

TỔNG CÔNG TY NÔNG NGHIỆP SÀI GÒN
TNHH MỘT THÀNH VIÊN
CÔNG TY CỔ PHẦN
BẢO VỆ THỰC VẬT SÀI GÒN

Số 103.2/BVTVSG-TCKT
V/v Giải trình việc cổ phiếu SPC
bị đưa vào diện cảnh báo

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

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 10 năm 2024

Kính gửi: **Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội**

Công ty cổ phần Bảo vệ Thực vật Sài Gòn, mã chứng khoán SPC xin gửi tới quý Sở lời chào trân trọng.

SPC nhận được Quyết định của Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội số 138/QĐ-SGDHN ngày 20/3/2024 về việc đưa cổ phiếu SPC vào diện bị cảnh báo vì lý do: Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối tại Báo cáo tài chính Hợp nhất năm 2023 đã kiểm toán bởi Công ty TNHH Hãng Kiểm toán AASC ghi nhận âm.

Định kỳ hàng quý, SPC giải trình báo cáo tình hình khắc phục tình trạng chứng khoán bị cảnh báo như sau:

1. Về việc lợi nhuận sau thuế hợp nhất chưa phân phối:

	Ngày 31/12/2023 BCTC đã kiểm toán	Ngày 31/3/2024 BCTC tự lập	Ngày 30/6/2024 BCTC soát xét	Ngày 30/9/2024 BCTC tự lập
LNST hợp nhất chưa phân phối	- 22.297.069.372 đồng	-35.166.783.825 đồng	-41.505.987.468 đồng	-47.648.726.626 đồng

9 tháng năm 2024, báo cáo tài chính hợp nhất doanh thu thuần đạt 676 tỷ, lợi nhuận sau thuế là -24 tỷ, lũy kế lợi nhuận sau thuế chưa phân phối là -47 tỷ, các nguyên nhân chính sau:

- Sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trong ngành thuốc bảo vệ thực vật, sức mua yếu, thời tiết không thuận lợi... khiến doanh thu không đạt kế hoạch, lợi nhuận gộp 9 tháng là 115 tỷ không đủ bù đắp chi phí hoạt động
- Tình hình khô hạn nắng nóng kéo dài trên cả nước và tình trạng xâm nhập mặn diễn biến phức tạp tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long trong những tháng đầu năm đã ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động sản xuất nông nghiệp dẫn đến thị trường thuốc BVTV giảm sút đáng kể.
- Ở quý 3/2024, công ty tiếp tục chịu ảnh hưởng tiêu cực bởi cơn bão Yagi gây thiệt hại nặng nề đến các địa phương phía Bắc, nhiều diện tích canh tác nông nghiệp đã ngập nặng. Điều này làm giảm doanh số bán ra và dòng tiền thu về.

Từ đó làm lợi nhuận sau thuế chưa phân phối tại ngày 31/12/2023 từ mức -22,2 tỷ theo BCTC đã kiểm toán, lên mức -47,6 tỷ tại ngày 30/9/2024 theo BCTC tự lập.

2. Giải pháp và lộ trình khắc phục:

a. Giải pháp khắc phục

➤ Về công tác thị trường, sản phẩm, chính sách bán hàng:

Về thị trường :

- Đẩy mạnh phát triển kênh phân phối đi đôi với phát triển sản phẩm nhằm đa dạng hóa các sản phẩm của công ty. Ngoài sản phẩm kinh doanh truyền thống của nông nghiệp-nông thôn (thuốc BVTV và phân bón hóa chất), Công ty đã và đang mở rộng kinh doanh các ngành như Nông nghiệp đô thị, ngành côn trùng gia dụng.
- Tập trung đẩy mạnh công tác phát triển thị trường, tăng cường phát triển hệ thống phân phối, đặc biệt là thị trường Campuchia, Lào bởi uy tín và thương hiệu của SPC ở 2 thị trường này đang phát triển rất tốt, đánh giá nếu đầu tư cao hơn thì 2 thị trường này thì không chỉ có doanh số bán hàng cao mà còn phát triển thương hiệu SPC tốt.
- Đẩy mạnh công tác truyền thông qua mạng internet trong công tác tiếp thị, xây dựng và quảng bá thương hiệu. Thông qua mạng xã hội Công ty đẩy mạnh công tác truyền thông đến với người tiêu dùng, nông dân, các đại lý, cán bộ chuyên ngành bằng nhiều hình thức giao tiếp như youtube,... hỗ trợ cập nhật kiến thức bằng các chủ đề thiết thực, nhà nông theo dõi có thể áp dụng vào sản xuất, các đại lý tham gia các kênh truyền thông được tiếp cận kiến thức bổ ích cho công tác kinh doanh và thực hiện nhiều hoạt động có ích cho xã hội và cộng đồng.
- Định kỳ hàng tháng tiếp tục duy trì các kỳ tập huấn chuyên đề cây trồng, chuyên đề Nông nghiệp nông thôn, chuyên đề Côn trùng gia dụng, máy móc-công cụ nông nghiệp,... thông qua các kỳ tập huấn này tạo sự gắn kết giữa công ty với khách hàng, với nhà quản lý, nhà khoa học và với nhà nông, đây cũng là cơ hội giới thiệu hướng dẫn sử dụng các sản phẩm của công ty.
- Tạo quan hệ gắn bó với hệ thống phân phối qua các chương trình khuyến mãi, tổ chức gặp gỡ, hội thảo như chương trình bốc thăm trúng thưởng, đồng hành cùng SPC.

