

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN “3 NHÀ” CỦA SBT - MỤC TIÊU ĐỀ CÓ THỂ CẠNH TRANH KHI ATIGA CẬN KỀ

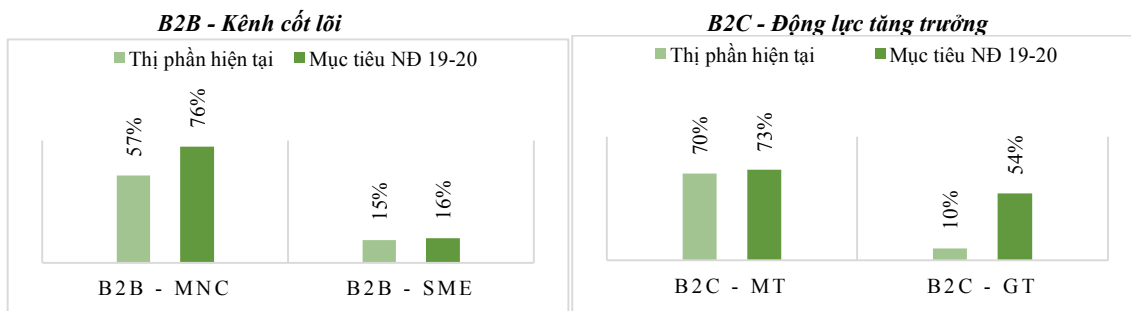
Sau dấu mốc M&A với Công ty Đường Biên Hòa vào tháng 9/2017, TTC Biên Hòa đã trở thành Công ty Đường lớn nhất Việt Nam về quy mô hoạt động cũng như thị phần và đang tiếp tục duy trì đà tăng trưởng kết hợp từ các thế mạnh thương hiệu, công nghệ, hệ thống phân phối và nhân sự. ATIGA sẽ chính thức hiệu lực vào tháng 1/2020, các Công ty Đường Việt Nam muốn tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh với các ông lớn Mía Đường Khu vực thì phải hoạch định chiến lược đúng đắn và hợp lý. Bắt đầu từ Niên độ 19-20, SBT sẽ tập trung hết sức lực đẩy mạnh hoạt động sản xuất và kinh doanh nhằm sẵn sàng cho hành động chiến lược **“3 Nhà: Nhà sản xuất - Nhà phân phối - Nhà thương mại quốc tế”**.

Nhà sản xuất - Khai thác Chuỗi giá trị Cây Mía

Đa dạng hóa dây sản phẩm chính

Đến năm 2021, TTC Biên Hòa sẽ kiên định với 3 mục tiêu lớn (1) Duy trì vị thế dẫn đầu Kênh B2B - Công nghiệp lớn MNC với dịch vụ chăm sóc Khách hàng tốt nhất (2) Tập trung vào các thị trường còn bỏ ngỏ để tăng thị phần của Kênh B2B - Tiêu thụ công nghiệp SME (3) Tiếp tục duy trì thương hiệu số 1 trong lòng người tiêu dùng Việt Nam.

Chiến lược của SBT được triển khai xuyên suốt cho tất cả các Kênh Khách hàng, nghĩa là không chỉ cung cấp sản phẩm mà còn cung cấp giải pháp. Đối với Kênh MNC, Công ty sẽ cung cấp các dòng sản phẩm theo từng đặc thù sản xuất cho từng kênh Khách hàng trên tiêu chí tiết giảm chi phí và gắn gũi với hệ thống công nghệ của đối tác. Với Kênh Tiêu dùng B2C, Công ty sẽ mang đến những sản phẩm bắt kịp xu hướng ẩm thực hiện đại như Đường Đen, Đường Lông, Đường Phèn... nhưng vẫn không làm phai nhạt sự tinh túy truyền thống. Trong ND 19-20, Công ty dự kiến sẽ tiếp tục cho ra mắt những sản phẩm Đường mới với chất lượng, mẫu mã, quy cách đóng gói phù hợp với tất cả các đối tượng khác nhau.



