



CÔNG TY CỔ PHẦN VIỆT AN

QL 91, Thạnh An, Mỹ Thới, Long Xuyên, An Giang, Việt Nam
Tel: 076.3932545 Fax: 076.3932554
Email: info@anvifish.com Website: <http://www.anvifish.com>

Số: 02/2016/BC-HDQT

Long Xuyên, ngày 08 tháng 08 năm 2016

BÁO CÁO TỔNG KẾT **Hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2015** **và phương hướng nhiệm vụ năm 2016**

I. Thông tin chung:

1. Thông tin khái quát:

- Tên Công ty: Công ty Cổ phần Việt An
- Giấy CNĐKKD: Số 1600720555, đăng ký lần đầu ngày 27/02/2007, Đăng ký lại lần thứ 06 ngày 12/11/2014 do Sở Kế hoạch và Đầu tư An Giang cấp.
- Vốn điều lệ: 433.380.000.000 đồng.
- Địa chỉ: QL 91, K. Thạnh An, P. Mỹ Thới, TP. Long Xuyên, T. An Giang.
- Số điện thoại: 076. 3932 258 Số fax: 076.3932 554
- Website: www.anvifish.com Email: info@anvifish.com
- Mã cổ phiếu: AVF Sản: UPCOM (từ ngày 18/06/2015)
- Lĩnh vực hoạt động chủ yếu: Chế biến thủy hải sản, khai thác thủy sản, nuôi trồng thủy sản...
- Các sản phẩm chính: cá tra fillet, tôm bột, xiên que....

II. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2015:

Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh:

(Đvt: Triệu đồng)

T T	Chỉ tiêu	Thực hiện 2014	Thực hiện 2015	Kế hoạch 2015	TH 2015/ KH 2015	TH 2015/ TH 2014
1	Doanh thu	155.155	102.372	250	40,95%	65,98%
	- Xuất khẩu	51.482	-	-	-	-
	- Nội địa	57.924	4.536	-	-	4,38%
	- Gia công phi-lê	45.749	97.836	-	-	-
2	Lợi nhuận trước thuế	(912.678)	(349.711)	15	-	38,32%
3	Trả cổ tức (%/năm)	-	-	-	-	-

Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty năm 2015 đang có sự phục hồi trở lại. Năm 2015, Công ty tập trung chủ yếu thực hiện dịch vụ gia công cho khách hàng và đạt hiệu quả rõ rệt, cụ thể doanh thu gia công năm 2015 cao hơn năm 2014 là 2,13 lần.

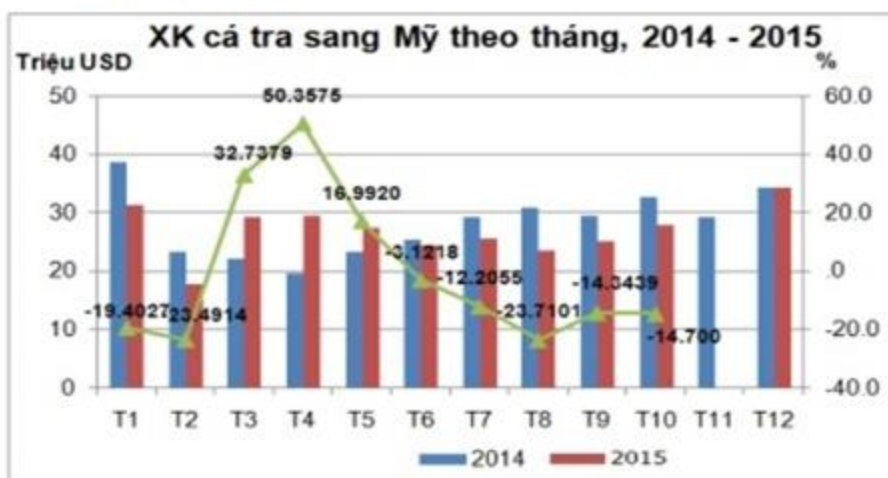
Điều này cho thấy sự nỗ lực của toàn thể Công ty trong việc củng cố, duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động của Công ty trong giai đoạn khủng hoảng về tài chính. Tuy nhiên nhìn vào kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty vẫn chưa có lợi nhuận nguyên nhân chủ yếu là:

- Hoạt động gia công chưa sử dụng hết công suất sản xuất của Công ty, do một số máy móc thiết bị hư hỏng cần phải đại tu.
- Các khoản lỗ phát sinh từ việc thanh lý tài sản giảm dư nợ vay của ngân hàng.
- Trích trước chi phí lãi vay theo đúng quy định.
- Trích lập dự phòng các khoản phải thu khó đòi.
- Trích lập dự phòng hàng tồn kho đã giảm giá trị sử dụng.

