

ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC CẤP CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ CHÀO BÁN CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG CHỈ CÓ NGHĨA LÀ VIỆC ĐĂNG KÝ CHÀO BÁN CỔ PHIẾU ĐÃ THỰC HIỆN THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT LIÊN QUAN MÀ KHÔNG HÀM Ý ĐẢM BẢO GIÁ TRỊ CỦA CỔ PHIẾU. MỌI TUYÊN BỐ TRÁI VỚI ĐIỀU NÀY LÀ BẤT HỢP PHÁP.

BẢN CÁO BẠCH

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM DINH DƯỠNG ĐỒNG TÂM

(NUTIFOOD)

(Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 4103000028 do Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 29 tháng 03 năm 2000)

CHÀO BÁN CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG

(Giấy chứng nhận đăng ký chào bán số/UBCK-ĐKCB do Chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp ngày tháng năm 2007)

TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)

Bản cáo bạch này sẽ được cung cấp tại:

1. Trụ sở giao dịch Công ty Cổ phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm - Nutifood

- Địa chỉ: 208 Nguyễn Thái Bình, Phường 12, Quận Tân Bình, TP.HCM
- Điện thoại: (84.8) 8 117 743 – 8117 759 Fax: (84.8) 8 117 746

2. Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

- 72 Nguyễn Huệ, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
- Điện thoại: (84.8) 8 242 897 Fax: (84.8) 8 244 259

3. Chi nhánh Công ty SSI tại Hà Nội

- 1C Ngô Quyền, Quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội
- Điện thoại: (84.4) 9366 321 Fax: (84.4) 9366 311

Phụ trách công bố thông tin:

Họ tên: **Phạm Thị Sum**

Chức vụ: Thành viên HĐQT

Số điện thoại: (84.8) 8 117 743

Fax: (84.8) 8 117 746

CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM DINH DƯỠNG ĐÔNG TÂM (NUTIFOOD CORP)

(Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 4103000028 do Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 29 tháng 03 năm 2000)

CHÀO BÁN CỔ PHIẾU RA CÔNG CHÚNG

Tên cổ phiếu: Cổ phiếu Công ty Cổ phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đông Tâm

Loại cổ phiếu: Cổ phiếu phổ thông

Mệnh giá: 10.000 đồng/cổ phiếu

Giá bán:

- Chào bán cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty: 60% giá đầu giá trung bình quân của đợt đầu giá ra công chúng (không thấp hơn giá trị sổ sách tại thời điểm 30/06/2007).
- Chào bán cổ phiếu ra công chúng thông qua đấu giá: Giá khởi điểm của một cổ phiếu tối thiểu bằng giá trị sổ sách tại thời điểm 30/06/2007.
- Chào bán riêng lẻ cho nhà đầu tư lớn: Dự kiến giá tối thiểu bằng 50.000 đồng /cổ phần.

Tổng số lượng chào bán: 2.998.780 cổ phần

- Chào bán cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty: 136.500 cổ phần
- Chào bán cổ phiếu ra công chúng thông qua đấu giá: 657.280 cổ phần
- Chào bán riêng lẻ cho nhà đầu tư lớn: 2.205.000 cổ phần

Tổng giá trị chào bán (theo mệnh giá): 29.987.800.000 đồng

TỔ CHỨC KIỂM TOÁN:

❖ Công ty Dịch vụ Tư vấn Tài chính Kế toán và Kiểm toán – Chi nhánh TP.HCM (AASC)

Địa chỉ: 29 Võ Thị Sáu, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84-8) 8 205 944

Fax: (84-8) 8 205 942

TỔ CHỨC TƯ VẤN:

❖ Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

Địa chỉ: 72 Nguyễn Huệ, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8 242 897

Fax: (84.8) 8 244 259

MỤC LỤC

I. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO	1
1. Rủi ro kinh tế	1
2. Rủi ro về luật pháp	1
3. Rủi ro xuất phát từ đặc điểm kinh doanh	1
4. Rủi ro giá nguyên liệu đầu vào	1
5. Rủi ro của đợt chào bán	2
6. Rủi ro khác	2
II. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH	3
1. Tổ chức phát hành	3
2. Tổ chức tư vấn	3
III. CÁC KHÁI NIỆM	3
IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH	4
1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển	4
2. Cơ cấu tổ chức Công ty	6
3. Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty	7
4. Danh sách cổ đông sáng lập, cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty và tỷ lệ cổ phần nắm giữ	10
4.1. Danh sách cổ đông sáng lập và tỉ lệ cổ phần nắm giữ đến thời điểm 25/06/2007 như sau:	10
4.2. Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn điều lệ trở lên và tỷ lệ cổ phần nắm giữ	11
4.3. Cơ cấu vốn điều lệ tại thời điểm 25/06/2007	12
5. Danh sách những công ty mẹ và công ty con của tổ chức phát hành, những công ty mà tổ chức phát hành đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức phát hành	12
6. Hoạt động kinh doanh	13
6.1. Sản lượng và giá trị sản phẩm	13
6.2. Nguyên vật liệu	18
6.3. Chi phí sản xuất	19
6.4. Trình độ công nghệ	19
6.5. Tình hình nghiên cứu và phát triển sản phẩm	20
6.6. Tình hình kiểm tra chất lượng sản phẩm, dịch vụ	21
6.7. Hoạt động Marketing	22

6.8. Nhân hiệu thương mại, đăng ký phát minh sáng chế và bản quyền	25
6.9. Các hợp đồng lớn đang thực hiện hoặc đã được ký kết	28
7. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong các năm gần nhất	29
7.1. Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động SXKD của Công ty trong hai năm gần nhất	29
7.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm 2006 & 2007/29	
8. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành	30
8.1. Vị thế của Công ty trong ngành	30
8.2. Triển vọng phát triển của ngành	30
8.3. Đánh giá sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung trên thế giới	31
9. Chính sách đối với người lao động	31
10. Chính sách cổ tức	32
11. Tình hình hoạt động tài chính	33
11.1 Các chỉ tiêu cơ bản	33
11.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu	36
12. Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc, Ban Kiểm soát và Kế toán trưởng	37
13. Tài sản	46
14. Các hợp đồng thuê tài chính đang thực hiện tại thời điểm 30/06/2007	46
15. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức 2007-2008	47
16. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức	49
17. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của tổ chức phát hành	49
18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới Công ty có thể ảnh hưởng đến giá cả chứng khoán chào bán	49
V. CỔ PHIẾU CHÀO BÁN	50
1. Loại chứng khoán	50
2. Mệnh giá	50
3. Tổng số cổ phiếu dự kiến chào bán:	50
4. Giá chào bán dự kiến	50
5. Phương pháp tính giá	50
6. Phương thức phân phối	52
7. Thời gian phân phối cổ phiếu (dự kiến)	52
8. Kết quả lấy ý kiến cổ đông về việc tăng vốn điều lệ theo văn bản không số ngày 27/6/2007	53
9. Kế hoạch đăng ký mua cổ phiếu và phương thức thực hiện quyền	56

10. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài	59
11. Các loại thuế có liên quan	59
12. Ngân hàng mở tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu	59
VI. MỤC ĐÍCH CHÀO BÁN	60
1. Mục đích chào bán	60
2. Phương án khả thi của dự án đầu tư	60
VII. KẾ HOẠCH SỬ DỤNG SỐ TIỀN THU ĐƯỢC TỪ ĐỢT CHÀO BÁN	67
VIII. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC CHÀO BÁN	68
1. Tổ chức tư vấn	68
2. Tổ chức kiểm toán	68
IX. PHỤ LỤC	70

DANH MỤC CÁC HÌNH VÀ BẢNG BIỂU TRONG BẢN CÁO BẠCH

Danh mục	Diễn giải	Trang
Hình		
Hình 1	Sơ đồ cơ cấu tổ chức Công ty	7
Hình 2	Cơ cấu bộ máy quản lý Công ty	9
Hình 3	Cơ cấu doanh thu 06 tháng 2007	16
Hình 4	Cơ cấu lợi nhuận gộp 06 tháng 2007	17
Bảng biểu		
Bảng 1	Quá trình thay đổi vốn điều lệ	5
Bảng 2	Danh sách cổ đông sáng lập	10
Bảng 3	Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn điều lệ trở lên	11
Bảng 4	Cơ cấu vốn điều lệ thời điểm 25/06/2007	12
Bảng 5	Cơ cấu sản lượng và giá trị sản phẩm 2005 -06/2007	16
Bảng 6	Cơ cấu lợi nhuận gộp 2005 – 06/2007	17
Bảng 7	Danh sách một số nhà cung cấp vật liệu chính cho Nutifood	18
Bảng 8	Tỷ trọng chi phí trên doanh thu thuần 2005 – 06/2007	19
Bảng 9	Danh sách 15/96 nhà phân phối độc quyền sản phẩm Nutifood	28
Bảng 10	Kết quả hoạt động kinh doanh 2005 – 06/2007	29
Bảng 11	Cơ cấu lao động theo trình độ và tính chất công việc	32
Bảng 12	Tỷ lệ cổ tức 2007 – 2009 (dự kiến)	32
Bảng 13	Các khoản phải thu 2005 – 06/2007	34
Bảng 14	Các khoản phải trả 2005 – 06/2007	35
Bảng 15	Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu 2005 – 06/2007	36
Bảng 16	Danh mục tài sản cố định chính	46
Bảng 17	Danh sách Hợp đồng thuê tài chính thời điểm 30/06/2007	46
Bảng 18	Dự kiến các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh 2007 - 2008	47
Bảng 19	Lịch trình chào bán cổ phiếu cho Đối tượng 1	56
Bảng 20	Lịch trình chào bán cổ phiếu cho Đối tượng 2	57
Bảng 21	Lịch trình chào bán cổ phiếu cho Đối tượng 3	58
Bảng 22	Hệ thống thiết bị đầu tư mới cho phân xưởng	60
Bảng 23	Chi phí xây dựng cơ sở hạ tầng	61
Bảng 24	Tổng chi phí đầu tư cho dự án	61
Bảng 25	Bảng thông số dự án	62
Bảng 26	Kế hoạch chi phí và sản lượng hàng năm	63
Bảng 27	Các thông số về hoạt động tại Nutifood	63
Bảng 28	Bảng tổng hợp hiệu quả đầu tư	65
Bảng 29	Thời gian hoàn vốn không chiết khấu của dự án	66
Bảng 30	Thời gian hoàn vốn có chiết khấu của dự án	67

NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

I. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

1. Rủi ro kinh tế

- Tốc độ tăng trưởng kinh tế trong nước có ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm dinh dưỡng, cụ thể nền kinh tế tăng trưởng làm tăng thu nhập cá nhân kéo theo nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm dinh dưỡng bổ sung ngày càng gia tăng.
- Chỉ số giá tiêu dùng cao sẽ làm giảm sức mua của người tiêu dùng và ảnh hưởng đến doanh thu của Công ty.
- Tốc độ tăng trưởng kinh tế chung của cả nước, lãi suất tiền gửi ngân hàng, tình hình lạm phát v.v... ảnh hưởng đến giá cả cổ phiếu của Công ty trên thị trường.

2. Rủi ro về luật pháp

- Việc ban hành hoặc thay đổi chính sách, quy định mới v.v... liên quan đến hoạt động của ngành có thể ảnh hưởng tới Công ty, đặc biệt là Luật Sữa mẹ.
- Việc đăng ký niêm yết và huy động vốn trên thị trường chứng khoán là những lĩnh vực còn rất mới mẻ. Luật và các văn bản dưới luật quy định về các vấn đề này còn đang trong quá trình hoàn thiện, do đó nếu có sự thay đổi sẽ ảnh hưởng tình hình giao dịch cổ phiếu của Công ty.

3. Rủi ro xuất phát từ đặc điểm kinh doanh

- Do đời sống ngày càng phát triển nên người tiêu dùng hiện nay ngày càng quan tâm đến chất lượng sản phẩm, đặc biệt đối với các sản phẩm liên quan đến sức khỏe con người, trong đó sữa và thực phẩm dinh dưỡng là hai mặt hàng được quan tâm nhiều nhất. Chính vì lẽ đó, áp lực luôn đặt lên vai các nhà sản xuất với những rủi ro trong sản xuất và phân phối liên quan đến chất lượng sản phẩm luôn tạo ra sự chú ý của dư luận và điều này cũng ảnh hưởng đến hoạt động SXKD của doanh nghiệp.

4. Rủi ro giá nguyên liệu đầu vào

- Nguyên liệu sữa đầu vào đều nhập khẩu từ các quốc gia xuất khẩu nguyên liệu sữa hàng đầu trên thế giới như Úc, New Zealand, Châu Âu,... Do đó, giá nguyên liệu sữa tăng hoặc giảm phụ thuộc vào cán cân cung cầu trên thế giới. Trong khi nhu cầu tiêu dùng trên thế giới ngày càng tăng cao, nguồn cung trong những năm gần đây thường xuyên bị mất mùa do hạn hán, thiên tai,... Chính vì lẽ đó, sự biến động giá nguyên liệu đầu vào luôn tạo áp lực lên giá thành sản phẩm và đồng thời gây không ít khó khăn cho Công ty trong việc hoạch định chiến lược về giá, cũng như các hoạch định về doanh thu, lợi nhuận,....

5. Rủi ro của đợt chào bán

- Mục đích của đợt chào bán chủ yếu là nhằm huy động vốn để đầu tư xây dựng phân xưởng chế biến sữa bột và nâng cao năng lực tài chính của Công ty để có thể mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong tương lai. Tuy nhiên trong đợt chào bán này, Công ty không sử dụng dịch vụ Bảo lãnh phát hành vì vậy có thể đợt chào bán sẽ không thành công. Trong trường hợp này, mục tiêu huy động vốn của Công ty sẽ gặp khó khăn và do đó sẽ phần nào tác động đến việc triển khai các dự án trong tương lai của Công ty.
- Đối với dự án sắp tới của Công ty, những chậm trễ hoặc khó khăn trong việc chuẩn bị các hồ sơ pháp lý hoặc trong thi công sẽ kéo dài thời gian thực hiện dự án, làm chậm tiến độ dự án, và do đó ảnh hưởng đến kết quả và kế hoạch kinh doanh của Công ty. Trong trường hợp thị trường có những biến động bất thường sẽ dẫn đến các dự án của Công ty không hoàn thành hoặc tiêu thụ theo kế hoạch. Điều này sẽ ảnh hưởng tới kế hoạch doanh thu lợi nhuận cũng như hiệu quả sử dụng tiền thu được từ đợt chào bán của Công ty.
- Tuy nhiên, đợt chào bán cổ phiếu của Công ty Nutifood đã được Đại hội cổ đông thống nhất và thông qua, đồng thời Công ty đã thăm dò nhu cầu thị trường nên rủi ro của đợt chào bán sẽ được giảm thiểu.

Phương án xử lý khi đợt chào bán không thu đủ số tiền như dự kiến:

- Tổng khối lượng vốn Nutifood cần huy động từ đợt chào bán lần này là để tài trợ dự án xây dựng phân xưởng chế biến sữa bột khoảng 60 tỷ đồng và bổ sung nguồn vốn lưu động khoảng 59 tỷ đồng nhằm nâng cao năng lực tài chính của Công ty để có thể mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong tương lai.
- Tuy nhiên, thị trường chứng khoán Việt Nam trong thời gian gần đây diễn biến khá phức tạp. Trong trường hợp thị trường có sự suy giảm lớn trong thời gian diễn ra đợt chào bán có thể dẫn đến việc các đối tượng được chào bán từ chối mua cổ phần gây rủi ro không bán hết lượng cổ phần chào bán. Theo đó, nếu không thu đủ tiền từ đợt chào bán như dự kiến, Công ty Nutifood sẽ có phương án vay vốn ngân hàng để bổ sung vốn đầu tư cho dự án và bổ sung nguồn vốn kinh doanh.

6. Rủi ro khác

- Một số rủi ro mang tính bất khả kháng ít có khả năng xảy ra nhưng nếu xảy ra thì sẽ tác động đến tình hình kinh doanh của Công ty. Đó là những hiện tượng thiên tai (hạn hán, bão lụt, động đất v.v...), chiến tranh hay dịch bệnh hiểm nghèo trên quy mô lớn.

II. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

1. Tổ chức phát hành

Bà Trần Thị Lệ	Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng Quản trị
Ông Lê Trung Thành	Chức vụ: Tổng Giám đốc
Ông Huỳnh Phương Thượng Vũ	Chức vụ: Trưởng Ban kiểm soát
Ông Phan Công Thành	Chức vụ: Kế toán trưởng, Giám đốc Tài chính

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản cáo bạch này là phù hợp với thực tế mà chúng tôi được biết, hoặc đã điều tra, thu thập một cách hợp lý.

2. Tổ chức tư vấn

Ông Nguyễn Hồng Nam	Chức vụ: Giám đốc điều hành
----------------------------	-----------------------------

Bản cáo bạch này là một phần của Hồ sơ đăng ký chào bán do Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI) tham gia lập trên cơ sở hợp đồng tư vấn với Công ty Cổ phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm (Nutifood). Chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trên Bản cáo bạch này đã được thực hiện một cách hợp lý và cân trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm cung cấp.

III. CÁC KHÁI NIỆM

- Công ty: Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm – NUTIFOOD
- TP.HCM: Thành phố Hồ Chí Minh
- ĐHCĐ: Đại hội cổ đông
- HĐQT: Hội đồng quản trị
- SXKD: Sản xuất kinh doanh
- TSCĐ: Tài sản cố định
- SGDK: Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh

IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm là một công ty sản xuất chế biến thực phẩm dinh dưỡng (cho trẻ em, phụ nữ mang thai và cho con bú, người bệnh và người cao tuổi), nước giải khát (có ga và không có ga), mua bán thực phẩm, nước giải khát.

Ngày 29/03/2000 Công ty được Sở kế hoạch và Đầu tư Tp.Hồ Chí Minh (DPI) cấp giấy phép Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh Công ty cổ phần số 4103000028, hoạt động theo Luật Doanh nghiệp Việt Nam.

- Tên giao dịch đầy đủ bằng tiếng Việt: **CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM DINH DƯỠNG ĐỒNG TÂM**

Tên giao dịch đối ngoại: **NUTIFOOD CORPORATION**

Tên giao dịch viết tắt: **NUTIFOOD**

- Trụ sở giao dịch của Công ty:

- Địa chỉ: 208 Nguyễn Thái Bình, Phường 12, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh
- Điện thoại: (84.8) 8 117 745 – 8 117 759 Fax: (84.8) 8 117 746
- Email: nutifood@nutifood.com.vn Website: www.nutifood.com.vn
- Mã số thuế: 0301951270-1
- Nơi mở tài khoản:

TT	Ngân hàng giao dịch	Số tài khoản	Ghi chú
1	HSBC chi nhánh TPHCM	001-021104-041	VND
2	Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín – Sở Giao Dịch TPHCM	08043100200011036	VND
3	Ngân hàng Công Thương VN – CN 12	102010000139825	VND
4	Ngân hàng Ngoại Thương – CN Bình Tây	025.1.00.1401512	VND

- Vốn điều lệ:

- Vốn điều lệ hiện tại: 120.012.200.000 đồng
- Vốn điều lệ sau đợt chào bán (dự kiến): 150.000.000.000 đồng

- Quá trình thay đổi vốn điều lệ:

Bảng 1: Quá trình thay đổi vốn điều lệ

Thời gian	Vốn điều lệ (VNĐ)	Giá trị tăng (VNĐ)	Phương thức
2000	3.000.000.000	-	Vốn góp ban đầu khi thành lập
2002	3.300.000.000	300.000.000	Phát hành thêm cổ phiếu cổ đông hiện hữu
2003	33.000.000.000	29.700.000.000	Chia cổ phiếu thưởng trích nguồn từ lợi nhuận để lại (9,9 tỷ đồng) & phát hành thêm cổ phiếu (19,8 tỷ đồng) cho cổ đông hiện hữu
2005	40.200.000.000	10.200.000.000	Phát hành thêm cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu
Quý 2/2007	120.012.200.000	79.812.200.000	Chia cổ phiếu thưởng trích từ lợi nhuận để lại & nguồn vốn thặng dư (39,9061 tỷ đồng) & phát hành thêm cổ phiếu cho cổ đông hiện hữu (39,9061 tỷ đồng)

- Ngành nghề kinh doanh:
 - Sản xuất chế biến thực phẩm dinh dưỡng (cho trẻ em, phụ nữ mang thai và cho con bú, người bệnh và người cao tuổi);
 - Sản xuất và chế biến nước giải khát (có gas và không có gas);
 - Mua bán thực phẩm, nước giải khát.
- Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển:
 - Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm - Nutifood được thành lập vào ngày 29/03/2000 (có tên ban đầu là Công ty Cổ phần Thực phẩm Đồng Tâm – Dotanu Corp.) với ngành nghề kinh doanh là sản xuất chế biến thực phẩm dinh dưỡng (đặc biệt cho trẻ em, phụ nữ mang thai và cho con bú, người bệnh, người cao tuổi) với số vốn ban đầu là 3 tỷ đồng.
 - Ngày 12 tháng 11 năm 2001, Hội đồng ban quản trị của Nutifood ra quyết định đăng ký bổ sung thêm ngành nghề kinh doanh là sản xuất và chế biến nước giải khát (loại có ga và không có ga).
 - Năm 2002, Nutifood tăng số vốn điều lên 3,3 tỷ đồng và cũng là năm đã đi vào lịch sử của Công ty bằng cuộc cách mạng thay đổi thương hiệu (thay đổi từ Công ty Cổ phần Thực phẩm Đồng Tâm – Dotanu Corp. thành Công ty Cổ phần Thực phẩm

Dinh dưỡng Đồng Tâm – Nutifood Corp.), tạo một sức bật mới cho Nutifood cho những năm sau này.