Nguồn: TTC Biên Hòa

Đẩy mạnh phát triển sản phẩm Cạnh Đường - Sau Đường công nghệ cao, chuỗi sản phẩm Nông nghiệp

Với 24 năm kinh nghiệm trong việc canh tác cơ giới hóa liên hợp, áp dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ cơ giới mới nhất vào sản xuất, kết hợp với những lợi thế sẵn có trong lĩnh vực kinh doanh máy móc Nông nghiệp, đồng thời tối ưu hóa thế mạnh Vùng Nguyên liệu gần 70.000 ha tại 3 Nước Đông Dương; SBT đã chủ trương định hướng phát triển chuỗi Nông nghiệp sạch, công nghệ cao để tối ưu hóa nguồn Doanh thu (DT) và Lợi nhuận (LN). Để chuẩn bị cho việc đa dạng hóa nguồn thu, Công ty đã bổ sung thêm 11 ngành nghề mới, chủ yếu thuộc lĩnh vực chăn nuôi và trồng trọt các cây trồng khác ngoài Mía.

Công ty dự kiến sẽ tăng tỷ trọng của các sản phẩm Cạnh Đường - Sau Đường, bổ sung đáng kể tỷ trọng của các sản phẩm trong chuỗi Nông nghiệp nhằm đáp ứng mục tiêu phát triển ổn định và bền vững. Dự kiến tới Niên độ 20-21, cơ cấu DT của các sản phẩm Cạnh Đường - Sau Đường sẽ tăng lên 30% so với 15% của 18-19. Các sản phẩm Cạnh Đường - Sau Đường sẽ triển khai sẽ đạt đến con số 8 bao gồm Nước uống từ Mía, Bã Mía, Trồng Nấm, Điện sinh khối, Mật rỉ, Phân vi sinh, Phân vi sinh lỏng, Ethanol/Nhiên liệu sinh học. Ngoài ra, Công ty sẽ phát triển thêm các sản phẩm khác bao gồm cơ giới nông nghiệp, cho thuê khu công nghiệp, hậu cần và chuỗi sản phẩm Nông nghiệp để chứng minh sự năng động, tính thức thời cùng sự phát triển và xu hướng nền kinh tế, giảm thiểu tối đa rủi ro phụ thuộc quá nhiều vào 1 sản phẩm chủ đạo. Hiện tại, SBT đang trong quá trình đàm phán để thực hiện liên kết và hợp tác với một số Tập đoàn lớn trong khu vực Châu Á về lĩnh vực trồng trọt, chăn nuôi nhằm tận dụng lợi thế sẵn có đôi bên để tối ưu hóa LN cho Công ty.

Sản phẩm Cạnh Đường - Sau Đường sẽ triển khai theo chiến lược hoạt động

STT	Sản phẩm	Đã triển khai	Đang lập kế hoạch
1	Nước uống từ Mía	x	
2	Bã Mía	x	
3	Trồng nấm		x
4	Điện sinh khối	x	
5	Mật ri	x	
6	Phân vi sinh	x	
7	Phân vi sinh lỏng		x
8	Ethanol/Nhiên liệu sinh học		x

Nguồn: TTC Biên Hòa

Nhà phân phối - Mở rộng địa bàn và quy mô hoạt động

Công ty sẽ đẩy mạnh phát triển hệ thống HORECA - Hotel, Restaurant, Cafe/Catering thuộc Kênh B2C. Đây là một thuật ngữ quen thuộc đề cập đến kênh phân phối sản phẩm thông qua Nhà hàng - Khách sạn và Đơn vị kinh doanh dịch vụ ăn uống. Tại các nước phát triển, HORECA không phải là một khái niệm mới, song tại Việt Nam đây có thể được xem là thị trường khá mới mẻ, hấp dẫn và còn nhiều dư địa phát triển với cơ cấu dân số trẻ, nhu cầu tiêu dùng gia tăng đã hỗ trợ các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hàng tiêu dùng nhanh - FMCG, Thực phẩm và đồ uống - F&B tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây.

