



CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH
ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2020

Ngày 26 tháng 06 năm 2020

BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC

A. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TRONG NĂM

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh

a. Số liệu

ĐVT: đồng

STT	CHỈ TIÊU	2018	2019	TH 2019/2018
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	156.829.819.565	202.071.353.656	129%
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	323.867.198	519.366.676	160%
-	Hàng bán bị trả lại	323.867.198	519.366.676	160%
3	Doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ	156.505.952.367	201.551.986.980	129%
4	Giá vốn hàng bán	135,772,649,041	169.243.771.372	125%
5	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	20,733,303,326	32.308.215.608	156%
6	Doanh thu hoạt động tài chính	3.744.623.556	2.344.238.934	63%
7	Chi phí tài chính	764.926.900	609.090.725	80%
8	Chi phí bán hàng	5,412,912,219	8.281.340.820	153%
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	11,294,280,238	16.504.831.063	146%
10	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	7.005.807.525	9.257.191.934	117%
11	Thu nhập khác	17.871.847	166.624.729	
12	Chi phí khác	353.051.110	174.634.576	49%
13	Lợi nhuận khác	-335.179.263	(8.009.847)	
14	Phần lãi trong công ty liên kết	1.823.779.655	1.030.333.437	56%

15	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	8.494.407.917	10.279.515.524	121%
16	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	999.415.164	1.878.206.439	188%
17	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	7.494.992.753	8.401.309.085	112%
18	Lãi cơ bản trên cổ phiếu	1.306	1.464	112%

Tình hình chung của công ty năm vừa qua : Doanh thu thuần năm 2019 tăng 29% so với năm trước, lợi nhuận sau thuế tăng 12% so với năm trước . EPS đạt 1464 đồng.

Đvt: triệu đồng

NGÀNH	2017		2018		2019	
	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp
In	4.316	255	3.364	332	3.358	301
Bao bì Nhựa	65.406	4.198	91.161	7.811	129.964	11.500
Khăn giấy, thương mại	17.401	3.059	6.506	835	7.250	1.255
Giải trí, truyền thông và các dịch vụ khác	57.467	10.556	55.206	11.755	60.980	19.252
Cộng	144.590	18.069	156.506	20.733	201.552	32.308
NGÀNH	TỶ TRỌNG 207		TỶ TRỌNG 2018		TỶ TRỌNG 2019	
	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp
In	2,98%	1,14%	2,32%	1,60%	1,67%	0,94%
Bao bì Nhựa	45,24%	23,23%	58,25%	37,67%	64,48%	35,59%
Khăn giấy, thương mại	12,03%	16,93%	4,16%	4,03%	3,60%	3,88%

Giải trí, truyền thông và các dịch vụ khác	39,74%	58,42%	35,27%	56,70%	30,26%	59,59%
Cộng	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

- Năm 2019, doanh thu sản xuất in của công ty vẫn duy trì bình thường.
- Doanh thu ngành nhựa tăng mạnh 43% do bán hàng nội địa tăng.
- Ngành sản xuất giấy, thương mại doanh thu tăng nhẹ.
- Ngành truyền thông, giải trí và các dịch vụ khác tăng hơn 10%.

b. Chiến lược kinh doanh

Trong năm 2019, Công ty đã có một số thay đổi trong chiến lược kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ chính như sau:

- Công ty phát triển mạnh và sâu vào thị trường ngành nhựa nội địa, đẩy mạnh cung ứng mặt hàng truyền thống là bao bì đựng hàng ở các siêu thị và các tập đoàn bán lẻ mới, phát triển sản xuất đều đặn các sản phẩm chuyên biệt / đa dụng như túi rác bệnh viện, tấm trải đa năng bằng nhựa cho sinh hoạt thường ngày, túi đựng thực phẩm an toàn, túi rác thơm có tác dụng khử mùi tại gia đình... Năm 2019 doanh thu ngành nhựa tăng cao do phát triển mở rộng thêm thị trường, tăng thêm sản phẩm mới, tăng khách hàng mới, tăng số lượng đơn hàng của khách hàng truyền thống .
- Đối với mảng truyền thông, công ty vẫn duy trì chiến lược nghiên cứu, phát triển và cung ứng các mặt hàng công nghệ cao đi trước thị trường và kết hợp với nội dung sáng tạo tương thích nên đã tăng được số lượng khách hàng mới với doanh thu tốt.

c. Sản phẩm mới, khách hàng mới, thị trường mới.

- Sản phẩm mới
 - + Ngành nhựa : tự sản xuất máy cắt cơ hai dây dập quai tự động phục vụ nhu cầu sản xuất nội bộ và cung ứng ra thị trường bên ngoài. Kiểm soát chặt chẽ sản xuất nên đã giảm thiểu phế phẩm non 2%.
Sản phẩm mới ngành nhựa: Túi rác cuộn có quai.
 - + Ngành truyền thông : Photobooth, Wedding Mapping, LED Poster, Sketch World, POD, CuePresenter...
- Khách hàng mới:
 - Năm 2019 phát triển thêm các khách hàng: Công ty Tân Lực, BS Mart...
- Thị trường mới
 - Mở rộng ra các tỉnh lân cận phía Bắc – ngành bao bì nhựa.

d. Nguồn cung cấp

Ngành giấy tiếp tục nhập thêm các loại giấy mới để đa dạng sản phẩm.

