

PHỤ LỤC V
BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ VỀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT
KINH DOANH HÀNG NĂM VÀ 03 NĂM GẦN NHẤT
(Ban hành kèm theo Nghị định 81/2015/NĐ-CP ngày 18 tháng 9 năm 2015 của Chính Phủ)

UBND THÀNH PHỐ HÀ NỘI
TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Phụ lục kèm theo Công văn số /TCT-TTNCPT ngày / /2017

V/v thực hiện công bố thông tin của Tổng công ty Thương mại Hà Nội

I. Đánh giá thực trạng sản xuất kinh doanh và đầu tư của doanh nghiệp:

Giai đoạn 2012-2015, trong tình hình khó khăn chung của nền kinh tế, Tổng công ty vẫn phấn đấu duy trì ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh và đạt được một số kết quả:

1. Giữ vững thị trường xuất khẩu

Tổng công ty đã xây dựng được các ngành hàng có năng lực sản xuất lớn, có sức cạnh tranh cao và kim ngạch xuất khẩu lớn, giữ vững vị trí là một trong những đơn vị dẫn đầu cả nước về xuất khẩu một số mặt hàng thủ công mỹ nghệ, nông sản, thực phẩm, dược liệu,...trong đó: năm 2014 và 2015, mặt hàng Hạt tiêu đứng trong Top 5 và mặt hàng Hạt Điều đứng trong Top 10 doanh nghiệp xuất khẩu lớn nhất Việt Nam. Thị trường xuất khẩu được mở rộng và giữ vững với trên 70 quốc gia và khu vực trên thế giới. Nhiều năm liền, Tổng công ty được UBND Thành phố và Bộ Công thương tặng cờ và bằng khen về thành tích xuất khẩu, doanh nghiệp xuất khẩu uy tín.

Bên cạnh đó, trong giai đoạn vừa qua để tạo nguồn hàng vững chắc, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, ngoài việc thiết lập và phát triển mối liên kết, hợp tác với các cơ sở sản xuất, gia công, chế biến các mặt hàng xuất khẩu; TCT đã tập trung nguồn lực, thực hiện đầu tư và hình thành các cơ sở sản xuất để khẳng định vị thế và ổn định các nguồn hàng xuất khẩu, trong đó ưu tiên tập trung chính vào 03 mặt hàng có thế mạnh của TCT là: TCMN, Hạt điều, Gạo, cụ thể như: tập trung thực hiện phương án đầu tư cơ sở sản xuất và Showroom hàng TCMN, đầu tư Tổng kho gạo và cơ sở xay xát gạo tại tỉnh Đồng Tháp, nhà máy chế biến Điều tại tỉnh Bình Dương, Bình Phước,...; đồng thời Tổng công ty cũng đã tập trung nguồn lực và tổ chức nhiều đoàn khảo sát thị trường để tìm kiếm cơ hội đầu tư, phát triển mở rộng và thâm nhập sâu sang một số khu vực, thị trường ngách có nhiều tiềm năng như: Angola, Mozambique, Nam Phi, Cuba,...;

- Tạo nguồn hàng phục vụ xuất nhập khẩu: thiết lập và phát triển mối liên kết, hợp tác với các cơ sở sản xuất, gia công, chế biến hàng nông sản, thủ công mỹ nghệ, thực phẩm và đồ uống, thời trang và may mặc,...đáp ứng các đơn hàng của khách hàng và đối tác nước ngoài; Căn cứ diễn biến nhu cầu thị trường nội địa từng giai đoạn, quyết định chính sách và mặt hàng nhập khẩu linh hoạt.

2. Phát triển thương mại nội địa:

- Không ngừng mở rộng sự hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và cung ứng các mặt hàng nông sản, tiêu dùng để khai thác, phát triển nguồn hàng kinh doanh và phân phối, góp phần nâng cao chất lượng cung cấp các sản phẩm dịch vụ, tăng tính cạnh tranh và đảm bảo phù hợp với tình hình, xu hướng phát triển mới; đầu tư áp dụng các ứng dụng công nghệ hiện đại, nâng cao chất lượng các sản phẩm sản xuất và từ đó đã xây dựng, phát triển được các thương hiệu truyền thống của TCT như: Rượu Vodka Hapro; Rượu Vang Thăng Long; Kem, nước Phalê, Bánh Trung Thu Thủy Tạ; các sản phẩm Thủ công mỹ nghệ và Quần áo thời trang như Gốm Chu Đậu, Hafasco,... và các sản phẩm dịch vụ như Hapro Travel, Cosmos Plaza, Hapro Bốn Mùa. Đã dần chiếm lĩnh được lòng tin của người tiêu dùng, một số sản phẩm, dịch vụ được đánh giá có chất lượng cao và thu hút được nhiều khách hàng quan tâm, tiêu dùng.

