử dụng rộng rãi tại các nước Châu Âu. Năm 2005, sản phẩm cửa uPVC có lõi thép gia cường của Nhựa Đông Á mang nhãn hiệu SmartWindows chính thức xâm nhập thị trường, và tới cuối năm 2008, sản phẩm đã chiếm 25% doanh thu của Công ty. Cấu tạo của cửa nhựa Smartwindows gồm các cấu kiện như sau: thanh Profile, kim khí phụ kiện, và vật tư phụ. Trong đó, thanh profile (vật liệu tổng hợp uPVC kết hợp với chất phụ gia chống lão hóa, chịu va đập, chống cháy...) thì thành phần chủ yếu là của cửa Smartwindows.

Các tính năng nổi bật của sản phẩm cửa uPVC là cách âm, cách nhiệt, không bị mối mọt, không cong vênh co ngót, chống lão hóa, chống cháy và có tính chịu va đập cao, không bị ôxi hóa, không bạc màu, thiết kế khoa học và thuận tiện trong quá trình thi công, dễ lau chùi

và bảo quản, không phải tu dưỡng định kỳ, có độ bền cao, duy trì chất lượng sử dụng cao trong thời gian dài, đặc biệt góp phần thiết thực bảo vệ môi trường, bảo vệ sức khỏe cho bản thân và cộng đồng.

Cùng với sự hồi phục về mảng thị trường bất động sản năm 2015, tại địa bàn Hà Nội có gần 70 dự án chung cư lớn đang thực hiện hoàn thiện là thị trường lớn cho các sản phẩm của Công ty TNHH Smart Window, cửa SmartWindows đã và đang có mặt tại những công trình lớn tại các thành phố tại Hà Nội, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh.

- Đánh giá về nhu cầu thị trường

Cùng với sự hồi phục về mảng thị trường bất động sản năm 2015, trong năm 2015 tại địa bàn Hà Nội có gần 70 dự án chung cư lớn đang thực hiện hoàn thiện là thị trường lớn cho các sản phẩm của Công ty TNHH Smartwindow, mặt khác cửa SmartWindows đã và đang có mặt tại những công trình lớn tại các thành phố tại Hà Nội, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, nơi đòi hỏi yêu cầu khắt khe về kỹ thuật cũng như mỹ thuật của công trình.

• Kế hoạch kinh doanh của Công ty TNHH Smartwindow

Tên Công ty	Doanh thu kế hoạch (tỷ đồng)			
	2014	2015	2016	2017
Công ty TNHH Smart window (SMW)	245	222	277,5	341,3
Tốc độ tăng trưởng	-	- 4%	25%	22%
Vốn điều lệ	20	20	36	36
Vòng quay vốn/Doanh thu	11,6	11,1	7,69	9,47

- Với tốc độ tăng trưởng doanh thu kỳ vọng năm 2016 và 2017 trung bình 23% năm. Nếu duy trì mức vốn 20 tỉ; sẽ là áp lực lớn lên vòng quay vốn của công ty. Do vậy việc tăng vốn để giảm áp lực trên vòng quay vốn với công ty là cần thiết

• Hiệu quả kinh tế tăng vốn

- Huy động được nguồn vốn để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại và các dự án đầu tư mới trong thời gian tới nhằm đáp ứng nhu cầu đối với các sản phẩm hiện tại và đưa ra các sản phẩm mới đối với thị trường, và đáp ứng kế hoạch doanh thu của Công ty
- Công ty có thêm nguồn vốn để có thể đầu tư thêm về công nghệ, kỹ thuật và công nghệ sản xuất, quản trị công ty, nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng đối tác kinh doanh.
- Nâng cao năng lực tài chính, giảm các khoản nợ vay ngắn hạn

▪ Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á (DAS)

Phương án sử dụng vốn tại Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á

• Công ty cần tăng vốn điều lệ nhằm đáp ứng các nhu cầu sau

- Bổ sung vốn lưu động trong đó tập trung bổ sung vốn lưu động cho mảng kinh doanh thương mại bao gồm các loại sản phẩm chính mica, tấm nhôm composite, profile...
- Thực hiện các kế hoạch chiến lược khác.
- Phân bổ phương án sử dụng vốn dự kiến như sau:

Mục đích	Tăng vốn (tỷ đồng)
Công ty TNHH NHỰA ĐÔNG Á (DAS)	15
- Hàng hóa; thành phẩm	15

• **Đánh giá nhu cầu tăng vốn Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á**

- **Tình hình sản xuất tại Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á**

Sản phẩm profile: Theo đánh giá của Công ty, thị trường miền Nam có nhu cầu lớn cho sản phẩm profile. Tuy nhiên, phân khúc thị phần này đang do các sản phẩm nhập khẩu có nguồn gốc Trung Quốc chiếm lĩnh thị trường 90%. Do vậy, Công ty sẽ đẩy mạnh đưa các sản phẩm được sản xuất bởi Nhà máy Hà Nam vào thị trường này.

Sản phẩm nhôm composite: Sản phẩm nhôm composite hiện đang được sản xuất bởi 2 doanh nghiệp trong địa bàn, chiếm tỉ trọng nhỏ so với nhu cầu của thị trường. Các nhà sản xuất ở Miền Bắc hiện đã cung ứng sản phẩm của mình vào thị trường miền Nam khá mạnh. Tuy nhiên, chi phí cho vận chuyển, và kho bãi lớn, không có lợi thế cạnh tranh với DAG. Hiện nay sản phẩm nhôm composite của Nhà máy đã xây dựng được thương hiệu tại Miền Bắc. Do vậy, Công ty sẽ đẩy mạnh đưa các sản phẩm được sản xuất bởi Nhà máy Hà Nam vào thị trường này.

Sản phẩm Mica: Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành trang trí nội thất và các vật liệu quảng cáo. Năng lực sản xuất của Nhà máy Nhựa Đông Á, tại Hà Nam đạt hơn 1.500 tấn nhựa/ năm. Thị trường miền nam được đánh giá là có nhu cầu sử dụng vật liệu mica lớn ứng dụng trong lĩnh vực quảng cáo, truyền thông. Hiện nay, Công ty đã và đang phân phối các sản phẩm được sản xuất bởi nhà máy ở Hà Nam. Đồng thời, để đa dạng hóa sản phẩm và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường, Công ty sẽ nhập khẩu một số chủng loại hàng hóa để phân phối tiền đề, và tạo ra lợi thế vững chắc cho công ty trước khi thực hiện đầu tư mở rộng sản xuất cho máy móc sản xuất sản phẩm mica cho khu vực thị trường miền nam.

• **Kế hoạch kinh doanh của TNHH MTV Nhựa Đông Á**

Tên Công ty	Doanh thu kế hoạch (tỷ đồng)			
	2014	2015	2016	2017
Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á (DAS)	43	105	130	150
Vốn điều lệ	20	20	35	35
Vòng quay vốn/Doanh thu	2,15	5,25	3,71	4,28

• **Hiệu quả kinh tế tăng vốn**

- Huy động được nguồn vốn để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại và các dự án đầu tư mới trong thời gian tới nhằm đáp ứng nhu cầu đối với các sản phẩm hiện tại và đưa ra các sản phẩm mới đối với thị trường, và đáp ứng kế hoạch doanh thu tại mục 2.4
- Công ty có thêm nguồn vốn để có thể đầu tư thêm về công nghệ, kỹ thuật và công nghệ sản xuất, quản trị công ty, nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng đối tác kinh doanh.
- Nâng cao năng lực tài chính, giảm các khoản nợ vay ngắn hạn

2.2. Đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất

- Số tiền thu được từ đợt chào bán dự kiến để đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất là: **66.000.000.000 đồng**

- Sự cần thiết phải đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất

Hiện nay các sản phẩm của Công ty đã được thị trường chấp nhận rộng rãi, nhu cầu của thị trường tiếp tục tăng trưởng từ 20-30% năm, trong khi năng lực sản xuất của nhà máy còn hạn chế.

