



CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN MINH HẢI

KM2231, Road 1A, Tan Phong, Gia Rai County, Bac Lieu Province, Vietnam
PHONE: 84-781-3846810 FAX: 84-781-3846706 EMAIL: seamh@seaminhhai.com

BÁO CÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH 2015 VÀ KẾ HOẠCH SX-KD NĂM 2016

I. TÌNH HÌNH CHUNG

Năm 2015 đã qua đi với tình hình kinh tế không mấy tốt: kinh tế EU và Nhật vẫn còn trì trệ, cuộc khủng hoảng Nga vẫn kéo dài do bị cấm vận của phương Tây và giá dầu (nguồn thu quan trọng của kinh tế Nga bị thiệt hại nhiều) sụt giảm ở mức kỷ lục trong nhiều năm. Đồng USD và nền kinh tế Mỹ tương đối vững, nhưng thị trường tôm của Mỹ gần như bão hòa ở các quý đầu năm do lượng tồn kho của năm 2014 nhiều. Nhập khẩu tôm của Hoa Kỳ nhìn chung là trì trệ các quý đầu năm, nhưng có tăng ở các tháng cuối năm (tháng 11/2015 tăng 15% so cùng kỳ, và tháng 1-11 tăng 2,3%, đạt lượng 1,169 triệu pound), mặc dù giá trị nhập có giảm do tôm có giá rẻ hơn.

USA Shrimp Imports in Metric Tons Through November 2015

Country	Nov 2014	Nov 2015	Jan-Nov 2014	Jan-Nov 2015	Jan-Dec 2014
INDIA	9,876	12,571	99,930	123,794	108,664
INDONESIA	9,511	10,253	94,508	105,415	103,329
ECUADOR	6,512	6,491	85,114	79,051	92,320
VIET NAM	6,289	7,441	68,448	52,997	73,151
THAILAND	7,311	8,469	56,533	65,028	64,430

Biểu đồ nhập khẩu 11 tháng 2015 của Mỹ cho thấy dịch chuyển nước cung cấp: Ấn độ đứng đầu bảng.

Tình hình nhập khẩu tôm của Nhật Bản năm 2015 cũng nằm trong bức tranh ảm đạm chung: Số liệu đến tháng 11/2015, Nhật đã nhập khẩu 124.197 tấn tôm so 131.309 tấn cùng kỳ năm 2014, chỉ bằng khoảng 95% cùng kỳ năm trước. Việc bán hàng vào Nhật Bản tập trung nhiều vào một số mặt hàng như Nobashi, tôm PD và tôm vỏ ...

Đối với thị trường EU: Thị trường EU im lảng nhất là các quý đầu năm. Các lô hàng công ty bán được vào thị trường này hết sức hạn chế, lẻ tẻ. Riêng thị trường Nga có khá hơn với một số lô hàng công ty ký và giao sang thị trường này, tuy nhiên đây có thể chỉ là trường hợp cá biệt.

Trong khi đó tình hình xuất khẩu tôm của Việt Nam cũng sút giảm nghiêm trọng. Theo số liệu của VASEP, năm 2015, Việt Nam đã xuất tôm được 2,9 tỷ USD, giảm so cùng kỳ 25,3%. Nguyên do được VASEP nhận định là bởi nhu cầu từ các thị

trường chính sút giảm, giá tôm sụt nhiều, Ấn Độ trở thành nước cung cấp chính, và sự mất giá của nhiều đồng tiền của các nước so với USD như Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia.

Do thiếu hụt nguồn tôm trong nước, Trung Quốc đã trở thành nước nhập khẩu tôm lớn từ các nước cung cấp, cả Trung Mỹ lẫn các nước xuất khẩu từ châu Á. Ecuador đã bán một lượng lớn tôm của họ sang TQ. Tình hình thiếu hụt tôm tại Trung Quốc cũng làm cho các thương lái Trung Quốc mở rộng việc thu mua tôm tại Việt Nam, làm cho tình hình thiếu hụt tôm nguyên liệu của các doanh nghiệp càng trầm trọng thêm.

II. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC NHIỆM VỤ NĂM 2015

A. SẢN XUẤT

Năm 2015 tôm nguyên liệu trong nước tiếp tục sút giảm, làm các xí nghiệp chế biến bị thiếu hụt trầm trọng và đẩy giá tôm nguyên liệu lên cao một cách phi lý so với mặt bằng giá cả chung trên thế giới, do các doanh nghiệp buộc phải mua để xuất trả các hợp đồng đã ký. Cũng do tình trạng thiếu hụt và không ổn định này nhiều nhà máy phải chuyển sang nhập khẩu tôm nguyên liệu từ các nước Ấn Độ, Nam Mỹ về để sản xuất. Theo số liệu VASEP thì năm 2015 Việt Nam đã nhập một lượng hàng trị giá gần 500 triệu USD (so với doanh số xuất khẩu khoảng 3 tỉ!).