Với nhiều tiềm năng chưa khai thác hết, TTC Biên Hòa đã nhanh chóng thâm nhập vào phân khúc này thông qua việc tận dụng hệ thống phân phối sẵn có, cũng như tính nhận diện thương hiệu cao đối với Khách hàng. Tính đến cuối Niên độ 18-19, Công ty đã khai thác được gần 3.500 điểm bán trong tổng số 90.000 điểm bán của Kênh này. Mặc dù tăng mạnh 77% so với cùng kỳ, nhưng vẫn chỉ chiếm một tỷ trọng rất khiêm tốn khoảng 4% thị phần. Điều này cho thấy dư địa và tiềm năng tăng trưởng của Kênh HORECA còn rất lớn và nếu khai thác hợp lý sẽ đem lại sự phát triển vượt bậc về thị phần.

Các sản phẩm Đường dự kiến để chinh phục Kênh HORECA sẽ gồm Đường RE, Đường Phèn và Đường làm bánh, Đường Vàng và Đường Nâu, Đường Thôi và Đường Viên, Mật Mía và Đường Lỏng và Đường ăn kiêng. Dự kiến đến năm 2022, các điểm bán tại Miền Nam, Trung và Bắc sẽ được bao phủ lên đến 30.000 điểm, tăng 9 lần so Niên độ 18-19 với sản lượng là 54.000 tấn và DT đạt 1.200 tỷ đồng. Định hướng Kênh HORECA sẽ đạt được 5 mục tiêu cốt lõi (1) Tiên phong dẫn đầu Ngành hàng Đường tại thị trường nội địa (2) Phát triển và đẩy mạnh sản lượng nhóm hàng Đường Bao, Nước Mía (3) Bùng nổ mở rộng bao phủ và thâm nhập trên diện rộng (4) Có mặt tại ít nhất 13 Tỉnh Thành trọng điểm (5) Số lượng đối tác khai thác cuối Niên độ 19-20 đạt 10.000 Khách hàng.

Trước tốc độ đô thị hóa ngày càng nhanh, việc đẩy mạnh phân phối sản phẩm đến Kênh B2C tại những khu vực còn nhiều tiềm năng như nông thôn và phía Bắc sẽ hỗ trợ Công ty tiếp tục đi đầu trong việc gia tăng thị phần, đồng thời khẳng định vị thế thương hiệu, từ đó thúc đẩy tăng trưởng cho kênh bán lẻ hàng tiêu dùng. Với hệ thống phân phối rộng khắp từ miền Đông Nam Bộ đến Duyên Hải Miền Trung, Công ty sẽ tiếp tục đẩy mạnh và phát triển hệ thống phân phối các Khu vực phía Bắc thông qua việc tiếp cận phân khúc Khách hàng tầm trung và cận trung tại đây. Niên độ 18-19, cơ cấu sản lượng Đường tiêu thụ theo địa bàn tại Khu vực miền Bắc chỉ là 3%. Kế hoạch 19-20, Công ty sẽ mở rộng thêm khoảng 10.000 điểm phân phối tại Khu vực này, tăng 27% so với cùng kỳ, từ đó sản lượng Đường tiêu thụ tại miền Bắc có thể tăng gấp 2 lần so với Niên độ 18-19.

Nhà thương mại quốc tế - Mở cửa thông minh, đón đầu hội nhập

Tháng 10/2018 đánh dấu một cột mốc quan trọng đối với mảng Đường Organic khi SBT chính thức ký kết hợp tác chiến lược với Công ty ED&F Man Sugar - Anh Quốc về việc bao tiêu sản phẩm Đường Organic sản xuất tại Lào và bán các loại Đường của SBT niên vụ 18-19 sang thị trường Châu Âu. TTC Attapeu và Đối tác chiến lược đã ký kết về việc cung ứng và tiêu thụ các sản phẩm, bao gồm Đường Organic Golden Cane Sugar và Golden Cane Sugar trong thời gian 5 năm tới tại thị trường Châu Âu - có thể xem là thị trường khát khe nhất trên thế giới về tiêu chuẩn chất lượng. Hiện tại, các sản phẩm Đường Organic đang đem lại LN rất tốt cho Công ty khi Biên LN cao hơn nhiều so với trung bình của các sản phẩm Đường khác. Trong thời gian tới, Công ty sẽ tiếp tục tăng sản lượng Đường Organic phục vụ thị trường trong nước cũng như xuất khẩu để tối đa hóa DT và LN.