Về nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới :

- Đẩy mạnh nghiên cứu phối chế các sản phẩm mới là hỗn hợp của 2 hoạt chất nhằm tăng hiệu quả sử dụng, tạo tính mới và tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường đang trong lộ trình thực hiện, chuẩn bị hồ sơ để được công nhận là nhà sản xuất thuốc thành phẩm của những sản phẩm này.
- Tập trung đầu tư và mở rộng bộ sản phẩm sang các lĩnh vực khác như phân bón, đặc biệt là các sản phẩm phân bón lá hữu cơ sinh học, lĩnh vực Nông nghiệp đô thị và Côn trùng trong gia dụng và y tế... để gia tăng thị phần, doanh số, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của thị trường
- Đẩy mạnh công tác tìm nguồn từ các Công ty, Tập đoàn lớn trên toàn thế giới để nhận nhượng quyền đăng ký một số sản phẩm mới. Phát triển ngành hàng phân bón, nghiên cứu tự sản xuất sản phẩm phân bón mới, nhận nhượng quyền phân phối một số sản phẩm thuốc BVTV của các đối tác nước ngoài, cũng như phân bón chất lượng cao nguồn gốc Châu Âu.

Về chính sách bán hàng:

- Tối ưu quy trình sản xuất để hạ giá thành sản phẩm, tăng tính cạnh tranh về giá bán. Đảm bảo sản phẩm đưa ra thị trường có chất lượng ổn định, giá bán cạnh tranh. Xây dựng điều chỉnh chính sách bán hàng linh hoạt theo 04 khu vực địa bàn, nhóm khách hàng; chính sách bán hàng giữ xuyên suốt theo niên vụ, trong khi giá bán thay đổi theo thị trường, đáp ứng nhanh theo yêu cầu thay đổi của thị trường và mục tiêu Công ty hướng đến.
- Các chương trình khuyến mãi theo vụ như “Cào Đông Xuân”, “Tích điểm hè thu” được hệ thống đại lý đồng thuận và ủng hộ chương trình này của Công ty. Thời gian tới vẫn tiếp tục duy trì nhưng sẽ gắn với công nghệ 4.0 để chương trình hấp dẫn hơn giảm thủ tục cho khách hàng. Trong khuyến mãi dài hạn, Công ty vẫn đều đặn duy trì chương trình Bốc thăm trúng thưởng và chương trình đồng hành cùng SPC, đây là hoạt động dành cho các khách hàng trong hệ thống của Công ty.