III. CÁC KẾ HOẠCH, ĐỊNH HƯỚNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ :

1. Nhận định thị trường năm 2016

➤ Thị trường thế giới



(Nguồn: VASEP)

Cá Tra là sản phẩm thủy sản đông lạnh có giá trị lớn thứ 6 tại thị trường Mỹ, sau tôm (HS 030617), cá Hồi (HS 030641-81), cua (HS 030614), cá rô phi (HS 030461) và tôm hùm (HS 030612-22). Tuy nhiên, trong năm 2015, sản phẩm Cá Tra chịu sự cạnh tranh gay gắt từ sản phẩm cá rô phi và cá Cod tại thị trường Mỹ.

Khó khăn nổi tiếp khó khăn, ngày 25/11/2015, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (FSIS) lại thông báo về việc quyết định triển khai Chương trình Giám sát cá da trơn đối với cá Tra nhập khẩu vào Mỹ. Quy định này bắt đầu có hiệu lực từ tháng 3/2016 (90 ngày sau khi đăng Công báo Liên bang). Mốc thời gian có hiệu lực cũng là thời điểm bắt đầu giai đoạn chuyển đổi 18 tháng đối với các nhà sản xuất trong nước và nước ngoài. Quyết định này được đưa ra và có hiệu lực trong thời gian quá gấp đang gây hoang mang cho các doanh nghiệp xuất khẩu Cá Tra sang thị trường Mỹ.

Trong 10 tháng đầu năm 2015, giá trị xuất khẩu Cá Tra sang thị trường EU liên tục giảm từ 1 – 34,5% so với cùng kỳ năm 2014. Theo đánh giá của một số doanh nghiệp xuất khẩu cá tra lớn, EU là thị trường có những yêu cầu, đòi hỏi khắt khe nhất về chất lượng sản phẩm nhưng năm 2015 nhiều khách hàng lại trả giá thấp hoặc đề nghị giảm giá bán. Hiện nay, Hà Lan là thị trường xuất khẩu cá tra lớn nhất, chiếm khoảng 3,42% tổng giá trị xuất khẩu. Hà Lan và Anh là hai thị trường xuất khẩu sản phẩm cá tra chế biến, giá trị gia tăng lớn nhất trong khối EU.



(Nguồn: VASEP)

Theo số liệu của Globefish, năm 2015, trung bình mỗi tháng, EU nhập khẩu khoảng 8.000 - 9.000 tấn cá tra phile đông lạnh. Trong đó, 2 quý đầu năm, khối lượng nhập khẩu thấp hơn nhưng giá nhập khẩu trung bình lại tăng cao hơn so với cùng kỳ năm 2013-2014, đặc biệt là tháng 4-5/2015, giá nhập khẩu trung bình tăng lên mức từ 2,2-2,45 EUR/kg.

Biểu đồ Nhập khẩu cá tra phi lê đông lạnh của EU năm 2015



(Nguồn: VASEP)

Quý đầu năm 2015, tỷ giá đồng EUR và chính sách giảm nhập khẩu của EU đã gây “thiệt hại” đáng kể cho các nguồn cung xuất khẩu thủy sản thế giới. Giá trị nhập khẩu sản phẩm thủy sản nhập khẩu tại hầu hết các thị trường Châu Âu đều chủ động giảm. Trong 5 thị trường xuất khẩu lớn nhất của Cá Tra Việt Nam, duy nhất giá trị xuất khẩu Cá Tra sang Anh tăng trưởng tốt từ đầu tới cuối năm, các thị trường còn lại xuất khẩu không nhiều biến chuyển và tích cực.

