

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
Công ty Cổ Phần thực phẩm và nước giải khát Dona Newtower
Năm 2019

I. Thông tin chung

1. Thông tin khái quát

- Tên giao dịch : Công ty Cổ Phần thực phẩm và nước giải khát Dona Newtower
- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số : 3600248569
- Vốn điều lệ : 128.679.180.000 đồng.
- Vốn đầu tư của chủ sở hữu: 128.679.180.000 đồng.
- Địa chỉ: Lô 234, KCN Amata, Phường Long Bình, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai
- Số điện thoại : 0251 8877166
- Số fax :0251 8877164
- Website: <http://www.donanewtower.com.vn/>
- Mã cổ phiếu (nếu có) : DTF

Quá trình hình thành và phát triển:

- Quá trình hình thành và phát triển :

Tháng 4/1994 công ty thực phẩm và nước giải khát Dona Newtower ra đời với hình thức liên doanh giữa 2 công ty :

- + Phía Việt nam : Nhà máy thực phẩm xuất khẩu đồng nai.
- + Phía nước ngoài : Newtower Development LDT. (Hồng Kông) (là công ty chuyên kinh doanh bất động sản tại Hồng Kông và vươn đến lĩnh vực thực phẩm và có một số nhà máy sản xuất thực phẩm tại Phúc Châu – Trung Quốc).

Đến tháng 9/1998 do Công ty Newtower Development LDT. mở rộng phạm vi kinh doanh và chuyển hướng hoạt động sang các lĩnh vực khác nên chuyển nhượng cổ phần cho 02 công ty sau :

1. Công ty Honsan Internation Limited (Hồng Kông)
Địa chỉ : Room 1401, 14/F Kwan Chat Tower, 6 Tonnochy Road, Wan Chai, Hongkong.
Tập đoàn công nghiệp quốc tế chuyên kinh doanh bất động sản, ô tô, thực phẩm.
2. Công ty Golden Sino (Holdings) Limited.
Địa chỉ : 28F, Block 2, Lippo Center, 89 Queensway, Hongkong
Tập đoàn chuyên kinh doanh về tài chính, hoạt động trong tất cả các lĩnh vực.

Song song đó phía Việt nam có sự chuyển đổi đối tác từ Nhà máy thực phẩm xuất khẩu Đồng nai sang Tổng Công Ty rau quả Việt nam.

Hình thành nên Công ty Cổ Phần thực phẩm và nước giải khát Dona Newtower và hoạt động cho đến nay.

2. Ngành nghề và địa bàn kinh doanh:

- Ngành nghề kinh doanh: Sản xuất các loại nước giải khát như nước yến, nước sâm cao ly, nước trái cây các loại, nước tinh khiết.
- Địa bàn kinh doanh: Công ty có nhà máy sản xuất tại Đồng Nai và 5 chi nhánh trực thuộc tại Đồng Nai, TP HCM, Cần Thơ, Đà Nẵng, Hà Nội.

3. Thông tin về mô hình quản trị, tổ chức kinh doanh và bộ máy quản lý:

(bảng đính kèm: bảng 1)

4. Định hướng phát triển

- Sứ mạng của Công ty : Công ty Thực phẩm và nước giải khát Dona Newtowner mong muốn trở thành một trong những công ty sản xuất nước giải khát không gaz hàng đầu tại Việt nam, và nhận thức rằng chất lượng liên quan đến sự tồn vong của Công ty.
- Tạo ra những sản phẩm và dịch vụ có chất lượng để thoả mãn mọi nhu cầu của khách hàng, quan trọng hơn là cải tiến mọi hoạt động để nâng cao liên tục vị thế cạnh tranh trên thương trường, thích ứng với mọi biến động của yêu cầu tiêu dùng.
- Thương hiệu của công ty là một vấn đề quan trọng, để người tiêu dùng phân biệt được sản phẩm, do đó việc đầu tư và khuyến trương thương hiệu là việc làm liên tục và thường xuyên.