➤ Về công tác quản lý tài chính

- Về công nợ phải thu: Nhằm hạn chế tối đa phát sinh nợ xấu và đẩy mạnh công tác bán hàng, hiện nay Công ty đang triển khai một số giải pháp sau:
- Triển khai phương thức trả lương cho CBNV theo hiệu suất làm việc, ngoài chỉ tiêu chính là thực hiện kế hoạch doanh số còn kèm theo chỉ tiêu thu hồi công nợ, tỷ lệ nợ quá hạn và các chỉ tiêu quản lý khác của từng cá nhân và tập thể.
- Công ty đẩy mạnh ứng dụng công nghệ 4.0 trong công tác quản lý Khách hàng như: module quản lý hợp đồng, module quản lý tín dụng (cấp tính dụng theo năng lực tài chính của từng khách hàng), module kiểm soát nợ quá hạn, phần mềm tin nhắn quản lý giao dịch kinh doanh với khách hàng (bán hàng và thu tiền), triển khai phần mềm DMS nhằm đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng.
- Bên cạnh đó, Công ty thường xuyên triển khai các chính sách kích cầu bán hàng và thu tiền cũng như những chính sách phạt trả chậm nhằm thu hồi công nợ kịp thời. Hàng năm, tất cả các Khách hàng sẽ được cập nhật, đánh giá năng lực tài chính (công nợ, tồn kho, pháp lý....) nhằm kiểm soát rủi ro, hạn chế mức thấp nhất thiệt hại về tài chính nếu có rủi ro xảy ra đồng thời đẩy mạnh phát triển các Khách hàng có tiềm lực tài chính lành mạnh và định hướng phát triển tốt.
- Về hàng tồn kho: Liên quan đến công tác quản lý hàng tồn kho, Công ty đã triển khai đánh giá chất lượng hàng tồn kho, xây dựng định mức tồn kho, lập kế hoạch dự báo kế hoạch nhu cầu hàng hóa để mua dự trữ.
- Trước tình hình biến động giá đầu vào hiện nay, rút kinh nghiệm trong công tác kiểm soát giá đầu vào trong thời gian vừa qua, hiện nay Công ty đang đẩy mạnh chiến lược “mua ít, bán nhanh, mua đều” nhằm kiểm soát giá đầu vào.
- Công ty đã ban hành thông báo định mức tồn kho tối đa, định mức một lần nhập cho tất cả các nguyên vật liệu đầu vào (nguyên liệu, bán thành phẩm nhập, bao bì, phụ gia,...) và định mức tồn trữ bán thành phẩm trộn, nhập hàng nguyên vật liệu và bán thành phẩm, để mua dự trữ để đảm bảo mức tồn kho hợp lý, giá thành thấp nhất, tiết

0063
ÔNG
Ổ PH
VỀ TH
ÀI G
- TP H

kiệm tối đa các chi phí không cấp thiết trong hoạt động sản xuất kinh doanh, giá bán cạnh tranh và có hiệu quả, đảm bảo cung ứng cho thị trường kịp thời.

- Thường xuyên phân tích, đánh giá tình hình hàng tồn kho, có phương pháp giải quyết, xử lý hàng tồn kho tồn đọng, chậm luân chuyển, Công ty tập trung đẩy nhanh tiến độ bán lượng hàng tồn kho chậm luân chuyển có thời gian lớn hơn 6 tháng. Hàng tồn kho chậm luân chuyển trên, chủ yếu là nguyên liệu và bán thành phẩm, nên hiện nay Công ty đang rà soát, đánh giá lại chất lượng, quy cách, hàm lượng kỹ thuật để phối hợp với các nguyên liệu khác tạo ra các sản phẩm mới phù hợp với việc thay đổi tập quán và môi trường cạnh tranh của người nông dân hiện nay và đồng thời hướng đến thị trường Campuchia, Lào,... với phân khúc chất lượng ổn định, giá bán phù hợp.
- Thực hiện công tác dự báo trước hàng quý, điều chỉnh theo tháng và thực hiện theo đơn hàng hiện hành cho các chi nhánh, nhằm xác định được lượng hàng tồn kho phù hợp tránh được tình trạng thiếu hàng hoá, chủ động về mặt thời gian, đảm bảo đủ hàng cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Đơn hàng hiện hành phát sinh ngoài kế hoạch: các đơn hàng phát sinh ngoài kế hoạch thực hiện báo cáo hàng ngày. Căn cứ trên đơn hàng phát sinh và định mức hàng tồn kho, đảm bảo cho hàng hoá kịp thời cho các chi nhánh.

➤ Về công tác quản lý nhân sự

- Xây dựng lực lượng kế thừa: tạo điều kiện cho người lao động đặc biệt là lao động trẻ phát huy năng lực và phấn đấu; phát hiện kịp thời nhân tố tích cực, tạo cơ chế giao nhiệm vụ gắn với trách nhiệm và quá trình thử thách, qua đó đánh giá và đào tạo, quy hoạch đội ngũ nhân sự kế thừa.
- Cải thiện thu nhập cho CBNV: xây dựng các chương trình thi đua, tiếp tục rà soát giao thêm nhiệm vụ để tạo cơ hội cho người lao động có thêm thu nhập. Ra chính sách trả lương cho khối nhân viên với mức lương min phù hợp. Tiếp tục xây dựng chương trình thi đua khen thưởng kinh doanh nhằm thúc đẩy bán hàng trong quý 4/2024.
- Chuẩn hóa các thể chế, quy định, quy trình ISO, mô tả/hướng dẫn công việc rõ ràng; tăng cường các hoạt động đoàn thể, tạo sân chơi, nơi làm việc xanh sạch; trang bị phương tiện, BHLĐ và tạo điều kiện cho người lao động làm việc, phát huy năng lực.