Dự báo trong năm 2016, giá trị xuất khẩu sang EU sẽ tăng dần, áp lực về tỷ giá và các chính sách phát triển kinh tế sẽ giúp ích cho các doanh nghiệp nhập khẩu hàng thủy sản tại khu vực này. Theo thống kê của Globefish, năm 2015, cả giá trị nhập khẩu, giá mua và khối lượng nhập khẩu Cá Tra phile đông lạnh của Châu Âu đều giảm. Mức giá nhập khẩu cao nhất rơi vào tháng 3-4/2015 dao động từ 2,45 - 2,48 USD/kg. Tổng khối lượng nhập khẩu ước đạt 110 nghìn tấn tương đương với năm 2013 và giá nhập khẩu cũng thấp hơn so với năm 2014 từ 0,5 - 1 USD/kg.

Có thể thấy, năm 2015, nhập khẩu sản phẩm cá thịt trắng của EU tăng trưởng khá tốt, trong đó, tỷ trọng cá Cod phile đông lạnh chiếm tỷ lệ rất lớn 25,08% tổng giá trị nhập khẩu cá thịt trắng, cá Alaska Pollack phile, đông lạnh cũng chiếm khoảng 17%. Giá trị nhập khẩu Cá Tra và cá da trơn phile, đông lạnh của EU chỉ chiếm khoảng 6,25% tổng giá trị nhập khẩu cá thịt trắng của khu vực này và tập trung chủ yếu tại một số thị trường như: Tây Ban Nha, Hà Lan, Anh, Đức, Pháp...

Truyền thông bôi nhọ Cá Tra tại EU vẫn chưa chấm dứt, việc xây dựng hình ảnh Cá Tra Việt Nam tại khu vực này vẫn là ưu tiên quan trọng trong Chương trình XTTM quốc gia. Tuy nhiên, việc “lấy lòng” khách hàng này không phải một sớm một chiều, trong khi sự quảng bá và cạnh tranh của loài cá thịt trắng “bản địa” vẫn tiếp tục mạnh mẽ. Ngoài ra, cá Tra Việt Nam cũng vấp phải sự đối chọi của sản phẩm Cá Rô Phi từ Trung Quốc. Với giá cạnh tranh, các doanh nghiệp xuất khẩu cá Tra đang nỗ lực để tăng sản phẩm giá trị gia tăng, tăng thị phần và chiếm niềm tin của khách hàng. Tuy nhiên, trong 2 năm trở lại đây, sự bất ổn định về giá cùng với sự đòi hỏi quá cao của đối tác EU khiến nhiều doanh nghiệp nản xuất khẩu sang thị trường này.

➤ **Thị trường Cá Tra tại Việt Nam**

Hàng loạt các khó khăn như thị trường tiêu thụ bấp bênh, giá cả không ổn định, dịch bệnh thường xuyên xảy ra đã làm cho diện tích nuôi Cá Tra có xu hướng giảm.

Cụ thể, diện tích cá tra 6 tháng đầu năm của các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long ước đạt 3.757 ha, giảm 5,5% so với cùng kỳ. Sản lượng Cá Tra năm 2015 của các tỉnh vùng ĐBSCL ước đạt 1.123 ngàn tấn, tăng 0,4% so với cùng kỳ, trong đó Đồng Tháp ước đạt 375.277 tấn (-6%), An Giang ước đạt 248.064 tấn (+5%), Cần Thơ đạt 153.140 tấn (+2%).

Năm 2015, giá nguyên liệu Cá Tra tại ĐBSCL liên tục giảm từ mức giá trung bình từ 20.000 - 22.500 đồng/kg trong quý I/2015 đến 21.500 - 21.700 đồng/kg trong quý III/2015. Với nhiều nỗ lực từ người nuôi và doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản nhưng giá

Cá Tra không tăng hơn, đến cuối tháng 9/2015, giá Cá Tra xuống mức giá xấp xỉ giá thành sản xuất.