II. Tình hình hoạt động trong năm

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh

Năm 2019, kinh tế trong nước vẫn tiếp tục gặp nhiều khó khăn, tuy nhiên HĐQT, Ban TGD đã bám sát kế hoạch sản xuất đã được Đại hội cổ đông thông qua, điều hành linh hoạt, từng bước tháo gỡ khó khăn cộng với sự nỗ lực của đội ngũ quản lý và toàn thể công nhân viên đã giúp Công ty duy trì sản xuất và tiêu thụ ổn định.

Sự cạnh tranh khốc liệt của ngành nước giải khát cộng với sức mua trên thị trường giảm nên doanh thu giảm đáng kể. Trong khi đó, một số chi phí không thể cắt giảm nên lợi nhuận cũng giảm nhiều.

2. Tổ chức và nhân sự

- Danh sách Ban điều hành

Họ tên	Chức vụ	Tỷ lệ sở hữu cổ phần (%)
Wu Yai Ning	Tổng giám đốc	2,7731
Vũ Minh Chiêu	Phó tổng giám đốc	0,0047
Trần Thị Phú	Kế toán trưởng	0
Huỳnh Hỷ	Trưởng P. Hành Chánh Nhân Sự	0,5418
Lê Ngọc Thúy	Quản đốc PX. Nước giải khát	0,0251
Trần Ngọc Kiệt	Quản đốc PX. Hộp Lon	0

- Số lượng cán bộ, nhân viên là 212 người. Hàng năm Công ty có chính sách đào tạo, tập huấn về an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy; Khám sức khỏe định kỳ; Tổ chức nghỉ mát hàng năm; Khen thưởng cá nhân có thành tích xuất sắc.

3. Tình hình đầu tư, tình hình thực hiện các dự án

Trong năm Công ty không có khoản đầu tư lớn nào

4. Tình hình tài chính

a) Tình hình tài chính

Chỉ tiêu/ <i>Financial Figure</i>	Năm 2018	Năm 2019	% tăng giảm
Tổng giá trị tài sản/ <i>Total asset</i>	255.782.962.324	247.860.321.259	-3.09
Doanh thu thuần/ <i>Net revenue</i>	345.570.518.460	303.485.952.902	-12.18
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/ <i>Profit from operating activities</i>	34.514.566.926	14.788.115.274	-57.15
Lợi nhuận khác/ <i>Other profits</i>			

Lợi nhuận trước thuế/ <i>Profit before tax</i>	(1.745.954.490)	(3.949.127.842)	-126.29
Lợi nhuận sau thuế/ <i>Profit after tax</i>	32.768.612.436	10.838.987.432	-66.92
	25.859.875.274	7.919.499.494	-69.38
Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức/ <i>Payout ratio</i>	2.010	615	-69.40

b) Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu:

Chỉ tiêu/ <i>Benchmarks</i>	Năm 2018	Năm 2019	Ghi chú
1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán/ <i>Solvency ratio</i>			
+ Hệ số thanh toán ngắn hạn/ <i>Current ratio</i> :	4,23	4,47	
Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn			
+ Hệ số thanh toán nhanh/ <i>Quick ratio</i> :	2,34	2,87	
<u>Tài sản ngắn hạn - Hàng tồn kho</u>			
Nợ ngắn hạn			
2. Chỉ tiêu về cơ cấu vốn/ <i>capital structure Ratio</i>			
+ Hệ số Nợ/Tổng tài sản	0,14	0,14	
+ Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	0,17	0,17	
3. Chỉ tiêu về năng lực hoạt động/ <i>Operation capability Ratio</i>			
+ Vòng quay hàng tồn kho/ <i>Inventory turnover</i> :			
Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	3,30	2,44	
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	1,35	1,22	
4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời/ <i>Target on Profitability</i>			
+ Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	0,07	0,03	
+ Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu	0,12	0,04	
+ Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	0,10	0,03	
+ Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	0,10	0,05	

5. Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu

a) Cổ phần: Công ty có 12.867.918 cổ phần phổ thông.

b) Cơ cấu cổ đông:

- Cổ đông tổ chức: 93,06%

Cổ đông cá nhân: 6,94%

- Cổ đông trong nước : 39,16%

Cổ đông nước ngoài : 60,84%

c) Tình hình thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu: trong năm công ty không có thay đổi vốn đầu tư chủ sở hữu.