- Chi tiết đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất

Máy móc thiết bị	Số lượng	Tổng giá trị đầu tư
Dây chuyền sản xuất PP	1	10.000.000.000
Máy sản xuất smartdoor (nhôm vách kính dựng)	1	5.000.000.000
Máy sản xuất Alu	1	10.000.000.000
Máy sản xuất Mica	1	10.000.000.000
Máy sản xuất Profile	5	10.000.000.000
Máy sản xuất Fomex	2	20.000.000.000
Khác		1.000.000.000
Tổng		66.000.000.000

Thanh uPVC profile: Hiện nay, Công ty đang sản xuất sản phẩm uPVC profile trên 12 dây chuyền đùn Kraussmaffei của Germany và hệ thống trộn của Plasmec Italia với chi phí sản xuất hợp lý và tạo ra sản phẩm bền đẹp làm nguyên liệu cho ngành cửa uPVC có lõi thép gia cường đã cạnh tranh thành công với các sản phẩm có xuất xứ từ Trung Quốc đáp ứng nhu cầu tiêu dùng chất lượng cao trên toàn quốc và phù hợp tiêu chuẩn Châu Âu BSEN 12608. Tuy nhiên sản phẩm của Trung Quốc vẫn chiếm tỉ trọng từ 55-60% thị phần tại Việt Nam, với kế hoạch người Việt Nam dùng hàng Việt Nam, Công ty đã đầu tư nhà xưởng với trên 20.000m² và có khả năng lắp 30 máy sản xuất uPVC profile và hướng tới công suất 50.000m²/năm.

Tấm PP công nghiệp: Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành xây dựng, trang trí nội thất, bao bì công nghiệp và các vật liệu quảng cáo. Với năng lực sản xuất hơn 2.000 tấn nhựa/năm và dự kiến nâng công suất lên 2.300 tấn vào năm 2015 và dự kiến 3000 tấn vào năm 2018, Công ty dự kiến đầu tư thêm tối thiểu 2 dàn máy trong năm 2016 để Nhựa Đông Á luôn đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ của thị trường

Tấm nhôm composite: Tấm lợp nhôm composite được Công ty đầu tư sản xuất trong năm 2011 với công nghệ tự động của Đài Loan đạt độ đồng nhất cao về độ dày, thành phần nên có độ dẻo cao, chịu được lực uốn cong và căng kéo giúp thuận lợi cho thi công và thiết kế với nhiều tính năng ưu việt như chống cháy giúp công trình chống cháy và thích nghi với điều kiện khí hậu nắng nóng. Sản phẩm này hiện cũng được chấp nhận rộng trên thị trường, hiện tại với 02 dàn máy sản xuất tấm nhôm composite không đủ đáp ứng nhu cầu thị trường trong khi nhu cầu của

thị trường ngày càng gia tăng, đặc biệt trong việc sử dụng đồ ốp ngoại thất cho các công trình xây dựng.

Sản phẩm Mica: Sản phẩm được dùng làm vật liệu trong ngành trang trí nội thất và các vật liệu quảng cáo. Năng lực sản xuất của Công ty đạt hơn 1.500 tấn nhựa/ năm. Hiện nay nhu cầu sử dụng vật liệu mica cao cấp đáp ứng nhu cầu đa dạng trong lĩnh vực quảng cáo, truyền thông ngày càng gia tăng. Do vậy, việc đầu tư thêm máy sản xuất mica sẽ là tiền đề tạo ra lợi thế vững chắc cho công ty trên thị trường.

2.3. Bổ sung vốn lưu động:

- **Số tiền dự kiến thu được từ đợt chào bán nhằm mục đích bổ sung vốn lưu động là 44.200.000.000 đồng**

- **Sự cần thiết phải bổ sung nguồn vốn lưu động:**

Vốn cho sản xuất kinh doanh của công ty hiện nay chủ yếu là vốn vay ngân hàng do nguồn vốn tự có rất thấp. Vì vậy, việc sử dụng một phần số tiền dự kiến thu được từ đợt chào bán để vốn lưu động sẽ giúp công ty nâng cao năng lực tài chính cũng như năng lực hoạt động, tránh phải phụ thuộc vào các nguồn vốn vay từ ngân hàng, đồng thời giúp Công ty giảm được lãi vay ngân hàng.