Diện tích và sản lượng cá tra tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long năm 2015

Đơn vị	Năm 2014		Năm 2015		So sánh 2015 / 2014 (%)	
	Diện tích (ha)	Sản lượng (tấn)	Diện tích (ha)	Sản lượng (tấn)	Diện tích	Sản lượng
ĐBSCL	5.542	1.118.674	5.623	1.123.004	101	100.4
Tiền Giang	177	31.039	111	34.500	63	111
Bến Tre	711	159.204	730	173.918	103	109
Trà Vinh	18	8.958	10	4.580	58	51
Vĩnh Long	430	81.191	444	79.363	103	98
Đồng Tháp	1.900	396.658	2.071	375.277	109	95
An Giang	1.217	233.581	1.233	248.604	101	106
Kiên Giang	11	7.580	2	6.102	18	81
Cần Thơ	831	142.866	837	153.140	101	107
Hậu Giang	147	34.480	113	34.520	77	100
Sóc Trăng	100	23.117	71	13.000	71	56

(Nguồn: Bộ NN và PTNT)

2. Mục tiêu năm 2016

- Công ty tiếp tục gia công cho đơn vị đối tác cùng ngành với sản lượng bình quân là 130 – 140 tấn nguyên liệu mỗi ngày (*Xí nghiệp An Thịnh: 80 – 90 tấn/ngày, xí nghiệp Việt Thắng: 40 – 50 tấn/ngày*).
- Doanh thu năm 2016 ước đạt: 150 tỷ đồng
- Thực hiện thành công đề án tái cấu trúc công ty.
- Đàm phán, cơ cấu nợ vay ngân hàng, xử lý công nợ tiền cá tra nguyên liệu của bà con nông dân và các nhà cung cấp.

3. Phân tích cạnh tranh:

- Hiện nay, có khoảng 70 doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu cá Tra tại Việt Nam.
- Ngoài TOP 10 doanh nghiệp xuất khẩu cá Tra hàng đầu Việt Nam năm 2015, các doanh nghiệp còn lại hiện cũng đang gặp khó khăn về tài chính và thị trường. Tinh chuyên nghiệp trong bán hàng còn hạn chế và chưa tích cực chủ động tìm nguồn khách hàng.

4. Phân tích SWOT:

Điểm mạnh (S)	
Doanh số	Anvifish từng đứng vị trí thứ tư trong danh sách công ty chế biến và xuất khẩu Cá Tra lớn nhất Việt Nam năm 2013.
Khách hàng	+ Ở thời điểm hiện tại, lượng khách hàng vẫn còn tương đối lớn và ổn định. + Khách hàng tiềm năng (có thể mua lại): 38 khách hàng, trong đó có các khách hàng lớn như: Fox Trade, Metro, Amada Foods, Inlet, DKSH, Sundance food, Bidvest, Guan Poh...
Kinh doanh – Bán hàng	+ Đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp với hơn 10 năm kinh nghiệm. + Tham gia các hội thảo, hội chợ thủy sản lớn thế giới.
Chất lượng sản phẩm	+ Nhà máy chế biến đáp ứng được các yêu cầu khắt khe nhất về chất lượng sản phẩm của hầu hết các thị trường như Mỹ và Châu Âu... + Công ty có Phòng thí nghiệm độc lập đạt chuẩn VILAS - ISO 17025:2005. + Công ty tạm dừng hoạt động sản xuất kinh doanh không phải do chất lượng sản phẩm mà do vấn đề tài chính.
Năng lực sản xuất	+ Trang thiết bị đạt chuẩn có thể đáp ứng cho sản xuất 250 tấn nguyên liệu/ngày. + Đội ngũ QA/QC nhiều kinh nghiệm gắn bó với công ty từ ngày mới thành lập.
Điểm yếu (W)	
Uy tín khách hàng	+ Giảm đáng kể từ năm 2014 khi dừng sản xuất và xuất khẩu.
Chiến lược công ty, kinh doanh và Marketing	+ Do công ty đang thực hiện tái cơ cấu, chưa có điều kiện xuất khẩu nên chưa có định hướng xuất khẩu cụ thể. + Hoạt động Marketing hầu như rất ít.
Kế hoạch, giải pháp Marketing và bán hàng	+ Kế hoạch Marketing và bán hàng không có nên không chủ động nguồn khách hàng mới. + Hoạt động sản xuất dừng tạm thời để tập trung nguồn lực cho hoạt động gia công nên không có hàng tồn kho.
Hệ thống quản lý công ty	+ Mô hình quản lý công ty chưa thực sự hoàn thiện do đang trong quá trình tái cơ cấu, cần thêm thời gian để thực sự củng cố lại. + Thiếu hụt nguồn nhân lực cấp cao, sự không ổn định trong nhân sự ở cấp quản lý trong thời gian qua.
Chính sách bán hàng	+ Chính sách bán hàng cho các đại diện khách hàng không rõ ràng. + Chính sách bán hàng cho đội ngũ bán hàng tạm thời chưa được triển khai.