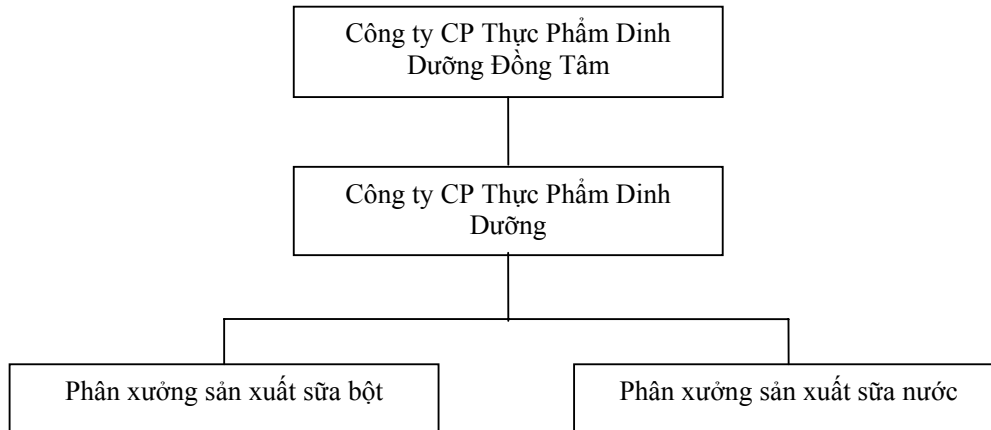
- Từ năm 2003 đến 2005, với sự tăng trưởng của Công ty, Nutifood đã mạnh dạn tăng vốn điều lệ từ 3,3 tỷ lên 33 tỷ đồng trong năm 2003 và 40,2 tỷ đồng trong năm 2005. Ngoài ra, Nutifood còn bổ sung thêm một ngành nghề là mua bán thực phẩm, nước giải khát.
- Với chiến lược phát triển không ngừng, cũng từ năm 2003, Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm đã góp vốn thành lập Công ty Cổ phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng, xây dựng nhà máy chế biến sữa mới có công suất 17 triệu lít/năm, với công nghệ chế biến vào loại hiện đại nhất Việt Nam tại Khu công nghiệp Mỹ Phước, Bình Dương, tổng số vốn đầu tư hơn 130 tỷ đồng và nhà máy đã khánh thành đi vào hoạt động cuối năm 2005.
- Công ty đạt chứng chỉ ISO 9001: 2000 do Bureau – Veritas – Certification chứng nhận năm 2004 và đạt chứng nhận Hệ thống Phân Tích Mối Nguy và Điểm Kiểm Soát Tới Hạn (HACCP) do Trung tâm Quacert chứng nhận cuối năm 2006.
- Năm 2007, để đa dạng hóa sản phẩm, đồng thời tăng sức cạnh tranh phục vụ cho mục tiêu chiến lược trở thành một trong ba công ty hàng đầu về sữa và thực phẩm dinh dưỡng, Nutifood đã mạnh dạn tăng vốn điều lệ lên 120,0122 tỷ đồng cho giai đoạn 1 (Quý 2/2007) và dự kiến tăng lên 150 tỷ đồng cho giai đoạn 2 (dự kiến quý 4/2007).
- Nutifood là một trong số ít công ty ở Việt Nam có bộ phận nghiên cứu và phát triển. Các bác sĩ và chuyên gia về dinh dưỡng của Công ty đã ứng dụng các thành quả về công nghệ thực phẩm trên thế giới cũng như khảo sát các nhu cầu dinh dưỡng trong cộng đồng để tạo ra các sản phẩm được người tiêu dùng tin cậy như sản phẩm dinh dưỡng dành cho bệnh nhân bị tiểu đường, thờ máy, suy dinh dưỡng, béo phì.
- Công ty Nutifood xác định “*Luôn tập trung nâng cao sự hài lòng của khách hàng bằng những sản phẩm có chất lượng phù hợp, an toàn và dịch vụ tốt nhất với giá cả hợp lý*” là chính sách cạnh tranh để đưa Nutifood trở thành một trong những Công ty thực phẩm hàng đầu tại Việt Nam và trong khu vực.

2. Cơ cấu tổ chức Công ty

- Cơ cấu tổ chức Công ty hiện nay bao gồm:

- Trụ sở Công ty tại 208 Nguyễn Thái Bình, Phường 12, Quận Tân Bình, Tp.HCM
- Công ty con – Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng, Lô E3-E4, Khu công nghiệp Mỹ Phước, Bến Cát, Bình Dương. Đây cũng là nhà máy sản xuất bao gồm hai phân xưởng sản xuất sữa bột và sữa nước chiếm diện tích sử dụng gần 4 ha trên tổng số 8 ha mà Công ty thuê lại của Becamex, thời hạn thuê là 50 năm tính từ năm 2003 và đã nhận giấy chứng nhận quyền sử dụng đất. Nhà máy với tổng vốn đầu tư

trên 130 tỷ đồng, bao gồm: hệ thống dây chuyền sản xuất sữa nước khép kín của Tetra Pak (Thụy Điển), dây chuyền đóng gói sữa bột của Đức.



Hình 1: Cơ cấu tổ chức Công ty

3. Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty

Đại hội cổ đông

- ĐHCĐ là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của Công Ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm. ĐHCĐ có nhiệm vụ thông qua các báo cáo của HĐQT về tình hình hoạt động kinh doanh; quyết định các phương án, nhiệm vụ SXKD và đầu tư; tiến hành thảo luận thông qua, bổ sung, sửa đổi Điều lệ của Công ty; thông qua các chiến lược phát triển; bầu, bãi nhiệm HĐQT, Ban kiểm soát; và quyết định bộ máy tổ chức của Công ty và các nhiệm vụ khác theo quy định của điều lệ.

Hội đồng quản trị

- HĐQT là tổ chức quản lý cao nhất của Công ty do ĐHCĐ bầu ra. HĐQT nhân danh Công ty quyết định mọi vấn đề liên quan đến mục đích và quyền lợi của Công ty, hoạch định mục tiêu chiến lược phát triển cho toàn Công ty.

Ban kiểm soát

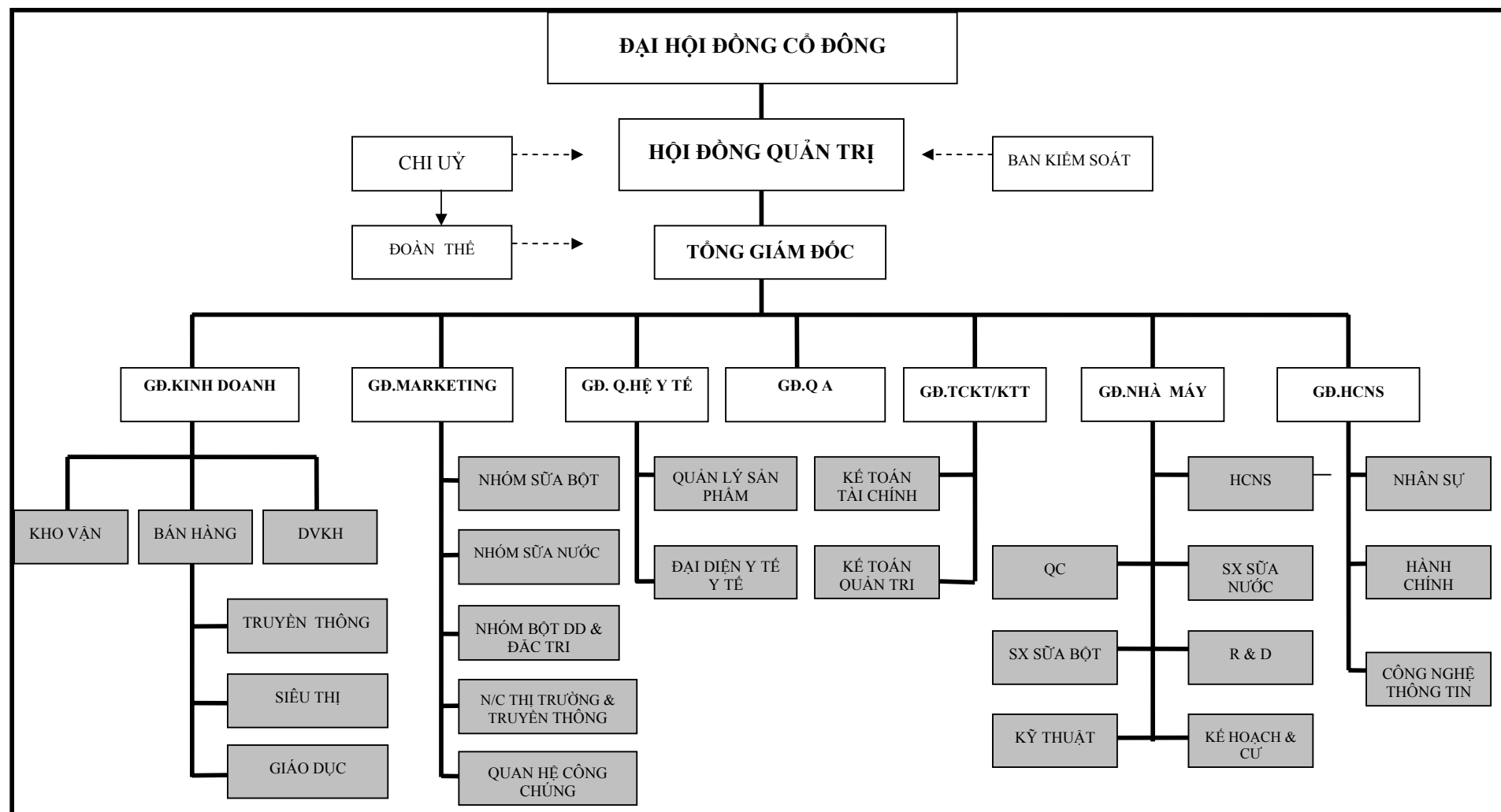
- Ban kiểm soát là tổ chức giám sát, kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp trong quản lý điều hành hoạt động kinh doanh, trong ghi chép sổ sách kế toán và tài chính của Công ty nhằm đảm bảo các lợi ích hợp pháp của các cổ đông.

Các phòng nghiệp vụ

- Phòng Bán hàng: có nhiệm vụ xây dựng, tổ chức & quản lý hệ thống phân phối sản phẩm, hàng hóa, hoạch định kế hoạch bán hàng, thực hiện mục tiêu chiến lược tiêu thụ sản phẩm cho từng giai đoạn của Công ty.
- Phòng Marketing: có nhiệm vụ hoạch định chiến lược quảng cáo tiếp thị, khảo sát, phân tích, đánh giá thị trường, xây dựng, phát triển uy tín thương hiệu Công ty và các

nhãn hiệu sản phẩm, phối hợp hỗ trợ cho phòng Bán hàng để đạt được mục tiêu chiến lược chung cho toàn Công ty.

- Phòng Quan hệ công chúng: tạo sự hiểu biết, ủng hộ của khách hàng, xã hội, chính quyền, cơ quan ban ngành đối với các sản phẩm, hình ảnh và các hoạt động của Công ty.
- Phòng Tài chính – Kế toán: có nhiệm vụ hoạch định, phân tích và kiểm soát tình hình tài chính, tổ chức bộ máy tài chính kế toán, lập sổ sách, hạch toán và báo cáo số liệu kế toán của Công ty, hỗ trợ tất cả các hoạt động SXKD của Công ty.
- Phòng Quan hệ Y tế: có nhiệm vụ hoạch định chiến lược, xây dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ với cơ quan và cơ sở trong ngành y tế hoặc có liên quan nhằm thúc đẩy và hỗ trợ việc kinh doanh của Công ty.
- Phòng Hành chính nhân sự: hoạch định chiến lược phát triển nguồn nhân lực, xây dựng các chính sách liên quan về lĩnh vực nhân sự, lao động, tiền lương, khen thưởng, đào tạo của toàn Công ty, công tác hành chính của Công ty.
- Phòng QA: có nhiệm vụ hoạch định các kế hoạch kiểm soát chất lượng nguyên vật liệu đầu vào, thành phẩm, xử lý sản phẩm không phù hợp, xây dựng & đảm bảo duy trì hệ thống & chính sách quản lý chất lượng ISO 9001:2000, HACCP, GMP
- Phòng Sản xuất: có nhiệm vụ triển khai, thực hiện kế hoạch sản xuất nhằm đáp ứng đầy đủ sản phẩm phục vụ cho mục tiêu sản xuất kinh doanh toàn Công ty.
- Phòng Nghiên cứu phát triển (R&D): phối hợp với phòng Marketing để xây dựng các chiến lược về phát triển sản phẩm của Công ty, nghiên cứu công nghệ cho sản xuất mới, sản xuất thử và sản xuất chính thức, quản lý qui trình công nghệ sản xuất, qui trình công nghệ.
- Phòng Kế hoạch Cung ứng: có nhiệm vụ tổ chức cung ứng vật tư, thiết bị, phối hợp với các phòng có liên quan lên kế hoạch nhập nguyên vật liệu, vật tư hàng hóa, dự báo tình hình biến động giá cả & nguồn cung cấp nguyên vật liệu.
- Phòng kỹ thuật: chịu trách nhiệm sửa chữa & bảo trì toàn bộ máy móc thiết bị tại nhà máy, lập kế hoạch bảo dưỡng định kỳ nhằm đảm bảo hoạt động của nhà máy luôn được thông suốt.



Hình 2: Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty

4. Danh sách cổ đông sáng lập, cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty và tỷ lệ cổ phần nắm giữ

4.1. Danh sách cổ đông sáng lập và tỉ lệ cổ phần nắm giữ đến thời điểm 25/06/2007 như sau:

Bảng 2: Danh sách cổ đông sáng lập

TT	Tên cổ đông	Địa chỉ	Số cổ phần nắm giữ	Tỷ trọng
1	Công đoàn Trung tâm dinh dưỡng trẻ em Tp. HCM	178 Lê Văn Sỹ, Q. Phú Nhuận, TPHCM	700.900	5,85%
2	Hội Dinh dưỡng Tp.HCM	180 Lê Văn Sỹ, Q. Phú Nhuận, TPHCM	72.000	0,60%
3	Bà Trần Thị Lệ	255/51 Nơ Trang Long, Q. Bình Thạnh, TPHCM	928.255	7,75%
4	Ông Huỳnh Nam	CB7 Điện Biên Phủ, P 25, Q. Bình Thạnh, TPHCM	11.255	0,09%
Tổng cộng			1.712.410	14,30%

Ghi chú:

Tại Khoản 5 Điều 84 Luật Doanh nghiệp (có hiệu lực từ 01/07/2006) quy định, trong thời hạn ba năm, kể từ ngày Công ty được cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, cổ đông sáng lập có quyền tự do chuyển nhượng cổ phần phổ thông của mình cho cổ đông sáng lập khác, nhưng chỉ được chuyển nhượng cổ phần phổ thông của mình cho người không phải là cổ đông sáng lập nếu được sự chấp thuận của Đại hội đồng cổ đông. Trong trường hợp này, cổ đông dự định chuyển nhượng cổ phần không có quyền biểu quyết về việc chuyển nhượng các cổ phần đó và người nhận chuyển nhượng đương nhiên trở thành cổ đông sáng lập của Công ty.

Sau thời hạn ba năm, kể từ ngày Công ty được cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, các hạn chế đối với cổ phần phổ thông của cổ đông sáng lập đều được bãi bỏ.

Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm chính thức đi vào hoạt động vào ngày 29 tháng 03 năm 2000 do vậy mọi điều kiện chuyển nhượng áp dụng với cổ đông sáng lập đều không còn hiệu lực đến hết ngày 29 tháng 03 năm 2003.

4.2. Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn điều lệ trở lên và tỷ lệ cổ phần nắm giữ

- Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn điều lệ trở lên và tỉ lệ cổ phần nắm giữ đến thời điểm 25/06/2007 như sau:

Bảng 3: Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% vốn điều lệ trở lên

TT	Tên cổ đông	Địa chỉ	Số CP nắm giữ	Tỷ trọng
1	Công đoàn Trung tâm dinh dưỡng Tp. HCM	180 Lê Văn Sỹ, Q. Phú Nhuận, TPHCM	700.900	5,85%
2	Trần Thị Lệ	255/51 Nơ Trang Long, Q. Bình Thạnh, TPHCM	928.255	7,75%
3	Trần Thị Thu Hà	255/51 Nơ Trang Long, Q. Bình Thạnh, TPHCM	720.652	6,02%
4	Nguyễn Thị Thúy Hằng	An Phú, Thị trấn Ngô Mỹ, H. Phù Cát, Bình Định	600.000	5,01%
5	Trần Thanh Sơn	An Phú, Thị trấn Ngô Mỹ, H. Phù Cát, Bình Định	600.000	5,01%
6	Nguyễn Thị Tư	An Phú, Thị trấn Ngô Mỹ, H. Phù Cát, Bình Định	600.000	5,01%
7	Trần Thị Kim Oanh	5C Trần Văn Kỳ, P14, Q. Bình Thạnh, TPHCM	600.000	5,01%
8	Đỗ Thị Thúy Sợi	An Phú, Thị trấn Ngô Mỹ, H. Phù Cát, Bình Định	600.000	5,01%
Tổng cộng			5.349.807	44,69%

4.3. Cơ cấu vốn điều lệ tại thời điểm 25/06/2007

Bảng 4: Cơ cấu vốn điều lệ thời điểm 25/06/2007 (mệnh giá 10.000 đồng/cổ phần)

TT	Danh mục	Giá trị (1.000đồng)	%	Số lượng cổ đồng	Cơ cấu cổ đông	
					Tổ chức	Cá nhân
1	Cổ đông nhà nước	0	0	0	0	0
2	Cổ đông bên trong	47.407.820	39,50%	32	2	30
	- Hội đồng Quản trị	7.113.800	14,27%	4	2	2
	- Ban Giám đốc	539.300	5,93%	5	0	5
	- Ban kiểm soát	153.400	0,13%	2	0	2
	- Cổ đông sáng lập	17.124.100	0,45%	1	0	1
	- Cán bộ công nhân viên	22.183.320	18,48%	20	0	20
	- Cổ phiếu quỹ	293.900	0,24%			
3	Cổ đông bên ngoài	72.604.380	60,50%	143	3	140
	- Trong nước	72.604.380	60,50%	143	3	140
	- Nước ngoài	0	0	0	0	0
	Tổng cộng	120.012.200	100%	175	5	170

5. Danh sách những công ty mẹ và công ty con của tổ chức phát hành, những công ty mà tổ chức phát hành đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với tổ chức phát hành

Công ty con – Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng, Lô E3-E4, Khu Công Nghiệp Mỹ Phước, Bến Cát, Bình Dương.

- Thời điểm thành lập: 4/8/2003
- Ngành nghề kinh doanh: Sản xuất, chế biến thực phẩm dinh dưỡng, nước giải khát có ga và không ga. Sản xuất, kinh doanh các thực phẩm dinh dưỡng, sữa nước, sữa bột, bột dinh dưỡng, các thực phẩm chuyên dùng cho người bệnh và cho các nhu cầu đặc biệt, các loại nước giải khát có ga và không ga, nước tinh khiết, nước khoáng.
- Vốn điều lệ: 41.000.000.000 đồng
- Tỷ lệ góp vốn, phương thức góp vốn: 99,9% bằng tiền và tài sản cố định.

6. Hoạt động kinh doanh

6.1. Sản lượng và giá trị sản phẩm

Chủng loại và sản lượng sản phẩm

Công ty hiện có các nhóm sản phẩm chính như sau: Sữa bột; bột ăn dặm; sữa đặc trị; sữa nước và các sản phẩm khác.

Các nhóm sản phẩm

(a) Nhóm sữa bột



NUTI MUM - sữa bột dinh dưỡng đặc biệt

NutiMum là sữa bột dinh dưỡng dành cho bà mẹ đang mang thai và cho con bú.



Sữa bột dinh dưỡng **NUTI-IQ 3**

NutiIQ 3 là loại sữa bột dinh dưỡng giúp trẻ phát triển vượt trội về thể chất & trí não, hỗ trợ hệ tiêu hóa, phát triển chiều cao, tăng cường hệ miễn dịch. NutiIQ 3 thích hợp cho trẻ em từ 1 – 3 tuổi, là lứa tuổi đang hoàn thiện cấu trúc và chức năng của não bộ.



Sữa bột dinh dưỡng **NUTI-IQ 4**

NutiIQ 4 là loại sữa bột dinh dưỡng giúp trẻ phát triển toàn diện, đặc biệt phát triển trí não, hỗ trợ hệ tiêu hóa, phát triển chiều cao, tăng cường hệ miễn dịch. NutiIQ 4 thích hợp cho trẻ em từ 4 – 6 tuổi.