➤ Về công tác đầu tư:

- Tập trung đầu tư máy móc, thiết bị có công nghệ vượt trội, năng suất cao thay thế máy móc, thiết bị cũ lạc hậu nhằm nâng cao năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm, đảm bảo đáp ứng kịp thời nhu cầu thị trường và năng lực cạnh tranh cho Công ty
- Tập trung đẩy mạnh công tác phát triển thị trường, tăng cường phát triển hệ thống kênh phân phối trong và ngoài nước. Công ty đã và đang mở rộng kinh doanh sang các ngành như Nông nghiệp đô thị, côn trùng gia dụng. Bên cạnh đó, uy tín và thương hiệu của SPC đang phát triển tốt ở thị trường Campuchia và Lào, do đó nếu tăng cường đầu tư vào 2 thị trường này sẽ giúp doanh số tăng cao.

- Đẩy mạnh tiếp thị, xây dựng và quảng bá thương hiệu thông qua các công tác truyền thông qua mạng internet để giao tiếp và hỗ trợ cập nhật các kiến thức bổ ích đến với người tiêu dùng, nông dân, các đại lý và các cán bộ chuyên ngành.
- Về nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, công ty phối chế các sản phẩm mới nhằm tăng hiệu quả sử dụng, tạo tính mới và tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Ngoài ra, việc tìm nguồn để nhận nhượng quyền phân phối, nghiên cứu sản xuất sản phẩm phân bón từ các Công ty, Tập đoàn lớn trên thế giới sẽ giúp công ty mở rộng bộ sản phẩm sang lĩnh vực khác, từ đó có thể gia tăng thị phần, doanh số.
- Tối ưu hóa quy trình sản xuất để hạ giá thành sản phẩm, tăng tính cạnh tranh về giá bán. Xây dựng, điều chỉnh chính sách bán hàng linh hoạt theo từng khu vực và từng nhóm khách hàng để đáp ứng nhanh theo yêu cầu thay đổi của thị trường và mục tiêu của Công ty.
- Tiếp tục duy trì, tạo quan hệ gắn bó với hệ thống phân phối, khách hàng, nhà nông thông qua các chương trình khuyến mãi, tổ chức gặp gỡ, hội thảo và các buổi chuyên đề cây trồng, Nông nghiệp nông thôn, côn trùng gia dụng,... Đồng thời gắn với công nghệ 4.0 để chương trình hấp dẫn hơn và giảm thủ tục cho khách hàng.
- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ 4.0 trong công tác quản lý khách hàng và thường xuyên triển khai các chính sách kích cầu mua hàng, thu tiền và phạt trả chậm để thu hồi công nợ kịp thời và hiệu quả.
- Liên quan đến công tác quản lý hàng tồn kho, Công ty đã triển khai đánh giá và phân tích thường xuyên để xử lý hàng tồn kho tồn đọng, chậm luân chuyển,... Bên cạnh đó, công ty đã ban hành định mức hành tồn kho tối đa và lập kế hoạch dự báo hàng quý, điều chỉnh theo tháng nhằm xác định lượng hàng tồn kho phù hợp, đảm bảo cung ứng kịp thời cho thị trường, các chi nhánh và hoạt động sản xuất.
- Triển khai phương thức trả lương cho CBNV theo hiệu suất làm việc với mức lương thấp nhất phù hợp, tạo cơ hội, điều kiện cho NLD có thêm thu nhập và phát huy năng lực.
- Tập trung đầu tư máy móc, thiết bị có công nghệ vượt trội, năng suất cao thay thế máy móc, thiết bị cũ lạc hậu nhằm nâng cao năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm, đảm bảo đáp ứng kịp thời nhu cầu thị trường và năng lực cạnh tranh.

b. Lộ trình khắc phục:

Hợp nhất 09 tháng năm 2024, Công ty thực đạt doanh thu thuần, lợi nhuận sau thuế và lỗ lũy kế là:

Doanh thu thuần	Lợi nhuận sau thuế	Lỗ lũy kế
676.234.728.439 đồng	-24.364.033.982 đồng	-47.648.726.626 đồng

Công ty đặt kế hoạch 3 tháng cuối năm 2024 đạt mức doanh thu 178 tỷ, với lợi nhuận sau thuế dương nhằm bù đắp dần lỗ lũy kế.

Năm 2025 với các phương hướng khắc phục trên, phần đầu năm 2025 lợi nhuận sau thuế hợp nhất chưa phân phối là số dương.

Trên đây là nội dung giải trình, báo cáo biện pháp và lộ trình khắc phục tình trạng cổ phiếu vào diện cảnh báo của Công ty cổ phần Bảo vệ Thực vật Sài Gòn.

Trân trọng báo cáo./.

GIÁM ĐỐC



NGUYỄN QUỐC DŨNG