Cơ hội (O)

Thị trường tiêu thụ	+ Cá Tra Việt Nam đáp ứng được nhu cầu khách hàng quốc tế và có thể làm hài lòng mong muốn của khách hàng trên thế giới + Chương trình Giám sát cá da trơn của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ đã được thượng viện Mỹ tán thành hủy bỏ. Mặc dù Nghị quyết này sẽ còn phải được đưa qua Hạ viện Hoa Kỳ để bỏ phiếu thông qua rồi mới được đưa lên trình Tổng thống Barack Obama để ký. Tuy nhiên đây là thành công bước đầu rất quan trọng, một cơ hội sắp được mở ra trong tương lai cho các Doanh nghiệp xuất khẩu cá Tra.
Nguồn cung cá Tra	Giá cá Tra cạnh tranh hơn và nguồn cung ổn định hơn so với các loại cá đang cạnh tranh trực tiếp như cá Minh Thái, cá Tuyết...
Kinh tế thế giới	Đang trên đà hồi phục.

Thách thức (T)

Sản phẩm thay thế	Thị trường tiêu thụ cùng với cá Tra là cá Minh Thái, cá rô phi, cá Tuyết. Nếu chất lượng cá Tra có vấn đề hoặc giá cao thì người tiêu dùng sẽ dễ dàng chuyển sang dùng các loại cá này.
Nguyên liệu	Sản lượng cá nguyên liệu có thể sẽ giảm trong 2016 do nhiều người dân đang bỏ hầm nuôi để cắt lỗ.
Tín dụng	Do rủi ro tiềm tàng của ngành thủy sản, các doanh nghiệp trong ngành khó tiếp cận nguồn vốn ngân hàng.
Thị trường xuất khẩu	Chương trình Giám sát cá da trơn vẫn còn có hiệu lực và Thuế chống bán phá giá đối với sản phẩm Cá Tra phile đông lạnh nhập khẩu vào Mỹ quá cao là thách thức lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu nói chung và AVF nói riêng.

* Kết luận:

Năm 2015 tiếp tục là năm rất khó khăn của Công ty, hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty không hiệu quả, quy mô thu hẹp lại doanh thu chủ yếu từ hoạt động gia công. Qua phân tích "SWOT" và thực trạng của Công ty, Công ty cần có các chiến lược, kế hoạch và giải pháp một cách mạnh mẽ, rõ ràng để tận dụng các cơ hội, phát huy hết các thế mạnh và đặc biệt vượt qua khó khăn tài chính của Công ty hiện nay để tái sản xuất - kinh doanh trong năm 2016.

5. Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2016:

Bên cạnh hoạt động gia công chế biến cá Tra phi - lê, Công ty đang cơ cấu lại các khoản nợ vay, tìm nguồn đầu tư và xây dựng kế hoạch sản xuất, tìm kiếm thị trường... để đảm bảo thực hiện thành công Phương án tái cấu trúc hoạt động sản xuất- kinh doanh của Công ty.

a. **Mục tiêu năm 2016:**

Đơn vị tính: tỷ đồng

	Chỉ tiêu	ĐVT	Kế hoạch 2016
1	Doanh thu	Tỷ đồng	150
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	-
3	Tỷ lệ chi trả cổ tức	%	-

b. **Khách hàng mục tiêu:**

Các công ty nhập khẩu, phân phối, bán sỉ, lẻ ở Châu Âu, Mỹ, Úc, Nga, Châu Á, Trung Đông... có nhu cầu nhập khẩu cá Tra từ Việt Nam.

c. **Các giải pháp:**

- **Bán hàng:**

- + Tập trung nhiều hơn vào nhóm khách hàng lớn mang lại lợi nhuận cao.
- + Duy trì mức tối thiểu khách hàng hiện tại có lợi nhuận thấp.
- + Đa số khách hàng của Anvifish hiện nay đều có nhu cầu tiêu thụ sản phẩm rau/củ/quả. Đây là thế mạnh cho sự phát triển sản phẩm mới.
- + Mở rộng hơn nữa thị trường EU và thị trường mới khác để hạn chế rủi ro.