NUTIVITA

Sản phẩm sữa bột dinh dưỡng giúp phát triển toàn diện cho trẻ từ 4 tuổi trở lên. Đặc biệt giúp phát triển chiều cao tối đa



OBILAC – sữa bột dinh dưỡng không béo giàu canxi

Sữa bột dinh dưỡng không béo giàu canxi Obilac phù hợp cho các đối tượng có nhu cầu canxi cao như: người cao tuổi, người thừa cân, béo phì, người cần kiêng chất béo.



NUTI - Sữa bột nguyên kem uống liền

Đây là loại sữa bột dinh dưỡng dành cho cả gia đình (bé từ 1 tuổi trở lên). Đặc biệt có gói nhỏ 20g rất tiện dụng

(b) Nhóm bột dinh dưỡng ăn dặm

Nhóm bột dinh dưỡng ăn dặm **Riso** rất đa dạng, gồm 7 loại khác nhau để bạn dễ dàng lựa chọn và thay đổi món ăn cho bé, bao gồm:



- Riso ngũ cốc - rau củ (Lạt)
- Riso sữa – rau củ (Ngọt)
- Riso cá - rau cải, Riso thịt - rau bò ngọt, Riso tôm - bí đỏ, Riso gà - bó xôi, Riso trứng - cà rốt (Mặn)

Nhóm bột dinh dưỡng ăn dặm Riso (Riso sữa - rau củ, Riso cá - rau cải, Riso thịt - rau bò ngọt, Riso tôm - bí đỏ, Riso gà - bó xôi, Riso trứng - cà rốt) đáp ứng nhu cầu phát triển của trẻ lứa tuổi ăn dặm nhờ các đặc điểm nổi trội sau:

- Thành phần dinh dưỡng đầy đủ các nhóm chất đạm, bột, béo và chất xơ.
- Sử dụng nguồn nguyên liệu thiên nhiên đa dạng, không chất phụ gia bảo quản độc hại.
- Bổ sung hỗn hợp vitamin và khoáng chất nguồn gốc từ Thủy Sĩ cần thiết cho trẻ.
- Đặc biệt bổ sung Lysine, một axit amin thiết yếu cần thiết cho sự tăng trưởng của trẻ mà Lysine thường hay thiếu ở chế độ ăn giàu ngũ cốc của người Việt Nam và dễ bị phân hủy trong quá trình chế biến.
- Bột Riso đã chín sẵn rất tiện dụng, chỉ cần pha với nước chín ấm là cho bé dùng được ngay.
- Đặc biệt, bột Riso ngũ cốc - rau củ có vị lạt rất thích hợp để các bà mẹ có thể chế biến cho trẻ theo khẩu vị tùy thích.

(c) Nhóm đặc trị



DiabetCare - nguồn dinh dưỡng hỗ trợ bệnh nhân tiểu đường

Sản phẩm dinh dưỡng ổn định đường huyết.



PediaPlus - dành cho trẻ từ 1-10 tuổi

Nguồn dinh dưỡng hoàn chỉnh và cân đối giúp trẻ bệnh và trẻ biếng ăn bắt kịp tốc độ tăng trưởng.



Sản phẩm **Enplus**

Dành cho những người có nhu cầu năng lượng cao.

Nhóm đặc trị có ba dòng sản phẩm là DiabetCare – dành cho bệnh nhân tiểu đường; PediaPlus – dành cho trẻ từ 1-10 tuổi và Enplus – dành cho người có nhu cầu năng lượng cao như:

- Người bệnh
 - Bệnh nhân cần tăng cường dinh dưỡng.
 - Bệnh nhân cần nâng thể trạng trước và sau phẫu thuật.
 - Người suy kiệt sau khi lành bệnh.
- Người cao tuổi có khả năng tiêu hóa kém và khó nhai nuốt
- Người bị tiểu đường cần hỗ trợ dinh dưỡng
- Các đối tượng khác:
 - Người không dùng được sữa có nguồn gốc sữa bò do bất dung nạp lactose.
 - Người có nhu cầu năng lượng cao
 - Trẻ em, thanh thiếu niên đang tăng trưởng.
 - Phụ nữ mang thai & cho con bú
 - Người chơi thể thao, vận động viên
 - Người cần tăng cân: trẻ em, người lớn suy dinh dưỡng

(d) Nhóm sữa nước



Sản phẩm sữa chua uống **Ô-Yes**

Sản phẩm sữa chua uống dinh dưỡng dành cho tuổi trẻ năng động, hồn nhiên, trẻ trung và duyên dáng với bốn hương vị tự nhiên Cam, Dâu, Đào - Táo và Cocktail.



Các sản phẩm sữa nước tiệt trùng (UHT)

Có hai nhãn hiệu sản phẩm dạng sữa nước là **NUVI** và **NUTI**. Mỗi loại có bốn hương vị: dâu, vanilla, chocolate và không đường.

Sản lượng sản phẩm**Bảng 5:** Cơ cấu sản lượng và giá trị sản phẩm 2005 – 06/2007

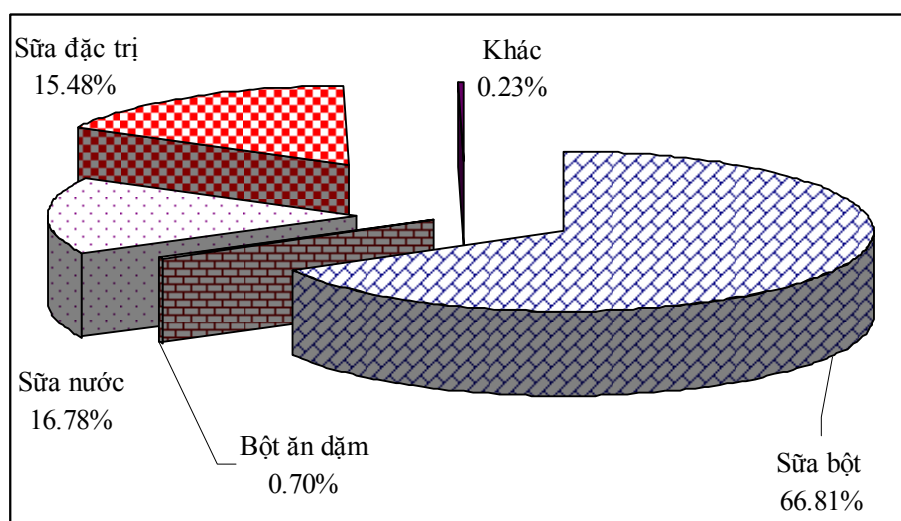
Đơn vị: triệu đồng

Sản phẩm	ĐV T	Năm 2005 ⁽¹⁾		Năm 2006 ⁽²⁾		06/2007 ⁽³⁾	
		Sản lượng	Doanh thu	Sản lượng	Doanh thu	Sản lượng	Doanh thu
Sữa bột	kg	4.577.385	305.892	3.652.451	259.787	1.605.680	117.351
	%	-	65,9	-	66,24	-	66,80
Bột ăn dặm	kg	91.479	4.113	67.580	3.863	19.613	1.236
	%	-	0,89	-	0,98	-	0,70
Sữa đặc trị	kg	302.412	58.671	259.167	53.523	122.212	27.198
	%	-	12,64	-	13,65	-	15,48
Sữa nước	lít	6.103.802	88.373	4.634.303	74.585	1.880.171	29.477
	%	-	19,04	-	19,02	-	16,78
Khác		-	7.109	-	457	-	406
	%	-	2,18	-	0,12	-	0,23
Tổng		-	464.158	-	392.215	-	175.669

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

**Hình 3:** Cơ cấu Doanh thu 06 tháng 2007

Cơ cấu lợi nhuận gộp**Bảng 6:** Cơ cấu lợi nhuận gộp 2005 – 06/2007

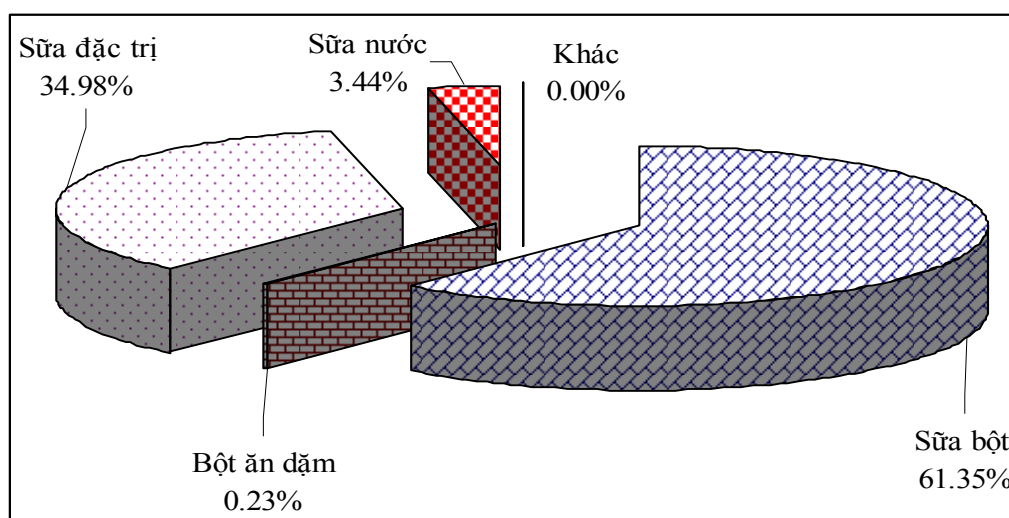
Đơn vị tính: triệu đồng

Sản phẩm	ĐVT	Năm 2005 ⁽¹⁾	Năm 2006 ⁽²⁾	6 tháng đầu năm 2007 ⁽³⁾
Sữa bột	đồng	78.929	67.407	30.929
	%	68,34	59,09	61,36
Bột ăn dặm	đồng	1.448	1.368	115
	%	1,25	1,20	0,23
Sữa đặc trị	đồng	33.279	32.546	17.632
	%	28,82	28,53	34,98
Sữa nước	đồng	1.833	12.760	1.734
	%	1,59	11,18	3,43
Khác	đồng	0,1	0	0
	%	0,00%	0,00%	0,00%
Tổng		115.489	114.080	50.409

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

**Hình 4:** Cơ cấu Lợi nhuận gộp 06 tháng 2007

6.2. Nguyên vật liệu

(a) Danh sách một số nhà cung cấp vật liệu chính cho Công ty

Bảng 7: Danh sách một số nhà cung cấp vật liệu chính cho Nutifood

STT	Nguyên liệu	Nhà sản xuất	Đại lý
1	Sữa béo nguyên kem	Fontera – New Zealand Muray – Australia	Công ty Đại Tân Việt Công ty Xuân An
2	Sữa không béo UHT	Fontera – New Zealand	Công ty Đại Tân Việt Công ty Xuân An
3	Axit béo DHA	Keivit – Hà Lan	Nhập trực tiếp
4	Chất xơ	Orafti – Bỉ	Nhập trực tiếp
5	Đạm đậu nành	Solae – Mỹ	Công ty Nam Giang
6	Vitamin trộn sẵn	Fortitech – Malaysia	Nhập trực tiếp
7	Bao bì sữa nước	Tetra Pak	Nhập trực tiếp
8	Bao bì sữa bột	Công ty Cổ phần In 7 Công ty Bao bì Tân Tiến Công ty SXKT Bình Dương	Mua trực tiếp

(b) Sự ổn định của các nguồn cung cấp

Các nhà cung cấp nêu trên là những nhà sản xuất hàng đầu thế giới và Việt Nam và các nhóm hàng trên được mua thông qua việc ký hợp đồng từng quý/năm để có được sự ổn định về nguồn nguyên liệu, đồng thời Công ty có được giá mua tốt nhất.

(c) Ảnh hưởng của giá cả nguyên vật liệu tới doanh thu, lợi nhuận

Do chi phí nguyên liệu sữa chiếm tỷ trọng khá lớn trong giá thành sản phẩm, nên những biến động về giá nguyên liệu sữa đều ảnh hưởng đến giá thành. Cụ thể năm 2005 so với năm 2004 tăng 15%. Năm 2006 so với năm 2005 là 6%, nhưng từ đầu năm 2007 sữa nguyên liệu tăng 40% so với năm 2006 do hạn hán mất mùa ở các vùng cung cấp sữa nguyên liệu chủ yếu là Úc. Việc tăng giá nguyên liệu sữa đã làm tăng giá thành sản phẩm Công ty lên khoảng 5%. Sở dĩ việc tăng giá thành chỉ 5% là do Công ty ký hợp đồng mua sữa nguyên liệu từ cuối năm 2006 với giá chưa tăng. Việc dự trữ nguyên liệu sữa này đã giúp Công ty giữ được sự ổn định về giá thành đến hết quý 3 năm 2007 và giúp hạn chế việc tăng giá bán để giữ vững thị phần, tăng sức cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành. Tuy nhiên, nếu tình hình giá nguyên liệu sữa tiếp tục tăng và không có xu hướng giảm hoặc đứng ở giá cao thì Công ty sẽ không còn con đường nào khác là tăng giá bán để duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh & đảm bảo mức lợi nhuận đã đề ra.

6.3. Chi phí sản xuất

- Chi phí nguyên vật liệu: chiếm 60,5% trên doanh thu
- Chi phí nhân công sản xuất: 1,8% trên doanh thu
- Chi phí quản lý sản xuất: 1,2% trên doanh thu
- Chi phí khác: 2% trên doanh thu

Tỷ trọng các yếu tố chi phí trên đây so với doanh thu là thấp so với các doanh nghiệp hoạt động cùng ngành vì Công ty luôn chủ trương ký hợp đồng dài hạn với các nhà cung cấp uy tín, hàng đầu để có được mức ưu đãi về giá, cũng như sự ổn định về chất lượng, sản lượng nguồn cung cấp nguyên liệu. Công ty quản trị SXKD theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000, HACCP, GMP nên luôn có được một giá thành sản phẩm hợp lý đủ sức cạnh tranh trên thị trường hiện nay và tương lai.

Bảng 8: Tỷ trọng chi phí trên trên doanh thu thuần 2005 – 06/2007

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Yếu tố chi phí	2005 ⁽¹⁾		2006 ⁽²⁾		06/2007 ⁽³⁾	
		Giá trị	% DT thuần	Giá trị	% DT thuần	Giá trị	% DT thuần
1	Giá vốn hàng bán	325.844	73,83%	257.010	69,26%	114.612	69.45%
2	Chi phí tài chính	4.018	0,91%	6.850	1,85%	2.286	1.39%
3	Chi phí bán hàng	80.230	18,18%	71.021	19,14%	31.802	19.27%
4	Chi phí QLDN	13.318	3,02%	17.568	4,73%	9.909	6.00%
Tổng chi phí		423.410	95,94%	352.448	94,98%	158.608	96,11%

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

6.4. Trình độ công nghệ

- Hệ thống sản xuất sữa bột theo công nghệ đóng gói của Đức. Công ty đã đầu tư 3 hệ thống phối trộn và 3 hệ thống đóng gói tự động cho sữa bột dinh dưỡng dạng lon và dạng gói và hộp với nhiều chủng loại đóng gói như gói nhỏ 20g, 220g, gói lớn 400g, 900g, 1kg, hay lon 400g, lon 900g phù hợp với nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng.
- Hệ thống sản xuất sữa tiệt trùng theo công nghệ tiên tiến nhất của Thụy Điển, được tự động hóa hoàn toàn từ khâu chế biến đến đóng gói, cung cấp cho các sản phẩm có chất lượng an toàn, ổn định.
- Quy trình sản xuất khép kín, thiết kế nhà máy theo tiêu chuẩn GMP, cùng với quy trình kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm được chứng nhận HACCP do Quacert cấp, tạo

niềm tin cho người tiêu dùng về an toàn thực phẩm và giá trị dinh dưỡng của các sản phẩm.

- Với công suất 20.000 tấn sữa bột và 17 triệu lít sữa tiệt trùng / năm, nhà máy đã đáp ứng được toàn bộ nhu cầu phân phối của các sản phẩm Nutifood trên toàn quốc.
- Một số máy móc thiết bị chủ yếu:
 - Hệ thống đóng gói sữa bột do Đức sản xuất, công suất 70 sản phẩm / phút
 - Hệ thống dây chuyền sữa nước do Thụy Điển sản xuất, công suất 17 triệu lít / năm

6.5. Tình hình nghiên cứu và phát triển sản phẩm

Phòng R&D ứng dụng các thông tin kỹ thuật tiên tiến nhất trên thế giới vào việc nghiên cứu và cải tiến sản phẩm. Mục tiêu hoạt động mỗi năm nghiên cứu ít nhất 6 sản phẩm mới và liên tục cải tiến các sản phẩm hiện tại. Từ năm 2000 đến nay, phòng R&D, với đội ngũ các thạc sĩ, kỹ sư thực phẩm, bác sĩ, dược sĩ đã nghiên cứu triển khai đưa vào sản xuất các sản phẩm dinh dưỡng, tạo cho Nutifood một vị trí chuyên gia dinh dưỡng với các dòng sản phẩm phong phú:

- Nhóm sữa bột dinh dưỡng dành cho trẻ ăn dặm được đưa ra thị trường với mục đích giúp cho các bà mẹ có thể cho con ăn dặm trong điều kiện nhanh nhất với công thức sản phẩm đầy đủ dưỡng chất và cân bằng, phong phú với các hương vị ngọt từ thịt, cá, tôm, rau cải, rau ngót, bí đỏ, ngũ cốc dưới nhãn hiệu Riso. Với việc sử dụng nguyên liệu thịt, cá, tôm và rau cải tự nhiên, sản phẩm chiếm ưu thế về hương vị tự nhiên giúp cho trẻ ưa thích trong việc tập ăn.
- Nhóm sữa bột dinh dưỡng phục vụ đa dạng các nhu cầu chung, bà mẹ mang thai và cho con bú, trẻ đang tăng trưởng, và người già cần tăng cường canxi. Nhãn hiệu Nuti nguyên kem luôn được dẫn đầu trong dòng sữa nguyên kem trên thị trường. Các dưỡng chất bổ sung cho từng công thức được nghiên cứu và tuân thủ chặt chẽ các qui định của Việt Nam và quốc tế cho từng đối tượng.
- Nhóm sữa bột đặc trị giàu năng lượng là một bứt phá ngoạn mục, đưa thương hiệu Nutifood lên ngang tầm với các nhãn hiệu sữa đứng đầu. Sản phẩm Enplus dành cho người lớn, và Pediaplus dành cho trẻ biếng ăn được đánh giá cao về mặt cảm quan và dinh dưỡng, với nguồn đạm đậu nành được nghiên cứu bổ sung dinh dưỡng phù hợp, hoàn hảo, nhập khẩu từ Công ty The Solae của Mỹ, tạo niềm tin cho người tiêu dùng về sản phẩm dinh dưỡng của Nutifood.
- Ngoài ra, trong nhóm đặc trị có sản phẩm Diabecare dùng hỗ trợ người bệnh với công thức có chỉ số đường huyết thấp và thành phần dinh dưỡng hoàn hảo, giúp cho người bệnh đái tháo đường yên tâm sử dụng để hỗ trợ dinh dưỡng trong quá trình điều trị hoặc thay thế bữa ăn hàng ngày.
- Năm 2004, Công ty đã đầu tư vào công nghệ sản xuất sữa tiệt trùng, cho ra đời các sản phẩm sữa tiệt trùng với các nhãn hiệu Nuti, Nuvi có 4 hương vị không đường, Vanilla,

Dâu và Chocolate. Nhân hiệu Nuvi với dinh dưỡng bổ sung giúp phát triển tầm vóc, với mong muốn góp phần nâng cao tầm vóc người Việt Nam trong tương lai.

- Năm 2006, Công ty tiếp tục cho ra đời sản phẩm sữa chua uống với công nghệ lên men tự nhiên. Sản phẩm là một thành quả độc đáo về cảm quan với sự kết hợp hài hòa của sữa chua và nước ép trái cây nguyên chất.
- Năm 2007 & 2008 dòng sản phẩm mới đang được nghiên cứu nhắm đến các đối tượng như trẻ sơ sinh, người có nhu cầu giảm cân, người có nhu cầu bổ sung các vi chất chức năng và người bệnh thận:
 - Sữa dành cho trẻ sơ sinh: đây là mục tiêu mà Công ty đã đặt ra nhằm tạo sự liên kết giữa các dòng sản phẩm dành cho các nhóm tuổi từ lúc sơ sinh cho đến khi trưởng thành
 - Sữa dành cho người có nhu cầu giảm cân, sữa dành cho người có nhu cầu bổ sung các vi chất chức năng và người bệnh thận: là những sản phẩm đa dạng hóa nhóm sản phẩm đặc trị nhằm đem lại nhiều tiện lợi cho người tiêu dùng.

6.6. Tình hình kiểm tra chất lượng sản phẩm, dịch vụ

Hệ thống quản lý chất lượng

Đặc thù của ngành công nghiệp chế biến sữa nói riêng, cũng như chế biến thực phẩm nói chung là yêu cầu về chất lượng & vệ sinh rất cao. Vì vậy, Công ty luôn chú trọng khâu kiểm tra chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật và các chỉ tiêu quan trọng khác. Công tác kiểm tra chất lượng sản phẩm cũng như mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty được thực hiện đúng theo yêu cầu của hệ thống đảm bảo chất lượng:

- (1) Phù hợp với tiêu chuẩn ISO9001:2000 do BVQI cấp tháng 2/2004 và được tái đánh giá cấp lại giấy chứng nhận này vào tháng 2/2007.
- (2) Cơ sở hạ tầng, điều kiện sản xuất đạt tiêu chuẩn GMP do QUACERT cấp tháng 12/2006
- (3) Đạt tiêu chuẩn HACCP – code 2003 do QUACERT cấp tháng 12/2006.
- (4) Nhà máy đạt giấy chứng nhận đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định.

