



CÔNG TY CỔ PHẦN BIA SÀI GÒN – NGHỆ TĨNH

Giấy phép đăng ký kinh doanh số: 2900765728 ngày 03/05/2013.

Địa chỉ: 54 Phan Đăng Lư, Thành Phố Vinh, Nghệ An.

Điện thoại: 0383.842.168; Fax : 0383.842.169.

Website : www.vidabeer.vn Email : vidabeer@gmail.com.

Nghệ An, ngày 26 tháng 04 năm 2014.

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2013 VÀ PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ NĂM 2014

Kính trình: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG

Căn cứ Điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty; Căn cứ chức năng nhiệm vụ và quyền hạn ; Giám đốc điều hành Công ty thay mặt Ban điều hành báo cáo tình hình thực hiện nghị quyết ĐHCĐ 2013 và các nghị quyết của HĐQT như sau:

I. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2013:

1. Tình hình sản xuất kinh doanh:

Thực hiện Nghị quyết của Đại hội Đồng cổ đông thường niên và các nghị quyết của Hội đồng quản trị, trong năm 2013 Ban Giám đốc Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn – Nghệ Tĩnh đã điều hành Công ty thực hiện đúng các định hướng của Đại hội đồng cổ đông năm 2013 và chủ trương, đường lối của Hội đồng quản trị Công ty đặt ra, trong các điều kiện đặc thù sau:

Về mặt vĩ mô:

- Nền kinh tế vẫn nằm trong tình trạng suy thoái, người dân thắt chặt chi tiêu, đặc biệt đối với các mặt hàng không thiết yếu, dẫn đến sự khó khăn chung cho các doanh nghiệp.
- Giá cả các nguyên nhiên liệu đầu vào tăng cao.
- Các chính sách hạn chế tiêu dùng bia rượu và các thức uống có cồn cũng ảnh hưởng lớn đến tiêu thụ của Công ty.
- Các chính sách về giải phóng mặt bằng, lòng lề đường cũng ảnh hưởng lớn đến tiêu thụ bia địa phương vì sản phẩm của công ty chủ yếu phục vụ các tầng lớp bình dân, các quán chủ yếu tận dụng các không gian nhỏ trước nhà hoặc vỉa hè để bán hàng.

Về mặt vi mô

Thuận lợi:

- Là Công ty con của Tổng Công ty CP Bia Rượu NGK Sài Gòn vì vậy Công ty được sự hỗ trợ của Tổng Công ty về kỹ thuật, công nghệ thông qua các chương trình kiểm tra đánh giá, các chương trình đào tạo, tập huấn.
- Bên cạnh đó khoảng 2/3 sản lượng của Công ty là sản phẩm sản xuất cho Công ty mẹ, vì vậy đầu ra này tương đối ổn định. Thương hiệu bia địa phương mặc dù chưa phát triển tốt nhưng cũng đã tạo được hình ảnh chủ yếu trong giới tiêu dùng bình dân.

Khó khăn:

- Khó khăn lớn nhất hiện tại là Công ty nằm ở khu vực đông dân cư gần trung tâm thành phố, tuy đã đầu tư nhiều và đạt được tiến bộ trong các vấn đề xử lý nước thải và môi trường nhưng dù sao đôi lúc không tránh khỏi được sự không hài lòng của dân cư..
- Tình hình suy thoái kinh tế và chi phí đầu vào từ nguyên nhiên vật liệu có xu hướng tăng cao gây áp lực lớn cho lợi nhuận của Công ty. Bên cạnh đó dây chuyền sản xuất của Công ty chỉ có tầm tự động hóa ở mức trung bình, sử dụng nhiều lao động (mặc dù đã tinh giảm gần 50% lao động kể từ khi gia nhập Tổng Công ty, hiện nay số lao động vẫn còn xấp xỉ 240 người – cho công suất sản xuất thực tế chưa đến 40 triệu lít năm). Đây là một gánh nặng về tiền lương cũng như an sinh xã hội.
- Sản phẩm bia địa phương mang tính thời vụ cao, do thời tiết miền Bắc chia 2 mùa rõ rệt, vào mùa mưa rét sản lượng bia tiêu thụ rất thấp.
- Ngành bia là một trong những ngành có sự cạnh tranh quyết liệt nhất, ở bình diện quốc gia cũng như địa phương. Hiện tại, các nhãn hiệu hàng đầu của thế giới đã tham gia vào thị trường Việt nam. Ở bình diện địa phương, Công ty phải cạnh tranh quyết liệt với bia chai và bia hơi của các hãng bia khác, đặc biệt là bia Huda và bia Hà nội.
- Bên cạnh đó do ở xa vùng tiêu thụ chính của Tổng Công ty, việc vận chuyển sản phẩm và luân chuyển vỏ kết rất khó khăn. Có lúc số vỏ kết của Công ty tồn đọng ở các kho trung chuyển và trên đường khoảng 350.000 kết, dẫn đến việc thiếu chai kết cho sản xuất. Ở thời điểm khó khăn nhất Công ty đã phải mượn tạm gần 150.000 bộ vỏ kết của Bia Sài Gòn – Sông Lam, chi tiết như sau:

Số liệu công nợ chai kết với C.ty Thương mại năm 2013				Số liệu thuê mượn chai kết năm 2013		
Thời điểm	Lượng kết	Lượng chai	Ghi chú	Thời điểm	Đơn vị công ty thuê, mượn	Số lượng kết vỏ
02/07/2013	264,904	4,922,168	Lượng Công ty TNHH 1 TV Thương mại Bia Sài Gòn nợ bao gồm hàng đi trên đường và tồn đọng ở các kho và Thương mại khu vực, kết vỏ đang luân chuyển về.	Tháng 5/2013	Bắc Trung Bộ	4,000
18/07/2013	281,302	5,519,368		Tháng 6/2013	Bia Sài Gòn S/Lam	7,608
22/07/2013	248,482	4,862,948		20/8/2013	Bia Sài Gòn S/Lam	92.039
19/08/2013	303.548	5.964.303		20/9/2013	Bia Sài Gòn S/Lam	99.647
07/09/2013	423.148	7.456.303		20/10/2013	Bia Sài Gòn S/Lam	99.647
21/10/2013	441.558	8.726.078		20/11/2013	Bia Sài Gòn S/Lam	140.155
20/11/2013	460.648	9.113.252		20/12/2013	Bia Sài Gòn S/Lam	168.268
30/11/2013	409.088	7.858.368		Hiện nay	Bia Sài Gòn S/Lam	36.000

2. Kết quả thực hiện một số chỉ tiêu chủ yếu:

S T T	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Thực hiện 2012	Kế hoạch 2013	Thực hiện 2013	So sánh	
						Kế hoạch	Cùng kỳ
A	B		D	E	F	G=F/E	H=F/D
1	Sản lượng sản xuất	lít	34,472,343	36,300,000	38,015,471	105%	110%
2	Sản lượng tiêu thụ	lít	34,478,082	36,300,000	37,907,207	104%	110%
3	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	355	354	372	105%	105%
4	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	28.5	24.8	32.5	131%	114%
5	Nộp ngân sách	Tỷ đồng	166.2		154		93%

3. Đánh giá, phân tích nguyên nhân, kết quả đạt được:

Trong tình hình khó khăn chung của nền kinh tế Việt Nam và Thế giới trong năm 2013, nhưng được sự chỉ đạo sát sao của Hội đồng quản trị Công ty và sự quan tâm giúp đỡ từ Tổng Công ty Cổ phần Bia – Rượu – NGK Sài Gòn nên năm 2013, Công

ty CP Bia Sài Gòn – Nghệ Tĩnh đã có nhiều nỗ lực, phấn đấu hoàn thành chỉ tiêu SXKD do Nghị quyết của Đại hội Đồng cổ đông thường niên ngày 27 tháng 04 năm 2013 đề ra, kết quả trên là do một số nguyên nhân chủ yếu sau đây:

- Có sự hỗ trợ giúp đỡ của công ty mẹ là Tổng Công ty Cổ phần Bia Rượu NGK Sài Gòn. Đặc biệt là trong quý IV, tổng Công ty đã tăng lượng giao nhận hàng giúp Công ty hoàn thành kế hoạch năm.

