



CÔNG TY CP XUẤT NHẬP KHẨU AN GIANG
AN GIANG IMPORT EXPORT COMPANY

BÁO CÁO & ĐÁNH GIÁ CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

- Năm 2015 diễn ra trong bối cảnh thị trường toàn cầu có nhiều bất ổn, kinh tế thế giới chưa lấy lại được đà tăng trưởng, phục hồi chậm. Giá dầu thô giảm mạnh dẫn đến giá cả hàng hóa có xu hướng giảm nhanh, ảnh hưởng đến các nước xuất khẩu. Tuy nhiên 2015, kinh tế Việt Nam tiếp tục phát triển ổn định, lạm phát và tỷ giá được kiểm soát tốt tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.
- Tồn kho gạo thế giới đầu năm 2015 còn rất lớn cùng với việc Thái Lan đẩy mạnh bán ra tồn kho làm giá gạo thế giới duy trì ở mức thấp gây nhiều khó khăn trong hoạt động xuất khẩu gạo của các nước.
- Do tác động của hiện tượng El Nino, sản xuất gạo thế giới bị ảnh hưởng, nhu cầu gạo các nước nhập khẩu lớn: Trung Quốc, Philippines, Indonesia, ... tăng số lượng góp phần hạn chế đà sụt giảm giá gạo thế giới vào cuối năm 2015.

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

1.1 Ngành Gạo xuất khẩu

- Năm 2015, số lượng gạo xuất khẩu của Công ty đạt 149.000 tấn, tăng 31% so cùng kỳ; doanh thu đạt 1.433 tỷ đồng tăng 19% so cùng kỳ. Tỷ trọng gạo chất lượng cao ngày càng tăng, chiếm hơn 30% trong tổng khối lượng xuất khẩu năm 2015; tăng 37% so cùng kỳ.

1.2 Ngành Gạo nội địa

- Năm 2015, sản lượng gạo tiêu thụ nội địa đạt 22.680 tấn tăng 103% so cùng kỳ; doanh thu đạt 222 tỷ đồng, tăng 97% so cùng kỳ. Đây là tín hiệu tốt cho ngành hàng trong những năm tiếp theo. Tuy nhiên, ngành hàng vẫn còn gặp một số khó khăn:
- Thị trường gạo nội địa cạnh tranh ngày càng gay gắt do nhiều doanh nghiệp mới tham gia, đã tung ra nhiều sản phẩm mới với nhiều mẫu mã bao bì, chủng loại, ... Tuy nhiên, dung lượng thị trường này vẫn còn rất lớn.
- Việc phát triển thương hiệu gạo Angimex ra các tỉnh, thành khác gặp nhiều khó khăn do hệ thống phân phối rộng khắp, công tác Marketing chưa hiệu quả. Ngoài ra, do logistic chưa đồng bộ dẫn đến chi phí cao đã làm giảm tính cạnh tranh so với các sạp gạo kênh truyền thống.

1.3 Ngành Thương mại – Dịch vụ

- Năm 2015, thị trường xe gắn máy Việt Nam được đánh giá đã gần đạt ngưỡng bão hòa, nhu cầu mới không còn nhiều. Ngành Thương mại – Dịch vụ vẫn duy

trì tăng trưởng ổn định với mức doanh thu đạt 460 tỷ đồng, tăng 3% so cùng kỳ. Đặc biệt, mảng kinh doanh phụ tùng và dịch vụ sửa chữa tăng trưởng mạnh với mức tăng lần lượt là 22% và 47% so cùng kỳ.

- Cạnh tranh gay gắt giữa các nhà sản xuất lớn khi sản lượng tung ra thị trường tiếp tục tăng, các nhà máy sản xuất mới liên tục được khánh thành, số lượng mẫu mã xe ngày càng đa dạng là những khó khăn lớn cho ngành Thương mại – Dịch vụ của Công ty.
- Hệ thống quản trị (trên cơ sở từ Honda Việt Nam) vận hành tốt và lượng bán xe máy của ngành tương đối ổn định, trong khi thị trường xe máy Việt Nam sụt giảm và có dấu hiệu bão hòa.

1.4 Lúa giống & Vùng Nguyên liệu

Lượng mưa ít, hạn hán khiến các Công ty sản xuất kinh doanh lúa giống gặp rất nhiều khó khăn. Lượng tiêu thụ lúa giống trong năm 2015 giảm mạnh, đặc biệt tại các tỉnh Kiên Giang, Trà Vinh, Bạc Liêu.