Hệ thống được đánh giá từ bên ngoài 2 lần mỗi năm đối với tiêu chuẩn HACCP, GMP (QUACERT), 01 lần/năm đối với tiêu chuẩn ISO9001:2000. Ngoài ra, hệ thống được đánh giá nội bộ tối thiểu 2 lần/năm để phát hiện những điểm không phù hợp để thực hiện hành động khắc phục và chỉ ra những điểm cần cải tiến.

Bộ phận kiểm tra chất lượng (QAQC):

Tại nhà máy, bộ phận QA&QC gồm 30 nhân viên, chịu trách nhiệm kiểm tra đảm bảo chất lượng của nguyên liệu đầu vào, chất lượng bán thành phẩm trong quá trình sản xuất, kiểm tra các chỉ tiêu hoá, lý, vi sinh tại phòng Lab trong Nhà máy và định kỳ gửi kiểm ở cơ quan chức năng bên ngoài. Các lô hàng đều được kiểm tra chặt chẽ và theo dõi theo hệ

thống mã số và hồ sơ nhằm truy tìm nguồn gốc sản phẩm trong trường hợp có sự cố xảy ra đối với khách hàng khi sử dụng sản phẩm của Công ty.

Công nhân và cán bộ quản lý sản xuất định kỳ được huấn luyện kiến thức và thực hành về vệ sinh an toàn thực phẩm, vận hành máy móc, thiết bị,... để đảm bảo và ngày càng nâng cao chất lượng công việc nói chung và chất lượng sản phẩm nói riêng.

Việc quản lý chất lượng sản phẩm được thực hiện đồng bộ xuyên suốt quá trình sản xuất của Công ty, từ nhập nguyên vật liệu đến quy trình công nghệ và lưu kho sản phẩm:

- Kiểm tra chất lượng nguyên vật liệu: nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất đều được kiểm tra kỹ trước khi nhập kho đảm bảo đúng những tiêu chuẩn quy định. Trong thời gian nguyên liệu được lưu kho chờ sản xuất, bộ phận kiểm nghiệm có trách nhiệm thường xuyên theo dõi, phát hiện những bất thường về chất lượng để đề nghị xử lý kịp thời.
- Kiểm tra chất lượng sản phẩm trong quá trình sản xuất: kiểm soát chặt chẽ quy trình sản xuất, đảm bảo tại các khâu sản xuất, các thao tác, thủ tục được tiến hành đúng theo qui trình kỹ thuật nhằm đảm bảo chất lượng bán thành phẩm qua từng công đoạn và không để sản phẩm cuối cùng kém chất lượng đến tay người tiêu dùng
- Kiểm tra chất lượng sản phẩm trong quá trình lưu kho: định kỳ, bộ phận kiểm tra chất lượng tiến hành kiểm tra thường xuyên chất lượng hàng hóa trong kho, lập báo cáo và đề xuất biện pháp xử lý đối với các trường hợp bất thường về chất lượng.

Bộ phận Dịch vụ khách hàng của Công ty thường trực tiếp nhận và giải quyết kịp thời tất cả các phàn nàn, khiếu nại của khách hàng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ của Công ty. Các số liệu về phàn nàn, khiếu nại của khách hàng được thống kê và sử dụng để ra các quyết định cải tiến liên quan.

Nhằm thực hiện được chính sách trên, lãnh đạo Công ty cam kết:

- Sử dụng mọi nguồn lực cần thiết để thực hiện, duy trì và cải tiến thường xuyên tính hiệu lực và hiệu quả của hệ thống quản lý chất lượng phù hợp với các yêu cầu của tiêu chuẩn ISO9001:2000, HACCP, GMP
- Luôn lắng nghe ý kiến, phản hồi của khách hàng để cải tiến và đa dạng hoá sản phẩm.
- Nhân viên ở mọi cấp đều được đào tạo đủ các kiến thức, kỹ năng cần thiết theo yêu cầu của từng công việc và nhận thức rõ về tầm quan trọng của việc đáp ứng cao nhất các yêu cầu của khách hàng là nhân tố quyết định mang lại sự thành công cho Công ty.
- Cố gắng để đảm bảo rằng chính sách này được thấu hiểu, thực hiện và duy trì tại mọi cấp trong Công ty.

6.7. Hoạt động Marketing

(a) Hoạt động xây dựng thương hiệu

Thương hiệu là yếu tố quan trọng, là tài sản vô hình quý giá để Nutifood tồn tại và phát triển trong tình hình hội nhập kinh tế hiện nay và trong thời gian tới. Chính vì thế Nutifood

đã và đang đầu tư mạnh xây dựng thương hiệu chính và các nhãn hiệu sản phẩm để giữ vững vị trí của mình trên thị trường:

- Công ty tập trung cho việc chuyên nghiệp hóa từ bộ phận marketing, quản lý thương hiệu đến hệ thống phân phối.
- Các bộ phận từ thiết kế sản phẩm, nghiên cứu và phát triển (R&D), sản xuất, bán hàng, tiếp thị, v.v... đều thống nhất trong vấn đề xây dựng thương hiệu, phối hợp chặt chẽ và đồng bộ nhằm đảm bảo tính nhất quán việc xây dựng thương hiệu đối với khách hàng.
- Tất cả các nhãn hiệu của Công ty hiện nay đều phân công nhân sự phụ trách chuyên biệt.
- Công tác đào tạo kiến thức về quản trị thương hiệu cũng là vấn đề hàng đầu được Công ty quan tâm. Công ty chú trọng đến việc đào tạo thông qua 2 kênh riêng biệt:
 - Thông qua các khóa học về quảng cáo, quản trị thương hiệu,...
 - Thông qua việc đào tạo ngay trong công việc. Với sự tham gia của các chuyên gia marketing hàng đầu (từ các công ty hàng tiêu dùng đa quốc gia), việc đào tạo qua công việc đã chứng minh được hiệu quả cao.
- Các sản phẩm mới đáp ứng những nhu cầu thiết thực nhất của người tiêu dùng (người ăn kiêng, bệnh nhân tiểu đường, nhu cầu khác nhau về thực phẩm dinh dưỡng, v.v...), ngoài ra thông qua các chương trình tư vấn dinh dưỡng trên các báo lớn cho người tiêu dùng đã góp phần rất to lớn cho hoạt động xây dựng thương hiệu nói chung.

(b) Hoạt động nghiên cứu thị trường

- Các sản phẩm mới tung ra thị trường: Công ty đều tiến hành nghiên cứu nhu cầu, hành vi và thị hiếu người tiêu dùng trước khi tung chính thức ra thị trường thông qua các công ty nghiên cứu trên thị trường chuyên nghiệp và uy tín.
- Các nghiên cứu xác định nhu cầu và dung lượng thị trường: Thông qua các công ty tư vấn chuyên nghiệp nhằm mục đích xây dựng các chiến lược marketing cho sản phẩm.
- Hằng năm, Công ty đều tiến hành khảo sát sự thỏa mãn của khách hàng nhằm có các điều chỉnh phù hợp với nhu cầu và thị hiếu người tiêu dùng.

Các thông tin từ nghiên cứu thị trường góp phần quan trọng trong việc hoạch định các chiến lược, chiến dịch marketing cho Công ty.

(c) Hoạt động quảng cáo, tiếp thị

- Quảng cáo truyền hình: Các chương trình quảng cáo trên các đài VTV, HTV và các đài địa phương cho các nhãn hiệu mới theo các chiến dịch tung sản phẩm, các chương trình khuyến mãi đã được người tiêu dùng nhận biết đánh giá cao, mang lại hiệu quả quảng cáo cho Công ty. Các chương trình phóng sự, phim tài liệu giới thiệu về Công ty vào các dịp lễ tết góp phần nâng cao giá trị thương hiệu, nâng cao uy tín cho Công ty.

- Quảng cáo tiếp thị tại các hội chợ: hàng năm Công ty đều tham gia các kỳ hội chợ Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao v.v... các hoạt động này cũng góp phần quảng bá mạnh cho thương hiệu Nutifood được nhiều người tiêu dùng biết đến.
- Các hội thảo khoa học, giới thiệu sản phẩm mới: Trong thời gian qua, Công ty đã đưa ra thị trường các sản phẩm dành cho người ăn kiêng, bệnh tiểu đường, đã được người tiêu dùng đón nhận rất nồng nhiệt thông qua các chương trình hội thảo khoa học và giới thiệu sản phẩm mới, góp phần nâng cao giá trị và uy tín cho thương hiệu Nutifood.
- Các chương trình tiếp thị trực tiếp (direct marketing): Đây cũng là kênh thông tin quan trọng qua đó Công ty giới thiệu trực tiếp sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách hiệu quả nhất. Trong các năm qua, Công ty đã giới thiệu trực tiếp đến hàng triệu đối tượng người tiêu dùng Việt Nam thông qua các chương trình chào hàng trực tiếp, nếm thử sản phẩm mới, v.v...

Qua các hoạt động marketing trên trong thời gian vừa qua, hình ảnh thương hiệu Nutifood được biết đến rộng rãi, hiện đang là thương hiệu đứng thứ 4 trên thị trường sữa dinh dưỡng tại Việt Nam (tính luôn cả những thương hiệu nổi tiếng của các tập đoàn đa quốc gia – theo số liệu của Công ty nghiên cứu thị trường ACNielsen)

(d) Quan hệ cộng đồng (PR)

Các hoạt động mang tính chất cộng đồng:

- Chương trình tư vấn dinh dưỡng cho các bà mẹ có con nhỏ, phụ nữ mang thai và cho con bú, người cao tuổi, bệnh nhân tiểu đường, v.v...
- Thực hiện chương trình tư vấn dinh dưỡng cho các đối tượng xã hội trên các phương tiện truyền thông như truyền hình (Truyền hình Vĩnh Long), báo chí (Thanh Niên, Người Lao Động, Sài Gòn Giải Phóng, Hà Nội Mới Tin Chiều, Sức Khỏe và Đời Sống, Doanh Nhân Sài Gòn, Pháp Luật VN, Pháp Luật TPHCM,...).
- Ủng hộ chương trình “Nạn nhân chất độc da cam” do báo Tuổi trẻ & Hội chữ thập đỏ VN
- Kết hợp với Quỹ hỗ trợ dinh dưỡng bệnh nhân nghèo mà Nutifood là một sáng lập viên tổ chức chương trình từ thiện khám chữa bệnh cho bệnh nhân nghèo tại miền Tây

(e) Mạng lưới phân phối

Hiện tại hệ thống phân phối của Nutifood trải rộng khắp 64/64 tỉnh thành trên toàn quốc thông qua các kênh phân phối:

- Kênh bán lẻ: đây là kênh phân phối chủ yếu của Công ty. Hiện nay Công ty có 96 nhà phân phối và trên 60.000 điểm bán lẻ trên toàn quốc.
- Kênh các siêu thị, Metro: Sản phẩm của Nutifood đã có mặt trên tất cả các hệ thống siêu thị trên toàn quốc (Co-op Mart, Metro, Big C, Maximart, Citimart, Vinatex,

Intimex,...). Đây là kênh bán hàng quan trọng hiện nay và trong thời gian tới mà Nutifood đang đầu tư khai thác.

- Kênh bán hàng trường học: Nutifood hiện đang thực hiện việc bán hàng trực tiếp đến trên 1.200 trường mầm non & tiểu học tại 26 tỉnh trên toàn quốc. Đội bán hàng trực tiếp tại trường học được đào tạo chính quy và bài bản không những đem lại cho các trường học những sản phẩm chất lượng cao mà còn giúp tư vấn những vấn đề cơ bản về dinh dưỡng cho các em để góp phần nâng cao thể chất và trí tuệ cho thế hệ mai sau, tương lai của đất nước.
- Kênh bán hàng các bệnh viện, trung tâm y tế: đây là kênh tiêu thụ đặc biệt mà tại những nơi này Nutifood có một đội ngũ tham vấn dinh dưỡng là các y, bác sĩ, dược sĩ luôn tổ chức các buổi nói chuyện với các bệnh nhân và nhân viên y tế về tầm quan trọng của các sản phẩm dinh dưỡng & sản phẩm đặc trị dành cho người bệnh, người già, trẻ em biếng ăn, suy dinh dưỡng, người mẹ mang thai, cho con bú,...

6.8. Nhãn hiệu thương mại, đăng ký phát minh sáng chế và bản quyền

- Thương hiệu: đăng ký Nutifood
- Logo: Chữ Nutifood được thể hiện nhiều dạng khác nhau và đã được bảo hộ theo GCNNHHH số 51174, 67220, 73928, 73929, 73933, 73934, 73935
- Thời gian bảo hộ: 10 năm, cấp ngày 5/12/2003
- Cơ quan cấp: Cục Sở Hữu Trí Tuệ.
- Số văn bằng bảo hộ: 9594 và 9595, 18 592/03
- Cơ quan cấp: Cục sở hữu công nghiệp Lào, Campuchia
- Logo Công ty:

NUTIFOOD

- Ý nghĩa của Logo:
 - Logo Công ty cũng chính là tên giao dịch dựa trên ngành nghề sản xuất kinh doanh của Công ty và qua đó truyền tải thông điệp sản phẩm dinh dưỡng dành cho mọi người, mọi lứa tuổi.
 - Nutifood cũng còn là chữ viết tắt một phần trong tên tiếng Anh của Công ty “Dong Tam Nutrition Food Joint-Stock Company”.
- Các Nhãn hiệu thương mại chính: Do Cục sở hữu công nghiệp cấp văn bằng bảo hộ.
 - **NUTI**

Nuti là nhãn hiệu thương mại chính được thiết kế mới sẽ thể hiện trên tất cả các sản phẩm của Nutifood kể từ quý 2 & quý 3 năm 2007



Nhãn hiệu Nuti: Số văn bằng bảo hộ 40895 cấp ngày 23/10/2000, sử dụng cho nhóm sản phẩm làm từ sữa. Thời gian bảo hộ 10 năm

Nhãn hiệu Nuti (đăng ký tại Lào): số văn bằng bảo hộ 9594 cấp ngày 27/03/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm làm từ sữa. Thời gian bảo hộ 10 năm.

Nhãn hiệu Nuti (đăng ký tại Campuchia): Số văn bằng bảo hộ 18952/03 cấp ngày 27/03/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm làm từ sữa. Thời gian bảo hộ 10 năm

- **NUVI**

Nhãn hiệu Nuvi: Số văn bằng bảo hộ 58915 Cấp ngày 29/09/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa nước làm từ bột có chất dinh dưỡng cao (đặc biệt phát triển chiều cao): Thời hạn bảo hộ 10.

- **NUTI - VITA**

Nhãn hiệu Nuti – Vita: Số văn bằng bảo hộ 48476 cấp ngày 16/04/2002, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dinh dưỡng dành cho trẻ em. Thời gian bảo hộ 10 năm.

- **NUTI - MUM**

Nhãn hiệu Nuti – Mum: Số văn bằng bảo hộ 50174 cấp ngày 30/08/2002, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dinh dưỡng dành cho bà mẹ mang thai. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

- **OBILAC**

Nhãn hiệu Obilac: Số văn bằng bảo hộ 53772 cấp ngày 13/01/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột không béo giàu canxi. Thời gian bảo hộ 10 năm.

- **RISO**

Nhãn hiệu Riso (đăng ký ở VN): Số văn bằng bảo hộ 40427 cấp ngày 23/10/2000, sử dụng cho nhóm sản phẩm bột dinh dưỡng, Thời gian bảo hộ 10 năm

Nhãn hiệu Riso (đăng ký ở VN): Số văn bằng bảo hộ 18591 cấp ngày 27/03/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dinh dưỡng. Thời gian bảo hộ 10 năm.

Nhãn hiệu Riso (đăng ký ở Campuchia): Số văn bằng bảo hộ 18592/03 cấp ngày 27/03/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm từ sữa . Thời hạn bảo hộ 10 năm.

Nhãn hiệu Riso (đăng ký ở Lào): Số văn bằng bảo hộ 9595 cấp ngày 27/03/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm bột dinh dưỡng. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

- **ENPLUS**

Nhãn hiệu Enplus: Số văn bằng bảo hộ 51930 cấp ngày 06/11/2002, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dinh dưỡng cao năng lượng. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

Nhãn hiệu Enplus: Số văn bằng bảo hộ 53545 cấp ngày 20/01/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dinh dưỡng cao năng lượng. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

- **DIABETCARE**

Nhãn hiệu Diabetcare: Số văn bằng bảo hộ 57664 cấp ngày 17/02/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột hỗ trợ người bệnh tiểu đường. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

Nhãn hiệu Diabetcare: Số văn bằng bảo hộ 71913 cấp ngày 16/08/2004, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột hỗ trợ người bệnh tiểu đường. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

- **PEDIAPLUS**

Nhãn hiệu Pediaplus: Số văn bằng bảo hộ 54258 cấp ngày 29/04/2003, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dành cho trẻ biếng ăn. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

Nhãn hiệu Pediaplus: số văn bằng bảo hộ 70815 cấp ngày 16/08/2004, sử dụng cho nhóm sản phẩm sữa bột dành cho trẻ biếng ăn. Thời hạn bảo hộ 10 năm.

6.9. Các hợp đồng lớn đang thực hiện hoặc đã được ký kết

Bảng 9: Danh sách 15 nhà phân phối độc quyền trên tổng số 96 nhà phân phối độc quyền trên cả nước cho các sản phẩm của Công ty Nutifood

Đơn vị: triệu đồng

STT	Ngày ký	Tên khách hàng	Nội dung	Doanh số 6 tháng 2007	Thời hạn
1.	02/01/2007	Cty TNHH Thương mại Dịch vụ Thảo Huy	Phân phối độc quyền	4.809	2 năm
2.	02/01/2007	Cty TNHH Thương mại Hưng Lộc	nt	4.459	2 năm
3.	02/01/2007	DNTN V.A Vân Anh	nt	2.679	2 năm
4.	02/01/2007	Cty TNHH Phương Thành Công	nt	6.299	2 năm
5.	02/01/2007	Minh Phương	nt	3.578	2 năm
6.	02/01/2007	Cty TNHH Thương mại – Dịch vụ Khang Phúc	nt	7.673	2 năm
7	02/01/2007	Lý Hùng	nt	9.949	2 năm
8	02/01/2007	BI & TI	nt	2.820	2 năm
9	02/01/2007	Đào Sỹ Bích	nt	4.194	2 năm
10	02/01/2007	DNTN Mộng Ngọc	nt	8.153	2 năm
11	02/01/2007	DNTN Thương mại Minh Tâm	nt	5.009	2 năm
12	02/01/2007	Công ty TNHH Một Thành Viên Hưng Phú	nt	2.569	2 năm
13	02/01/2007	Cty TNHH Thương mại – Dịch Vụ Hiệp Lợi	nt	2.748	2 năm
14	02/01/2007	Nguyễn Trâm Anh	nt	2.772	2 năm
15	02/01/2007	DNTN Hạ Huyền	nt	3.985	2 năm
Tổng cộng				71.695	

Ghi chú: Do Công ty chỉ bán hàng thông qua các đại lý, nên hợp đồng nêu trên được ký với các đại lý phân phối độc quyền sản phẩm của Nutifood

7. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong các năm gần nhất

7.1. Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động SXKD của Công ty trong hai năm gần nhất

Bảng 10: Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2005 – 06/2007

Đơn vị: triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2005 ⁽¹⁾	Năm 2006 ⁽²⁾	06/2007 ⁽³⁾
1	Tổng giá trị tài sản	191.307	182.512	247.820
	% tăng giảm so với cùng kỳ năm trước	9,74%	(4,60)%	19,95%
2	Doanh thu thuần	441.333	371.090	165.021
	% tăng giảm so với cùng kỳ năm trước	(3,90)%	(15,92)%	(11,54)%
3	Lợi nhuận từ HĐ kinh doanh	18.230	18.961	6.543
	% tăng giảm so với cùng kỳ năm trước	(52,08)%	4,01%	(30,99)%
4	Lợi nhuận khác	2.358	7.108	27
5	Lợi nhuận trước thuế	20.588	26.069	6.569
6	Lợi nhuận sau thuế	14.926	22.691	6.569
	% tăng giảm so với cùng kỳ năm trước	(52,33)%	52,03%	(51,34)%
7	Tỷ lệ cổ tức (%)	20%	15%	-

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

Doanh thu thuần năm 2006 giảm 16% so với năm 2005 nguyên nhân do thị trường năm 2006 có sự cạnh tranh cao với các Công ty nước ngoài và trong nước, đồng thời nhiều doanh nghiệp cùng ngành nghề mới được thành lập dẫn đến thị phần Công ty bị chia sẻ. Vì vậy, Công ty cố gắng tiết giảm chi phí nhằm đảm bảo lợi nhuận đã được đề ra và lợi nhuận sau thuế năm 2006 tăng 52,03% so với năm 2005.