Công ty đã linh hoạt trong việc luân chuyển kết vỏ Bia Sài Gòn, trong đó đã kịp thời thuê từ Bia Sài Gòn – Sông Lam số chai kết gần 150.000 bộ vỏ kết để phục vụ sản xuất trong quý IV.

- Công ty đã tận dụng tốt máy móc thiết bị, đặc biệt là mùa giao hàng thấp điểm của Bia Sài Gòn, để sản xuất và tiêu thụ bia địa phương.
- Công ty đã bước đầu quản lý có hiệu quả các chỉ tiêu, định mức kỹ thuật làm nền tảng cho việc quản lý tiêu hao nguyên nhiên vật liệu nhằm tiết kiệm trong sản xuất và giảm giá thành sản phẩm.

4. Tình hình tài chính và nợ vay:

Về tình hình tài chính, các cổ đông có thể tham khảo chi tiết Báo cáo tài chính năm 2013 trên trang web của Công ty ở địa chỉ www.vidabeer.vn, tuy nhiên có thể khái quát cơ bản như sau:

- Tình hình tài chính của Công ty lành mạnh, các khoản đầu tư đều sử dụng vốn tự có, không sử dụng vốn vay.
- Tài khoản tiền gửi của Công ty tại Ngân hàng ở mức từ 60 tỷ đến 70 tỷ.
- Các khoản nợ của khách hàng, chủ yếu là xuất phát từ Công ty 1TV TNHH Thương mại Bia Sài Gòn, không có tính rủi ro. Các sản phẩm bia địa phương được bán thu tiền ngay không cho nợ.
- Các khoản đặt cọc để mượn trang thiết bị bán hàng của bia địa phương đều được bảo lãnh tại các Ngân hàng.

II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ NĂM 2014.

1. Nhận định tình hình sản xuất kinh doanh 2014:

Theo nhận định năm 2014 kinh tế sẽ vẫn còn khó khăn cho cả SX trong nước và xuất khẩu. Giá cả đầu vào sẽ còn biến động sau khi điều chỉnh giá điện, xăng dầu các chính sách vĩ mô nhằm kiểm soát cán cân thanh toán thương mại và thắt chặt tiền tệ. Bên cạnh đó 4 yếu tố làm ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận và gây khó khăn cho sản xuất kinh doanh của Công ty là:

- Vấn đề môi trường là một trong những khó khăn lớn cho Công ty. Mặc dù hiện tại hệ thống nước thải và xử lý khói bụi đã được đầu tư và đạt được những tiến bộ lớn, tuy nhiên do nhiều năm trước việc xử lý môi trường không được tốt đã tạo ra ấn tượng không tốt đối với cộng đồng dân cư. Ủy ban Nhân dân tỉnh vừa có công văn số yêu cầu công ty chỉ được sản xuất ở công suất 25 triệu lít/năm
- Phí thương hiệu phải đóng cho Tổng Công ty Cổ phần Bia Rượu NGK Sài Gòn khoảng 4,5 tỷ đồng.
- Do quy định của Tổng Công ty Cổ phần Bia Rượu NGK Sài Gòn yêu cầu chai kết Bia Sài Gòn 355 phải khấu hao hết trong 2 năm, do vậy tiền khấu hao của lượng chai kết này trong năm nay là 34 tỷ.

- Các quy định mới về tải trọng vận chuyển hàng hóa của Bộ giao thông vận tải đã làm cho hầu hết hàng hóa đầu vào của Công ty tăng lên. Bên cạnh đó, chi phí cho tiêu thụ bia hơi, bia chai Vida cũng sẽ tăng cao.
- Thuận lợi lớn nhất của Công ty là được sự hỗ trợ của công ty mẹ là Tổng Công ty Cổ phần Bia Rượu NGK Sài Gòn về nhiều mặt, trong đó quan trọng nhất là sản phẩm của Tổng Công ty chiếm đến gần 2/3 sản lượng của Công ty.