6. Báo cáo tác động liên quan đến môi trường và xã hội của công ty/ Report related impact of the Company on the environment and society

6.1. Quản lý nguồn nguyên vật liệu:

a) Tổng lượng nguyên vật liệu được sử dụng để sản xuất và đóng gói các sản phẩm và dịch vụ chính của tổ chức trong năm là 4.006 tấn.

b) Báo cáo tỉ lệ phần trăm nguyên vật liệu được tái chế được sử dụng để sản xuất sản phẩm và dịch vụ chính của tổ chức : không.

6.2. Tiêu thụ nước: (mức tiêu thụ nước của các hoạt động kinh doanh trong năm)

a) Nguồn cung cấp nước và lượng nước sử dụng:

Công ty sử dụng 73.230 m³ trong 1 năm do Công ty Cổ Phần Amata (Việt Nam) cung cấp.

b) Tỷ lệ phần trăm và tổng lượng nước tái chế và tái sử dụng: không.

6.3. Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường:

a) Số lần bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường : không

b) Tổng số tiền do bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường : không

6.4. Chính sách liên quan đến người lao động:

a) Số lượng lao động, mức lương trung bình đối với người lao động:

Năm 2019 Công ty có trung bình 212 nhân viên, mức lương trung bình là 94.622.120 đồng/người/năm.

b) Chính sách lao động nhằm đảm bảo sức khỏe, an toàn và phúc lợi của người lao động: Hàng năm Công ty có chính sách đào tạo, tập huấn về an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy; Khám sức khỏe định kỳ; Tổ chức nghỉ mát hàng năm; Khen thưởng cá nhân có thành tích xuất sắc.

III. Báo cáo và đánh giá của Ban Giám đốc (Ban Giám đốc báo cáo và đánh giá về tình hình mọi mặt của công ty)

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

Trước hết nói về mặt quản lý sản xuất. Luôn đảm bảo an toàn chất lượng, an toàn quản lý và an toàn lao động làm chủ đề chính. Toàn bộ quy trình công nghệ, bảo dưỡng duy tu và đổi mới máy móc thiết bị, tập huấn nhân viên, giáo dục an toàn lao động đều triển khai công tác kiểm tra và thực hiện lại. Công ty đã kịp thời thay mới thiết bị ghép mí nắp nhôm hộp nhằm đảm bảo việc nâng cao hiệu suất cho dây chuyền sản xuất để hoàn thiện hơn. Về mặt sắp xếp kế hoạch sản xuất cũng hợp lý và khoa học hơn. Về mặt thực hiện sắp xếp công nhân để nâng cao năng suất lao động, giảm lượng hàng tồn kho nhằm giảm giá thành đều được quản lý hợp lý hơn, hoàn thiện hơn. Cho đến nay, dây chuyền sản xuất lon hộp của công ty chúng ta hoàn toàn có thể đạt tới đỉnh cao về mặt tiêu chuẩn. Hoàn toàn có thể thích ứng với việc sản xuất nước giải khát các loại theo nhu cầu của thị trường. Hơn nữa, tiêu chuẩn chất lượng, tỷ lệ thành phẩm của chúng ta đều vượt chuẩn so với yêu cầu.

Phân xưởng nước giải khát được nâng cao về mọi mặt là dựa trên tư duy sáng tạo và không ngừng nâng cao về mặt ý tưởng. Về mặt sắp xếp công nhân, tối ưu hóa công nghệ, sắp xếp công việc nhằm cố gắng giảm thiểu những gì không cần thiết. Nâng cao năng suất lao

động, giảm thiểu việc không hợp lý về thời gian, tăng cường phối hợp hợp lý các bộ phận công việc. Giảm thiểu những lãng phí tồn tại không cần thiết. Đồng thời, thông qua việc thường xuyên bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ, an toàn lao động, nâng cao kỹ năng thao tác cho công nhân mới và cũ, tăng cường ý thức chất lượng, an toàn lao động cho công nhân. Cố gắng thực hiện được trong năm nay không xảy ra bất cứ sự cố nào trong quá trình sản xuất kinh doanh. Đảm bảo các sản phẩm của công ty luôn có chất lượng tốt và thương hiệu ưu việt. Tiếp tục giữ vững các loại sản phẩm nước giải khát của công ty luôn ở vị trí dẫn đầu trên thị trường và được người tiêu dùng yêu thích. Giữ vững thương hiệu là hàng Việt nam chất lượng cao. Từ đó chứng minh rằng công nhân nơi tuyến đầu của công ty chúng ta luôn là công nhân ưu tú, là nền tảng vững chắc của công ty chúng ta, là tài sản quý giá của công ty chúng ta.

