****

**PHIẾU HỎI DOANH NGHIỆP**

*(Phục vụ Bảng xếp hạng Top 10 Công ty Thực phẩm và Đồ uống uy tín năm 2022)*

|  |  |
| --- | --- |
| Vietnam Report cam kết phiếu điều tra chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu, không công bố những thông tin công ty cung cấp theo đúng quy chế bảo mật thông tin. Kính đề nghị Quý Doanh nghiệp điền đầy đủ thông tin và gửi về cho Vietnam Report **trước 17h ngày 29/8/2022.**  Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Doanh nghiệp! | Quý Doanh nghiệp vui lòng quét mã QR để tải bản mềm (nếu cần):  Qr code  Description automatically generated |

**THÔNG TIN NGƯỜI ĐIỀN PHIẾU**

Họ và tên: ………..………………………………………………………………………………………….…......

Bộ phận làm việc: ………………………………………………………………………………………………….

Số điện thoại liên lạc: ……………………………………………………………………………………………...

Email:………………………………………………………………………………………………….…….........

|  |
| --- |
| A ˗ THÔNG TIN DOANH NGHIỆP |

1. **Tên Doanh nghiệp:**……………………………………………………………………………………………
2. **Mã số thuế:**………………………………………………………………………………………….................
3. **Loại hình hoạt động của Doanh nghiệp:**

Nhà nước

Tư nhân

Có vốn đầu tư nước ngoài (trên 50%)

1. **Lĩnh vực kinh doanh chính của Doanh nghiệp:**

Sản xuất và chế biến thực phẩm (chiếm ……..% doanh thu)

Chế biến và kinh doanh đồ uống (chiếm ……..% doanh thu)

Khác (vui lòng ghi rõ):………………………………………………………………………………………

1. **Nhóm sản phẩm chính của Doanh nghiệp:**

Đồ uống có cồn

Đồ uống không cồn

Sữa và sản phẩm từ sữa

Đường, bánh kẹo và thực phẩm dinh dưỡng khác

Gia vị, dầu ăn, thực phẩm đóng gói

Thực phẩm tươi sống, chế biến, đông lạnh

Khác (vui lòng ghi rõ):………………………………………………………………………………………

1. **Thông tin tài chính của Doanh nghiệp**

| **Chỉ tiêu** | **Năm 2021** | **6 tháng đầu năm 2022** |
| --- | --- | --- |
| Tổng tài sản (triệu đồng) |  |  |
| Vốn chủ sở hữu (triệu đồng) |  |  |
| Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ (triệu đồng) |  |  |
| Tổng doanh thu (triệu đồng) |  |  |
| Lợi nhuận trước thuế (triệu đồng) |  |  |
| Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng) |  |  |

*(\*) Tổng doanh thu: Tổng cộng các khoản thu nhập của doanh nghiệp (không bao gồm các khoản giảm trừ*

|  |
| --- |
| **B ˗ TÌNH HÌNH SXKD CỦA DOANH NGHIỆP** |

1. **Năng lực hoạt động SXKD của Quý Doanh nghiệp ở thời điểm hiện tại bằng bao nhiêu phần trăm so với cùng thời điểm trước đại dịch? *(Ước tính một cách tương đối)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Dưới 40% | Từ 40% đến dưới 60% | Từ 60% đến dưới 80% | Từ 80% đến dưới 100% | Từ 100% đến dưới 120% | Từ 120% đến dưới 150% | Từ 150% đến dưới 200% | Trên 200% |
| Doanh thu |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lợi nhuận |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Hoạt động SXKD nói chung |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Doanh thu của Quý Doanh nghiệp theo các kênh phân phối ở thời điểm hiện tại thay đổi như thế nào kể từ khi đại dịch bùng phát? *(Ước tính một cách tương đối)***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Tăng lên | Không thay đổi | Giảm đi |
| Kênh tiêu dùng tại chỗ (On-premise) |  |  |  |
| Kênh phân phối mua về nhà (Off-premise) |  |  |  |
| Truyền thống (General Trade) |  |  |  |
| *Đại lý tổng hợp* |  |  |  |
| *Tạp hóa ven đường* |  |  |  |
| *Chợ truyền thống* |  |  |  |
| Hiện đại (Modern Trade) |  |  |  |
| *Đại siêu thị* |  |  |  |
| *Siêu thị* |  |  |  |
| *Cửa hàng tiện lợi* |  |  |  |
| *Thương mại điện tử* |  |  |  |