1. Thu mua nguyên liệu

Các xí nghiệp trong năm đã thu mua được 4.946 tấn tôm nguyên liệu, với tỉ lệ tôm thẻ lên đến 4.162 tấn (chiếm hơn 80% lượng nguyên liệu mua vào). Lượng tôm sú tiếp tục xu hướng ngày càng ít và khó mua do nhiều nhà máy cũng có đơn hàng và cạnh tranh nhau để mua.

2. Chế biến

Các xí nghiệp của công ty đã chế biến được 3.940 tấn tôm thành phẩm (=74% cùng kỳ). Sản lượng này nói lên tình hình thiếu hụt nguyên liệu trong năm, cũng như tình hình bán hàng cho các thị trường của công ty bị trì trệ. Thí dụ thị trường lớn nhất của công ty là Mỹ đã hầu như không có đơn hàng mới cho mặt hàng chủ lực mà công ty đã từng cung cấp cho họ hơn 10 năm qua là tôm Ez Peel, ảnh hưởng lớn đến doanh số của công ty sang thị trường này.

Như VASEP đã nhận xét về chuyển đổi nước cung cấp nguyên liệu, các khách hàng của công ty đã chuyển hướng tìm nguồn cung từ các nước cung cấp đang trỗi lên như Ấn Độ, Indonesia để thay thế các nước cung cấp chính trước đây do giá cả tại

các nước cung cấp mới có giá cạnh tranh hơn. Nhiều doanh nghiệp tại các nước này đã chế biến và xuất khẩu các mặt hàng mà trước đây Việt nam có ưu thế.

B. KẾT QUẢ KINH DOANH & CÁC CHỈ TIÊU TÀI CHÍNH

TT	CHỈ TIÊU	ĐVT	NĂM 2015		THỰC HIỆN 2014	SO SÁNH (%)	
			KẾ HOẠCH	THỰC HIỆN		KH	CÙNG KỲ
1	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	1.280	917	1.390	71,64	65,97
2	Kim ngạch xuất khẩu	Triệu USD	60	41,4	65,5	69,00	63,21
3	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ VNĐ	18	26,4	20,4	146,67	129,41
4	Cổ tức (Dự kiến)	%/năm	14	18	16	128,57	112,50

NHẬN XÉT CHUNG

Năm 2015 ngành thủy sản Việt Nam tiếp tục gặp khó khăn. SMH đạt doanh số xuất là 41,361 triệu USD, chỉ bằng khoảng 63% doanh số năm 2015, và đạt khoảng 69% so chỉ tiêu kế hoạch. SMH đã không đạt được chỉ tiêu doanh số và sản lượng đã đề ra cho năm 2015.

Điểm tích cực của hoạt động kinh doanh 2015 của công ty là tình hình tài chính tốt, hoạt động có lãi, có chi cổ tức cho cổ đông công ty.

THỊ TRƯỜNG

Các thị trường chủ yếu của công ty năm 2015 vẫn là Mỹ, Nhật Bản, châu Âu, Nga, Úc...

Thị trường Mỹ: trong nhiều năm qua, đây vẫn là thị trường lớn nhất của công ty, với mặt hàng chủ yếu đem lại doanh số lớn là tôm Easy Peel. Năm 2015 khách mua mặt hàng này hầu như không có đơn hàng mới, cũng như ít đơn hàng cho các mặt hàng khác so năm 2014.

Thị trường Nga: Mặc dù tình hình kinh tế của Nga có nhiều khó khăn, nhưng riêng khách hàng mua tôm của Sea Minh Hải (Uhrenholt Nga) vẫn duy trì mua hàng và Sea Minh Hải có tỉ lệ xuất vào thị trường này khá cao là 12% trong doanh số năm 2015.

Thị trường EU: nói chung doanh số xuất sang khối EU giảm sút nhiều, do

Uhrenholt châu Âu hoạt động yếu do phần lớn bộ phận tại các nước bị giải thể (trừ Uhrenholt Pháp và Nga).

Thị trường	Thị phần 2015 (%)	Thị phần 2014 (%)
- Mỹ	45.03	58
- EU	13.76	16
- Nhật Bản	25.11	18
- Nga	12.02	8
- Úc	2.58	1.05

Bảng 2: Thị phần xuất 2015 của công ty

ĐÓNG CONTAINER TẠI CHỖ

Cuối năm 2015 dưới chỉ đạo của Tổng Giám Đốc công ty, bộ phận kho và bộ phận xuất hàng đã áp dụng việc đóng hàng bằng container trực tiếp tại các kho lạnh của công ty.