Về mặt quản lý tài chính, vật tư cung ứng. Căn cứ theo tinh thần cuộc họp HĐQT và Đại hội cổ đông của năm qua. Song song với việc tiếp tục duy trì kinh nghiệm quản lý tích lũy từ bao năm qua nay càng phải làm tốt hơn nữa. Đối với các chính sách, phương pháp quản lý phải thường xuyên tổng kết, phân tích tỉ mỉ. Đối với những vấn đề phát sinh trong tình thế mới, phải không ngừng điều chỉnh, không ngừng khắc phục, không ngừng hoàn thiện. Năm 2019, yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đối với sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là thị trường ngoại tệ không ổn định. Nhất là sự mất giá của đồng tiền Việt nam ở sáu tháng đầu năm vì chịu sự tác động bởi việc mất giá của nhân dân tệ từ đó cũng gây tác động lớn đối với công ty chúng ta. Nguyên nhân ấy gây ra sự khó khăn nhất định trong kế hoạch đặt hàng vật tư, chuẩn bị nguồn vốn và làm tăng thêm nhiều yếu tố khó xác định. Mặc dù chúng ta đã tìm đủ mọi cách để tăng cường sắp xếp kế hoạch, linh hoạt vận dụng các công cụ tài chính để giảm thiểu các rắc rối mang lại từ tỷ giá ngoại tệ không ổn định nhằm giảm đến mức thấp nhất hoặc kéo dài sự tồn thất đối với nguồn vốn nhưng sau cùng vẫn không tránh được sự tổn thương, vẫn chưa hoàn thiện được bản thân nên gặp phải không ít sóng gió liên tục liên quan đến tỷ giá ngoại tệ. Mặc dù vậy, do chúng ta đã có chuẩn bị, phán đoán và quyết sách sớm nên cũng tránh được sự tổn thất nặng nề hơn. Vượt qua được từng đợt khó khăn đó và khắc phục được những khó khăn của nguồn vốn nên về mọi mặt của công tác vẫn được triển khai theo trình tự và tiếp tục tiến về phía trước. Thật sự không dễ, thật sự đáng mừng.

Về mặt tiêu thụ sản phẩm. Năm 2019, chúng ta cũng gặp phải những tình huống tồi tệ nhất trong những năm gần đây. Thị trường không ổn định đã tạo nên tình cảnh hạn chế mua sắm của người tiêu dùng. Tốc độ thay đổi quá nhanh của của thị trường cũng tạo nên sự cạnh tranh không lành mạnh. Các loại hình bảo hộ chủ nghĩa là nguyên nhân chính tác động đến sự phát triển của thị trường, làm cản trở sự phát triển của kinh tế. Như chúng tôi đã nói trước đó, trong thời gần đây thị trường đã xảy ra hàng loạt những thay đổi lớn hoàn toàn khác với tính chất thay đổi so với trước. Nó chính là sự thay đổi hình thức kinh doanh từ xưa. Chính vì vậy, hình thức kinh doanh truyền thống sẽ dần dần bị làm suy yếu đi nhưng nó lại trở thành là sự việc mới mà nhiều người không để ý đến. Cho nên, chúng ta càng phải không ngừng học hỏi, không ngừng tiếp thu, không ngừng sáng tạo. Trong năm 2019, trong công tác mở rộng thị trường, ngoài tiếp tục kinh doanh theo hình thức từ trước, cũng hết sức tăng cường đầu tư vào các mặt như: ngoài tích cực tham gia các hình thức hội chợ triển lãm, còn tăng cường đầu tư vào lĩnh vực tuyên truyền quảng cáo sản phẩm. Đồng thời, cũng tăng cường giao lưu với các Khách hàng đại lý, hỗ trợ họ, giải quyết khó khăn cho họ khi cần và tạo điều kiện tốt nhất cho họ kinh doanh nhằm để họ quảng bá và tiêu thụ sản phẩm nước giải khát của công ty chúng ta. Song song với những việc đang làm đó cũng không ngừng tìm kiếm một hình thức kinh doanh mới, tích cực tìm đối tác để tranh thủ tìm ra một hình thức kinh doanh mới nhằm ứng phó với sự biến hóa không ngừng của thị trường đang mang lại sự rắc rối cho chúng ta. Để có thể đặt nền tảng tốt hơn cho công ty trong tương lai, chúng ta đón chào một hình thức kinh doanh hoàn toàn mới để chúng ta có thể tiếp tục đứng vững.