7.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm 2006 & 2007

Đầu năm 2006 Nutifood đã thay đổi hệ thống phân phối, cũng như thay đổi bộ máy nhân sự bán hàng & marketing nhằm phát triển SXKD & đối phó lại sự cạnh tranh từ các đối thủ. Tuy nhiên sự thay đổi này chưa đem lại kết quả như mong muốn và từ cuối năm 2006, đầu năm 2007 Nutifood đã mạnh dạn đầu tư vào chiến lược phát triển nguồn nhân lực, thu hút chất xám, người tài từ các công ty trong nước, tập đoàn đa quốc gia. Bên cạnh đó, Công ty đầu tư mạnh vào chiến lược marketing, phát triển hệ thống các kênh phân phối để quyết tâm đạt chỉ tiêu tăng 40% doanh số và 76% lợi nhuận sau thuế so với năm 2006.

Cuối năm 2006 và những tháng đầu năm 2007 đã có sự biến động mạnh về giá sữa nguyên liệu nên ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm của Công ty. Mặc dù Công ty đã có những dự trữ nhất định về nguyên liệu sữa, nhưng cũng không tránh khỏi áp lực bắt buộc phải tăng giá bán các sản phẩm nhằm đảm bảo lợi nhuận và duy trì hoạt động SXKD của Công ty.

Trên đây là những yếu tố và những thách thức lớn cho Nutifood trên bước đường phát triển và hội nhập trong một nền kinh tế mở đầy cạnh tranh và đầy tiềm năng.

8. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành

8.1. Vị thế của Công ty trong ngành

Nutifood với triết lý kinh doanh mang đậm tính nhân văn hướng về cộng đồng đã và đang phát triển mạnh với sự ủng hộ không ngừng của người tiêu dùng. Với tầm nhìn và mục tiêu đó, Nutifood đã và đang nghiên cứu phát triển những sản phẩm phù hợp với xu hướng dinh dưỡng của tương lai (tại Việt Nam và trên thế giới) như sản phẩm dinh dưỡng giữ dáng người, sản phẩm cho những độ tuổi riêng biệt, sản phẩm dành cho người tiêu dùng có nhu cầu dinh dưỡng đặc biệt,... Nutifood là một trong số rất ít Công ty có danh mục sản phẩm rộng rãi đáp ứng được nhu cầu đa dạng và phong phú của người tiêu dùng.

Hàng tháng, dựa vào số liệu nghiên cứu thị trường của ACNielsen, một công ty hàng đầu trên thế giới về nghiên cứu thị trường đang hoạt động tại Việt Nam. Nutifood biết mình đang đứng ở đâu trên thị trường sữa đầy tiềm năng và cũng không kém phần cạnh tranh và để từ đó Nutifood đề ra những mục tiêu phấn đấu thông qua những hoạt động nhằm quảng bá thương hiệu, thực hiện các chương trình marketing để giữ vững và phát triển thị phần, gia tăng doanh số, tạo lợi thế cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành.

Theo kết quả nghiên cứu thị trường của Công ty ACNielsen tháng 4/2007, Nutifood là 1 trong 5 công ty (top 5) dẫn đầu trên thị trường sữa dinh dưỡng tại Việt Nam (Vinamilk, Dutch Lady, Abbott, Mead Jonson & Nutifood). Trong đó, Nutifood đứng thứ 2 thị phần sữa bột nguyên kem chỉ sau Dutch Lady; thứ 2 về sữa đặc trị chỉ sau Abbott; thứ 5 về sữa dành cho người lớn sau Abbott, Fonterra, Mead Johnson, & Vinamilk; thứ 6 về sữa dành cho trẻ em đang phát triển (growing up) sau Dutch Lady, Abbott, Mead Johnson, Nestle & Vinamilk. Đây cũng là một nỗ lực rất lớn đối với một công ty ra đời cách đây bảy năm (năm 2000).

8.2. Triển vọng phát triển của ngành

Cũng theo nghiên cứu của Công ty ACNielsen, tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm của ngành sữa tại Việt Nam là từ 12% - 15%. Do đó, Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng với nền kinh tế phát triển ổn định ở mức bình quân hàng năm trên 8%, mức sinh ổn định và mức tiêu thụ sữa trên đầu người còn thấp (so với các nước trong khu vực). Thị trường sữa Việt Nam ước tính có độ lớn 800 triệu USD trong năm 2007 và sẽ vượt mức 1 tỷ USD vào năm 2009. Người tiêu dùng Việt Nam rất quan tâm và sẵn sàng chi tiêu cho các sản phẩm liên quan đến sức khỏe, dinh dưỡng là yếu tố quan trọng khiến thị trường sữa dinh dưỡng tại Việt Nam càng thêm hấp dẫn. Đó là lý do mà Nutifood với chủng loại sản phẩm đa dạng đặt mục tiêu phát triển bình quân 30% năm.

Trên cơ sở đó, Nutifood đã đầu tư trên 130 tỷ đồng để xây dựng nhà máy tại khu Công nghiệp Mỹ Phước 1, Huyện Bến Cát, tỉnh Bình Dương và đã đi vào hoạt động từ quý 4 năm 2005. Dự kiến trong năm 2008, Nutifood sẽ tiếp tục đầu tư khoản 70 tỷ đồng để xây thêm một nhà máy sữa cũng tại khu công nghiệp Mỹ Phước 1 nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng tăng và đa dạng.

8.3. Đánh giá sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung trên thế giới

Trong chiến lược phát triển phát triển xã hội của một quốc gia, nâng cao mức sản xuất sữa và tiêu dùng sữa là một trong những thước đo đánh giá trình độ phát triển của nước đó. Chính vì lẽ đó mà nhà nước Việt Nam đã vạch ra mục tiêu nâng mức tiêu dùng sữa bình quân hiện nay từ 10 lít/người/năm lên 20 lít/người/năm vào năm 2010. Do đó, Công ty Nutifood trong chiến lược phát triển của mình cũng không nằm ngoài chiến lược phát triển chung của ngành sữa là sẵn sàng đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của xã hội thông qua việc đầu tư xây dựng nhà máy sữa nước và sữa bột tại khu Công nghiệp Mỹ Phước, tỉnh Bình Dương.

9. Chính sách đối với người lao động

Nhằm khuyến khích người lao động và các bộ phận hoạt động hiệu quả hơn, nâng cao năng suất lao động, hàng tháng Công ty xét thưởng cho các bộ phận có tính năng động trong kinh doanh, kết quả hoàn thành vượt mức kế hoạch đề ra, và xét thưởng cho các cá nhân xuất sắc. Công ty có thể thưởng bằng tiền với mức thưởng tương đương với 8% - 20% tháng lương hoặc thăng chức cho các cá nhân. Tiền thưởng cuối năm căn cứ vào kết quả hoạt động kinh doanh của năm đó.

Công ty thường xuyên tiến hành các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao tay nghề cho người lao động. Chi phí đào tạo trung bình vào khoảng 200 – 300 triệu đồng/năm. Hình thức đào tạo nhân viên chủ yếu hiện nay là tổ chức các lớp đào tạo tại trung tâm Huấn luyện & Đào tạo của Công ty hoặc/và mời giảng viên về giảng dạy hoặc cử cán bộ công nhân viên tham gia các khóa học do các trung tâm đào tạo tổ chức.

Ngoài các chính sách nói trên, các chính sách khác được áp dụng theo đúng Luật lao động như:

- Được ký kết hợp đồng lao động.
- Được trả lương theo đúng nội dung hợp đồng lao động và theo Luật Lao động của Việt Nam quy định.
- Được tạo điều kiện thuận lợi trong lao động và học tập.
- Được bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế trong quá trình làm việc.
- Được quyền khiếu nại và tranh chấp trên hợp đồng lao động.
- Được quyền ưu tiên mua cổ phần khi Công ty chào bán thêm cổ phiếu (nếu có).

- Bên cạnh đó, Công ty còn khen thưởng, tổ chức các buổi tham quan cho công nhân viên trong Công ty.

Bảng 11: Cơ cấu lao động theo trình độ và tính chất công việc

Phân loại	Số người	Tỷ trọng (%)
Theo trình độ		
Trên đại học	1	0,2
Đại học	146	27,4
Cao đẳng	40	7,5
Trung cấp, CNKT lành nghề	67	12,6
Lao động phổ thông	279	52,3
Tổng cộng	533	100
Theo tính chất công việc		
Lao động trực tiếp	453	84,9
Lao động gián tiếp	80	15,1
Tổng cộng	533	100

10. Chính sách cổ tức

- Công ty sẽ chi trả cổ tức cho các cổ đông khi kinh doanh có lãi và đã hoàn thành các nghĩa vụ đối với Nhà nước theo qui định của pháp luật.
- Cổ đông sẽ được chia cổ tức tương ứng với phần vốn góp và tùy theo đặc điểm tình hình kinh doanh theo quyết định của ĐHCĐ.
- Tỷ lệ cổ tức sẽ được ĐHCĐ quyết định dựa trên cơ sở đề xuất của HĐQT với căn cứ là kết quả hoạt động kinh doanh của năm hoạt động và phương án hoạt động kinh doanh của các năm tới.
- Tỷ lệ cổ tức cho các năm sắp tới dự kiến duy trì trong khoảng 15% đến 25%/năm.

Bảng 12: Tỷ lệ cổ tức 2007 – 2009 (dự kiến)

Chỉ tiêu	2007	2008	2009
Cổ tức trên mệnh giá (%)	15	20	20

11. Tình hình hoạt động tài chính

11.1 Các chỉ tiêu cơ bản

(a) Trích khấu hao TSCĐ

Công ty tiến hành trích khấu hao TSCĐ theo phương pháp đường thẳng, tỷ lệ khấu hao hàng năm được áp dụng phù hợp với Quyết định 206/2003/QĐ-BTC do Bộ Tài Chính ban hành ngày 12/12/2003. Thời gian cụ thể như sau:

	Năm 2005	Năm 2006
Nhà cửa vật kiến trúc:	05 – 06	05 – 25
Máy móc thiết bị:	05 – 07	05 – 12
Phương tiện vận tải:	06 – 06	06 – 06
Thiết bị văn phòng:	03 – 03	03 – 05

(b) Thu nhập bình quân

Mức lương bình quân 3.500.000 đồng/người/tháng. Đây là mức lương bình quân tương đối khá so với các đơn vị cùng ngành.

(c) Thanh toán các khoản nợ đến hạn

Thanh toán đúng hạn và đầy đủ các khoản nợ

Nộp đầy đủ các khoản thuế và ngân sách nhà nước theo đúng luật định

(d) Trích lập các quỹ theo luật định

Hàng năm căn cứ vào báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh đã được kiểm toán, HĐQT đề xuất tỷ lệ mức trích lập các quỹ đầu tư phát triển, quỹ dự phòng tài chính, quỹ phúc lợi khen thưởng trước Đại hội cổ đông thường niên theo đúng luật định và điều lệ Công ty.

(e) Tổng dư nợ vay

- Tổng dư nợ vay ngày 30/06/2007: 83.272.557.483 đồng
- Tình hình công nợ ngày 30/06/2007:
 - Tổng nợ phải thu: 38.086.354.823 đồng
 - Tổng nợ phải trả: 109.739.485.805 đồng (trong đó nợ vay dài hạn: 47.972.557.483 đồng)

(f) Tình hình công nợ đến 30/06/2007

Bảng 13: Các khoản phải thu năm 2005 – 06/2007

Đơn vị: triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2005 ⁽¹⁾		Năm 2006 ⁽²⁾		06/2007 ⁽³⁾	
		Số tiền	Quá hạn	Số tiền	Quá hạn	Số tiền	Quá hạn
1	Phải thu khách hàng	16.110	0	17.730	0	13.705	0
2	Trả trước cho người bán	5.253	3.354	3.967	3.354	22.829	3.354
3	Phải thu nội bộ	0	0	0	0	0	0
4	Các khoản phải thu khác	0,2	0	39	0	1.552	0
5	Dự phòng các khoản phải thu khó đòi	0	0	0	0	0	0
Tổng cộng		21.363	3.354	21.736	3.354	38.086	3.354

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

Ghi chú: Trong tổng số công nợ trả trước cho người bán có khoản tiền 3.354.000.000 đồng ứng cho Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ T&D theo hợp đồng góp vốn đầu tư số: 004-2002/HĐĐT ngày 20/4/2002. Hiện nay, do Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ T&D không thực hiện nghĩa vụ theo hợp đồng trên, Công ty CP Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm đã khởi kiện, được Tòa án Nhân dân TPHCM tuyên theo bản án sơ thẩm số 287/XX-KTST ngày 02/12/2004 cùng bản án phúc thẩm số 27/KTPT của Tòa án nhân dân tối cao ngày 07/4/2005 tuyên án Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ T&D phải thanh toán cả gốc lẫn lãi cho Công ty CP Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm và đang trong quá trình yêu cầu thi hành án.

(Xem chi tiết tại Phụ lục VIII đính kèm)

Bảng 14: Các khoản phải trả năm 2005 –06/2007

Đơn vị: triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2005 ⁽¹⁾		Năm 2006 ⁽²⁾		06/2007 ⁽³⁾	
		Số tiền	Quá hạn	Số tiền	Quá hạn	Số tiền	Quá hạn
I	Nợ ngắn hạn						
1	Vay ngắn hạn	0	0	0	0	35.300	0
2	Phải trả cho người bán	27.757	0	24.313	0	19.486	0
3	Người mua trả tiền trước	2.823	0	2.168	0	2.333	0
4	Thuế và các khoản phải nộp cho NN	5.359	0	2.469	0	794	0
5	Phải trả công nhân viên	4.575	0	1.814	0	2.117	0
6	Phải trả phải nộp khác	195	0	111	0	747	0
7	Chi phí phải trả	423	0	169	0	41	0
II	Nợ dài hạn						
1	Vay dài hạn	62.665	0	52.453	0	47.973	0
2	Phải trả dài hạn khác	3.875	0	1.652	0	948	0
Tổng cộng		107.672	0	85.149	0	109.739	0

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

11.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 15: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu năm 2005 – 06/2007

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2005 ⁽¹⁾	2006 ⁽²⁾	06/2007 ⁽³⁾
1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán				
+ Hệ số thanh toán ngắn hạn: TSLĐ/Nợ ngắn hạn	Lần	1,46	2,00	2,18
+ Hệ số thanh toán nhanh: (TSLĐ - Hàng tồn kho)/Nợ ngắn hạn	Lần	0,72	1,05	0,86
2, Chỉ tiêu về cơ cấu vốn				
+ Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	56,28	46,12	44,28
+ Hệ số Nợ /Vốn chủ sở hữu	%	128,74	87,46	79,48
3, Chỉ tiêu về năng lực hoạt động				
+ Vòng quay hàng tồn kho: Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	Vòng	8,67	8,86	-
+ Doanh thu thuần/Tổng tài sản	Vòng	2,31	2,03	0,67
4, Chỉ tiêu về khả năng sinh lời				
+ Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	3,38	6,11	3,98
+ Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	%	7,80	12,56	2,65
+ Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Nguồn vốn chủ sở hữu	%	17,85	23,31	4,76
+ Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	%	4,13	5,11	3,96

(1): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2005 đã được kiểm toán

(2): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất năm 2006 đã được kiểm toán

(3): Theo Báo cáo tài chính hợp nhất 06 tháng năm 2007

12. Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc, Ban Kiểm soát và Kế toán trưởng**Thành viên Hội đồng Quản trị**

1. Họ và tên: **Trần Thị Lệ**, Chủ tịch HĐQT

Giới tính: Nữ

Ngày tháng năm sinh: 11/08/1973

Số CMND: 211403378 cấp ngày 03/10/2000 tại CA.Bình Định

Nơi sinh: Bình Định

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Bình Định

Địa chỉ thường trú: 255/51 Nơ Trang Long, P.13, Q.Bình Thạnh, Tp.HCM

Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: (08) 8 117 759

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Bác sĩ

Quá trình công tác:

- Từ 1998 - 1999: Bác sĩ dinh dưỡng cộng đồng, Trung tâm dinh dưỡng Tp.HCM
- Từ 1999 - 2000: Trợ lý Giám đốc điều hành của Cơ sở thực phẩm Đồng Tâm
- Từ 2000 - 2002: Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood)
- Từ 2002 - 2003: Tổng Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood)
- Từ 2003 - 2006: Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood)
- Từ 2/2007 đến nay: Chủ tịch HĐQT Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood).

Chức vụ công tác hiện nay: Chủ tịch HĐQT Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood); Phó Chủ tịch Hội Doanh nghiệp Quận Tân Bình.

Số cổ phần nắm giữ: 928.255 cổ phần, chiếm 7,75% vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan:

- Chồng: Trần Thanh Hải

Số cổ phần nắm giữ: 580.000 cổ phần, chiếm 4,83 % vốn điều lệ

2. Họ và tên: **Trần Thị Ngọc Lan**, Phó chủ tịch HĐQT

Giới tính: Nữ

Ngày tháng năm sinh: 24/04/1940

Số CMND: 020094811 cấp ngày 02/10/2003 tại CA Tp.Hồ Chí Minh

Nơi sinh: Sài Gòn

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Biên Hòa – Đồng Nai

Địa chỉ thường trú: 242/109/19 Nguyễn Thiện Thuật, P.3, Quận 3, Tp.HCM

Số điện thoại cơ quan: (08) 8 117 759

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Dược sĩ – Chuyên khoa 1 dược

Quá trình công tác:

- 1975 - 1976: công tác X2 tại Quận 1, Tp.HCM,
- 1976 - 1989: phụ trách nghiên cứu và chế biến dược liệu – Trạm nghiên cứu dược liệu, Sở Y tế Tp.HCM
- 1989 - 1997: Bí thư chi bộ, Phó Giám đốc Trung tâm Dinh dưỡng trẻ em – Sở Y tế Tp.HCM.
- 1997 - 2000: Chủ nhiệm Cơ sở thực phẩm Đồng Tâm
- 2000 - 2003: Bí thư chi bộ, Chủ tịch công đoàn Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm.
- 2003 đến nay: Bí thư chi bộ, Phó chủ tịch HĐQT Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm.

Chức vụ công tác hiện nay: Bí thư chi bộ, Phó Chủ tịch HĐQT Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm

Số cổ phần nắm giữ: 100.000 cổ phần, chiếm 0,84 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan: không

3. Họ và tên: Lê Trung Thành, thành viên HĐQT, Tổng Giám đốc

Giới tính: Nam

Ngày tháng năm sinh: 03/01/1971

Số CMND: 022799537 cấp ngày 07/05/1992 tại CA Tp.HCM

Nơi sinh: Hải Phòng

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Quảng Ngãi

Địa chỉ thường trú: 39C9 Hoa Lan, P.2, Quận Phú Nhuận, Tp.HCM

Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: (08) 8 117 759

Trình độ văn hóa: Thạc sĩ

Trình độ chuyên môn: Kinh tế

Quá trình công tác:

- 09/1994 - 03/1996: Nhân viên Công ty Caltex Vietnam
- 03/1996 - 02/2004: Giám đốc tiếp thị ngành hàng Công ty Unilever Vietnam
- 03/2004 - 02/2007: Phó Tổng giám đốc Công ty PepsiCo Vietnam

Chức vụ công tác hiện nay: Thành viên HĐQT, Tổng giám đốc Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm (Nutifood)

Số cổ phần nắm giữ: 241.200 cổ phần, chiếm 2,01 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Số cổ phần của những người có liên quan: không

4. Họ và tên: Phạm Thị Sum, thành viên HĐQT

Giới tính: Nữ

Ngày tháng năm sinh: 02/02/1944

Số CMND: 022052590 cấp ngày 05/01/1984 tại CA.Tp.HCM

Nơi sinh: Quảng Ngãi

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Quảng Ngãi

Địa chỉ thường trú: 20/22 Nguyễn Trường Tộ, Phường 12, Quận 4, Tp.Hồ Chí Minh

Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: 0913 808 377

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: KS Cơ Khí Chế Tạo Máy, Cử Nhân Báo Chí

Quá trình công tác:

- 1971 - 1975: Công tác tại NM Vật Liệu Bưu Điện Yên Viên - Tổng Cục Bưu Điện Việt Nam
- 1976 – 1985: Công tác tại Liên Hiệp Mía Đường II, Bộ Nông Nghiệp&PTNT (chức vụ cao nhất: Phó Tổng Giám Đốc)
- 1985 - 03/2007: Công tác tại Công ty CP Đường Biên Hoà - Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
- 05/2006 đến nay: Thành viên HĐQT NutiFood

Chức vụ công tác hiện nay: Thành viên HĐQT NutiFood

Số cổ phần nắm giữ: 18.255 cổ phần, chiếm 0,15 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan: không

5. Họ và tên: **Nguyễn Thị Lan Hương**, thành viên HĐQT

Giới tính: Nữ

Ngày tháng năm sinh: 15/08/1965

Số CMND: 011549890 cấp ngày 10/01/1991 tại CA Hà Nội

Nơi sinh: Hà Nội

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Bình An, Tây Sơn, Bình Định

Địa chỉ thường trú: 106/8B Phan Văn Trị, P.12, Q.Bình Thạnh

Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: (08) 2 970 127

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Quản trị kinh doanh

Quá trình công tác:

- 1993 - 2004: Cán bộ kỹ thuật; Phó, trưởng phòng kinh doanh xuất nhập khẩu hàng may mặc Công ty Dệt Việt Thắng (Linh Trung, Thủ Đức)
- 2004 - 6/2006: Thành viên HĐQT Công ty CP thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood), Giám đốc hậu cần, Phó TGD Công ty.
- 6/2006 đến nay: Thành viên HĐQT, Giám đốc Công ty cổ phần thực phẩm dinh dưỡng (Lô E 3 – E4 Khu công nghiệp Mỹ Phước, Bến Cát, Bình Dương)

Chức vụ công tác hiện nay: Thành viên Hội đồng quản trị, Giám đốc Công ty cổ phần thực phẩm dinh dưỡng (Lô E3 – E4 Khu công nghiệp Mỹ Phước, Bến Cát, Bình Dương)

Số cổ phần nắm giữ: 110.725 cổ phần, chiếm 0,92 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan:

- Chị: Nguyễn Thị Kim Hưng
Số cổ phần nắm giữ: 37.115 cổ phần, chiếm 0,31 % vốn điều lệ
- Anh: Nguyễn Thăng Long:
Số cổ phần nắm giữ: 257.025 cổ phần, chiếm 2,14 % vốn điều lệ

6. Họ và tên: **Phạm Thị Ngọc Tịnh**, thành viên HĐQT

Giới tính: Nữ

Ngày tháng năm sinh: 26/02/1958

Số CMND: 020348736 cấp ngày 06/09/1999 tại CA Tp.HCM

Nơi sinh: Khánh Hoà

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Thừa Thiên Huế

Địa chỉ thường trú: 416D Nguyễn Thị Minh Khai, P.5, Quận 3, TP.HCM

Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: (08) 9 321 266

Trình độ văn hóa: 12/12

Trình độ chuyên môn: Kế Toán Tài Chính

Quá trình công tác:

- 1980 - 1984: Kế toán HTX Tiểu thủ công nghiệp

- 1984 - 1990: Kế toán Công ty nước giải khát TRIBECO
- 1996 - 1999: Phó Giám đốc Công ty TNHH thương mại dịch vụ T&M
- 2000 đến nay: Chủ Doanh nghiệp thời trang Senti

Chức vụ công tác hiện nay: Chủ Doanh nghiệp thời trang Senti, thành viên HĐQT Nutifood.