- **Sản xuất:**

- + Đảm bảo năng lực sản xuất cá Tra đáp ứng nhu cầu xuất khẩu.
- + Đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định theo yêu cầu khách hàng và thị trường.
- + Giao hàng đúng tiến độ và chất lượng như cam kết với khách hàng.
- + Duy trì định mức chế biến thấp.
- + Tăng cường bảo trì, bảo dưỡng và nâng cấp những thiết bị máy móc.
- + Duy trì số lượng công nhân ở mức tối ưu.

- **Nguồn nguyên liệu:**

- + Cung ứng đủ nguyên liệu phục vụ sản xuất.
- + Liên kết với các hộ nuôi lớn bằng cách ký hợp đồng bao tiêu (*theo giá thị trường*) và đầu tư thức ăn cho các hộ nuôi uy tín.
- + Xây dựng vùng nguyên liệu (*theo chuỗi liên kết dọc*) đảm bảo đáp ứng đủ cho nhà máy chế biến.

- **Nguồn tài chính:**

+ **Tái cơ cấu tài sản:** Thu hồi các khoản tiền mặt đã bị chiếm dụng. Thu hồi các khoản nợ phải thu tồn đọng, thanh lý tài sản không cần dùng...

+ **Tái cơ cấu nợ phải trả:**

Thương lượng với các chủ nợ để thực hiện các giải pháp như: kéo giãn thời gian trả nợ, xóa nợ, bán nợ, chuyển nợ thành vốn chủ sở hữu, xử lý tài sản thế chấp, xin cấp hạn mức tín dụng mới...

+ **Tái cơ cấu vốn chủ sở hữu:**

Tăng tỉ lệ sở hữu của cổ đông nội bộ và cam kết nắm giữ lâu dài. Phát hành riêng lẻ, tăng vốn chủ sở hữu. Kêu gọi nhà đầu tư chiến lược (trong nước, ngoài nước). Tăng cường khả năng thu hồi nợ trong năm 2015. Tìm kiếm các giải pháp huy động vốn linh hoạt, phù hợp với thực tế thị trường tài chính 2016.

* **Kết luận:**

Với kế hoạch năm 2016, tập thể chúng ta cần phải nỗ lực đoàn kết, quyết tâm nhằm tạo thành một thể thống nhất, đưa Công ty vượt qua khó khăn hiện nay.

Định hướng hoạt động của Công ty trong năm 2016 là vừa nhận gia công cho khách hàng (khách hàng giao nguyên liệu, nhận lại thành phẩm), vừa sản xuất chế biến ra thành phẩm từ nguyên liệu do Công ty mua. Cả nguyên liệu được mua từ bên ngoài là chủ yếu. Công ty hạn chế hoạt động nuôi cá thương phẩm do khó kiểm soát rủi ro (rất dễ bị thụ lỗ). Việc nhận gia công sẽ giảm áp lực về vốn lưu động cho Công ty mà vẫn khai thác được công suất máy móc thiết bị, nguồn nhân lực và năng lực quản lý.

Trong bối cảnh nền kinh tế đang phục hồi là một điều kiện thuận lợi cho Công ty tiếp tục hoạt động, với quyết tâm và nỗ lực của mình, Ban lãnh đạo Công ty tin tưởng vào kế hoạch kinh doanh đã được trình bày trong báo cáo này. Ban lãnh đạo Công ty rất mong nhận được sự ủng hộ, sự giúp đỡ của các cơ quan chức năng, chính quyền địa phương, cũng như sự ủng hộ, cùng chia sẻ khó khăn của các chủ nợ (ngân hàng, người nông dân bán cá) để Công ty thực hiện tái cấu trúc hoạt động sản xuất - kinh doanh, tiếp tục phát triển, góp phần vào sự phát triển chung của kinh tế địa phương cũng như lĩnh vực chế biến, xuất khẩu cá Tra của cả nước.

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH**



Ngô Văn Chu