- Đầu tư phát triển mở rộng hệ thống Trung tâm thương mại; Chuỗi siêu thị, cửa mang thương hiệu Hapromart; Unimart/Seika; Các Trung tâm kinh doanh Chợ/Chợ đầu mối; Hệ thống các cửa hàng chuyên doanh kim khí, điện máy, thời trang, dịch vụ nhà hàng, ăn uống, du lịch,...

- Phát triển mối liên kết với các doanh nghiệp sản xuất và chế biến, cung ứng hàng nông sản, thực phẩm, hàng tiêu dùng, hàng thủ công mỹ nghệ tiêu thụ trên thị trường nội địa và xuất khẩu.

- Tích cực triển khai “Chương trình liên kết nội bộ”: các Công ty thành viên TCT sử dụng hàng hoá, dịch vụ và hợp tác khai thác, sử dụng địa điểm của nhau tạo sự gắn kết chặt chẽ, tương trợ nhau, phát huy lợi thế so sánh mang lại hiệu quả ngày càng cao.

- Triển khai thực hiện Chương trình kích cầu đầu tư và tiêu dùng, duy trì tăng trưởng kinh tế, đảm bảo an sinh xã hội; góp phần đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá nội địa đồng thời quảng bá rộng rãi thương hiệu Tổng công ty tới người tiêu dùng, Tổng công ty đã xây dựng và triển khai Chương trình bán hàng nông thôn, bước đầu thu được một số kết quả khả quan.

- Tổ chức tốt công tác dự trữ hàng hóa, đảm bảo đủ hàng hóa với chất lượng tốt, mặt hàng phong phú, giá bán hợp lý, góp phần bình ổn thị trường,...phục vụ tốt nhu cầu thiết yếu của người dân Thủ đô các dịp Lễ, Tết Nguyên đán, hoàn thành nhiệm vụ chính trị do Thành phố giao, đồng thời tận dụng cơ hội kinh doanh để tăng doanh thu.

- Triển khai nghiêm túc và có hiệu quả các chương trình dự trữ hàng hoá đảm bảo cứu trợ, bình ổn cuộc sống của người dân tại các khu vực bị thiên tai trên địa bàn Thành phố Hà Nội trong các mùa mưa bão, ngập lụt.

3. Công tác đầu tư

- Trong giai đoạn vừa qua, công tác đầu tư đã được Tổng công ty quan tâm, tích cực triển khai, có nhiều chuyển biến rõ nét và kết quả đã hoàn thành, đưa vào khai thác, sử dụng một số dự án lớn như: Trụ sở làm việc và văn phòng cho thuê của TCT tại 11B Cát Linh; Dự án Siêu thị Rượu và Thực phẩm nhập khẩu tại 11C Cát Linh..

- Bên cạnh đó, do tình hình kinh tế có nhiều khó khăn, thị trường bất động sản suy giảm và để tập trung nguồn lực đầu tư nên Tổng công ty đã có các giải pháp điều chỉnh tiến độ và phương án triển khai cho phù hợp.

Hiện nay Tổng công ty đang tích cực đẩy nhanh tiến độ thực hiện đầu tư một số dự án, sớm đưa vào khai thác, sử dụng như dự án Số 5 Lê Duẩn, Ba Đình, Hà Nội; Dự án Khu công nghiệp Thực phẩm Hapro; dự án Khu nhà ở và Khu phụ trợ Cụm công nghiệp thực phẩm Hapro tại xã Lệ Chi, xã Kim Sơn, huyện Gia Lâm, Hà Nội. Đồng thời tiếp tục thực hiện công tác chuẩn bị đầu tư một số dự án: dự án Trung tâm kinh doanh Chợ Đầu mỗi phía Nam, quận Hoàng Mai, Hà Nội; Dự án Trung tâm kinh doanh Chợ Đầu mỗi Bắc Thăng Long, xã Hải Bối, huyện Đông Anh; Dự án TTTM Dịch vụ Sóc Sơn, huyện Sóc Sơn; Dự án “Tổ hợp thương mại dịch vụ, tổng kho dự trữ, phân phối hàng hóa Hapro” tại xã Dương Xá và thị trấn Trâu Quỳ, Gia Lâm, Hà Nội

Đối với một số dự án còn đang vướng mắc, phải tạm dừng chưa triển khai được: như dự án TTTM Thượng Đình; Dự án Trung tâm thương mại và Dịch vụ Trương Định tại địa điểm 106 phố Nguyễn An Ninh, phường Trương Mai, quận Hoàng Mai, Hà Nội: Tổng công ty đã báo cáo và đang tích cực phối hợp với các cơ quan chức năng để giải quyết, xử lý, sớm triển khai lại dự án.