Nhập thêm hạt phụ gia ngành nhựa và hạt tái sinh nhằm giảm giá thành sản phẩm, giảm tỷ lệ phế liệu.

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

Đvt: đồng

Năm 2018	Giá trị ALTA đầu tư đến 31/12/2019	Tổng tài sản
Công ty con		
Công ty TNHH Một thành viên Ứng dụng Công nghệ và Dịch vụ Truyền Thông Âu Lạc	22.711.284.355	45.499.651.021
Công ty TNHH Một thành viên Ứng dụng Công nghệ Kỹ thuật Nhựa Âu Lạc	20.307.169.383	66.239.108.520
Công ty liên kết		
Công ty Cổ phần In Thương mại Quảng cáo Âu Lạc	8.734.104.624	55.152.852.874

3. Tình hình tài chính

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	So sánh
Tổng Tài sản		251.119.236.363	245.094.652.767	97,6%
Doanh thu thuần	VNĐ	156.505.952.367	201.551.986.980	128,8%
Lợi nhuận gộp	“	20.733.303.326	32.308.215.608	155,8%
Lợi nhuận từ Hoạt động SXKD (bao gồm lãi / lỗ liên doanh liên kết)	“	8.829.587.180	10.287.525.371	116,5%
Lợi nhuận khác	“	(335.179.263)	(8.009.847)	
Lợi nhuận trước thuế	“	8.494.407.917	10.279.515.524	121,0%

Lợi nhuận sau thuế	“	7.494.992.753	8.401.309.085	112,1%
EPS	“	1.306	1.464	112,1%
Chỉ tiêu về khả năng thanh toán				
Khả năng thanh toán ngắn hạn	Lần	3,51	4,35	123,93%
Khả năng thanh toán nhanh	Lần	2,42	3,23	133,47%
Chỉ tiêu về cơ cấu vốn				
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	15,76	12,13	76,97%
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	%	18,71	13,81	73,81%
Chỉ tiêu về năng lực hoạt động				
Vòng quay hàng tồn kho	Vòng	3,88	4,59	118,30%
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	Vòng	0,62	0,82	132,26%
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời				
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	4,79	4,17	87,06%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	%	3,54	3,9	110,17%
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	%	2,98	3,43	115,10%
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	%	4,48	4,59	102,46%

Các khoản nợ của Công ty chiếm tỷ trọng khá nhỏ trong cơ cấu nguồn vốn. Tính trên Vốn chủ sở hữu, nợ chiếm 18,71% năm 2018 giảm còn 13,81% năm 2019. Công ty không sử dụng nợ dài hạn để tài trợ cho các hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như đầu tư của mình. Chính vì vậy mà các chỉ tiêu về khả năng thanh toán của Công ty đều rất tốt. Đa phần các khoản nợ phải trả phát sinh do quá trình sản xuất kinh doanh thông thường như người mua trả tiền trước hay các khoản còn phải trả cho người lao động.

Hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn tăng từ 3.51 lần năm lên 4,35 lần năm do công ty giảm vay ngân hàng. Khả năng thanh toán nhanh của công ty tăng từ 2.42 lên 3,23 trong năm 2019.

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

4. Tình hình nhân sự

Tính đến 31/12/2019, Công ty có 306 lao động

STT	Tính chất phân loại	Số lượng 2018	Tỷ lệ 2018	Số lượng 2019	Tỷ lệ 2019
I	Theo trình độ	263	100%	306	100%
1	Đại học	40	15,21%	68	22,2%
2	Cao đẳng	66	25,10%	71	23,2%
3	Trung cấp	34	12,93%	19	6,2%
4	Phổ thông trung học trở xuống	123	46,77%	148	48,4%
II	Theo tính chất hợp đồng lao động	263	100%	306	100%
1	Hợp đồng có xác định thời hạn	109	41,44%	175	57,2%
2	Hợp đồng không xác định thời hạn	123	46,77%	127	41,5%
3	Hợp đồng theo thời vụ (công nhật)	31	11,79%	4	1,3%

Chính sách đãi ngộ người lao động của Công ty gắn liền kết quả làm việc với lương thưởng. Năm qua công ty tiếp tục sử dụng công cụ KPI để đánh giá công việc. Ban lãnh đạo và các bộ phận nhân sự, tài chính kế toán đã cùng phối hợp để đảm bảo thanh toán lương cho CBCNV đúng thời hạn. Lương bình quân của Công ty năm 2019 đạt 8.650.000 đ tăng hơn 4 % so với năm trước.

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

Ban lãnh đạo Công ty đặc biệt quan tâm đến vấn đề an toàn lao động. Toàn bộ CBCNV của ALTA đều phải tham gia tập huấn phòng chống cháy nổ, thoát hiểm, sơ cấp cứu. Đối với khối sản xuất, công nhân và nhân viên phải mặc trang phục bảo

hộ lao động, đảm bảo quy trình làm việc và tuân thủ sự giám sát của các cấp quản lý để giảm thiểu tối đa rủi ro xảy ra trong quá trình lao động.

