



CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA TÂN BÌNH
ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2018

Ngày 18 tháng 04 năm 2018

BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC

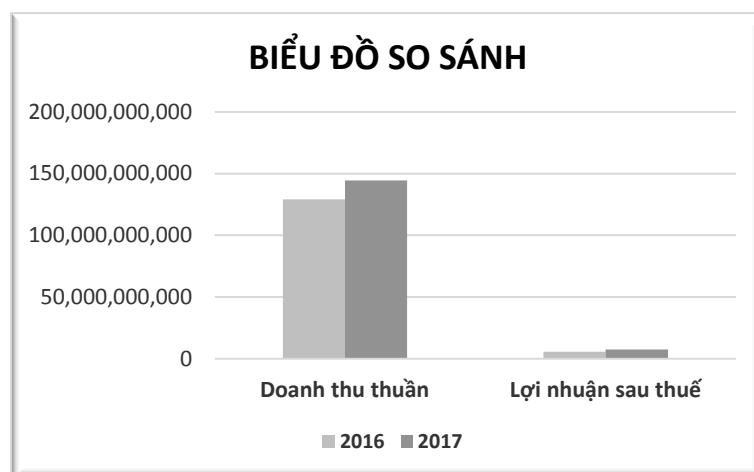
A. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TRONG NĂM

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh

a. Số liệu

ĐVT: đồng

STT	CHỈ TIÊU	2016	2017	TH 2017/2016
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	129.178.483.544	144.649.067.123	112%
	Trong đó: Doanh thu hàng xuất khẩu (USD)	194.901		
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	73.499.927	59.357.139	81%
-	Hàng bán bị trả lại	60.422.615	56.361.382	93%
3	Doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ	129.104.983.617	144.589.709.984	112%
4	Giá vốn hàng bán	108.867.735.748	126.520.963.711	116%
5	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	20.273.247.869	18.068.746.273	89%
6	Doanh thu hoạt động tài chính	2.541.895.046	3.600.893.999	142%
7	Chi phí tài chính	533.619.400	329.705.613	62%
8	Chi phí bán hàng	4.281.767.248	5.029.290.178	117%
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	13.055.646.460	10.591.297.108	81%
10	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	4.908.109.807	5.719.347.373	117%
11	Thu nhập khác	60.514.222	494.552.703	817%
12	Chi phí khác	248.167.891	196.908.599	79%
13	Lợi nhuận khác	(187.653.669)	297.644.104	
14	Phần lãi trong công ty liên kết	1.780.611.055	1.965.109.801	110%
15	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	6.501.067.193	7.982.101.278	123%
16	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	705.146.566	299.368.571	42%
17	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	5.795.920.627	7.682.732.707	133%
18	Lãi cơ bản trên cổ phiếu	1.010	1.339	133%



- Tình hình chung của công ty năm vừa qua: Doanh thu thuần năm 2017 tăng 12% so với năm trước, lợi nhuận sau thuế tăng 33% so với năm trước. EPS đạt 1.339 đồng

Đvt: triệu đồng

NGÀNH	2015		2016		2017	
	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp
In	13.982	2.137	5.924	497	4.316	255
Bao bì Nhựa	51.672	1.130	49.025	944	67.569	2.076
Khăn giấy, thương mại	15.339	465	14.612	3.480	17.401	3.059
Giải trí, truyền thông và các dịch vụ khác	54.293	13.853	59.544	15.315	55.304	12.679
Cộng	135.286	17.585	129.105	20.237	144.590	18.069

NGÀNH	TỶ TRỌNG 2015		TỶ TRỌNG 2016		TỶ TRỌNG 2017	
	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp	Doanh thu	LN gộp
In	10,34%	12,15%	4,59%	2,46%	2,98%	1,41%
Bao bì Nhựa	38,19%	6,43%	37,97%	4,67%	46,73%	11,49%
Khăn giấy, thương mại	11,34%	2,64%	11,32%	17,20%	12,03%	16,93%
Giải trí, truyền thông và các dịch vụ khác	40,13%	78,78%	46,12%	75,68%	38,25%	70,17%
Cộng	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

- Năm 2017, doanh thu sản xuất in của công ty giảm do công ty thu hẹp ngành này.
- Doanh thu ngành nhựa, hóa chất tăng do bán hàng nội địa tăng.
- Ngành sản xuất giấy, thương mại doanh thu tăng.
- Ngành truyền thông, giải trí và các dịch vụ khác vẫn giữ ổn định.

b. Chiến lược kinh doanh

Trong năm 2017, Công ty đã có một số thay đổi trong chiến lược kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ như sau:

Tiếp tục chiến lược phát triển thị trường nội địa để thay thế thị trường xuất khẩu vẫn suy thoái trầm trọng, công ty đẩy mạnh cung ứng mặt hàng truyền thống là bao bì đựng hàng ở các siêu thị và các tập đoàn bán lẻ mới, ngoài ra công ty vẫn phát triển sản xuất đều đặn các sản phẩm chuyên biệt / đa dụng như túi rác qui định màu cho các bệnh viện, tấm trải đa năng bằng nhựa cho sinh hoạt thường ngày, túi đựng thực phẩm an toàn, túi rác thơm có tác dụng khử mùi tại gia đình... Năm 2017 doanh thu ngành nhựa tăng cao do trong năm tuyển thêm nhân sự để mở rộng thêm thị trường, cụ thể KH mới tăng rất nhiều, tập trung vào các KH lớn.

Đối với thị trường nước ngoài, Công ty không ký hợp đồng gia công vì lợi nhuận thấp nhưng rủi ro cao, thay vào đó công ty đang chào các mặt hàng riêng để từng bước tiếp cận với các nhà phân phối mới.

Đối với mảng truyền thông, công ty với chiến lược cung ứng các mặt hàng công nghệ cao đi trước thị trường và kết hợp với nội dung sáng tạo, tương thích đã tăng được số lượng khách hàng mới với doanh thu tốt.

Tuy nhiên, riêng mặt hàng led do đã trở nên phổ biến và cạnh tranh cho thuê ngày càng gay gắt làm đơn giá thuê giảm từ 10 đến 15%, riêng thị trường TPHCM giảm đến 20%.

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

- Sản phẩm mới

+ Ngành bao bì nhựa

Phát triển thêm dòng sản phẩm túi rác mới như túi rác có hương, tấm trải đa năng có hương ... các loại sản phẩm này phát triển vào kênh siêu thị.

Bên cạnh đó phát triển thêm các mã hàng túi rác mới cho các công ty phân phối

+ Ngành truyền thông

▪ Phần mềm marketing

Royal Salute (Taiwan, Korea và Hongkong): activation

app: https://drive.google.com/file/d/1Dx4hfuAjA_uqQnyx_ZmYXy-rksv18hYa/view?usp=sharing

Martel (Global): digital

app: <https://www.frontiermagazine.co.uk/news/martell-unveils-chinese-new-year-limited-edition-pop-bar-activation-16-02-2018/>

- Phần mềm lịch sử

Dinh Độc lập: <https://video.vnexpress.net/tin-tuc/du-lich/nhung-tu-lieu-lan-dau-duoc-trung-bay-o-dinh-doc-lap-3720925.html>

- Khách hàng mới:

Công ty đã có thêm một số khách hàng lớn trực tiếp và qua các nhà phân phối lớn vào các hệ thống siêu thị lớn như Big C, Satra, Bách hóa xanh, Điện máy Chợ Lớn, Nguyễn Kim, Siêu Thị Hà Nội, Bitis, Ngân hàng SCB, ACB, VCB Hệ thống CJ Freshway VN, các nhà phân phối lớn như Khánh Mỹ, Mỹ Gia, Việt An, Tây Đô,...

- + Mạng truyền thông: CJ Blue Group, Đông Tây, Cát Tiên Sa, ADT, Dentsu Vietnam, Mindshare, Mediacom, Đất Việt VAC,...

- Thị trường mới

- + Mở rộng ra các tỉnh lân cận phía Bắc – ngành bao bì nhựa.
- + Về kinh doanh lập trình tương tác đã thực hiện các dự án tương tác tại các nước Châu Á như Singapore...

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 2017	Giá trị ALTA đầu tư đến 31/12/2017	Tổng tài sản
Công ty con		
Công ty TNHH Một thành viên Ứng dụng Công nghệ và Dịch vụ Truyền Thông Âu Lạc	20.000.000.000	42.288.882.495
Công ty TNHH Một thành viên Ứng dụng Công nghệ Kỹ thuật Nhựa Âu Lạc	20.000.000.000	46.342.357.244
Công ty liên kết		
Công ty Cổ phần In Thương mại Quảng cáo Âu Lạc	15.879.991.532	48.175.617.922

Ngoài ra, Công ty còn có 122,3 triệu đồng đầu tư vào cổ phiếu của CTCP Dược phẩm Đồng Nai và CTCP Giấy Lệ Hoa.