Số cổ phần nắm giữ: 241.200 cổ phần, chiếm 2,01 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan: không

Ban Kiểm soát

1. Họ và tên: **Huỳnh Phương Thượng Vũ**, Trưởng ban kiểm soát

Giới tính: Nam

Ngày tháng năm sinh: 22/8/1971

Số CMND: 022110789 cấp ngày 21/03/2000 tại CA Tp.HCM

Nơi sinh: Sài Gòn

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Long Xuyên, An Giang

Địa chỉ thường trú: 15/3 X Huỳnh Tấn Phát, P.Phú Thuận, Quận 7, Tp.HCM

Số điện thoại liên lạc: (08) 7 731 844

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Bác sĩ

Quá trình công tác:

- 1999 - 2000: Bác sĩ Phòng Kế hoạch tổng hợp - Trung tâm y tế Quận 10
- 2000 - 2003: Trình dược viên và phụ trách tham vấn dinh dưỡng - Công ty Rhône Poulenc Rorer, Pierre Fabre và Nestlé
- 2003 - 2006: Phụ trách truyền thông đại chúng - Trung tâm dinh dưỡng TPHCM

Chức vụ công tác hiện nay: Trưởng Ban kiểm soát Nutifood, Giám đốc Công ty Cổ phần truyền thông MENU Communications, Phó Giám đốc Quỹ hỗ trợ dinh dưỡng bệnh nhân nghèo, Ủy viên Ban chấp hành Hội dinh dưỡng Tp.HCM

Số cổ phần nắm giữ: 5.000 cổ phần, chiếm 0,04 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không
Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không
Các khoản nợ đối với Công ty: Không
Số cổ phần của những người có liên quan: không

2. Họ và tên: **Nguyễn Thị Thanh Nga**, thành viên ban kiểm soát

Giới tính: Nữ

Ngày tháng năm sinh: 19/10/1979

Số CMND: 024031805 cấp ngày 30/10/2002 tại CA Hồ Chí Minh

Nơi sinh: Hà Tây

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Sơn Tây – Hà Tây

Địa chỉ thường trú: 340 Phạm Văn Bạch, P15, Quận Tân Bình, TP, HCM

Số điện thoại cơ quan: (08) 8 117 743

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Cử nhân Kinh tế, Cử nhân Anh văn

Quá trình công tác:

- 12/2001 - 02/2003: Kế toán CN Công ty Chế tạo Máy điện Việt Nam – Hungari
- 02/2003 - 04/2007: Kế toán quản trị Công ty CP Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm

Chức vụ công tác hiện nay: Thành viên Ban kiểm soát

Số cổ phần nắm giữ: 10.340 cổ phần, chiếm 0,09 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan:

- Mẹ: Vũ Thị Dung

Số cổ phần nắm giữ: 3.440 cổ phần, chiếm 0,03 % vốn điều lệ

3. Họ và tên: **Đặng Minh Lượm**, thành viên Ban kiểm soát

Giới tính: Nam

Ngày tháng năm sinh: 23/03/1975

Nơi sinh: Mỹ Tho, Tiền Giang

Số CMND: 311411174 cấp ngày 02/03/2005 tại CA.Tiền Giang

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Hoa

Quê quán: Quảng Đông, Trung Quốc

Địa chỉ thường trú: 43F An Bình, P.6, Quận 5, Tp.HCM

Số điện thoại liên lạc ở cơ quan: (08) 8 117 759

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Cử nhân Quản Trị Kinh Doanh

Quá trình công tác:

- 1998 - 07/1999: Nhân viên XNK Công ty Mỹ Nghệ Hắc Long
- 07/1999 - 05/2004: Trưởng phòng HC-NS, Giám đốc bán hàng toàn quốc, Trưởng phòng Marketing, nhân viên Công ty CP Rượu Quốc Tế (ISC)
- 05/2004 - 12/2004: Trưởng phòng HC-NS Công ty Everich
- 12/2004 đến nay: Trưởng phòng HC-NS Công ty Nutifood

Chức vụ công tác hiện nay: Thành viên Ban Kiểm Soát, Trưởng phòng HC-NS Công ty Nutifood.

Số cổ phần nắm giữ: 0 cổ phần

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan: Không

Thành viên Ban Giám đốc

1. Họ và tên: **Lê Trung Thành**, chức vụ hiện tại: Tổng giám đốc
(Lý lịch chi tiết được nêu ở mục sơ yếu lý lịch thành viên HĐQT)
2. Họ và tên: **Phan Công Thành**, chức vụ hiện tại: Kế toán trưởng, giám đốc tài chính

Giới tính: Nam

Ngày tháng năm sinh: 07/08/1964

Số CMND: 020802722 cấp ngày 07/09/2005 tại CA Tp.HCM

Nơi sinh: Quảng Nam

Quốc tịch: Việt Nam

Dân tộc: Kinh

Quê quán: Quảng Nam

Địa chỉ thường trú: 7A Núi Thành, Phường 13, Quận Tân Bình, Tp.HCM

Số điện thoại cơ quan: (08) 8 117 743

Trình độ văn hóa: Đại học

Trình độ chuyên môn: Cử nhân kinh tế chuyên ngành tài chính kế toán

Quá trình công tác:

- 1983 - 1987: Đi NVQS Lữ đoàn 874
- 1990 - 1994: Sinh viên Đại học Tài chính Kế toán Tp.HCM
- 1994 - 1995: Nhân viên kế toán Công ty Nước Giải Khát Quốc Tế (IBC)
- 1995 - 1998: Nhân viên kế toán; Kế toán trưởng Vietnam Investment Review
- 1999 - 2000: Kế toán trưởng Công ty Focal
- 2000 - 2002: Trưởng phòng kế toán Công ty Pepsi VN - Hội sở chính
- 2003 - 2004: Giám đốc Tài chính Công ty Otsuka OPV
- 2004 đến nay: Kế toán trưởng, Giám đốc Tài chính Công ty Nutifood

Chức vụ công tác hiện nay: Kế toán trưởng, Giám đốc Tài chính Công ty Nutifood

Số cổ phần nắm giữ: 53.930 cổ phần, chiếm 0,45 % vốn điều lệ

Hành vi vi phạm pháp luật: Không

Quyền lợi mâu thuẫn với lợi ích Công ty: không

Các khoản nợ đối với Công ty: Không

Số cổ phần của những người có liên quan: không

13. Tài sản

Các tài sản chính của Công ty tính đến thời điểm 31/12/2006 trên bảng Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán & báo cáo hợp nhất tính thời điểm 30/06/2007 như sau:

Bảng 16: Danh mục tài sản cố định chính

Đơn vị: triệu đồng

Tài sản	31/12/2006		30/06/2007	
	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
Tài sản cố định hữu hình	92.104	77.111	95.905	76.176
Nhà xưởng	37.211	33.437	37.151	32.237
Máy móc thiết bị	48.413	40.953	52.481	41.655
Phương tiện vận tải truyền dẫn	4.155	2.244	4.118	1.863
Thiết bị dụng cụ quản lý	2.325	478	2.155	421
Tài sản cố định thuê tài chính	21.212	18.434	21.212	17.550
Máy móc thiết bị	21.212	18.434	21.212	17.550
Tài sản cố định vô hình	16.379	15.012	16.379	14.698
Quyền sử dụng đất	14.423	13.171	14.423	12.882
Nhãn hiệu hàng hóa	1.620	1.620	1.620	1.620
Phần mềm máy tính	249	221	249	195
Tài sản cố định vô hình khác	87	0	87	0

14. Các hợp đồng thuê tài chính đang thực hiện tại thời điểm 30/06/2007

Bảng 17: Danh sách Hợp đồng thuê tài chính thời điểm 30/06/2007

STT	Số HĐ/Bên cho vay	Ngày xác định vay	Số tiền thực vay	Mục đích vay	Lãi suất vay/năm
1	HĐ: 93043 Tetra Laval Credit AB	27/01/2004	1,327,000US\$	Nhập máy móc thiết bị sản xuất sữa nước	0%

Ghi chú: thời hạn thuê là 60 tháng, Số dư còn phải trả thuê tài chính ngày 30/06/2007: 7.973.494.983 đồng (tương đương 495,248 USD)

15. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức 2007-2008

Bảng 18: Dự kiến các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh 2007 – 2008

Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008	
	Giá trị (triệu đồng)	% tăng giảm so với năm 2006	Giá trị (triệu đồng)	% tăng giảm so với năm 2007
Doanh thu thuần từ các hoạt động kinh doanh	514.900	38,8%	743.500	44,4%
Lợi nhuận sau thuế	40.098	76,7%	69.406	73,1%
Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	7,8%	1,7%	9,3%	1,5%
Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/Nguồn vốn chủ sở hữu	33,2%	9,9%	46,3%	13,1%
Cổ tức/cổ phiếu (%)	15%	-	20%	-

Chiến lược để đạt mục tiêu đề ra:

Trên cơ sở phát huy những thành tựu đã đạt được trong những năm qua:

- Xây dựng triết lý kinh doanh đầy tính nhân văn hướng đến cộng đồng
- Công ty mới thành lập (năm 2000), nhưng đã lọt vào Top 5 trên thị trường
- Nhiều năm liền được người tiêu dùng bình chọn là Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao từ năm 2002 đến năm 2006
- Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt năm 2003 & 2006
- Top 100 thương hiệu mạnh năm 2006
- Xây dựng thương hiệu mạnh với các hoạt động marketing rộng rãi
- Chủng loại sản phẩm đa dạng và phong phú nhất so với đối thủ
- Đầu tư mạnh vào R&D và phát triển sản phẩm
- Nhà máy và thiết bị sản xuất hiện đại đạt tiêu chuẩn quốc tế
- Mạng lưới phân phối rộng khắp toàn quốc
- Đội ngũ nhân lực hùng hậu và cam kết cao
- Phát triển tài chính lành mạnh và bền vững, Tỷ suất lợi nhuận tốt
- Trong tư thế chuẩn bị tốt nhất để đón đầu cơ hội trong tương lai

Nutifood đã hoạch định chiến lược phát triển để đạt mục tiêu đề ra:

Xây Dựng Thương Hiệu Mạnh

- Tái tung và sắp xếp lại cơ cấu thương hiệu
- Tập trung vào sữa bột để nâng cao thị phần và sản lượng
- Hỗ trợ mạnh các sản phẩm đặc trị góp phần nâng cao lợi nhuận
- Củng cố sữa nước và tăng trưởng dần qui mô, Xây dựng thương hiệu liên thông với sữa bột
- Đánh giá cơ hội các phân khúc tiềm năng khác, Nâng cao tỉ trọng ngành hàng có lợi nhuận cao

Củng Cố Hệ Thống Phân Phối

- Xây dựng hệ thống phân phối sâu và rộng cho cả sữa bột và sữa nước, Đẩy mạnh các tỉnh phía Bắc
- Xây dựng và đón đầu các kênh bán hàng hiện đại
- Củng cố kênh y tế/trường học để phân phối các sản phẩm đặc trị
- Tăng cường hệ thống kiểm soát và đo lường KPIs để nâng cao thực thi tại điểm bán

Tiết kiệm Chi Phí & Nâng Cao Hệ Suất

- Rà soát toàn bộ chi phí sản xuất và đề ra chỉ tiêu tiết kiệm cho từng ngành hàng
- Tăng cường khâu dự báo, quản lý tồn kho, chủ động nguyên vật liệu để nâng cao hiệu suất vốn lưu động
- Có phương án tối ưu cho dây chuyền sản xuất sữa nước để mang lại hiệu quả tốt nhất
- Phát huy các sáng kiến cải tiến trong sản phẩm để hạ giá thành

Kiến toàn Bộ Máy Tổ Chức

- Củng cố và kiện toàn lại bộ máy, Bảo đảm tính xuyên suốt và khoa học của hệ thống
- Xây dựng chế độ phân quyền kiểm soát, Xây dựng qui trình kiểm soát nội bộ
- Xây dựng chế độ cấp bậc công việc, lương và thưởng để bảo đảm quyền lợi và có tính cạnh tranh
- Lên các chương trình củng cố và giữ vững nguồn nhân lực
- Xây dựng môi trường làm việc lành mạnh và vui tươi

Phát triển sản phẩm mới

- Đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D)

Dòng sản phẩm mới đang được nghiên cứu trong năm 2007 & 2008 nhắm đến các đối tượng như trẻ sơ sinh, người có nhu cầu giảm cân, người có nhu cầu bổ sung các vi chất chức năng và người bệnh thận:

- Sữa dành cho trẻ sơ sinh: đây là mục tiêu mà Công ty đã đặt ra nhằm tạo sự liên kết giữa các dòng sản phẩm dành cho các nhóm tuổi từ lúc sơ sinh cho đến khi trưởng thành
- Sữa dành cho người có nhu cầu giảm cân, sữa dành cho người có nhu cầu bổ sung các vi chất chức năng và người bệnh thận: là những sản phẩm đa dạng hóa nhóm sản phẩm đặc trị nhằm đem lại nhiều tiện lợi cho người tiêu dùng,

16. Đánh giá của tổ chức tư vấn về kế hoạch lợi nhuận và cổ tức

- Kế hoạch doanh thu và lợi nhuận của Nutifood năm 2007 dự kiến tăng khá cao với mức tăng trưởng năm 2006, cụ thể năm 2007 doanh thu tăng trưởng 38,8% và lợi nhuận sau thuế tăng 76,7 % so với năm 2006. Dựa trên kết quả kinh doanh Quý 2/2007 và giá trị, số lượng các hợp đồng mà Công ty đã ký kết hàng năm hoặc dự kiến ký kết, cùng với kế hoạch tăng vốn (từ 40,2 tỷ đồng năm 2006 lên 150 tỷ đồng năm 2007) và mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh và đầu tư mới thì kế hoạch kinh doanh nêu trên có tính khả thi.
- Với tỷ lệ cổ tức là 15%/mệnh giá, năm 2006 Nutifood đã sử dụng 26,57% lợi nhuận dùng để trả cổ tức. Dự kiến trong các năm tới Công ty vẫn giữ mức cổ tức 15-20% với vốn điều lệ là 150 tỷ đồng, trung bình trên 50% lợi nhuận theo kế hoạch được sử dụng để trả cổ tức. Như vậy phần lợi nhuận còn lại đủ cho Công ty trích lập các quỹ theo quy định và bổ sung nguồn vốn kinh doanh đáp ứng nhu cầu phát triển trong tương lai.
- Những nhận xét trên chỉ nhằm mục đích tham khảo, không hàm ý đảm bảo giá trị chứng khoán.

17. Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của tổ chức phát hành

Không có.

18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới Công ty có thể ảnh hưởng đến giá cả chứng khoán chào bán

Không có.

V. CỔ PHIẾU CHÀO BÁN

1. Loại chứng khoán

Cổ phiếu phổ thông

2. Mệnh giá

10.000 đồng/cổ phần

3. Tổng số cổ phiếu dự kiến chào bán:

2.998.780 cổ phần (Hai triệu, chín trăm chín mươi tám ngàn, bảy trăm tám mươi cổ phần). Trong đó:

- ❖ Đối tượng 1: Chào bán cổ phiếu cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty: 1.365.000.000 đồng (tính theo mệnh giá)
Số lượng cổ phiếu đăng ký chào bán: 136.500 cổ phần
- ❖ Đối tượng 2: Chào bán cổ phiếu ra công chúng thông qua hình thức đấu giá: 6.572.800.000 tỷ đồng (tính theo mệnh giá)
Số lượng cổ phiếu đăng ký chào bán: 657.280 cổ phần
- ❖ Đối tượng 3: Chào bán cổ phiếu theo hình thức phát hành riêng lẻ cho nhà đầu tư lớn: 22.050.000.000 tỷ đồng (tính theo mệnh giá)
Số lượng cổ phiếu đăng ký chào bán: 2.205.000 cổ phần

4. Giá chào bán dự kiến

- ❖ Đối tượng 1: Chào bán cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty tối thiểu bằng 60% giá đấu giá bình quân của đợt đấu giá ra công chúng
- ❖ Đối tượng 2: Giá khởi điểm đấu giá ra công chúng là: tối thiểu bằng giá trị sổ sách một cổ phiếu tại ngày 30/06/2007: 11.458 đồng/cổ phần
- ❖ Đối tượng 3: Chào bán cổ phiếu theo hình thức phát hành riêng lẻ cho nhà đầu tư lớn dự kiến với giá tối thiểu 50.000 đồng/cổ phần.

5. Phương pháp tính giá

Giá chào bán cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty (Đối tượng 1); giá khởi điểm đấu giá ra công chúng (Đối tượng 2); giá chào bán cho nhà đầu tư chiến lược (Đối tượng 3) đã được Đại hội cổ đông thông qua tại Đại hội cổ đông thường niên theo Nghị quyết Đại hội cổ đông ngày 17 tháng 3 năm 2007.

Phương pháp tính giá tối thiểu chào bán cổ phiếu cho nhà đầu tư lớn:

Phương pháp tính giá được thực hiện là phương pháp định giá theo hệ số giá trên thu nhập (P/E). Cụ thể như sau:

❖ **Công thức xác định giá cổ phiếu:**

$$\text{Giá cổ phiếu} = \text{EPS} \times \text{P/E}$$

Trong đó:

EPS Thu nhập mỗi cổ phiếu

P/E Hệ số giá trên thu nhập

Công thức xác định thu nhập mỗi cổ phiếu:

$$\text{EPS} = \text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Số cổ phiếu phát hành}$$

❖ **Kết quả tính toán:**

Thời gian	01/01 – 31/05/2007	01/06 – 31/10/2007	01/11 – 31/12/2007 (dự kiến)
Số cổ phần (cổ phần)	4.020.000	12.001.220	15.000.000
Số cổ phần trung bình (cổ phần)	9.175.508		
LNST 2007 (dự kiến) (đồng)	40.080.000.000		
EPS 2007 (dự kiến) (đồng)	4.370		
P/E trung bình (*)	15,59		
Giá cổ phiếu (đồng)	68.000		

Ghi chú:

(*) Xác định hệ số P/E: Lấy chỉ số P/E bình quân của thị trường OTC và cổ phiếu cùng ngành đã niêm yết là BBC (P/E thị trường OTC: 10, P/E BBC thời điểm 30/06/2007: 21,18)

Giá tối thiểu chào bán cho nhà đầu tư lớn sẽ bằng giá cổ phiếu xác định theo phương pháp P/E chiết khấu 25%. Nguyên tắc xác định nhà đầu tư được mua: theo nguyên tắc cạnh tranh về giá, nhà đầu tư đặt mua theo giá nào thì được mua theo giá đó.

Giá tối thiểu (làm tròn): **50.000 đồng/cổ phần.**

6. Phương thức phân phối

❖ Phương thức phân phối:

- Đối tượng (1), (3): Chào bán riêng lẻ
- Đối tượng (2): Thông qua hình thức đấu giá cạnh tranh.

Địa điểm tổ chức đấu giá: Sở Giao dịch Chứng khoán Tp,Hồ Chí Minh, 45 – 47 Bến Chương Dương, Quận 1, Tp,Hồ Chí Minh

❖ Đơn vị tư vấn:

Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

Trụ sở chính

Địa chỉ: 72 Nguyễn Huệ, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8 242 897 Fax: (84.8) 8 242 997

E-mail: ssi@ssi.com.vn Website: www.ssi.com.vn

Các chi nhánh

✓ Chi nhánh SSI Nguyễn Công Trứ

Địa chỉ: 180 – 182 Nguyễn Công Trứ, Quận 1, Tp.Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8 218 567 Fax: (84.8) 8 213 867

✓ Chi nhánh SSI Hà Nội

Địa chỉ: 1C Ngô Quyền, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (84.4) 9 366 321 Fax: (84.4) 9 366 311

✓ Chi nhánh SSI Trần Bình Trọng

Địa chỉ: 25 Trần Bình Trọng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (84.4) 9 426 718 Fax: (84.4) 9 426 719

✓ Chi nhánh SSI Hải Phòng

Địa chỉ: 22 Lý Tự Trọng, Quận Hồng Bàng, Tp.Hải Phòng

Điện thoại: (84.31) 3 569 123 Fax: (84.31) 3 569 130

7. Thời gian phân phối cổ phiếu (dự kiến)

- ❖ Đợt chào bán sẽ được thực hiện ngay sau khi nhận được giấy phép của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp.