❖ Những tiến bộ Công ty đã đạt được:

- Sản lượng tiêu thụ ngành Gạo xuất khẩu tăng trưởng trở lại trong năm 2015 sau 3 năm sụt giảm.
- Sản lượng và doanh thu ngành Gạo nội địa tăng hơn 2 lần so với năm trước.
- Hoạt động kinh doanh phụ tùng và dịch vụ sửa chữa của ngành hàng Thương mại – Dịch vụ tăng trưởng ấn tượng.
- Sản phẩm lúa giống của Công ty ngày càng được các Công ty đối tác và bà con nông dân tin cậy.
- Khánh thành Nhà máy chế biến lúa gạo Đa Phước.
- Khởi công xây dựng Cửa hàng Thương mại – Dịch vụ Angimex tại Châu Đốc.

2. Tình hình tài chính.

2.1. Tình hình tài sản

Tổng tài sản của công ty đến cuối năm 2015 là 791,76 tỷ đồng, tăng 58 tỷ đồng tương ứng tăng 7% so với đầu năm. Trong đó:

- Tài sản ngắn hạn tăng 177 tỷ đồng do công ty tăng cường giao hàng và thu tiền cuối năm.
- Tài sản dài hạn giảm 119 tỷ đồng, chủ yếu do công ty hoàn tất chuyển nhượng cổ phần tại công ty CP Đầu tư và Phát triển Vĩnh Hội.

2.2. Tình hình nợ phải trả

Nợ phải trả của Công ty đến cuối năm 2015 là 408 tỷ đồng, tăng 20 tỉ đồng tương ứng giảm 5% so với đầu năm. Trong năm, Công ty đã trả trước và đúng hạn các khoản nợ phải trả.

Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn trong năm 2015 là: 1,52 lần, tăng 0,38 lần so với năm 2014.

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

- Công ty tiếp tục duy trì chính sách trả lương theo hệ số công việc. Bên cạnh đó, hoạt động đào tạo cũng luôn được chú trọng nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ và tay nghề cho người lao động.
- Ngoài ra, để tăng sản lượng bán hàng, Công ty đã ban hành chính sách trả lương bán hàng cho đội ngũ bán hàng toàn Công ty. Đây là khoản thu nhập tăng thêm ngoài lương công việc được hưởng cố định hàng tháng.
- Sắp xếp, phân công lại lao động và giải quyết thỏa đáng chính sách nghỉ việc cho các lao động dôi dư sau khi giải thể 03 phân xưởng (tháng 3/2015).

4. Kế hoạch kinh doanh 2016

4.1. Nhận định:

- Chính trị - Kinh tế thế giới tiếp tục diễn biến khó lường: xung đột chính trị diễn ra nhiều khu vực, sự phá giá đồng tiền của các nước lớn đặc biệt là Trung Quốc ảnh hưởng đến thương mại toàn cầu.
- Kinh tế Việt Nam tiếp tục tăng trưởng ổn định trong năm 2016, tỷ giá và lạm phát tiếp tục được kiểm soát.
- Ảnh hưởng El Nino dự báo tác động giảm sản lượng gạo thế giới trong năm 2016.
- Dự báo từ năm 2016 lĩnh vực xuất khẩu gạo của Việt Nam bước vào giai đoạn phục hồi.
- Thị trường bán lẻ Việt Nam năm 2016 được đánh giá sẽ tiếp tục tăng trưởng nhanh.

4.1.1 Ngành Lương thực

4.1.1.1 Gạo xuất khẩu.

a. Tình hình Thế giới

- Dự báo thương mại 2016 ở mức 42 triệu tấn, giảm nhẹ 0,5 triệu tấn so với năm 2015.
- Dự báo nhập khẩu năm 2016:
 - *Trung Quốc*: tiếp tục là quốc gia nhập khẩu lớn nhất thế giới với hạn ngạch cho năm 2016 là 5,3 triệu tấn, ngoài ra Trung Quốc cũng nhập khẩu lượng lớn thông qua đường tiểu ngạch từ Việt Nam, Myanmar.
 - *Philippines*: USDA dự báo nhập khẩu 1,8 triệu tấn, tương đương năm 2015.
 - *Indonesia*: dự kiến nhập khẩu 1,3 triệu tấn, tăng nhẹ so với năm 2015 là 1,25 triệu tấn.
 - *Nigeria*: vẫn duy trì ở mức cao là 3 triệu tấn, tuy nhiên đã giảm so với mức 4 triệu của năm 2015.
- Dự báo xuất khẩu năm 2016:
 - *Thái Lan*: dự báo xuất khẩu 10 triệu tấn, tương đương năm 2015.
 - *Ấn Độ*: 9,5 triệu tấn, giảm so với mức 11,5 triệu tấn của năm 2015.
 - *Pakistan*: tăng lên 4,5 triệu tấn từ mức 4 triệu tấn năm 2015.

b. Tình hình trong nước

- Tồn kho cuối năm 2015 chuyển sang 2016 ở mức thấp do giao hàng nhiều cho hợp đồng tập trung Philippines và Indonesia vào cuối năm 2015.
- Năm 2016, dự báo nhu cầu của các nước Indonesia, Philippines tăng, điều này sẽ tác động đến giá gạo trong nước. Tuy nhiên, Việt Nam sẽ phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt với Thái Lan do quốc gia này còn nguồn tồn kho lớn.
- Hiệp định TPP được thông qua và dự kiến có hiệu lực từ năm 2018 vừa là cơ hội, vừa là thách thức đối với ngành gạo của Việt Nam, do vậy cần phải tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm.