Việc này đã chứng minh nhiều ích lợi cụ thể, tiết kiệm nhiều chi phí, giảm công việc nhất là đối với đội xe tải của công ty, và phát huy cao tính chủ động trong việc đóng cont tại chỗ.

CHẤT LƯỢNG & THANH TRA CỦA CƠ QUAN CHỨC NĂNG

Bộ phận phụ trách về chất lượng của các xí nghiệp đã duy trì tốt các chương trình thẩm tra theo yêu cầu khách hàng, thẩm tra định kỳ của cơ quan chức năng (NAFIQAD), hoặc các chương trình chất lượng (ISO, BRC, BAP, FOS...), cử người dự các lớp tập huấn, hoặc huấn luyện nội bộ theo yêu cầu của các chương trình.

Phòng nghiệp vụ cũng đã hoàn thành đợt thẩm tra của cơ quan Cục Thuế Tỉnh kéo dài đến gần 1 tháng.

CÔNG TÁC SỬA CHỮA & XÂY DỰNG CƠ BẢN

Năm 2015, Công ty không có chương trình xây dựng, sửa chữa lớn, ngoài việc thực hiện các chương trình duy tu, sửa chữa nhỏ tại các nhà máy, tạo điều kiện cho các nhà máy thực hiện tốt chức năng sản xuất của mình.

III. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH 2016

Tình hình kinh tế 2016 nói chung vẫn chưa thoát khỏi trì trệ tại hầu hết các thị trường chủ yếu. Các biến động ở thị trường chứng khoán Trung Quốc đã xảy ra ngay những ngày đầu năm, và số liệu cho thấy nền kinh tế đứng số 2 thế giới này năm qua đã có chỉ số phát triển thấp nhất trong vòng 25 năm qua. Các hậu quả tiêu cực của nó

lan ra các thị trường quan trọng khác trên khắp thế giới.

Con khủng hoảng người tị nạn tại các nước EU, ảnh hưởng tiêu cực của các hoạt động khủng bố làm rúng động hoạt động du lịch và ảnh hưởng an ninh, sinh hoạt đến nhiều thành phố lớn trên thế giới... là nhiều yếu tố chắc chắn tác động không nhỏ đến tình hình kinh tế tại các nước liên quan.

Việc dịch chuyển nước cung cấp tôm sang Ấn Độ, Indonesia như là các nước chính đã xảy ra, và còn tiếp tục. Tình trạng, mức độ tăng hay giảm lượng tôm nguyên liệu cung cấp cho năm 2016 từ các nước này và các nước cung cấp khác vẫn là câu hỏi và đề tài còn phải bàn cãi và theo dõi tiếp, vì sẽ ảnh hưởng lớn đến tình hình thị trường trong thời gian tới.

Trong bối cảnh đó, Công ty đã đưa ra các chỉ tiêu nhiệm vụ chính cho năm 2016 như sau:

CHỈ TIÊU	ĐVT	KẾ HOẠCH NĂM 2016	THỰC HIỆN NĂM 2015	SO SÁNH (%)
1. Doanh thu	Tỷ VNĐ	1.150	917	134,13
2. Kim ngạch xuất khẩu	Triệu USD	52	41,4	132,85
3. Lợi nhuận sau thuế	Tỷ VNĐ	18	26,4	68,18
4. Cổ tức	%/VĐL	14	18	77,78

CÁC GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Nguyên liệu

Công ty tiếp tục khai thác các lợi thế về nguyên liệu của cả tôm thẻ vannamei và sú nhờ vào địa bàn khác nhau của từng nhà máy (vùng gần Cà Mau có nguồn sú quảng canh phù hợp cho một số đơn hàng đi Nhật; vùng Chủ Chí có lượng tôm vannamei quảng canh đáp ứng yêu cầu của khách Nhật...).

Để đáp ứng các yêu cầu của các kênh tiêu thụ hướng đến sản phẩm sạch và sinh thái, công ty cũng tiếp tục nghiên cứu và sẽ triển khai khu vực liên kết nuôi tôm có chứng nhận để đa dạng hóa đầu ra của công ty, khai thác thêm kênh tiêu thụ có xu hướng bảo vệ sự bền vững của môi trường đồng thời với chất lượng của sản phẩm (ASC).

Sự dịch chuyển nước cung cấp tôm chính trên bản đồ ngành tôm là vấn đề cần quan tâm theo dõi. Trên thực tế các xí nghiệp chế biến tôm Việt Nam từ vài năm qua đã phải chuyển hướng tìm nguồn cung cấp tôm để duy trì sản xuất, ổn định giá cả khi nguồn cung trong nước không đủ, hoặc không ổn định. Đến nay nhìn chung công ty chưa tham gia vào việc này, nhưng sẽ cân nhắc khi nhu cầu thực tế đòi hỏi phải nhập tôm để bảo đảm kế hoạch sản xuất cho các đơn hàng đã ký.

