

## BÁO CÁO

### KẾT QUẢ SẢN XUẤT - KINH DOANH NĂM 2018 & KH SXKD 2019

#### 1. KẾT QUẢ SXKD NĂM 2018

Năm 2018 Công ty đã đạt được một số chỉ tiêu trong SXKD là:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Kế hoạch 2018	Thực hiện 2018	Tỷ lệ hoàn thành kế hoạch 2018	Thực hiện 2017	Tỷ lệ tăng trưởng (%)	Mức tăng trưởng
1	Cộng DT	Tỷ đ	4.800	4.529	94%	4.425	102%	104
2	LNTT	Tỷ đ	480	360,5	75%	455,7	79%	(95)
3	SLBH	Tấn	94.000	90.466	96%	87.134	104%	3.332

Tổng doanh thu năm 2018 đạt 4.529 tỷ đồng, tăng 2% so với năm 2017, (tương đương tăng 104 tỷ), hoàn thành 94% KH 2018, trong đó:

Sản lượng bán hàng năm 2018 đạt 90.466 tấn, tăng 4% so với năm 2017, tương đương tăng 3.332 tấn.

Lợi nhuận trước thuế đạt 360.5 tỷ, giảm 21% so với năm 2017, đạt 75% kế hoạch 2018, tương đương giảm 95 tỷ đ.

Lợi nhuận năm 2018 của NTP thấp do một số nguyên nhân như sau:

- Ngành ống nhựa Việt Nam năm 2018 không có sự tăng trưởng so với năm 2017 do Ngành BĐS chững lại nên nhu cầu sử dụng ống nhựa chậm lại
- Giá nguyên liệu tăng cao, bình quân giá nguyên liệu chính là các loại nhựa năm 2018 tăng cao hơn năm 2017 là:
  - + Bột nhựa PVC tăng cao hơn là hơn 1%.
  - + Hạt nhựa PPR tăng cao hơn là gần 10%.
  - + Hạt nhựa HDPE tăng cao hơn là gần 30%.
- Tỷ giá VNĐ/USD 6 tháng cuối năm 2018 tăng hơn 2.5% so với 6 tháng cuối năm 2017.
- Chi phí tài chính tăng do tăng vay Ngân hàng tăng.
- NTP vẫn chưa tăng giá bán các sản phẩm được

#### II. TÌNH HÌNH CẠNH TRANH TRÊN THỊ TRƯỜNG MIỀN BẮC NĂM 2018

Tình hình cạnh tranh trên thị trường ống nhựa ngày càng khốc liệt khi có thêm một số doanh nghiệp ở các ngành sản phẩm khác như tôn, thép, bình nhựa, bình INOX, bình

năng lượng mặt trời, bình nóng lạnh ... chuyển sang sản xuất ống nhựa các loại, các doanh nghiệp này đều có tiềm lực tài chính mạnh, có hệ thống phân phối rộng ở khắp các tỉnh/thành phố. Họ đã xây dựng xong nhà máy sản xuất ống nhựa các loại ở miền Bắc và đang đẩy mạnh đưa các sản phẩm ống nhựa ra thị trường miền Bắc bằng các chính sách bán hàng cạnh tranh rất quyết liệt như: gửi hàng, khuyến mại ống nhựa theo các sản phẩm khác, chiết khấu cao, quảng cáo truyền thông mạnh. Việc này khiến sự cạnh tranh trên thị trường ống nhựa Việt Nam nói chung và thị trường miền Bắc nói riêng ngày càng trở nên gay gắt, sẽ gây rất nhiều khó khăn, làm tăng chi phí cho NTP trong việc phát triển thị trường, tăng trưởng doanh thu, giữ và tăng thị phần trong thời gian tới.

Do vậy để duy trì được tăng trưởng thị phần của mình, trong năm nay và các năm tiếp theo NTP sẽ tiếp tục phải chi phí rất nhiều cho khách hàng, chi cho hệ thống phân phối, chi cho việc nâng cao chất lượng sản phẩm, chi cho việc truyền thông quảng bá thương hiệu “Nhựa Tiền Phong” tới người tiêu dùng.

### III. GIÁ BÁN CÁC SP ỐNG & PHỤ TÙNG NHỰA TRÊN THỊ TRƯỜNG

Cả năm 2018 và cho đến thời điểm T4/2019 hiện tại, giá bán sản phẩm các loại ống nhựa trên thị trường của tất cả các nhà sản xuất vẫn giữ nguyên như năm 2017 trở về trước. Việc chưa tăng được giá bán các sản phẩm ống và phụ tùng nhựa đã ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngành SX ống nhựa Việt Nam nói chung và Nhựa Tiền Phong nói riêng do bị ảnh hưởng của tăng tỷ giá VNĐ/USD.