4.1.1.2 Gạo nội địa

- Cạnh tranh thị trường ngày càng cao, do nhiều doanh nghiệp quan tâm hơn thị trường nội địa song thị phần còn rất lớn.
- Việc hình thành AEC (miễn giảm thuế nhập khẩu) vào cuối năm 2015 vừa là cơ hội, vừa là thử thách khi gạo chất lượng cao nhập khẩu từ các nước khối Asean có thể tràn vào thị trường Việt Nam.

4.1.2 Ngành Thương mại – Dịch vụ

- Thị trường xe gắn máy dần đi vào ngưỡng bão hòa, tuy nhiên nhu cầu về phụ tùng và dịch vụ vẫn có xu hướng tăng.
- Vẫn chịu sự điều tiết hàng hóa từ Công ty Honda Việt Nam.

4.1.3 Ngành Giống và Vùng nguyên liệu

- Nhu cầu sử dụng giống xác nhận trong canh tác lớn, song nguồn cung vẫn chưa đủ.

4.2. Định hướng năm 2016

4.2.1. Ngành Lương thực

4.2.1.1. Gạo xuất khẩu

- Đẩy mạnh tiêu thụ gạo thơm, gạo chất lượng cao; tăng sản lượng tiêu thụ tại thị trường Châu Âu và Nam Mỹ. Chuẩn bị nguồn lực để xuất khẩu gạo túi nhỏ khi tham gia TPP.
- Xâm nhập trở lại một cách mạnh mẽ và tăng tỷ trọng đối với khách hàng là tập đoàn.

4.2.1.2. Gạo nội địa

- Tập trung phát triển khách hàng doanh nghiệp, kênh hiện đại nhằm gia tăng sản lượng, doanh thu và lợi nhuận. Duy trì và tái cấu trúc lại hệ thống đại lý, thay đổi dần thói quen mua gạo và đưa thương hiệu gạo Công ty vào tâm trí người tiêu dùng.

4.2.2. Ngành Thương mại – Dịch vụ

- Duy trì kinh doanh các sản phẩm xe nhãn hiệu Honda kết hợp với các nhãn hiệu khác Honda (tại các Cửa hàng tổng hợp); phát triển mảng phụ tùng, dịch vụ và các dịch vụ tích hợp với ngành hàng, mở rộng địa bàn kinh doanh sang các tỉnh lân cận.

4.2.3 Ngành Giống và Vùng nguyên liệu

- Mở rộng hệ thống phân phối ở các tỉnh ĐBSCL, miền Đông, doanh nghiệp, tham gia các chương trình của Viện lúa,... đặc biệt chú trọng phát triển hệ thống phân phối qua thị trường Campuchia.

4.3. Kế hoạch kinh doanh 2016

LỢI NHUẬN (tỷ đồng)	KH 2016	TH 2015	So sánh
1. Lợi nhuận trước thuế	24,800	60,087	41,27%
<i>Trong đó:</i>			
- Ngành Lương thực	13,500		
- Thương mại – Dịch vụ	7,300		
- Từ hoạt động đầu tư	4,000		
2. Lợi nhuận sau thuế	21,140	47,442	44,56%

4.4. Kế hoạch phát triển vùng nguyên liệu

Khoản mục	Diện tích bao tiêu (ha)			Sản lượng thu mua (tấn)		
	Kế hoạch năm 2016	Thực hiện 2015	So sánh	Kế hoạch năm 2016	Thực hiện 2015	So sánh
Lúa hàng hóa	5.000	1.483	337%	28.000	3.325	842%
Lúa giống	670	636	105%	3.700	3.458	107%
Tổng cộng	5.670	2.052	276%	31.700	6.783	838%

4.5. Kế hoạch Đầu tư

STT	Hạng mục	KH 2016 (tỷ đồng)	TH 2015 (tỷ đồng)	So sánh
1	Xây dựng cơ bản	1,0	1,3	76,9%
2	Đầu tư thiết bị	2,0	1,1	181,8%
3	Dự án Đa Phước (nâng cấp trong 2016)	2,0	43,6	4,6%
4	Sửa chữa trung tâm Honda	2,0	4,2	47,62%
5	Cải tạo, mở rộng NM GAT	11,0	3,4	323,5%
6	Cải tạo kho Hòa An	5,0		
7	Cải tạo kho Thoại Sơn	1,5		
8	Cải tạo phân xưởng Bình Thành	21,5		
	TỔNG CỘNG	46,0	53,6	85,8%