8. Kết quả lấy ý kiến cổ đông về việc tăng vốn điều lệ theo văn bản không số ngày 27/6/2007

VẤN ĐỀ 1: Về phương án phát hành thêm cổ phiếu, phương án sử dụng số tiền thu được từ đợt phát hành:

- Số phiếu đồng ý: 90 phiếu, tương ứng 10.096.488 cổ phần, chiếm 84,34% số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu không đồng ý: 12 phiếu, tương ứng 307.838 cổ phần, chiếm 2,57 % số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu ý kiến khác: 19 phiếu, tương ứng 85.452 cổ phần, chiếm 0,71 % số cổ phần có quyền biểu quyết.

Đối với phương án phát hành cho cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty theo danh sách do Hội đồng quản trị Công ty Nutifood phê duyệt (Đối tượng 1), kết quả lấy ý kiến như sau:

❖ **Kết quả tổng hợp có bao gồm phiếu biểu quyết của 10 cổ đông là cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty được mua cổ cổ phần với giá ưu đãi:**

- Số phiếu đồng ý: 90 phiếu, tương ứng 10.096.488 cổ phần, chiếm 84,34% số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu không đồng ý: 12 phiếu, tương ứng 307.838 cổ phần, chiếm 2,57% số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu ý kiến khác: 19 phiếu, tương ứng 85.452 cổ phần, chiếm 0,71 % số cổ phần có quyền biểu quyết.

❖ **Kết quả tổng hợp không bao gồm phiếu biểu quyết của 10 cổ đông là cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty được mua cổ cổ phần với giá ưu đãi (Đính kèm danh sách):**

- Số phiếu đồng ý: 84 phiếu, tương ứng 8.790.511 cổ phần, chiếm 82,73% số cổ phần có quyền biểu quyết (Tính trên 10.625.963 cổ phần: Đã loại trừ 10 phiếu biểu quyết tương ứng 1.345.867 cổ phần của các cổ đông có liên quan đến đợt phát hành được mua cổ phần theo giá ưu đãi).

Công thức tính:

Tỷ lệ đồng ý = (Tổng số cổ phần đồng ý – Số cổ phần đồng ý của cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty) / (Tổng số cổ phần có quyền biểu quyết - Số cổ phần của cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty)

$$Tỷ lệ đồng ý = (10.096.488 - 1.305.977) / (11.971.830 - 1.345.867) = 82,73\%$$

- Số phiếu không đồng ý: 12 phiếu, tương ứng 307.838 cổ phần, chiếm 2,90% số cổ phần có quyền biểu quyết (Tính trên 10.625.963 cổ phần: Đã loại trừ 10 phiếu biểu

quyết tương ứng 1.345.867 cổ phần của các cổ đông có liên quan đến đợt phát hành được mua cổ phần theo giá ưu đãi).

Công thức tính:

Tỷ lệ không đồng ý = (Tổng số cổ phần không đồng ý – Số cổ phần không đồng ý của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)/(Tổng số cổ phần có quyền biểu quyết - Số cổ phần của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)

$$Tỷ lệ không đồng ý = (307.838 - 0)/(11.971.830 - 1.345.867) = 2,90\%$$

- Số phiếu ý kiến khác: 19 phiếu, tương ứng 85.452 cổ phần, chiếm 0,8% số cổ phần có quyền biểu quyết (Tính trên 10.625.963 cổ phần: Đã loại trừ 10 phiếu biểu quyết tương ứng 1.345.867 cổ phần của các cổ đông có liên quan đến đợt phát hành được mua cổ phần theo giá ưu đãi).

Công thức tính:

Tỷ lệ ý kiến khác = (Tổng số cổ phần ý kiến khác – Số cổ phần ý kiến khác của cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty)/(Tổng số cổ phần có quyền biểu quyết - Số cổ phần của cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty)

$$Tỷ lệ ý kiến khác = (85.452 - 0)/(11.971.830 - 1.345.867) = 0,8\%$$

✓ VẤN ĐỀ 2: Về việc ủy quyền cho Hội đồng Quản trị lựa chọn Đơn vị kiểm toán cho năm tài chính 2007; Ủy quyền Hội đồng Quản trị triển khai phương án phát hành; Ủy quyền Hội đồng Quản trị chỉnh sửa Điều lệ Công ty phù hợp với Điều lệ mẫu các Công ty niêm yết:

- Số phiếu đồng ý: 104 phiếu, tương ứng 10.435.204 cổ phần, chiếm 87,16 % số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu không đồng ý: 04 phiếu, tương ứng 13.760 cổ phần, chiếm 0,11 % số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu ý kiến khác: 13 phiếu, tương ứng 40.814 cổ phần, chiếm 0,34 % số cổ phần có quyền biểu quyết.

Đối với việc ủy quyền HĐQT triển khai phương án phát hành cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty theo danh sách do Hội đồng quản trị Công ty Nutifood phê duyệt (Đối tượng 1), kết quả lấy ý kiến như sau:

❖ Kết quả tổng hợp có bao gồm phiếu biểu quyết của 10 cổ đông là cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty được mua cổ phần với giá ưu đãi:

- Số phiếu đồng ý: 104 phiếu, tương ứng 10.435.204 cổ phần, chiếm 87,16 % số cổ phần có quyền biểu quyết.
- Số phiếu không đồng ý: 04 phiếu, tương ứng 13.760 cổ phần, chiếm 0,11 % số cổ phần có quyền biểu quyết.

- Số phiếu ý kiến khác: 13 phiếu, tương ứng 40.814 cổ phần, chiếm 0,34 % số cổ phần có quyền biểu quyết.

❖ **Kết quả tổng hợp không bao gồm phiếu biểu quyết của 10 cổ đông là cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty được mua cổ phần với giá ưu đãi (Đính kèm danh sách):**

- Số phiếu đồng ý: 98 phiếu, tương ứng 9.129.227 cổ phần, chiếm 85,91% số cổ phần có quyền biểu quyết (Tính trên 10.625.963 cổ phần: Đã loại trừ 10 phiếu biểu quyết tương ứng 1.345.867 cổ phần của các cổ đông có liên quan đến đợt phát hành được mua cổ phần theo giá ưu đãi).

Công thức tính:

Tỷ lệ đồng ý = (Tổng số cổ phần đồng ý – Số cổ phần đồng ý của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)/(Tổng số cổ phần có quyền biểu quyết - Số cổ phần của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)

$$Tỷ lệ đồng ý = (10.435.204 - 1.305.977)/(11.971.830 - 1.345.867) = 85,91 \%$$

- Số phiếu không đồng ý: 04 phiếu, tương ứng 13.760 cổ phần, chiếm 0,13 % số cổ phần có quyền biểu quyết (Tính trên 10.625.963 cổ phần: Đã loại trừ 10 phiếu biểu quyết tương ứng 1.345.867 cổ phần của các cổ đông có liên quan đến đợt phát hành được mua cổ phần theo giá ưu đãi).

Công thức tính:

Tỷ lệ không đồng ý = (Tổng số cổ phần không đồng ý – Số cổ phần không đồng ý của cán bộ công nhân viên chủ chốt công ty)/(Tổng số cổ phần có quyền biểu quyết - Số cổ phần của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)

$$Tỷ lệ không đồng ý = (13.760 - 0)/(11.971.830 - 1.345.867) = 0,13 \%$$

- Số phiếu ý kiến khác: 13 phiếu, tương ứng 40.814 cổ phần, chiếm 0,38 % số cổ phần có quyền biểu quyết (Tính trên 10.625.963 cổ phần: Đã loại trừ 10 phiếu biểu quyết tương ứng 1.345.867 cổ phần của các cổ đông có liên quan đến đợt phát hành được mua cổ phần theo giá ưu đãi).

Công thức tính:

Tỷ lệ ý kiến khác = (Tổng số cổ phần ý kiến khác – Số cổ phần ý kiến khác của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)/(Tổng số cổ phần có quyền biểu quyết - Số cổ phần của cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty)

$$Tỷ lệ ý kiến khác = (40.814 - 0)/(11.971.830 - 1.345.867) = 0,38 \%$$

(Xem chi tiết tại Phụ lục VII - Biên bản kiểm phiếu, Nghị quyết HĐQT ban hành Danh sách CBCNV chủ chốt được mua)

9. Kế hoạch đăng ký mua cổ phiếu và phương thức thực hiện quyền

❖ **Đối tượng 1: Chào bán cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty theo Danh sách do Hội đồng quản trị Công ty Nutifood phê duyệt**

- ✓ Sau khi nhận được Giấy phép chào bán của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp, Hội đồng quản trị Công ty Nutifood sẽ lập Danh sách cán bộ công nhân viên được quyền mua cổ phần. Cổ phần không được chuyển nhượng trong thời gian 2 năm, được hưởng cổ tức.
- ✓ Số cổ phiếu không được bán hết sẽ được Hội đồng quản trị phân phối tiếp cho các đối tượng khác theo cách thức và điều kiện phù hợp với giá bán không thấp hơn giá bán cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty.

Các bước thực hiện chào bán của Đối tượng 1:

Dự kiến lịch trình phân phối cổ phiếu cho đợt chào bán như sau:

Bảng 19: Lịch trình chào bán cổ phiếu cho Đối tượng 1

TT	Công việc	Thời gian	Thực hiện
1	Nhận giấy phép đăng ký chào bán cổ phiếu của UBCKNN	D	Nutifood, SSI
2	Xác định Danh sách CBCNV được mua	D+5	Nutifood
3	Công bố thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng theo quy định	D+7	Nutifood, SSI
4	CBCNV đăng ký và nộp tiền mua cổ phần	D+14 - D+35	Nutifood
5	Gửi báo cáo kết quả chào bán cho UBCK	D+40	Nutifood, SSI

Bước 1: Xác định danh sách cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty được quyền mua cổ phiếu

- ✓ Nutifood sẽ thông qua các tiêu chí xác định cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty được mua cổ phần, các tiêu chí phân bổ và cam kết nắm giữ để xác định Danh sách cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty được quyền mua cổ phiếu với giá ưu đãi.

Bước 2: Đăng ký mua và phân bổ cổ phiếu

- ✓ Nutifood sẽ thông báo cho các cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty đăng ký mua cổ phần theo danh sách và số lượng cổ phần đã được HĐQT đề ra. Thời gian thực hiện dự kiến trong vòng 7 – 20 ngày làm việc.

- ✓ Công ty Nutifood sẽ xác nhận việc phân phối cổ phần, hoàn tất việc thu tiền bán cổ phần và chuyển giao cổ phần cho cán bộ công nhân viên chủ chốt Công ty.

Bước 3: Tổng kết đợt chào bán

- ✓ Trong thời gian 10 ngày làm việc sau khi đợt chào bán kết thúc, Nutifood sẽ gửi báo cáo kết quả chào bán cho UBCKNN.

❖ **Đối tượng 2: Chào bán cổ phiếu ra công chúng thông qua hình thức đấu giá**

- ✓ Sau khi nhận được Giấy phép chào bán của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp, Công ty Nutifood sẽ đăng ký bán đấu giá qua Sở Giao dịch Chứng khoán Tp.Hồ Chí Minh.
- ✓ Số cổ phiếu không được bán hết sẽ được Hội đồng quản trị phân phối tiếp cho các đối tượng khác theo cách thức và điều kiện phù hợp với giá bán không thấp hơn giá trúng thấp nhất của đợt đấu giá.

Các bước thực hiện chào bán của Đối tượng 2:

Dự kiến lịch trình phân phối cổ phiếu cho đợt chào bán như sau:

Bảng 20: Lịch trình chào bán cổ phiếu của Đối tượng 2

TT	Nội dung công việc	Thời gian	Thực hiện
1	Nhận giấy phép đăng ký chào bán cổ phiếu của UBCKNN	D	Nutifood, SSI
2	Công bố báo chí	D+2 – D+7	Nutifood
3	Cung cấp bản cáo bạch và nhận đăng ký, tiền đặt cọc	D+2 –D+21	Nutifood, SSI
4	Tổ chức hội thảo (road show)	D+5- D+7	Nutifood, SSI
5	Tổ chức đấu giá	D+25	Nutifood, SSI, SGDCK
6	Nhà đầu tư nộp tiền mua cổ phần	D+26 – D+36	NĐT
7	Tổng kết đợt đấu giá	D+39	Nutifood, SSI
8	Báo cáo kết quả chào bán nộp UBCKNN	D+40	Nutifood, SSI

- ✓ Sau khi nhận Giấy phép đăng ký chào bán của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, Tổ chức chào bán (Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm) đăng ký với Sở Giao dịch Chứng khoán Tp.Hồ Chí Minh về việc tổ chức đấu giá cổ phần Nutifood ra công chúng.
- ✓ Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm sẽ thông báo cho các nhà đầu tư đăng ký mua cổ phần. Thời gian thực hiện dự kiến trong vòng 7 – 20 ngày làm việc (theo lịch trình của Sở Giao dịch Chứng khoán).

Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm sẽ kiểm tra việc đăng ký mua cổ phần, chuyên hồ sơ nhà đầu tư cho Sở Giao dịch Chứng khoán Tp.Hồ Chí Minh.

Sau khi kiểm tra tất cả hồ sơ hợp lệ, Sở Giao dịch Chứng khoán Tp.Hồ Chí Minh sẽ tổ chức đấu giá cổ phần Công ty Nutifood. Ngày đấu giá dự kiến sau 5 ngày kể từ ngày kết thúc đăng ký mua cổ phần.

- ✓ Tổng kết chào bán: Trong thời gian 10 ngày làm việc sau khi đợt chào bán kết thúc, Công ty Nutifood và SSI sẽ lập báo cáo chào bán gửi Ủy ban Chứng khoán Nhà nước.

❖ **Đối tượng 3: Chào bán riêng lẻ cho nhà đầu tư lớn**

- ✓ Tiêu chí xác định đối tác nhà đầu tư lớn:
 - Là tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài có tiềm năng về tài chính, ưu tiên cho các nhà đầu tư có liên quan tới hoạt động kinh doanh của Công ty (người sản xuất và thường xuyên cung cấp nguyên vật liệu, nhà phân phối v.v... cho doanh nghiệp, người cam kết sử dụng lâu dài dịch vụ của doanh nghiệp, người gắn bó lợi ích chiến lược lâu dài trong kinh doanh) hoặc hoạt động trong lĩnh vực tài chính và chứng khoán (các tổ chức đầu tư tài chính, Công ty chứng khoán, Công ty quản lý quỹ v.v...).
 - Có tỷ lệ sở hữu sau khi mua cổ phiếu của Công ty phù hợp với quy định của pháp luật (đối với tổ chức nước ngoài).

Các bước thực hiện chào bán của Đối tượng 3:

Bảng 21: Lịch trình chào bán cổ phiếu cho Đối tượng 3:

TT	Công việc	Thời gian	Thực hiện
1	Nhận Giấy phép đăng ký chào bán cổ phiếu của UBCK	D	Nutifood, SSI
2	Công bố thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng theo quy định	D + 7	Nutifood, SSI
3	Nhà đầu tư đăng ký và nộp tiền mua cổ phần	D+14 – D35	Nutifood, SSI
4	Gửi báo cáo kết quả chào bán cho UBCKNN	D + 40	Nutifood

- ✓ Sau khi nhận Giấy phép đăng ký chào bán của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, Tổ chức chào bán (Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm) thực hiện chào bán cho các nhà đầu tư lớn của Công ty.
- ✓ Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm sẽ thông báo cho các nhà đầu tư lớn của Công ty đăng ký mua cổ phần theo danh sách và số lượng cổ phần theo dự kiến của hai bên. Thời gian thực hiện dự kiến trong vòng 7 – 20 ngày làm việc.

Công ty Cổ phần Thực phẩm dinh dưỡng Đồng Tâm sẽ xác nhận việc phân phối cổ phần, ký kết hợp đồng phân phối, hoàn tất việc thu tiền bán cổ phần và chuyển giao cổ phần cho nhà đầu tư.

- ✓ Tổng kết chào bán: Trong thời gian 10 ngày làm việc sau khi đợt chào bán kết thúc, Công ty Nutifood và SSI sẽ lập báo cáo kết quả chào bán gửi Ủy ban Chứng khoán Nhà nước.

10. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài

Các pháp nhân và thể nhân nước ngoài có thể mua cổ phần của Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm theo quy định của pháp luật.

11. Các loại thuế có liên quan

- Theo Thông tư số 100/2004/TT-BTC “Hướng dẫn về thuế GTGT và thuế thu nhập doanh nghiệp đối với lĩnh vực chứng khoán”, ban hành ngày 20/10/2004, cổ tức thu từ cổ phiếu thuộc diện miễn thuế hoàn toàn đối với tất cả nhà đầu tư tổ chức và cá nhân.
- Theo Thông tư số 100/2004/TT-BTC cũng quy định nhà đầu tư cá nhân không phải đóng thuế trên khoản chênh lệch giá khi bán cổ phiếu.
- Nhà đầu tư là tổ chức có đăng ký kinh doanh tại Việt Nam phải chịu một khoản thuế đóng trên phần chênh lệch giá khi bán cổ phiếu như sau:

Thuế thu nhập từ chênh lệch giá do bán cổ phiếu = Thu nhập chịu thuế * Thuế suất

Trong đó:

Thu nhập chịu thuế = Tổng giá trị chứng khoán bán ra trong kỳ - Tổng giá mua chứng khoán được bán ra trong kỳ - Chi phí mua bán chứng khoán + Lãi trái phiếu từ việc nắm giữ trái phiếu.

Thuế suất = Thuế suất thuế Thu nhập doanh nghiệp của tổ chức đầu tư

Nhà đầu tư là tổ chức nước ngoài không có đăng ký kinh doanh tại Việt Nam, chỉ mở tài khoản giao dịch chứng khoán tại Việt Nam, phải chịu một khoản thuế khoán khi bán cổ phiếu như sau:

**Thuế khoán từ việc bán cổ phiếu = Tổng giá trị cổ phiếu bán ra
của từng giao dịch chuyển nhượng * 0,1%**

12. Ngân hàng mở tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu

Tài khoản phong tỏa nhận tiền mua cổ phiếu là tài khoản của Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm mở tại Ngân hàng Nông Nghiệp & PTNT Sài Gòn – Chi nhánh An Phú, Số 472 – 476 Cộng Hòa, Quận Tân Bình, Tp HCM, Số tài khoản là 1606201030110

VI. MỤC ĐÍCH CHÀO BÁN

1. Mục đích chào bán

Đợt chào bán cổ phiếu lần này thực hiện theo Nghị quyết Đại hội cổ đông của Công ty ngày 17/03/2007. Mục đích của đợt chào bán nhằm huy động vốn để thực hiện dự án đầu tư xây dựng phân xưởng sữa bột công suất 18.000 tấn/năm thay cho phân xưởng sản xuất sữa bột hiện nay có công suất thấp; tăng lượng vốn lưu động đáp ứng yêu cầu kinh doanh của Công ty.

2. Phương án khả thi của dự án đầu tư

Thông tin về dự án đầu tư được lấy từ báo cáo khả thi do Công ty CP Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm lập. Tóm tắt báo cáo khả thi của dự án như sau:

2.1. Địa điểm đầu tư & kế hoạch thực hiện của dự án

(a) Địa điểm

Phân xưởng được xây dựng tại Lô E4, Khu Công nghiệp Mỹ Phước, Huyện Bến Cát, Tỉnh Bình Dương.