### IV. KH SXKD NĂM 2019

Căn cứ vào sự phát triển của nền kinh tế;

Căn cứ vào sự phát triển của ngành bất động sản;

Căn cứ vào tình hình cạnh tranh trên thị trường ngành ống nhựa miền Bắc;

Căn cứ vào sự tăng trưởng của NTP năm 2018 so với năm 2017;

NTP đặt các chỉ tiêu trong SXKD năm 2019 như sau:

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2018	Kế hoạch 2019	Tỷ lệ tăng trưởng (%)	Mức tăng trưởng
1	Cộng DT	Tỷ đ	4,529	5,000	110%	471
2	Sản lượng	Tấn	90,466	99,200	110%	8,734
2	Lợi nhuận TT	Tỷ đ	360.5	425	118%	65

Để đạt được KH SXKD năm 2019 như trên, Công ty cần triển khai đồng loạt các biện pháp là:

- Nâng cao chất lượng các sản phẩm hiện tại, tăng năng suất lao động bằng việc đưa dần các thiết bị hiện đại, đồng bộ, công nghệ mới vào quá trình sản xuất.

- Đầu tư máy móc thiết bị, khuôn mẫu, nguyên liệu, công nghệ để sản xuất loại sản phẩm mới, luôn giữ vững sự tiên phong trong ngành nhựa xây dựng Việt Nam bằng các sản phẩm mới, công nghệ mới.

- Hoàn thiện mẫu mã, bao bì các sản phẩm theo định hướng nhận diện thương hiệu của Nhựa Tiền Phong.

- Áp dụng công nghệ mới vào SX các SP của Công ty để chống lại việc SX hàng giả, hàng đang nhái tràn lan trên thị trường.
- Kiểm soát các chi phí trong SXKD, trong đầu tư để mang lại hiệu quả cao nhất.
- Thường xuyên xem xét giá các sản phẩm của Công ty đang cung cấp để đảm bảo phù hợp với thực tế của thị trường, phù hợp với tình hình biến động của nguyên vật liệu, tỷ giá hối đoái, tình hình cạnh tranh, sự tăng trưởng của ngành, sự phát triển của nền kinh tế ... vừa đảm bảo được người tiêu dùng chấp nhận và đảm bảo lợi nhuận cho doanh nghiệp.
- Luôn thay đổi các chương trình, hình thức truyền thông, quảng bá thương hiệu Nhựa Tiên Phong tới người tiêu dùng để hỗ trợ tốt nhất cho việc bán hàng.
- Mở rộng hệ thống phân phối tới khắp các tỉnh thành trên cả nước và hướng đến thị trường xuất khẩu.
- Luôn đánh giá, rà soát hệ thống phân phối nhằm thúc đẩy hệ thống phân phối tiêu thụ được nhiều nhất các sản phẩm của Công ty.
- Tăng cường ký kết hợp tác toàn diện với các đối tác lớn, khách hàng lớn.
- Tiếp tục mua cổ phần các Công ty cấp, thoát nước – đây là những khách hàng lâu dài, truyền thống của NTP.
- Xem xét đánh giá lại trình độ, năng lực của CBCNV để bố trí công việc phù hợp, điều chỉnh mức lương cho đúng với trình độ, năng lực, vị trí công việc thực tế của CBCNV.
- Hoàn thiện công tác đào tạo các cán bộ kế cận, luôn luôn đào tạo nâng cao trình độ tay nghề, kỹ thuật, quản lý, kinh doanh cho CBCNV Công ty.
- Soát xét các quy chế, quy định cho phù hợp với mô hình Công ty cổ phần.

## V. DỰ KIẾN KQ SXKD Q1/2019

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Kế hoạch 2019	Dự kiến Quý 1/2019	Tỷ lệ thực hiện kế hoạch 2019	Thực hiện Quý 1/2018	Tỷ lệ tăng trưởng (%)	Mức tăng trưởng
1	Cộng DT	Tỷ đ	5,000	1,004	20%	842	119%	162
2	SLBH	Tấn	99,200	19,000	19%	16,500	115%	2,500
3	LNTT	Tỷ đ	425	60	14%	50	120%	10

Trân trọng!

Hải Phòng, ngày 19 tháng 4 năm 2019

**TỔNG GIÁM ĐỐC**

(đã ký)

**CHU VĂN PHƯƠNG**

**REPORT  
ON PRODUCTION – BUSINESS RESULT IN 2018 AND PLAN FOR 2019**

**1. 2018 PRODUCTION – BUSINESS RESULT**

In 2018, the Company achieved the following Production – Business indicators:

No.	Indicator	Unit	2018 Plan	2018 Performance	Completion percentage 2018	2017 Performance	Growth rate (%)	Growth
1	Revenue	Billion dong	4,800	4,519	94%	4,425	102%	94
2	Pre-tax profit	Billion dong	480	360.5	75%	455.7	79%	(95)
3	Sales volume	Ton	94,000	90,466	96%	87,134	104%	3,332

Total revenue in 2018 was 4,519 billion VND, increasing 2% in comparison with 2017 (equivalent to the increase of 104 billion VND), fulfilling 94% of 2018 Plan, in which:

Sales volume in 2018 reached 90,466 tons, up 4% compared to 2017 (equivalent to the increase of 3,332 tons),

Pre-tax profit reached 360.5 billion VND, down 21% compared to 2017, completing 75% of 2018 Plan (equivalent to the decrease of 95 billion VND),

Profit in 2018 decreased due to some following reasons:

- Vietnam plastic industry in 2018 has not seen the growth in comparison with 2017, because the real estate market has levelled off, so there has been a slowdown in the demand of plastic pipes.