- **Chi tiết kế hoạch sử dụng vốn đề bổ sung vốn lưu động**

STT	Mục đích	Số tiền đầu tư (đồng)
1	Đầu tư cho hàng tồn kho	44.200.000.000
	<i>Trong đó</i>	
	Nguyên liệu	20.000.000.000
	Thành phẩm	10.000.000.000
	Hàng hóa	14.200.000.000
	Tổng cộng	44.200.000.000

VII. Kế hoạch sử dụng tiền thu được từ đợt chào bán

- Căn cứ Nghị quyết số 01/2015/NQ-ĐHĐCĐ ngày 21/04/2015 Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông năm 2015
- Biên bản họp số 01/2015/BBH-ĐHĐCĐ ngày 21/04/2015 Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2015
- Căn cứ Tờ trình số 01/2015/Ttr-HĐQT ngày 21/04/2015 thông qua các nội dung của Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2015
- Căn cứ Nghị quyết số 14/2015/NQ-HĐQT ngày 20/05/2015
Dự kiến số tiền thu được từ đợt chào bán như sau:

- Số vốn điều lệ tăng thêm: **209.000.000.000 đồng**
- Tổng số tiền thu được từ đợt chào bán: **190.000.000.000 đồng**

Kế hoạch sử dụng vốn thu được từ đợt phát hành lần này của DAG như sau:

STT	Kế hoạch sử dụng	Số tiền (đồng)
1	Đầu tư vào công ty con	79.800.000.000
	- Đầu tư vào Công ty TNHH Nhựa Đông Á (NDA)	48.800.000.000
	- Đầu tư vào Công ty TNHH Smartwindow Việt Nam (SMW)	16.000.000.000
	- Đầu tư vào Công ty TNHH MTV Nhựa Đông Á (DAS)	15.000.000.000
2	Đầu tư mua sắm máy móc, thiết bị kiện toàn năng lực sản xuất	66.000.000.000
3	Bổ sung vốn lưu động	44.200.000.000
Tổng cộng		190.000.000.000

VIII. Các đối tác liên quan tới đợt chào bán**Tổ chức tư vấn**

Công ty cổ phần Chứng khoán MB

Điện thoại : (84-4) 3726 2600 Fax: (84-4) 3726 2601

Địa chỉ : 3 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội

Website : www.mbs.com.vn

Bloomberg : MBSV<GO>

Tổ chức kiểm toán

Báo cáo Kiểm toán năm 2013 và năm 2014 được kiểm toán bởi:

Công ty TNHH Kiểm toán và Định giá Việt Nam

Địa chỉ : Tầng 11 tòa nhà Sông Đà, số 165 đường Cầu Giấy, quận Cầu Giấy, Hà Nội

Điện thoại : (04) 62 670 491 Fax : (04) 62 670 494

Website : www.vae.com.vn

IX. Phụ lục

1. Phụ lục 1: Bản sao hợp lệ Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh;
2. Phụ lục 2: Điều lệ Công ty phù hợp với Điều lệ mẫu công ty niêm yết;
3. Phụ lục 3: Nghị quyết ĐHCĐ thông qua phương án phát hành cổ phiếu;
4. Phụ lục 4 : Báo cáo tài chính kiểm toán năm 2013, năm 2014, báo cáo tài chính Quý I/2015.

X. Ngày tháng, chữ ký, đóng dấu của đại diện tổ chức phát hành, tổ chức tư vấn

Hà Nội, ngày 11 tháng 6 năm 2015.

Đại diện tổ chức tư vấn

Đại diện tổ chức phát hành

Công ty Cổ phần Chứng khoán MB

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nhựa Đông Á

Tổng Giám đốc

Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám Đốc

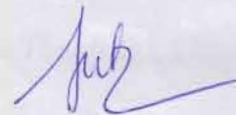


Trần Hải Hà



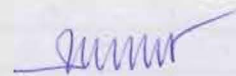
Nguyễn Bá Hùng

Trưởng Ban kiểm soát



Phạm Thị Thúy Hà

Kế toán trưởng



Nguyễn Thị Hồng Oanh