(b) Kế hoạch thực hiện dự án

- Năm 2007: Chọn đơn vị thiết kế, hoàn tất thiết kế và lập dự án khả thi
- Năm 2008: Xét chọn thầu, khởi công xây dựng phân xưởng & hoàn thành xây dựng, lắp ráp máy móc thiết bị
- Năm 2009: Sản xuất trên dây chuyền, máy móc thiết bị mới

2.2. Hạng mục đầu tư và vốn đầu tư

(a) Hệ thống thiết bị đầu tư mới cho phân xưởng sản xuất:

Bảng 22: Hệ thống thiết bị đầu tư mới cho phân xưởng

Đơn vị: triệu đồng

STT	Chủng loại	Xuất xứ	ĐVT	Số lượng	Thành tiền
1	Hệ thống nạp liệu, hút bụi, phễu chứa trung gian	Việt Nam	Bộ	04	480
2	Cụm trộn, sàng kiểm tra 1,8 Tấn/h	Đức	Bộ	02	2,800
3	Cụm trộn, sàng kiểm tra 1,2 Tấn/h	Đức	Bộ	02	2,400
4	Máy dò kim loại	Ý	Cái	04	800
5	Hệ thống đóng lon tự động	Đức	Bộ	01	19,000
6	Vật tư kết nối	Việt Nam	Lô	01	320
7	Chi phí đào tạo				200
Tổng cộng					26,000

(b) Chi phí xây dựng cơ sở hạ tầng:

Bảng 23: Chi phí xây dựng cơ sở hạ tầng

Đơn vị: triệu đồng

STT	HẠNG MỤC	QUI MÔ (m ²)	SUẤT ĐẦU TƯ (Đồng/m ²)	THÀNH TIỀN Đồng
1	Khu sản xuất 3 tầng	1,764	4.000.000	7.056
2	Khu đóng thùng, phụ trợ	1,512	1.500.000	2.268
3	Kho thành phẩm	2,016	1.300.000	2.620,8
4	Kho nguyên liệu	1,512	1.300.000	1.965,6
5	Thiết bị ĐH không khí, thông gió	6308	650.000	4.100,2
6	Điện, nước, PCCC, camera, ĐT	6308	700.000	4.415,6
7	San lấp mặt bằng	10,400	20.000	208
8	Sân đường nội bộ	2,761	300.000	828,3
9	Cây xanh	1331	100.000	133,1
10	Chi phí lập dự án và chi phí quản lý		404.400.000	404,4
Tổng cộng				24.000

2.3. Phân tích hiệu quả của dự án

(a) Bảng tính vốn đầu tư cho dự án

Bảng 24: Tổng chi phí đầu tư cho dự án

Đơn vị: triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Giá trị
1	Chi phí xây dựng	
	Chi phí trước thuế	24.000
	Dự phòng phí (5%)	1.200
	Tổng chi phí xây dựng	25.200
	Thuế VAT (thuế suất là 10%)	2.520
	Tổng chi phí xây dựng sau thuế	27.720
2	Máy móc thiết bị	
	Chi phí trước thuế	26.000
	Dự phòng phí (5%)	1.300
	Tổng chi phí thiết bị	27.300
	Thuế VAT (thuế suất là 5%)	1.365
	Tổng chi phí thiết bị sau thuế	28.665
3	Tổng chi phí đầu tư trước thuế	52.500
	Thuế giá trị gia tăng (5%)	3.885
4	Tổng chi phí đầu tư sau thuế	56.385

Tổng mức vốn đầu tư cho dự án là 56.385.000.000 đồng (đã bao gồm thuế giá trị gia tăng), chi phí đầu tư này (không bao gồm thuế VAT) là 52.500.000.000 đồng sẽ được phân bổ dần vào chi phí sản xuất kinh doanh hàng năm dưới dạng khấu hao tài sản cố định.

- Thời gian khấu hao dành cho máy móc thiết bị là 12 năm
- Thời gian khấu hao dành cho nhà xưởng là 25 năm

Dự tính, tổng mức vốn đầu tư này sẽ được huy động từ đợt chào bán cổ phiếu trong năm. Trong quá trình sản xuất kinh doanh, nhu cầu vốn lưu động sẽ được tài trợ bởi chính thặng dư tiền năm trước, từ phát hành cổ phiếu và lợi nhuận trong năm.

(b) Kế hoạch sản xuất kinh doanh

Kế hoạch sản xuất kinh doanh của dự án từ năm thứ 1 đến năm thứ 4 được tính toán dựa theo kế hoạch kinh doanh Công ty từ năm 2008 đến năm 2011, các năm còn lại tính theo năm 4 có sự điều chỉnh lạm phát trong các khoản chi phí và giá bán sản phẩm.

Dự tính, vòng đời tính toán của dự án là 10 năm, các thông số đầu vào của dự án như sau:

Bảng 25: Bảng thông số dự án

TT	Chỉ tiêu	Khối lượng	Đơn vị
I	Các thông số chung		
1	Lạm phát	8%	Năm
2	Suất sinh lời mong muốn của chủ đầu tư	16,00%	
3	Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp	28%	
4	Thời điểm bắt đầu sản xuất	1/2009	
5	Thời điểm kết thúc dự án	1/2019	
II	Các thông số về đầu tư		
1	Thiết bị		
	Nguyên giá	26.000	Triệu VND
	Thuế VAT	5%	
2	Chi phí xây dựng		
	Nguyên giá	24.000	Triệu VND
	Thuế VAT	10%	
3	Dự phòng phí	5%	
4	Vòng đời dự án	10	năm
5	Chi phí sửa chữa lớn TSCĐ hàng năm	0,4%	Giá trị TSCĐ
6	Khấu hao		
	Thiết bị	12	năm
	Nhà xưởng	25	năm
7	Giá trị còn lại của TSCĐ		
	Thiết bị	4.550	Triệu VND
	Nhà xưởng	15.120	Triệu VND

Bảng 26: Kế hoạch chi phí và sản lượng hàng năm

TT	Các thông số về sản xuất và tiêu thụ	ĐVT	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5-10
A	Chi phí trực tiếp						
1	Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp bình quân	VND/kg	90.986	91.813	93.482	96.032	
2	Chi phí nhiên liệu, điện, hóa chất bình quân	VND/kg	878	1.016	1.147	1.298	
3	Chi phí nhân công bình quân	VND/kg	1.866	2.159	2.436	2.758	
B	Chi phí gián tiếp						
1	Chi phí quản lý phân xưởng	Triệu VND	3.924	4.709	5.656	7.781	
2	Chi phí quyền sử dụng đất	Triệu VND	290	290	290	290	
3	Chi phí thuê đất	Triệu VND	99	102	102	108	
4	Chi phí trước hoạt động	Triệu VND	1.320	1.360	1.410	1.440	
C	Sản lượng bán và giá bán						
1	Sản lượng sản xuất hàng năm	kg	5.165.280	5.681.808	6.249.989	6.874.988	tăng 15% mỗi năm
2	Giá bán bình quân đơn vị sản phẩm	VND/kg	142.331	143.625	146.236	150.225	

Bảng 27: Các thông số về hoạt động tại Nutifood

TT	Các thông số về hoạt động	Khối lượng	Đơn vị
1	Các chi phí về quản lý hoạt động		
	Chi phí quản lý doanh nghiệp (%DT)	6%	doanh thu
	Chi phí bán hàng (%DT)	20%	doanh thu
2	Các chỉ tiêu liên quan đến vốn lưu động		
	Tồn kho (FIFO) (% so với doanh thu)	8%	Sản lượng sản xuất
	Phải thu (%so với doanh thu)	4%	Doanh thu
	Phải trả (% chi phí vật liệu và nhân công)	7%	Chi phí sản xuất trong kì
	Số dư tiền mặt cuối năm	0,5%	doanh thu
3	Thuế suất thuế giá trị gia tăng		
	VAT đầu ra (bán sản phẩm)	10%	
	VAT đầu vào nguyên vật liệu	10%	

(c) Phân tích hiệu quả về mặt lợi nhuận

(1) Tỷ suất lợi nhuận trên vốn (ROE)

$$\text{ROE}_{\text{ bình quân}} = \frac{\text{Lợi nhuận bình quân 1 năm}}{\text{Vốn chủ sở hữu}} \times 100 = \frac{\frac{881.417}{10}}{56.385} = 156\%$$

ROE là chỉ số cho thấy khả năng tạo lãi của 1 đồng vốn mà Công ty bỏ ra để sản xuất kinh doanh. Vì ROE là sự tổng hợp của tất cả các chính sách như: sản xuất, marketing, đầu tư,... nên ROE phản ánh rõ nét tình hình tài chính và khả năng sản xuất kinh doanh. Đối với dự án này, trung bình một năm ROE đạt 156%, nghĩa là, với 1 đồng vốn bỏ ra, chủ đầu tư sẽ thu về bình quân 1,56 đồng lợi nhuận. Đây là ROE bình quân của cả dự án kéo dài 10 năm với khả năng tăng trưởng lợi nhuận ròng sau thuế hàng năm trên 15,6%/năm.

(2) Tỷ suất lợi nhuận/tài sản

Tỷ suất lợi nhuận/tài sản được tổng hợp từ 2 chỉ tiêu:

- Tỷ suất lợi nhuận/doanh thu

$$\text{Tỷ suất LN/DT} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng bình quân 1 năm}}{\text{Tổng doanh thu bình quân 1 năm}} \times 100 = \frac{\frac{881.417}{10}}{\frac{17.754.182}{10}} = 4,96\%$$

- Vòng quay tài sản hàng năm

$$\text{Vòng quay TS} = \frac{\text{Doanh thu bình quân 1 năm}}{\text{Tổng tài sản bình quân 1 năm}} \times 100 = \frac{\frac{17.754.182}{10}}{522.320} = 3,4 \text{ lần}$$

→ Tỷ suất lợi nhuận/tài sản:

$$\text{Tỷ suất LN/TS} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng bình quân 1 năm}}{\text{Tổng tài sản bình quân 1 năm}} \times 100 = \frac{\frac{881.417}{10}}{522.320} = 16,87\%$$

$$= \text{Tỷ suất LN/DT} \times \text{Vòng quay Tài Sản}$$

$$= 4,96\% \times 3,4 = 16,87\%$$

Chỉ tiêu này gấp hơn 1,36 lần so với chỉ tiêu lợi nhuận/tài sản của năm 2006 tại Nutifood (12,43%). Điều này có được là do với dự án này, Công ty đầu tư khá kỹ về cơ sở hạ tầng, kỹ thuật, máy móc thiết bị để có thể tăng tối đa hoá khả năng sản xuất, tiết kiệm chi phí gián tiếp (định phí) khi gia tăng sản lượng sản xuất. Tuy nhiên, tỷ lệ này chỉ có thể thực hiện khi có dây chuyền công nghệ phù hợp với nhu cầu sản xuất trên.

(d) Phân tích hiệu quả về mặt tài chính

Bảng 28: Bảng tổng hợp hiệu quả đầu tư

STT	CHỈ TIÊU	GIÁ TRỊ	ĐƠN VỊ TÍNH
1	Giá trị hiện tại ròng - NPV	220.002	Triệu VND
2	Suất sinh lợi nội bộ của dự án – IRR	51%	năm
3	Thời gian hoàn vốn		
	- Không chiết khấu	45	Tháng
	- Có chiết khấu	54	Tháng

Chỉ tiêu NPV - Giá trị hiện tại ròng của dự án

Giá trị hiện tại ròng của dự án (NPV) là số chênh lệch giữa giá trị hiện tại của dòng thu nhập kỳ vọng trong tương lai với giá trị hiện tại của chi phí đầu tư. Hay nói cách khác, giá trị hiện tại ròng của dự án được tính bằng tổng các dòng tiền ròng được chiết khấu về hiện tại với suất chiết khấu là 16%/năm.

Dưới đây là bảng dòng tiền ròng và chiết khấu dòng tiền ròng về hiện tại của dự án qua các năm như sau:

Năm	Tổng dòng tiền ra (VND)	Tổng dòng tiền vào (VND)	Dòng tiền ròng (VND)	Chiết khấu dòng tiền về hiện tại
0	56.385.000.000	-	(56.385.000.000)	(56.385.000.000)
1	713.913.001.660	714.242.186.484	329.184.824	283.780.020
2	854.168.671.632	885.241.552.646	31.072.881.014	23.092.212.406
3	958.101.023.941	993.784.297.825	35.683.273.884	22.860.763.231
4	1.085.026.398.509	1.122.619.805.933	37.593.407.424	20.762.504.259
5	1.340.736.708.529	1.385.539.284.271	44.802.575.742	21.331.089.435
6	1.663.942.562.792	1.720.661.324.470	56.718.761.678	23.279.776.425
7	2.065.252.621.682	2.137.061.364.992	71.808.743.310	25.408.053.887
8	2.563.552.683.712	2.654.230.215.320	90.677.531.608	27.658.955.500
9	3.182.304.167.153	3.296.553.927.428	114.249.760.274	30.042.314.928
10	3.950.645.340.500	4.094.319.977.865	143.674.637.365	32.568.684.522
11	128.708.155.597	379.957.504.486	251.249.348.888	49.098.368.767
Tổng	18.562.736.335.709	19.384.211.441.720	821.475.106.012	220.001.503.381

Tổng hiện giá dòng tiền ròng của dự án là **220** tỷ đồng. Đây là phần giá trị tăng thêm dự tính mà dự án đem lại cho nhà đầu tư. Dự án có NPV >0, đây là dự án khả thi.

Suất sinh lời nội bộ (IRR)

Phương pháp IRR là phương pháp xác định một lãi suất chiết khấu mà tại đó giá trị hiện tại của các dòng thu nhập vừa bằng giá trị đầu tư trong hiện tại. Chỉ tiêu IRR thể hiện suất sinh lời riêng của từng dự án.

Khi đánh giá dự án bằng chỉ tiêu IRR ta sẽ chấp nhận các dự án có IRR lớn hơn chi phí sử dụng vốn bình quân (tỷ suất chiết khấu). Lúc đó, dự án mới có mức lãi cao hơn mức lời mong đợi của chủ đầu tư.

Trong trường hợp dự án, tương ứng với giá trị của NPV = 220 tỷ đồng, IRR= 51%/năm, cao hơn mức mong đợi của chủ đầu tư là 16%/năm. Như vậy dự án có hiệu quả.

Thời gian hoàn vốn

Thời gian hoàn vốn là khoảng thời gian (tính bằng tháng, quý, hoặc năm) cần phải có để thu nhập ròng ở các năm hoạt động đủ bù đắp chi phí đầu tư ban đầu

Bảng 29: Thời gian hoàn vốn không chiết khấu của dự án

Đơn vị: triệu VND

Chỉ tiêu	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3
Chi phí đầu tư	56.385			
Dòng tiền ròng		329	31.073	35.683
Chi phí đầu tư tích lũy	56.385	56.385	56.385	56.385
Dòng tiền ròng tích lũy		329	31.402	67.085

$$\text{Thời gian hoàn vốn} = 3 + \frac{56,385 - 31,402}{35,683} = 3 \text{ năm } 9 \text{ tháng}$$

Bảng 30: Thời gian hoàn vốn có chiết khấu của dự án

Đơn vị: triệu VND

Chỉ tiêu	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
Chi phí đầu tư	56.385				
Dòng tiền ròng		329	31.073	35.683	37.593
Hệ số chiết khấu	16%				
Hiện giá chi phí đầu tư	56.385				
Hiện giá dòng tiền ròng		284	23.092	22.861	20.763
Chi phí đầu tư tích lũy	56.385	56.385	56.385	56.385	56.385
Dòng tiền ròng tích lũy		284	23.376	46.237	66.999

$$\text{Thời gian hoàn vốn} = 4 + \frac{56,385 - 46,237}{20,763} = 4 \text{ năm } 6 \text{ tháng}$$

VII. KẾ HOẠCH SỬ DỤNG SỐ TIỀN THU ĐƯỢC TỪ ĐỢT CHÀO BÁN

Kết thúc đợt phát hành, Công ty sẽ sử dụng số tiền thu được (ước tính 119 tỷ đồng). Cụ thể như sau:

- ❖ **Đối tượng 1:** Chào bán cho cán bộ chủ chốt Công ty 136.500 cổ phiếu, giá chào bán dự kiến tối thiểu bằng 60% giá đấu giá trung bình quân của đợt đấu giá ra công chúng (không thấp hơn giá trị sổ sách). Khối lượng vốn huy động dự kiến: 1.564.017.000 đồng (tính theo giá trị sổ sách 30/06/2007 là 11.458 đồng/cổ phiếu).
- ❖ **Đối tượng 2:** Phát hành ra công chúng 657.280 cổ phiếu, giá khởi điểm đấu giá dự kiến tối thiểu bằng giá trị sổ sách ngày 30/06/2007 là 11.458 đồng/cổ phiếu. Khối lượng vốn huy động dự kiến: 7.531.114.240 đồng.
- ❖ **Đối tượng 3:** Phát hành riêng lẻ cho các nhà đầu tư lớn 2.205.000 cổ phiếu, giá chào bán dự kiến tối thiểu bằng 50.000 đồng/cổ phiếu. Khối lượng vốn huy động dự kiến: 110.250.000.000 đồng (tính theo giá 50.000 đồng/cổ phần).

Như vậy, tổng khối lượng vốn huy động được ước tính khoảng 119 tỷ đồng sẽ được sử dụng theo kế hoạch như sau:

- Xây dựng phân xưởng chế biến sữa bột khoảng 60 tỷ đồng. Trong đó:
 - ✓ Vốn đầu tư cho dự án ước tính: 56,385 tỷ đồng
 - ✓ Chi phí khác cho dự án: 3,615 tỷ đồng
- Bổ sung vốn lưu động khoảng 59 tỷ đồng để đáp ứng yêu cầu kinh doanh.

VIII. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC CHÀO BÁN

1. Tổ chức tư vấn

❖ Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI)

Trụ sở chính

Địa chỉ: 72 Nguyễn Huệ, Quận 1, Tp Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8 242 897 Fax: (84.8) 8 242 997

E-mail: ssi@ssi.com.vn Website: www.ssi.com.vn

Các chi nhánh

✓ Chi nhánh SSI Nguyễn Công Trứ

Địa chỉ: 180 – 182 Nguyễn Công Trứ, Quận 1, Tp.Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84.8) 8 218 567 Fax: (84.8) 8 213 867

✓ Chi nhánh SSI Hà Nội

Địa chỉ: 1C Ngô Quyền, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (84.4) 9 366 321 Fax: (84.4) 9 366 311

✓ Chi nhánh SSI Trần Bình Trọng

Địa chỉ: 25 Trần Bình Trọng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: (84.4) 9 426 718 Fax: (84.4) 9 426 719

✓ Chi nhánh SSI Hải Phòng

Địa chỉ: 22 Lý Tự Trọng, Quận Hồng Bàng, Tp.Hải Phòng

Điện thoại: (84.31) 3 569 123 Fax: (84.31) 3 569 130

2. Tổ chức kiểm toán

❖ Công ty Dịch vụ Tư vấn Tài chính Kế toán và Kiểm toán – Chi nhánh tại TP,HCM (AASC)

Địa chỉ: 29 Võ Thị Sáu, Quận 1, TP, HCM

Điện thoại: (84-8) 8 205 944 Fax: (84-8) 8 205 942

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2007

**CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM DINH DƯỠNG ĐỒNG TÂM
CHỦ TỊCH HĐQT**

TRẦN THỊ LỆ

TỔNG GIÁM ĐỐC

LÊ TRUNG THÀNH

TRƯỞNG BAN KIỂM SOÁT

KẾ TOÁN TRƯỞNG

HUỲNH PHƯƠNG THƯỢNG VŨ

PHAN CÔNG THÀNH

IX. PHỤ LỤC

Phụ lục I: Bản sao hợp lệ Giấy Chứng nhận đăng ký kinh doanh

Phụ lục II: Điều lệ Công ty

Phụ lục III: Báo cáo tài chính đã được kiểm toán 2005, 2006 (BCTC của Công ty mẹ và BCTC hợp nhất); Báo cáo tài chính 06 tháng 2007 (BCTC của Công ty mẹ và BCTC hợp nhất).

Phụ lục IV: Báo cáo kiểm toán nguồn vốn 31/05/2007

Phụ lục V: Sơ yếu lý lịch các thành viên HĐQT, BGD, BKS và kế toán trưởng

Phụ lục VI: Nghị quyết Đại hội cổ đông về việc niêm yết và chào bán cổ phiếu (giai đoạn 1); Biên bản họp Đại hội cổ đông ngày 17/03/2007

Phụ lục VII: Nghị quyết Đại hội cổ đông về việc chào bán cổ phiếu (giai đoạn 2); Biên bản kiểm phiếu ngày 09/07/2007

Phụ lục VIII: Tài liệu khác (Quyết định thi hành án)

Phụ lục IX: Nghị quyết Hội đồng Quản trị số 01-08/2007/NQ/HĐQT ngày 14/08/2007 thông qua tiêu chí lựa chọn cán bộ chủ chốt được mua cổ phiếu; thông qua phương án xử lý khi đợt chào bán không thu đủ số tiền như dự kiến; quy định giá bán cho cán bộ chủ chốt.

Phụ lục X: Công văn số 02-08/2007/NQ/HĐQT ngày 14/08/2007 về việc giải trình chênh lệch số lượng CBCNV là cổ đông giữa Biên bản kiểm phiếu và Danh sách cán bộ chủ chốt đề nghị được mua cổ phần.

Phụ lục XI: Danh sách cổ đông và số cổ phần sở hữu tại thời điểm chốt danh sách cổ đông được thưởng và mua thêm cổ phiếu ngày 24/03/2007

Phụ lục XII: Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất (nơi xây dựng xưởng chế biến sữa bột)

Phụ lục XIII: Nghị quyết Hội đồng Quản trị số 40/2007/NQ/HĐQT ngày 12/07/2007 về việc ban hành Danh sách dự kiến CBCNV chủ chốt Công ty được mua cổ phần theo Nghị quyết ĐHCĐ ngày 09/07/2007

Phụ lục XIV: Công văn số 163-2007/NQ/HĐQT ngày 11/09/2007 về việc giải trình bổ sung nghị quyết Đại hội cổ đông số 38-2007/NQ/HĐQT ngày 09/07/2007

Phụ lục XV: Nghị quyết Đại hội cổ đông bổ sung ngày 11/09/2007 về việc thông qua phương án sử dụng tiền thu được từ đợt phát hành (Bổ sung Nghị quyết Đại hội cổ đông số 38-2007/NQ/HĐQT ngày 09/07/2007)

Phụ lục XVI: Danh sách cổ đông lớn dự kiến mua cổ phần thông qua hình thức phát hành riêng lẻ.