3. Tình hình tài chính

Chỉ tiêu	ĐVT	2016	2017	So sánh
Tổng Tài sản		224.604.123.621	228.319.841.394	102%
Doanh thu thuần	VNĐ	129.104.983.617	144.589.709.984	112%
Lợi nhuận gộp	“	20.237.247.869	18.068.746.273	89%
Lợi nhuận từ Hoạt động SXKD (bao gồm lãi / lỗ liên doanh liên kết)	“	6.688.720.862	7.684.457.174	115%
Lợi nhuận khác	“	(187.633.669)	297.644.104	222%
Lợi nhuận trước thuế	“	6.501.067.193	7.982.101.278	123%
Lợi nhuận sau thuế	“	5.795.920.627	7.682.732.707	133%
EPS	“	1.010	1.339	133%
Chỉ tiêu về khả năng thanh toán				
Khả năng thanh toán ngắn hạn	Lần	5,97	6,39	
Khả năng thanh toán nhanh	Lần	4,14	4,84	
Chỉ tiêu về cơ cấu vốn				
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	8,41	8,48	
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	%	9,18	9,27	
Chỉ tiêu về năng lực hoạt động				
Vòng quay hàng tồn kho	Vòng	2,79	4,08	
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	Vòng	0,57	0,63	
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời				
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	4.49%	5.31%	
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	%	2.82%	3.68%	
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	%	2.58%	3.36%	
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	%	3.80%	3.96%	

Các khoản nợ của Công ty chiếm tỷ trọng khá nhỏ trong cơ cấu nguồn vốn. Tính trên Vốn chủ sở hữu, nợ chỉ chiếm 9,27% và tăng không đáng kể so với năm trước. 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 5,97 lần năm lên 6,39 lần năm do công ty giảm vay ngân hàng . Khả năng thanh toán nhanh của công ty tăng từ 4,14 lên 4,84 trong năm nay.

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

4. Tình hình nhân sự

Tính đến 31/12/2017, Công ty có 229 lao động

STT	Tính chất phân loại	Số lượng 2016	Tỷ lệ 2016	Số lượng 2017	Tỷ lệ 2017
I	Theo trình độ	221	100,00%	229	100%
1	Đại học	38	17,19%	40	17,47%
2	Cao đẳng	47	21,27%	48	20,96%
3	Trung cấp	13	5,88%	21	9,17%
4	Phổ thông trung học trở xuống	123	55,66%	120	52,40%
II	Theo tính chất hợp đồng lao động	221	100,00%	229	100%
1	Hợp đồng có xác định thời hạn	68	30,77%	83	36,24%
2	Hợp đồng không xác định thời hạn	131	59,28%	139	60,70%
3	Hợp đồng theo thời vụ (công nhật)	22	9,95%	7	3,06%

Chính sách đãi ngộ người lao động của Công ty gắn liền kết quả làm việc với lương thưởng. Năm qua công ty đã áp dụng tiếp tục sử dụng công cụ KPI để đánh giá công việc, vừa tạo sự khách quan trong đánh giá công ty đồng thời tăng hiệu suất lao động. 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 2017 đạt 7.940.000 đồng, tăng % so với năm trước.

ALTA đảm bảo việc thực hiện các quy định về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, thực hiện chế thai sản, nghỉ lễ tết, thời gian nghỉ ngơi.... theo quy định của Bộ Luật lao động 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.

Ngoài ra, 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, nhân viên phải tuân thủ về trang phục

bảo hộ lao động, đảm bảo quy trình làm việc và tuân thủ sự giám sát của cán bộ quản lý để đảm bảo 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:

STT	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

B. ĐÁNH GIÁ CỦA BAN GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH

1. Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2017

Với kế hoạch 6 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 16% trong khi doanh thu tăng 12% dẫn đến lợi nhuận gộp giảm 11%.
- Chi phí bán hàng tăng 17% do đầu vào khâu lưu thông tăng cao, công ty đẩy mạnh công tác kinh doanh tiếp thị, khuyến mãi, chi phí lương nhân viên tăng.
- Chi phí quản lý giảm 19% là do sắp xếp lại tổ chức hợp lý hơn.
- Lợi nhuận thuần tăng 17%, lãi liên kết tăng 10% dẫn đến lợi nhuận trước thuế tăng 23%.
- Tuy EPS năm 2017 1.339 đ/ cổ phiếu nhưng tỷ số ROE (lãi ròng trên Vốn CSH) 3,36% vẫn là con số cần được cải thiện vào các năm sau nữa.