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh:

- ☛ Nâng cao chất lượng sản phẩm của Tổng Công ty cũng như sản phẩm bia địa phương.
- ☛ Đảm bảo kế hoạch sản xuất và giao hàng đầy đủ cho Tổng Công ty.
- ☛ Tận dụng công suất dư thừa để tiếp tục phát triển bia địa phương cho đối tượng tiêu dùng bình dân (bia hơi, bia tươi, bia chai, nước khoáng mang nhãn hiệu Vida).
- ☛ Kiểm soát và cắt giảm chi phí sản xuất.

2. Các chỉ tiêu chính về sản xuất kinh doanh:

Trên cơ sở Kế hoạch sản lượng năm 2014 do Tổng công ty Bia – Rượu – NGK Sài Gòn giao và tình hình tiêu thụ sản phẩm bia địa phương, Công ty xây dựng kế hoạch sản xuất cụ thể như sau:

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Thực hiện 2013	Kế hoạch 2014	So sánh
1	Sản lượng sản xuất	lít	38,015,471	38,200,000	100%
2	Sản lượng tiêu thụ	lít	37,907,207	38,200,000	101%
3	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	372.00	380.00	102%
4	Tổng lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	32.50	25.50	78%
5	Nộp ngân sách	Tỷ đồng	154.00	167.00	108%
6	Tổng lao động bình quân	Người	355.00	231.00	65%
7	Tổng quỹ lương	Tỷ đồng	22.78	19.23	84%
8	Thu nhập bình quân	đ/ng/th	6,027,715	7,607,504	126%
9	Tỷ lệ cổ tức /VĐL		15%	15%	100%

3. Công tác đầu tư năm 2014:

Công tác đầu tư năm 2014 và một số hạng mục dở dang từ năm 2013 chủ yếu tập trung vào nhu cầu cấp thiết như xử lý môi trường (hệ thống xử lý nước thải, xử lý khói bụi), tự động hóa nhà nấu, mua máy nén CO2, máy nén khí, một số trang thiết bị phục vụ cho tiêu thụ bia địa phương, các thiết bị thí nghiệm, kiểm soát chất lượng để nâng cao chất lượng sản phẩm, cụ thể như sau:

- 01 bể đối chứng cho Hệ thống xử lý nước thải giá trị đầu tư 300 triệu đồng. 01 bể hiếu khí 680 m³ giá trị đầu tư khoảng 2,4 tỷ đồng.
- Đầu tư phương tiện đáp ứng nhu cầu vận tải; đầu tư hệ thống rửa, dập nút, chiết keg bia tươi 2 lít và keg bia hơi 20 lít, 30 lít. Đầu tư hệ thống PCCC khoảng 5 tỷ đồng.

III. CÁC GIẢI PHÁP NHẪM ĐẢM BẢO THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SXKD.

1. Về sản xuất:

- Đảm bảo đầy đủ các nguồn lực phục vụ sản xuất đáp ứng tiến độ sản xuất, cố gắng sản xuất tối đa công suất của nhà máy để hoàn thành kế hoạch.

- Bảo trì bảo dưỡng tốt, đúng chế độ nhằm đảm bảo máy móc thiết bị hoạt động thông suốt.
- Điều hành sản xuất linh hoạt để đáp ứng nhu cầu thị trường vào mùa cao điểm sản phẩm của Tổng Công ty cũng như sản phẩm mang nhãn hiệu Vida.
- Tăng cường quản lý công nghệ sản xuất thông qua hệ thống quản lý chất lượng ISO để nâng cao chất lượng sản phẩm bia Sài Gòn và bia địa phương.
- Đầu tư và đưa vào hoạt động các hạng mục liên quan đến hệ thống xử lý nước thải và lọc bụi để giải quyết triệt để vấn đề môi trường tạo cơ sở cho hoạt động bền vững lâu dài cho Công ty.