Theo dự báo của Market Research Future & Absolute Market Insights đến năm 2022, nhu cầu sử dụng Đường Organic toàn cầu sẽ đạt gần 1,4 tỷ USD với tốc độ tăng trưởng kép giai đoạn 2017-2022 lên tới 16%. Để khai thác tiềm năng của thị trường này, TTC Biên Hòa đã có những bước chuẩn bị kỹ lưỡng, những bước đi chủ động vào mảng Đường Organic trong suốt thời gian qua, tiếp tục đầu tư và phát triển diện tích Mía Organic cũng như sản xuất Đường Organic trong thời gian tới nhằm mở rộng thị phần quốc tế. Niên độ 17-18



CÔNG TY CỔ PHẦN THÀNH THÀNH CÔNG - BIÊN HÒA

Xã Tân Hưng, Huyện Tân Châu, Tỉnh Tây Ninh
T. [+84 - 276] 375 3250 | F. [+84 - 276] 383 9834
E. info@ttcsugar.vn | W. www.ttcsugar.vn

quy mô xuất khẩu của TTC Biên Hòa chỉ với 6 thị trường, nhưng chỉ trong 1 năm, Công ty đã nâng số lượng thị trường xuất khẩu lên gấp 3,5 lần là 21 thị trường kể cả những thị trường khó tính như Mỹ, Châu Âu, Singapore... với nhiều sản phẩm có giá trị gia tăng cao như Đường Organic, Đường Vàng. TTC Biên Hòa vẫn sẽ tiếp tục khai thác các quốc gia mới, gia tăng đơn hàng và đẩy mạnh thị phần ở thị trường quốc tế. Dự kiến sản lượng Đường xuất khẩu cho Niên độ 19-20 của TTC Biên Hòa sẽ tăng 80% so với cùng kỳ và Niên độ 20-21 sẽ tiếp tục tăng với tỷ lệ tăng trưởng kép 4 năm đạt 26%.

Bên cạnh đó để chủ động nguồn nguyên vật liệu đầu vào với giá cả cạnh tranh, Công ty sẽ tiếp tục chủ động nghiên cứu thị trường thương mại quốc tế, đưa ra các kế hoạch cụ thể cho việc mua nguyên liệu với giá kỳ hạn/giá thỏa thuận để tối ưu hóa giá thành sản xuất, phù hợp với các kênh Khách hàng khác nhau.

Ngày 15/11/2019, Công ty Chứng khoán KIS Việt Nam đã thực hiện phát hành 2 triệu Chứng quyền mua cổ phiếu SBT, giá thực hiện là 21.212 đồng/cổ phiếu, cao hơn 17% so với mức giá đóng cửa tại thời điểm 22/11/2019 là 18.200 đồng/cổ phiếu, thời hạn của chứng quyền là 3 tháng và sẽ đáo hạn vào ngày 14/2/2020. Trước đó tháng 6/2019, SBT cũng đã chính thức được chọn là 1 trong 26 mã cổ phiếu trở thành tài sản cơ sở cho Chứng quyền đảm bảo - Sản phẩm phái sinh thứ 2 tại thị trường chứng khoán Việt Nam. Theo đó, tổng hạn mức có thể chào bán thông qua Chứng quyền của SBT lên tới gần 24 triệu cổ phiếu, tương đương 4,1% số lượng cổ phiếu đang lưu hành.

Mọi thông tin vui lòng liên hệ:

Bà Vũ Thị Lệ Giang

Phòng Quan hệ Nhà Đầu tư

Email: giangvtl@ttcsugar.com.vn