Nhìn chung, trong năm 2019, là một năm không bình thường. Là một năm có nhiều sự thay đổi, cũng là một năm thị trường truyền thông có sự thay đổi lớn. Do chúng ta đã có phán đoán trước, kế hoạch trước, chúng ta đã chuyên tâm học hỏi, không ngừng sáng tạo, không ngừng thay đổi tư duy, không ngừng thích ứng với tình thế mới. Vì vậy, chúng ta vẫn hoàn thành tốt các chỉ tiêu nhiệm vụ do HĐQT, Đại hội cổ đông giao phó, vẫn gặt hái được những thành quả từ thị trường. Chúng ta đã cần cù lao động, chuyên tâm học hỏi, nỗ lực làm việc bằng thái độ và tinh thần tốt nhất nên vẫn nhận được sự khẳng định từ thị trường. Đây là cái Phước của công ty mà quý vị thành viên HĐQT và cổ đông đã mang đến. Được sự ủng hộ và khẳng định từ quý vị, có được sự đóng góp quyết sách của tất cả chúng ta, chúng ta có thể không ngừng vững bước, không ngừng phát triển, không ngừng gặt hái thành quả. Cho dù có sóng to gió lớn thì thuyền của chúng ta cũng có thể vượt qua thôi.

2. Tình hình tài chính

a) Tình hình tài sản

Tổng tài sản giảm 3,09% so với năm trước.

b) Tình hình nợ phải trả

Nợ phải trả giảm 2,96% so với năm trước.