2. Thị trường

Qua thực tế tình hình tiêu thụ năm 2015 của công ty đối với thị trường Hoa Kỳ và EU, công ty sẽ tập trung vào khả năng phát triển các khách hàng tiêu thụ tiềm năng mới tại hai thị trường quan trọng này cũng như tại các thị trường truyền thống Nhật Bản, Hàn Quốc. Với thị trường EU, công ty có thuận lợi là đã có mối quan hệ với một số người của công ty cũ nay tham gia vào các công ty khác. Đối với thị trường Mỹ công ty cũng đã có nhiều nỗ lực trong mở rộng thêm khách hàng tiêu thụ mặt hàng chính của công ty với kết quả khả quan ban đầu.

Công ty cũng sẽ tập trung vào các mặt hàng có nhiều tiềm năng và dễ dàng chế biến như PD (tươi và hấp) cỡ nhỏ để bán vào thị trường Hoa Kỳ.

Ngoài ra, hai thị trường có nhiều tiềm năng là Hàn Quốc, Úc cũng sẽ được quan tâm duy trì, và sẽ tìm cơ hội phát triển thêm để tăng thêm thị phần của công ty tại các thị trường này.

Các xí nghiệp cũng tiếp tục nghiên cứu để tạo điều kiện đầy đủ sẵn sàng tham gia vào chế biến mặt hàng giá trị gia tăng chắc chắn sẽ trở thành định hướng chủ lực cho phát triển dài hạn của công ty sau này.

3. Vốn & Các nghiệp vụ Tài chính

Năm 2015 với sản lượng chế biến không quá cao đã giúp cho tình hình sử dụng vốn vay ở mức tối thiểu. Tiếp tục duy trì tình hình tài chính ổn định để tranh thủ vay vốn với lãi suất thấp. Đến hết ngày 31/03 NHNN không cho phép các doanh nghiệp xuất khẩu vay vốn bằng ngoại tệ việc này sẽ làm cho chi phí tài chính sẽ tăng lên trong năm 2016.

4. Xuất hàng- Xây dựng cơ bản & Duy tu sửa chữa các xí nghiệp

Công ty tiếp tục các công tác sửa chữa cần thiết tại các xí nghiệp để duy trì tình trạng tốt sẵn sàng cho khâu sản xuất. Việc xuất hàng bằng container ngay tại kho lạnh sẽ tiếp tục thực hiện nhằm giảm tối đa các chi phí cho công ty. Tổ chức lại đội xe tải chủ yếu phục vụ cho nhu cầu vận chuyển giữa các xí nghiệp.

5. Tổ chức, Nhân sự và Tiền lương

Tiếp tục rà soát và bổ sung nguồn nhân sự trẻ, có kỹ năng làm lực lượng nòng cốt cho phát triển lâu dài của công ty. Phát triển lực lượng công nhân cần thiết cho sản xuất tại các xí nghiệp, đảm bảo không bị động khi có đơn hàng/nguyên liệu nhưng lại thiếu công nhân.

Tiền lương của CB-CNV sẽ được cải thiện nhiều khi sản lượng sản xuất được cải thiện, và tăng cao. Việc nghiên cứu tăng cường sản lượng sản xuất gắn liền với một số yếu tố như đơn hàng, nguồn nguyên liệu, lực lượng công nhân... Công ty sẽ chú trọng để cải thiện các yếu tố này, giúp cho các CB-CNV có thu nhập ngày càng ổn định ở mức thu nhập có thể đảm bảo cho cuộc sống, tạo sự an tâm công tác lâu dài cho mọi cán bộ - CNV.

6. Chương trình Chất lượng

Các chương trình chất lượng sẽ được duy trì để đáp ứng yêu cầu của khách hàng và qui định của cơ quan chức năng. Sẽ cố gắng để xây dựng một khu nuôi trồng đạt chứng nhận ASC trong năm 2016.

IV. KẾT LUẬN

Năm 2016 đến với nhiều dấu hiệu cho thấy sẽ là một năm với nhiều khó khăn ở nhiều mặt: nguyên liệu, thị trường, sản phẩm, nhưng với truyền thống vượt khó, cùng với sự quyết tâm và đồng lòng của lãnh đạo và tập thể CB-CNV, công ty cố gắng phấn đấu để hoàn thành tốt nhiệm vụ đề ra cho năm 2016.

**CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN MINH HẢI
TỔNG GIÁM ĐỐC**

TRẦN THIÊN HẢI