4. Công tác quản lý mạng lưới:

Năm 2012, để nâng cao hiệu quả quản lý và sử dụng mạng lưới trong toàn Tổng công ty Tổng công ty đã thành lập Ban chỉ đạo nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới và tiến hành hành làm việc với Ban lãnh đạo, cán bộ chủ chốt và trưởng các địa điểm kinh doanh để quán triệt, hướng dẫn, chỉ phương pháp thực hiện kế hoạch triển khai phương án nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới tại từng đơn vị theo nguyên tắc đảm bảo sử dụng mạng lưới đúng công năng, mục đích của đơn vị và của Tổng công ty; đảm bảo các vấn đề xã hội có liên quan (*việc làm, chế độ chính sách của người lao động tại địa điểm...*); đảm bảo tuân thủ các vấn đề pháp luật và tôn trọng thương hiệu, hình ảnh phát triển của Tổng công ty.

Thực hiện hướng dẫn của Tổng công ty các Công ty, Đơn vị trên cơ sở tình hình thực tế của đơn vị đã tiếp tục triển khai xây dựng phương án thực hiện tái cơ cấu, nâng cấp cải tạo hệ thống các cửa hàng, địa điểm kinh doanh để nâng cao hiệu quả khai thác của từng địa điểm. Đối với những địa điểm kinh doanh không hiệu quả (*lỗ kéo dài*), đã tìm nhiều giải pháp khắc phục nhưng không nâng cao được hiệu quả khai thác mạng lưới, căn cứ ý kiến báo cáo, đề xuất của các Công ty, đơn vị, Tổng công ty đã nghiên cứu và có Phương án chuyển đổi công năng, hoán đổi địa điểm giữa các đơn vị để mang lại hiệu quả cao hơn nhưng vẫn đảm bảo phù hợp với ngành nghề SXKD và công năng, mục đích chung của đơn vị cũng như của Tổng công ty.

+ Đối với các địa điểm là văn phòng làm việc, kho hàng: Các đơn vị đã tổ chức quy hoạch, sắp xếp lại để tận dụng các diện tích để bố trí vào các mục đích kinh doanh khác.

+ Đối với các địa điểm đang thực hiện đầu tư: Xây dựng phương án đẩy nhanh tiến độ triển khai dự án để sớm đưa dự án đi vào khai thác sử dụng.

+ Đối với các địa điểm đang triển khai công tác chuẩn bị đầu tư: Rà soát lại tiến độ triển khai dự án để xác định thời gian tận thu trong khi chờ thực hiện dự án để xây dựng phương án khai thác tận thu hiệu quả nhất.

** Đánh giá chung:*

Công tác rà soát, nâng cao hiệu quả sử dụng và tái cơ cấu phương thức hoạt động tại các địa điểm, mạng lưới kinh doanh đã được các Đơn vị tiếp tục triển khai và tích thực hiện theo Phương án đã được Tổng công ty phê duyệt. Qua đó hiệu quả quản lý mạng lưới được nâng cao, khắc phục được những tồn tại lịch sử để lại từ nhiều năm; TCT đã tích cực triển khai rà soát hiện trạng sử dụng, khả năng tăng các nguồn thu, có giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng địa điểm, mạng lưới; điều chuyển, hợp khối một số địa điểm kinh doanh để quy hoạch và tăng quy mô kinh doanh; chuyển dịch loại hình kinh doanh và hình thức kinh doanh một số địa điểm,... đạt được những kết quả tích cực, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới, tăng lợi nhuận cho hoạt động kinh doanh của Tổng công ty. Tuy nhiên, trong điều kiện nền kinh tế còn tiếp tục khó khăn, sức mua suy giảm, đối tác kinh doanh khó khăn trong việc kinh doanh, do đó kết quả nâng cao hiệu quả mạng lưới tại một số địa điểm vẫn chưa đạt được như sự kiến.