3. Kế hoạch phát triển trong tương lai:

Năm 2020, dựa tình thế xã hội quốc tế và xu thế phát triển của Việt Nam, chúng tôi cho rằng rất không lạc quan. Bầu trời của thế giới vô cùng u ám, các nước đều dự báo giảm tăng trưởng của năm 2020, tất cả đều chuẩn bị qua những ngày tháng khó khăn. Chủ nghĩa đơn phương và tư tưởng bảo hộ thương mại trên thế giới ngày càng gay gắt. Rõ ràng nhất là thể hiện qua thị trường là mọi người không muốn tiêu dùng nhiều, chi tiêu nhiều. Mặc dù các bộ ngành của chính phủ đã ra sức khuyến khích và kích cầu và các doanh nghiệp cũng đang làm hết sức mình để cứu vãn tình thế kinh tế đang xuống dốc. Tìm đủ mọi cách để khuấy động thị trường bằng cách sử dụng các chiêu thức khuyến mãi sản phẩm, ra sức tăng cường đa dạng hóa các loại hình tuyên truyền quảng cáo sản phẩm, nâng cao sự hiểu biết và sức ảnh hưởng của các sản phẩm. Tích cực tham gia các loại hình hội chợ triển lãm. Nhưng tất cả những nỗ lực ấy cũng chỉ có thể làm chậm lại nền kinh tế đang trì trệ của thế giới. Bất kể là ai cũng khó ngăn cản được xu thế kinh tế đang đi xuống này. Chỉ có những doanh nghiệp có nền tảng vững chắc, quản lý tiên tiến, tư duy sáng tạo, mới có thể đứng vững ở tình thế này và có khả năng không bị làm tổn thương nguyên khí để trong quá trình nỗ lực tu luyện nội công này, chờ đợi một thời cơ mới. Trong quá trình kinh tế xuống dốc này các loại hình hợp nhất kinh doanh, hỗ trợ kinh doanh sẽ dần dần xuất hiện và sẽ gây ra sự xáo trộn đối với hình thể kinh tế sẵn có. Thị trường sẽ xuất hiện các hình thức hỗn loạn. Mô hình kinh doanh trước kia sẽ bị xóa sổ và phải làm lại từ đầu. Một hình thức thị trường hoàn toàn mới sẽ xuất hiện trước mọi người. Rất nhiều người sẽ không thể thích ứng và càng nhiều người hơn sẽ không hiểu đây là chuyện gì. Kết quả của hình thái này mở ra sẽ là một hỷ kịch hay là bi kịch cũng sẽ là một dấu chấm hỏi. Chỉ có đến lúc biến lặng gió yên thì chúng ta mới biết đã trải qua sự biến cố đó. Thì ra mới hiểu ra sự việc mới đó là như thế. Cho nên, chúng ta phải kiên trì giữ vững trận địa của chúng ta. Chúng ta phải luôn giữ nền tảng thật chắc chắn, phải luôn nỗ lực làm việc không ngừng, phải luôn nắm bắt tình huống mới của thị trường, phải kịp thời hiểu được sự biến hóa và xu thế của hình thái thị trường, phải nỗ lực gấp bội so với trước để phục vụ người tiêu dùng. Bất cứ lúc nào cũng phải ứng phó những vấn đề mới, phương hướng mới, phương pháp mới và hình thái mới trong quá trình sản xuất kinh doanh. Lấy tâm trạng ổn định để ứng phó các biến hóa xuất hiện bất ngờ, lấy niềm tin kiên định để đối mặt với các thách thức. Luôn luôn nắm bắt những cơ hội ngắn ngủi mà một thoáng sẽ qua. Không bảo thủ, không tiêu cực, không cấp tiến, không mạo hiểm, ổn định tiến bước và phán đoán. Tin

rằng chỉ có như vậy mới có thể vượt qua được những rủi ro kinh tế nặng nề nhất trong thế kỷ này thì một khi kinh tế thế giới đến lúc phục hồi chắc chắn sẽ có một vị trí dành cho chúng ta.

Trong năm 2019, về mặt thị trường tiêu thụ, sẽ có những thay đổi lớn về tiêu thụ sản phẩm. bất kể từ hình thức tiêu thụ, hay là cơ cấu sắp xếp hoặc là tư duy kinh doanh sẽ có những điều chỉnh lớn. Có những cách làm trước kia công ty nghĩ là thành công mà hiện giờ đã không thích hợp với sự phát triển của xã hội bởi kinh nghiệm ấy, có những hình thức hợp tác kinh doanh trước kia chưa từng thử qua nay sẽ có một sự thay đổi lớn hoặc điều chỉnh lại từ đầu, sắp xếp lại từ đầu. Dựa vào cách sắp xếp trên thị trường tiêu thụ của công ty trong một thời gian dài trước đó với kết quả kinh doanh và hình thức nhu cầu trong một thời gian dài trong quá trình tiêu thụ của các chi nhánh nay kết hợp với hình thức kinh doanh mới xuất hiện trên thị trường hiện nay. Chúng ta để ý đến chi nhánh có chi phí tiêu thụ quá cao trong việc tiêu thụ sản phẩm trong một thời gian dài để có sự điều chỉnh thích hợp. Một số khu vực, chúng ta lựa chọn những khách hàng đại lý hợp tác với chúng ta trong một thời gian dài, những khách hàng đại lý này có thực lực kinh tế mạnh mẽ, có uy tín, có quan hệ hợp tác tốt. Đồng thời, đối với thị trường có sức ảnh hưởng và điều kiện nhất định, những đại lý khách hàng phù hợp với điều kiện như vậy, chúng tôi sẽ thử ký kết thỏa thuận hợp tác với họ, trao cho họ điều kiện ưu đãi tốt hơn, đồng ý cho họ vận dụng các biện pháp linh hoạt để tiêu thụ sản phẩm. Đồng thời, trong quá trình sử dụng cấp vốn trao cho họ chính sách tốt hơn, cách thức linh hoạt hơn. Hy vọng cách làm này có thể tăng thêm sản lượng tiêu thụ của công ty và giảm thiểu chi phí bán hàng, cũng có lợi cho việc bán hàng của khách hàng đại lý và sự quản lý của công ty. Hiển nhiên, lượng công việc của công ty sẽ phải tăng thêm. Rủi ro về tiền hàng cũng sẽ tăng theo. Nhưng chúng tôi tin rằng chỉ cần tăng cường việc sắp xếp kế hoạch, chỉ cần tăng cường sự giao lưu kịp thời giữa hai bên, chỉ cần thường xuyên bám sát thực trạng của tiền hàng, đồng thời cẩn thận kiểm soát số lượng hàng hóa, những rủi ro này là có thể kiểm soát được. Đồng thời, cũng có thể tìm ra một phương pháp mới cho phương hướng phát triển của công ty, cũng là một con đường có lợi cho việc phát triển của công ty. Nếu phương pháp này khả thi, sau này sẽ từng bước triển khai đến nhiều khu vực hơn. Ít ra cũng có thể nâng cao được tính tích cực của khách hàng đại lý khi tiêu thụ sản phẩm của chúng ta và giảm thiểu chi phí giá thành về mặt tiêu thụ của công ty. Chúng ta hãy đợi xem.