- The prices of raw materials has risen significantly, average prices of major resin in 2018 has increased higher than those of 2017, specifically:

- + PVC resin has increased by over 1%
- + PPR compound has increased by nearly 10%
- + HDPE compound has increased by nearly 30%.

- VND/USD Exchange rate in the last 06 months of 2018 has increased by over 2.5% compared to the same period of 2017.
- Financial expenses have increased because of the loans from banks
- NTP cannot increase its selling prices

**II. COMPETITION SITUATION OF THE NORTHERN MARKET IN 2018**

The competition in the plastic market becomes fiercer when some firms in another industries, such as cast iron, steel, plastic, INOX, solar energy, electric water heater, etc. start manufacturing plastic pipes. These firms possess strong financial capacity and

widespread distribution system all over the country. They had already constructed their plastic manufacturing plants and have been launched their products to Northern market with aggressive sales policies, such as: consignment, big promotion, high discount and intensive communication. This leads the competition in Vietnam market in general and Northern market in particular to be harsh, difficult and the NTP increasing expenses in terms of market development, revenue growth, preservation as well as expansion of market share in coming time.

To maintain its market share growth, from this year, NTP has to pay a substantial amount of money for customers, distribution system, enhancement of product quality as well as communication of trademark “Tien Phong Plastic” towards consumers.

**III. SELLING PRICES OF PLASTIC PIPES AND FITTINGS IN THE MARKET**

From the beginning of 2018 to April, 2019, selling prices of plastic pipes and fittings of all manufactures in the market have remained the same as 2017 and earlier. The failure of increasing selling prices of those has an impact on Vietnam plastic pipes industry in general and Tien Phong Plastic in particular, due to the consequence of VND/USD increasing exchange rate.

**IV. PRODUCTION – BUSINESS PLAN FOR 2019**

- Based on general development of the economy;
- Based on general development of real estate market;
- Based on competition situation in the Northern plastic industry;
- Based on 2018 growth in comparison with 2017;
- NTP sets the following Production-Business indicators for 2019:

No.	Indicators	Unit	2018 Performance	2019 Plan	Growth rate (%)	Growth
1	Revenue	Billion VND	4,519	5,000	110%	481
2	Sales volume	Ton	90,466	99,200	110%	8,734
3	Pre-tax profit	Billion VND	360.5	425	118%	65

In order to obtain the above 2019 Production-Business Plan, the Company needs to implement multiple measures, including:

- Improve current product quality, raise labor productivity through putting modern and synchronous equipment, advanced technology into production.
- Invest in machinery and equipment, moldings, raw materials, and technology to manufacture new products, take the leading position in Vietnam construction plastic industry through new products with new technology.
- Complete the appearance and package of products in alignment with NTP’s trademark identification

- Apply new technology to manufacture the Company's products in order to prevent counterfeit in the market.
- Control the expenses of production-business and investment to get the highest efficiency.
- Regularly review the prices of the Company's products in line with the practical market as well as the fluctuation of materials, exchange rate, competition situation, the growth of plastic industry, and the development of the economy, etc., ensuring consumers' affordability and the Company's profit.
- Actively adjust the communication programs and approaches, advertise Tien Phong Plastic Trademark to consumers, supporting sales in the best condition
- Expand distribution system widely, towards export market as well.
- Evaluate and review the current distribution system so as to gain the highest sales volume.
- Strengthen the signing of comprehensive cooperation with big partners and customers
- Continue to subscribe shares of water supply drainage companies – they are the longtime and traditional customers
- Review, re-evaluate qualifications of all employees to arrange appropriate work, adjust the salary level to be commensurate with the qualifications and working position of employees.
- Strengthen the training work for successive generation, train to raise the qualification and skills of all employees in the Company.
- Review regulations in accordance with Joint Stock Company model.

#### **V. PRODUCTION – BUSINESS RESULT IN Q1/2019**

No.	Indicator	Unit	2019 Plan	Performance in Q1/2019	Completion percentage in 2019	Performance in Q1/2018	Growth rate (%)	Growth
1	Revenue	Billion VND	5,000	1,006	20%	842	119%	164
2	Sales volume	Ton	99,200	19,000	19%	16,500	115%	2,500
3	Pre-tax profit	Billion VND	425	60	14%	50	120%	10

Sincerely!

*Hai Phong, April 19<sup>th</sup>, 2019*

**GENERAL DIRECTOR**

*(signed)*

**CHU VAN PHUONG**