2. Về tiêu thụ:

- Đẩy mạnh công tác tiêu thụ, phối hợp chặt chẽ với Công ty TNHH 1TV thương mại Sabeco và đơn vị giao nhận và vận chuyển Bia Sài Gòn để công tác lấy hàng được thuận lợi tối đa và giảm chi phí tồn kho ở mức thấp nhất.
- Tăng cường công tác bán hàng, đẩy mạnh công tác marketing và vận chuyển. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống tiêu thụ bán hàng của Công ty theo hướng chuyên nghiệp phù hợp với tình hình tiêu thụ thực tế.
- Thành lập thêm các kho, chi nhánh để bám sát thị trường, phản ứng nhanh, kịp thời. Có chiến lược phát triển sản phẩm rõ ràng và kênh bán hàng phù hợp.

3. Về quản lý:

Tăng cường công tác quản lý trong mọi khâu để tiết giảm chi phí từ khâu mua nguyên vật liệu, định mức tiêu hao trong sản xuất, tiết kiệm tối đa chi phí hội họp, tiếp khách, đi lại.

Tăng cường Quản lý tập trung mọi hoạt động, phát huy vai trò và chức năng quản lý của các phòng ban, phân xường trong Công ty để sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực Tài chính, con người và tài sản hiện có của toàn Công ty.

Tăng cường công tác Chất lượng, cố gắng duy trì Hệ thống chất lượng và kiểm soát như hiện có để không để xảy ra sự cố về chất lượng, làm ảnh hưởng tới thương hiệu của Công ty cũng như thương hiệu Bia Sài Gòn.

IV. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ:

Với tình hình kinh tế lạm phát, khó khăn trong vấn đề Tài chính và sản xuất, lãi suất ngân hàng cao. Để tạo điều kiện cho Công ty hoàn thành Kế hoạch sản xuất kinh doanh và có lợi nhuận, Công ty có những kiến nghị sau:

- Công ty TNHH 1TV TM SABECO nhận đúng số lượng bia thành phẩm lấy hàng tuần theo kế hoạch sản xuất hàng năm đã giao cho Công ty Cổ phần bia Sài Gòn – Nghệ Tĩnh tạo điều kiện kịp thời cho Nhà máy sản xuất liên tục và giảm hao phí vật tư, nguyên vật liệu, giảm chi phí tồn kho, cũng như thực hiện đúng quy chế quản lý bao bì, chai kết để chai rỗng xoay vòng nhanh (tối đa 2 tuần) về nhà máy không gây đình trệ sản xuất.
- Tổng công ty xây dựng hệ thống kho chứa nguyên vật liệu, Tổng kho bia thành phẩm tại Công ty nhằm điều tiết lượng hàng trong lưu thông, tiêu thụ, tiết giảm chi phí vận



chuyên và chủ động trong điều tiết thị trường khu vực Trung Bắc Bộ và các khu vực lân cận.

- Tổng Công ty Cổ phần Bia – Rượu – NGK Sài Gòn có các chính sách ưu đãi trong thanh quyết toán chi phí nguyên vật liệu và bia thành phẩm, tạo điều kiện cho Công ty trả chậm tiền mua nguyên nhiên vật liệu.

Bên cạnh đó rất mong các cổ đông ủng hộ thấu hiểu Công ty đang phải vận hành trong điều kiện kinh tế xã hội rất khó khăn, xuất phát từ những đặc thù riêng như vấn đề môi trường, các quy định về hạn chế rượu bia, nền kinh tế suy giảm dẫn đến sự ảnh hưởng về tiêu dùng của người dân (vì bia không phải là mặt hàng thiết yếu).

Kính trình Đại hội đồng cổ đông góp ý và thông qua

Nơi nhận:

- Như trên;
- HĐQT (báo cáo);
- Lưu VT.