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

Mức thu nhập bình quân qua các năm:

TT	Năm	Mức lương bình quân
1	2012	4.012.570
2	2013	4.185.806
3	2014	5.449.524
4	2015	6.323.392
5	2016	7.082.200
6	2017	7.940.000
7	2018	8.314.000
8	2019	8.650.000

B. ĐÁNH GIÁ CỦA BAN GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH

1. Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2019

Với kế hoạch 8 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế, năm qua Công ty đã hoàn thành vượt mức kế hoạch Đại hội cổ đông đặt ra với các diễn biến sau:

- Giá vốn hàng bán tăng 25% trong khi doanh thu tăng 29% dẫn đến lợi nhuận gộp tăng 56%.
- Chi phí bán hàng tăng 53% tăng nhanh hơn mức tăng doanh thu do công ty phải 2,6đẩy mạnh công tác kinh doanh tiếp thị, khuyến mãi, chi phí hoa hồng và lương nhân viên tăng.
- Lợi nhuận thuần tăng 17%, lãi liên kết giảm 56%, lợi nhuận trước thuế tăng 21% tuy nhiên do khoản nộp thuế tăng 88% nên lợi nhuận sau thuế tăng 12%.

2. Phân tích tình hình tài chính năm 2019

Đvt: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	% tăng giảm
Tổng tài sản	251.119.236.363	245.094.652.767	-2,4%
Phân Tài sản ngắn hạn	138.728.019.710	129.238.578.529	-6,8%
Tài sản dài hạn	112.391.216.653	115.856.074.238	3,1%
Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	55,24%	52,7%	-4,60%
Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	44,76%	47,3%	5,67%
Tổng nợ	39.573.907.599	29.737.382.118	-24,86%
Nợ ngắn hạn	39.573.907.599	29.737.382.118	-24,86%
Nợ dài hạn	0		
Nợ phải trả /Tổng nguồn vốn	15,76%	12,1%	-23,22%
Tổng nguồn vốn	251.119.236.363	245.094.652.767	-2,40%
Vốn chủ sở hữu	211.545.328.764	215.357.270.649	1,80%
Vốn chủ sở hữu / tổng nguồn vốn	84%	87,9%	4,64%
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	4,79%	4,2%	-12,32%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	3,54%	3,9%	10,17%
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	2,98%	3,4%	14,09%
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	4,48%	5,1%	13,84%

a. Phân tích tài sản

Tỷ suất đầu tư ngắn hạn năm 2019 giảm nhẹ từ 55,24 % xuống 52,7 % , tỷ suất tài sản dài hạn năm 2019 tăng từ 44,76 % lên 47,3 % . Những thay đổi này không đáng kể.

Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định là 2.6 lần. Đây là chỉ tiêu nói lên sự ổn định về tài chính của Công ty.

b. Phân tích nguồn vốn

Nợ ngắn hạn giảm 24,86% và đòn cân nợ giảm còn 0,138 lần.

c. Phân tích tình hình công nợ

Khoản phải thu ngắn hạn từ bán hàng tăng.

Khoản phải trả giảm.

Vòng quay các khoản phải thu là 5,30 vòng, số ngày trung bình để thu được khoản phải thu là 48 ngày là do công ty luôn phải có chính sách trả chậm đối với 1 số tập đoàn bán lẻ lớn. Điều này cũng nói lên tình hình cạnh tranh mạnh mẽ trên thương trường.

d. Phân tích khả năng thanh toán

Tỷ lệ thanh toán hiện hành vẫn giữ ổn định ở mức 4,35 lần - đây là một tỷ lệ tốt về tài chính.

Tỷ lệ thanh toán nhanh tăng từ 2,42 lên 3,23 lần . Đây là dấu hiệu tốt.

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

a. Chính sách quản trị - điều hành :

Điều hành có kế hoạch cụ thể.

Nâng tầm ảnh hưởng của người lao động để có chính sách cụ thể.

Áp dụng công nghệ trong công tác điều hành.

Sẵn sàng truyền đạt để chuyên giao.

b. Chiến lược phát triển sản phẩm.

Mạnh dạn sản xuất sản phẩm mới.

Chấp nhận rủi ro để loại bỏ sản phẩm thoái trào.

Sử dụng công dụng và chất lượng làm thước đo giá trị sản phẩm.

c. Chiến lược tiếp thị khách hàng

Tiếp thị trên nhiều phương tiện, nhiều thời điểm và nhiều công thức.

Hiểu suy nghĩ và hiểu khó khăn của khách hàng để linh hoạt giải quyết.

Xem trọng công tác hậu mãi để giữ khách hàng.

Trên đây là một số phân tích và đánh giá của BGĐĐH công ty sau khi nhìn lại hoạt động điều hành năm 2019 của mình một cách nghiêm túc, khách quan và trung thực.

TM. BAN ĐIỀU HÀNH