Trải qua hơn 20 năm kinh doanh trên thị trường, chúng tôi cảm thấy trong quá khứ thị trường của công ty chủ yếu là nội địa. Công việc trọng tâm cũng là thị trường nội địa. Sản phẩm của chúng ta đã nở hoa kết trái ở khắp nơi trên thị trường nội địa. Trải qua bao nhiêu năm cố gắng, chúng ta đã gầy dựng được sản phẩm của công ty trở thành có thương hiệu hàng đầu trên thị trường nước giải khát Việt Nam. Thật sự làm được việc mọi người đều biết. Chúng ta đã tạo ra được một số điều kiện bán hàng rất là hoàn thiện mang tính khả thi và hữu hiệu. Mạng lưới tiêu thụ rộng khắp mọi ngõ ngách trên toàn quốc từ đó hình thành được một hệ thống tiêu thụ đặc trưng của công ty và trở thành nguồn tài nguyên quý giá của công ty. Đồng thời chúng tôi cũng nhìn thấy, do thực hiện công tác tỉ mỉ, nỗ lực trong thời gian dài, nên chúng ta đã gặt hái được những thành quả rất tốt đẹp. Sản phẩm nước giải khát của chúng ta hiện diện khắp mọi nơi và được người tiêu dùng yêu thích. Việc làm của chúng ta đã đạt đỉnh, nên sản phẩm nước giải khát của công ty trên thị trường nội địa đối mặt với không gian phát triển ngày càng nhỏ hẹp. Luôn luôn phải cố gắng gấp bội nhưng chỉ tạo được một ít tăng trưởng nên chẳng khác nào làm thì nhiều nhưng hưởng thì chẳng có bao nhiêu. Công ty đã phát triển đến giai đoạn “cổ chai”. Vì vậy, chúng ta mở rộng ý tưởng, chuyển công việc trọng tâm sang thị trường xuất khẩu rộng rãi hơn. Đương nhiên, chúng tôi cũng biết đây là một công việc hết sức khó khăn, chúng tôi cũng sẽ phải đầu tư sức lực nhiều hơn, tài chính nhiều hơn, nhân tài nhiều hơn và cũng không kèm phần rủi ro. Nhưng dù sao đi nữa, trong giai đoạn bất thường đây có thể là một lối đi mới, là một việc làm đáng để