4.6 Kế hoạch Đào tạo

STT	Nội dung	Số khóa	Đối tượng	KH 2016 (triệu đồng)
A	ĐÀO TẠO NỘI BỘ	6		300
1.	<i>Ngành Lương thực</i>	4		200
	- Gạo xuất khẩu	2	-	100
	- Gạo nội địa	2	-	100
2.	<i>Ngành TM-DV</i>	2	-	100
B	ĐÀO TẠO BÊN NGOÀI	8		100
1	Nghiệp vụ Kế toán - Tài chính	2	CBNV	20
2	Nghiệp vụ XNK - hải quan	1	CBNV	10
3	Nghiệp vụ về Kiểm soát nội bộ	2	CBNV	10
4	Các khóa thuộc TT PT VNL	3	CBNV	20
5	Các khóa học do Honda tổ chức	-	CBNV Honda	30
6	Các khóa khác phát sinh ngoài KH	-	-	10
	TỔNG CỘNG	14		400

4.7 Giải pháp

4.7.1 Ngành Gạo xuất khẩu

- Tập trung nhiều hơn vào việc kiểm soát chất lượng.
- Chuẩn bị các nguồn lực khi TPP có hiệu lực.
- Thực hiện theo các tiêu chí Gạo an toàn.
- Phát triển thị trường Gạo an toàn: tại các thị trường Mỹ, EU, Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản, ...

4.7.2 Ngành Gạo nội địa

❖ Sản xuất

- Duy trì và cải tiến tốt hơn hệ thống ISO 22000 & HACCP, nghiên cứu và triển khai hệ thống BRC, làm công cụ kiểm soát chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm.
- Cải tạo, nâng cấp mở rộng kho Nhà máy Gạo An toàn, đầu tư thêm máy tách màu tăng công suất xuất hàng.

❖ Bán hàng

- Tập trung phát triển mở rộng khách hàng doanh nghiệp, tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng.
- Bán lẻ: xác định cơ cấu thị trường, nhân sự theo hướng tập trung vào siêu thị và hệ thống cửa hàng trực thuộc.

❖ Logistic

- Gắn kết chặt chẽ các nhà cung cấp bao bì, vận chuyển, giao nhận.
- Lập hồ sơ thống kê lịch sử (lỗi giao hàng) đánh giá từng nhà cung cấp và cùng với nhà cung cấp tìm các giải pháp khắc phục, cải tiến dịch vụ.

4.7.3 Ngành Thương mại – Dịch vụ

- Phát huy dịch vụ sửa chữa với mục tiêu cao hơn năm 2015 ít nhất 15%.
- Đẩy mạnh tìm kiếm nguồn hàng bên ngoài bổ sung cho các HEAD/Cửa hàng để ổn định doanh số và lợi nhuận.
- Tích cực thực hiện các chương trình Marketing, PR thúc đẩy bán hàng và tăng doanh số dịch vụ.
- Mở rộng kinh doanh sang địa bàn các tỉnh trên cơ sở mua lại các HEAD hiện có của doanh nghiệp khác.

4.7.4 Ngành Giống và Vùng nguyên liệu:

❖ Sản xuất

- Xây dựng vùng nguyên liệu lúa chất lượng cao, an toàn đạt tiêu chuẩn xuất khẩu gạo thương hiệu
- Tiếp tục mở rộng diện tích sản xuất giống.

❖ Bán hàng

- Đảm bảo chất lượng sản phẩm theo quy định nhằm khẳng định thương hiệu.
- Cải tiến bao bì đóng gói theo hướng nâng cao chất lượng, đẹp, bền.

❖ Marketing

- Tiếp tục mở rộng hệ thống phân phối ra các tỉnh ĐBSCL, miền Đông. Tiếp cận khách hàng doanh nghiệp, tham gia các chương trình của Viện lúa... và hướng đến thị trường Campuchia.

4.8 Giải pháp quản trị:

- Cơ cấu lại mô hình quản lý phù hợp theo định hướng và mục tiêu kinh doanh.
- Củng cố hệ thống quản trị Công ty.
- Cấu trúc lại hệ thống nhà máy/phân xưởng theo hướng tách thành 02 nhóm sản phẩm chuyên biệt: (1) gạo chất lượng cao, gạo an toàn và (2) gạo trắng thông dụng.
- Hệ thống thông tin nội bộ đáp ứng được yêu cầu nhanh và thông suốt để xử lý giải quyết kịp thời và hạn chế sai sót.

5. Giải trình của Ban Giám đốc đối với ý kiến kiểm toán: không

An Giang, ngày 24 tháng 03 năm 2016



NGUYỄN VĂN TIẾN