5. Công tác nhân sự:

- Với định hướng nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, Tổng công ty đã xây dựng và ban hành hệ thống các Quy trình, Quy chế áp dụng trong công tác quản lý và điều hành hoạt động từ cấp Tổng công ty đến các Đơn vị trực thuộc và Công ty thành viên. Trong đó, đặc biệt quan tâm và tập trung vào công tác tổ chức bộ máy nhân sự, trong giai đoạn vừa qua, TCT đã chuyển biến mạnh mẽ, hoàn thành chương trình tái cơ cấu đối với các Phòng, ban quản lý TCT; xây dựng mô hình hoạt động và cơ chế chi trả thu nhập, hệ thống bản mô tả công việc cho các vị trí CBNV; đồng thời thực hiện rà soát bộ máy tổ chức, điều chỉnh, bổ sung chức năng nhiệm vụ tại các Đơn vị, Công ty thành viên để triển khai, áp dụng và đã mang lại hiệu quả khá rõ nét.

- Thực hiện công tác tái cơ cấu tổ chức bộ máy, tinh giảm biên chế và sắp xếp lại lao động theo hướng tinh gọn bộ máy gián tiếp, tăng cường nhân sự SXKD trực tiếp cho phù hợp với mô hình tổ chức mới; đồng thời đề cụ thể hóa chủ trương, định hướng về việc tái cơ cấu tổ chức bộ máy và phương thức hoạt động sản xuất kinh doanh, thúc đẩy doanh thu nội địa và kim ngạch xuất khẩu của Tổng công ty trong điều kiện mới và tình hình kinh tế có nhiều khó khăn.

6. Công tác xây dựng hình ảnh, thương hiệu, văn hoá doanh nghiệp:

- Đã có những bước phát triển rõ nét, thay đổi về chất.

- Xây dựng, quảng bá và định vị được hình ảnh, thương hiệu bao trùm của Tổng công ty Thương mại Hà Nội (Hapro); đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trong nước và tại 22 quốc gia theo Nghị định Thư Madrid và Mỹ; Xây dựng và định vị thương hiệu nhánh Hapromart;

- Xây dựng, chỉnh trang và nâng cấp các điểm kinh doanh theo nhận diện mới,

phát huy thế mạnh, uy tín của các thương hiệu Công ty thành viên, đơn vị trực thuộc: Hafasco, Tràng Thi, Thủy Tạ, Hapro Bốn Mùa.

- Duy trì, củng cố niềm tin của người tiêu dùng, nhà nhập khẩu với các Thương hiệu: Thực phẩm Hà Nội, Thủy Tạ, Vang Thăng Long, Unimex Hà Nội, Servico.

- Khôi phục và tạo dựng lại thương hiệu Gốm cổ truyền Chu Đậu.

- Nâng cấp, xây dựng, phát triển 15 Thương hiệu, tạo tiền đề cho Chương trình xây dựng 15 Thương hiệu mạnh cấp quốc gia của Tổng công ty Thương mại Hà Nội.

- Xây dựng và triển khai Chương trình Tổng công ty điện tử E-Hapro; hoàn thiện và nâng cấp trang Web, tin học hoá việc truyền tải các chủ trương, chính sách, các trao đổi, chỉ đạo, báo cáo, phổ biến thông tin,... ứng dụng phần mềm quản lý hiện đại cho chuỗi bán lẻ Hapromart, Haprofood.

- Hình thành hệ thống chuẩn mực, tiêu chí văn hoá TCT: xây dựng văn hoá giao tiếp ứng xử, lễ tân, lễ nghi trong nội bộ TCT và với khách hàng, bạn hàng, các cấp chính quyền, cộng đồng xã hội; xây dựng văn hoá quản lý qua việc tuân thủ pháp luật, có trách nhiệm với xã hội, bảo vệ môi trường, áp dụng ISO, quản lý và bảo toàn các nguồn lực.

II. CÁC CHỈ TIÊU VỀ SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ TẠI CÁC CÔNG TY CON

(Chi tiết như tại Biểu 01, biểu 02 kèm theo)

PHỤ LỤC V- BIỂU SỐ 1

MỘT SỐ CHỈ TIÊU VỀ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện năm 2013	Thực hiện năm 2014	Thực hiện năm 2015	Ước thực hiện năm báo cáo (năm 2016)
1	Sản phẩm chủ yếu sản xuất					
2	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	5,251	6,153	4,870	4,427
3	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	103	371	41	69.97
4	Nộp ngân sách	Tỷ đồng	179	184	166	144
5	Kim ngạch xuất khẩu	1000 USD	128,316	130,500	142,300	154,500
6	Sản phẩm dịch vụ công ích					
7	Kế hoạch đầu tư phát triển	Tỷ đồng				
a	Nguồn ngân sách	Tỷ đồng				
b	Vốn vay	Tỷ đồng				
c	Vốn khác	Tỷ đồng				
8	Tổng lao động	Người	1,307	912	735	611
9	Tổng quỹ lương	Tỷ đồng	86.73	72.00	65.20	60.14
a	Quỹ lương quản lý	Tỷ đồng	3.23	3.00	3.18	3.43
b	Quỹ lương lao động	Tỷ đồng	83.50	69.00	62.02	56.71