chúng ta thử. Một khi thành công, nó sẽ trở thành một sự bù đắp con số gần như là 0 của bộ phận xuất khẩu của công ty trong những năm qua. Cũng sẽ là một điểm tăng trưởng cho thị trường tiêu thụ của công ty. Cũng được ví như là một cây “Định Hải Thần Kim” để chống rủi ro và cân đối cơ cấu của công ty vậy. Vì vậy, trong năm 2019, chúng tôi sẽ hợp nhất hai Phòng xuất khẩu và Phòng thị trường. Tuyển chọn những nhân tài có sức trẻ, nền tảng ngoại ngữ tốt, nhiệt tình công tác tốt, có kinh nghiệm nghiệp vụ tốt để lập ra một đội hình công tác mới. Thiết kế lại sổ tay sản phẩm, tăng cường công tác quảng cáo và thiết kế trên mạng, tìm kiếm đối tác đáng tin cậy. Có lựa chọn tham gia một số hội chợ triển lãm quốc tế. Học hỏi kinh nghiệm xuất khẩu sản phẩm của những doanh nghiệp ưu tú. Tăng cường công tác bồi dưỡng nghiệp vụ cho nhân viên xuất khẩu. Có chọn lựa để tìm hiểu các kiến thức liên quan đến pháp quy, chính sách, hải quan, nhu cầu thị trường và thói quen tiêu dùng của nước sở tại để có thể tiếp cận với cộng đồng hơn. Trong giai đoạn này đang tiến hành tiếp xúc với một doanh nghiệp thực phẩm và thức uống lớn của Trung Quốc, đang đạt được một nhận thức chung là hai bên cùng vận dụng ưu thế lưu hành sản phẩm trên thị trường của mình, cùng sử dụng thị phần của đối phương, hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm cùng nhau, hoặc gia công sản phẩm cho nhau. Cố gắng làm sao để hai bên có thể tin cậy lẫn nhau, hai bên cùng thắng, hai bên cùng có lợi và ưu đãi cho nhau. Vì vậy, trong thời gian sắp tới, chúng ta phải nhanh chóng xin cấp được giấy phép kinh doanh thương mại của công ty. Phải nhanh chóng tìm hiểu các yêu cầu về pháp quy, chính sách, thuế thu và vận chuyển liên quan đến ngành xuất khẩu. Phải nhanh chóng tìm hiểu khả năng tiêu thụ, giá cả và khẩu vị thích ứng của sản phẩm bên đối tác tại thị trường Việt Nam từ các Khách hàng đại lý. Phải nhanh chóng đưa sản phẩm mẫu đến tay người tiêu dùng bằng cách tổ chức uống thử để thông qua họ lấy ý kiến phản hồi để kịp thời phản hồi lại cho bên đối tác. Phải tạo lập cơ chế thông tin trao đổi và liên lạc giữa hai bên một cách hoàn thiện. Đồng thời, trong một thời gian ngắn, công ty sẽ nghiên cứu phát triển một số sản phẩm thích hợp với thị trường ở nước sở tại để thúc đẩy bên đối tác nhanh chóng đưa vào thị trường. Chúng tôi cho rằng cơ hội này là hiếm có. Đây cũng là một ước mơ rất lớn. Nó cũng mang lại cho chúng ta khoảng không gian suy nghĩ rất lớn và có thể thực hiện được. Vì vậy, chúng ta phải tập trung cao độ, nỗ lực gấp bội, đầu tư gấp bội. Như người ta thường nói: không thể không có ước mơ, nhưng khi thực hiện thì sao ? thì “Mưu sự do người, Thành sự tại thiên” vậy. Hơn nữa chúng ta có trong tay đầy đủ vận may và cái phước của mọi người.

IV. Đánh giá của Hội đồng quản trị về hoạt động của Công ty (đối với công ty cổ phần)

Hội đồng quản trị nhất trí thông qua báo cáo phương hướng hoạt động năm 2020 của Tổng giám đốc

V. Báo cáo tài chính

1. Ý kiến kiểm toán

Theo ý kiến của chúng tôi, Báo cáo tài chính đã phản ánh trung thực và hợp lý trên các khía cạnh trọng yếu tình hình tài chính của Công ty Cổ phần Thực phẩm và Nước giải khát Dona Newtown tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, cũng như kết quả hoạt động kinh doanh và tình hình lưu chuyển tiền tệ cho năm tài chính kết thúc cùng ngày, phù hợp với Chuẩn mực kế toán, Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày Báo cáo tài chính.

2. Báo cáo tài chính được kiểm toán

XÁC NHẬN CỦA ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CÔNG TY