2. Phân tích tình hình tài chính năm 2017

Đvt: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017	% tăng giảm
Tổng tài sản	224.604.123.621	228.319.841.394	1,65%
Tài sản ngắn hạn	112.729.841.154	120.111.424.249	6,55%
Tài sản dài hạn	111.874.282.467	108.208.417.145	-3,28%
Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	50,19%	52,61%	2,42%
Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	49,81%	47,39%	-2,42%
Tổng nợ	18.893.028.533	19.338.204.712	2,36%
Nợ ngắn hạn	18.893.028.533	18.788.204.712	-0,55%
Nợ dài hạn	0	550.000.000	
Nợ phải trả /Tổng nguồn vốn	8,41%	8,48%	0,07%
Tổng nguồn vốn	224.604.123.621	228.319.841.394	1,65%
Vốn chủ sở hữu	205.711.095.088	208.981.636.682	1,59%
Vốn chủ sở hữu / tổng nguồn vốn	91,59%	91,53%	-0,06%
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	4,49%	5,31%	0,82%
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	2,82%	3,68%	0,86%
Hệ số lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	2,58%	3,36%	0,78%
Hệ số Lợi nhuận từ hđ kinh doanh/Doanh thu thuần	3,80%	3,96%	0,15%

a. Phân tích tài sản

Tỷ suất đầu tư ngắn hạn năm 2017 tăng nhẹ từ 50,19% lên 52,61%, tỷ suất tài sản dài hạn năm 2017 giảm từ 49,81% xuống 47,39%. Những thay đổi này không đáng kể.

Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định là 2,7 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 nhẹ 0,55% và đòn cân nợ tăng nhẹ từ 0,08 lên 0,09.

Vốn chủ sở hữu có tăng 1,59%, do trong năm doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có lãi hơn năm trước.

c. Phân tích tình hình công nợ

Khoản phải thu ngắn hạn từ bán hàng tăng.

Khoản phải trả tăng.

Vòng quay các khoản phải thu là 5,49 vòng, số ngày trung bình để thu được khoản phải thu là 65 ngày là do công ty có chính sách trả chậm với 1 số tập đoàn bán lẻ lớn. Điều này cũng nói lên tình hình cạnh tranh mạnh mẽ trên thương trường.

d. Phân tích khả năng thanh toán

Tỷ lệ thanh toán hiện hành vẫn giữ ổn định ở mức 6,39 lần - đây là một tỷ lệ tốt về tài chính.

Tỷ lệ thanh toán nhanh tăng từ 4,14 lần lên 4,84 lần - đây cũng là một tỷ lệ tốt, xác định công ty hoàn toàn có khả năng thanh toán nhanh công nợ ngắn hạn.

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

a. Chính sách quản trị - điều hành

- Năm qua Công ty đã ổn định về mặt nhân sự, không có tình trạng bỏ việc gây ảnh hưởng đến tính liên tục của hoạt động.
- Hoạt động kinh doanh với cơ chế linh động và hiệu quả, đã phát triển tốt, đem về nhiều đơn hàng và khách hàng lớn, tạo điều kiện tăng năng suất và tiêu thụ.
- Ban điều hành các công ty con phát huy tính chủ động trên cơ sở được trao quyền hạn và trách nhiệm rõ ràng.
- Xây dựng và thực hiện vòng cung ứng nội bộ để nâng cao tiềm lực và sự hỗ trợ lẫn nhau của các đơn vị nội bộ.

b. Chiến lược phát triển sản phẩm.

- Nghiên cứu và phát triển sản phẩm riêng phù hợp với nhu cầu của các khách hàng lớn và người tiêu dùng trực tiếp sử dụng.
- Phát triển sản phẩm trên ý tưởng cùng cộng tác với nhà phân phối đã có kinh nghiệm và uy tín tại thị trường trong và ngoài nước.
- Nghiên cứu và phát triển các sản phẩm công nghệ thông tin và truyền thông theo hướng sáng tạo và ứng dụng đón đầu xu hướng mới.
- Tập trung nghiên cứu và đã thành công trong việc chế tạo máy sản xuất bao bì nhựa chuyên dụng.

c. Chiến lược tiếp thị khách hàng

- Tìm kiếm khách hàng tiềm năng thông qua tiếp thị trực tiếp và trực tuyến, trong đó nhấn mạnh thông điệp về uy tín thương hiệu, chất lượng và an toàn của sản phẩm.
- Áp dụng song song phương thức B2B và B2C để linh động và tạo nhiều kênh đưa sản phẩm và dịch vụ đến người tiêu dùng.

Trên đây là một số phân tích và đánh giá của BGĐĐH công ty sau khi nhìn lại hoạt động điều hành năm 2017 của mình một cách nghiêm túc, khách quan và trung thực.

TM. BAN ĐIỀU HÀNH