Ghi chú: Số liệu lấy theo Báo cáo tài chính hợp nhất của Tổng công ty, riêng số liệu lao động và tổng quỹ lương lấy theo số liệu của Công ty mẹ- Tổng công ty

PHỤ LỤC V- BIỂU SỐ 2
TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ TẠI CÁC CÔNG TY CON DO CÔNG TY MẸ NẮM CỔ PHẦN CHI PHỐI

TT	Tên doanh nghiệp	Thực hiện năm 2013			Thực hiện năm 2014		
		Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của Công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của Công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)
I	Các công ty con do công ty mẹ nắm giữ 100% vốn điều lệ (cấp 1)						
1	Công ty TNHH 1TV XNK Nông sản Hà Nội	49.6	100%	49.6	49.6	100%	49.6
2	Công ty TNHH 1TV XNK & đầu tư Hà Nội	104.6	100%	104.6	104.6	100%	104.6
3	Công ty TNHH 1TV thực phẩm Hà Nội	133.2	100%	133.2	133.2	100%	133.2
4	Công ty TNHH 1TV TM DV Thời Trang HN	65.6	100%	65.6	65.6	100%	65.6
5	Công ty TNHH MTV thương mại dịch vụ Tràng Thi	89.4	100%	89.4	89.4	100%	89.4
6	Công ty TNHH MTV thương mại và đầu tư Hà Nội	5.8	100%	5.8	5.8	100%	5.8
II	Các công ty con do công ty mẹ nắm giữ cổ phần chi phối (cấp 2)						
1	Công ty Cổ phần Thủy Tạ	30	51.25%	15.373	30	51.25%	15.373
2	Công ty CP ĐTTM & Dịch vụ Chợ Bưởi	32	62%	19.84	32	62%	19.84
3	Công ty CP Gốm Chu Đậu	20	94.99%	18.998	20	94.99%	18.998
4	Công ty CP Thực phẩm Hà Nội	133.2	100%	133.2	133.2	100%	133.2
5	Công ty CP thương mại DV Tràng Thi	89.4	100%	89.4	89.4	100%	89.4
6	Công ty Cổ phần Đầu tư TM Hapro Đà Nẵng	20	78.58%	15.715	20	78.58%	15.715
7	Công ty CP Sự kiện ẩm thực Hapro	10	51%	5.1	10	51%	5.1

TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ

TT	Tên doanh nghiệp	Thực hiện năm 2015			Ước Thực hiện năm 2016		
		Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của Công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của Công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)
I	Các công ty con do công ty mẹ nắm giữ 100% vốn điều lệ (cấp 1)						
1	Công ty TNHH 1TV XNK Nông sản Hà Nội	40	42.375%	16.95	40	42.375%	16.95
2	Công ty TNHH 1TV XNK & đầu tư Hà Nội	104.6	100%	104.6	200	20.15%	40.297
3	Công ty TNHH 1TV thực phẩm Hà Nội	145	51.567%	74.772	145	51.567%	74.772
4	Công ty TNHH 1TV TM DV Thời Trang HN	100	49.028%	49.028	100	49.028%	49.028
5	Công ty TNHH MTV thương mại dịch vụ Tràng Thi	135	53,33%	72.002	135	53,33%	72.002
6	Công ty TNHH MTV thương mại và đầu tư Hà Nội	20	0%	0	20	0%	0
II	Các công ty con do công ty mẹ nắm giữ cổ phần chi phối (cấp 2)						
1	Công ty Cổ phần Thủy Tạ	30	51.25%	15.373	30	51.25%	15.373
2	Công ty CP ĐTTM & Dịch vụ Chợ Bưởi	32	62%	19.84	32	62%	19.84
3	Công ty CP Gốm Chu Đậu	20	94.99%	18.998	20	51%	10.2
4	Công ty CP Thực phẩm Hà Nội	145	51.567%	74.772	145	51.567%	74.772
5	Công ty CP thương mại DV Tràng Thi	135	53,33%	72.002	135	53,33%	72.002
6	Công ty Cổ phần Đầu tư TM Hapro Đà Nẵng	20	78.58%	15.715	20	78.58%	15.715
7	Công ty CP Sự kiện ẩm thực Hapro	10	51%	5.1	10	51%	5.1