1. **Top 5 khó khăn mà Quý Doanh nghiệp đang phải đối mặt hiện nay là gì?**
2. **Thách thức bên ngoài *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Làn sóng lây nhiễm/bùng phát COVID-19 mới và các dịch bệnh tương tự

Suy thoái kinh tế toàn cầu

Lạm phát gia tăng

Thay đổi hành vi của người tiêu dùng

Đứt gãy nguồn cung ứng nguyên liệu

Các vấn đề liên quan đến logistics, phân phối

Rủi ro an ninh mạng, quyền riêng tư

Tốc độ chuyển đổi kỹ thuật số

Khác (vui lòng nêu rõ) …………………….........…………………….......................................................

1. **Thách thức bên trong *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Khả năng đáp ứng nhu cầu/cơ hội bán hàng tăng lên

Khả năng nhanh chóng điều chỉnh cơ cấu chi phí để đáp ứng nhu cầu

Thiếu thanh khoản hoặc tín dụng để đảm bảo hoạt động kinh doanh liên tục

Thiếu hụt nhân sự đảm bảo sản xuất kinh doanh

Năng suất sản xuất giảm

Khả năng quản lý hiệu quả các mô hình làm việc kết hợp từ xa và tại chỗ

Đảm bảo an toàn y tế và lao động tại nơi làm việc

Khác (vui lòng nêu rõ) …………………….........……………………........................................................

1. **Quý Doanh nghiệp có đang chịu áp lực tăng giá đối với các yếu tố đầu vào (nguyên vật liệu, xăng dầu, tiền lương,…) không?**

Có, áp lực rất lớn

Có, áp lực tương đối

Không chịu áp lực

1. **Nếu có, Quý Doanh nghiệp dự báo áp lực tăng giá này sẽ kéo dài trong bao lâu ?**

Không kéo dài

Kéo dài đến cuối năm 2022

Kéo dài đến giữa năm 2023

Kéo dài đến cuối năm 2023

Kéo dài đến sau năm 2023

1. **Theo Quý Doanh nghiệp đâu là những yếu tố đang làm giá sản phẩm tăng hiện nay?**

Gián đoạn của chuỗi cung ứng

Thiếu lao động vận hành sản xuất kinh doanh

Thiếu nhà cung cấp dịch vụ

Giá nguyên vật liệu tăng cao

Yêu cầu cao đối với chất lượng sản phẩm, dịch vụ

Khác (vui lòng cho biết):...............................................................................................................................

|  |
| --- |
| **C – CHIẾN LƯỢC CỦA DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH BÌNH THƯỜNG TIẾP THEO** |

1. **Dựa trên thực trạng hiện nay của nền kinh tế Việt Nam, niềm tin của Quý Doanh nghiệp vào sự phục hồi và phát triển nhanh chóng của Kinh tế Việt Nam như thế nào?**

Có niềm tin rõ rệt

Có niềm tin tương đối rõ rệt

Chưa có nhiều niềm tin nhiều vào sự hồi phục và phát triển nhanh chóng

Không có kỳ vọng

1. **Theo Quý Doanh nghiệp, triển vọng toàn ngành Thực phẩm – Đồ uống trong 6 tháng cuối năm 2022 so với 6 tháng đầu năm sẽ như thế nào?**

Khó khăn hơn rất nhiều

Khó khăn hơn một chút

Không thay đổi

Khả quan hơn một chút

Khả quan hơn rất nhiều

1. **Triển vọng kinh doanh của Quý Doanh nghiệp trong 6 tháng cuối năm 2022 so với 6 tháng đầu năm sẽ như thế nào?**

Khó khăn hơn rất nhiều

Khó khăn hơn một chút

Không thay đổi

Khả quan hơn một chút

Khả quan hơn rất nhiều

1. **Đâu là thay đổi quan trọng nhất trong việc xây dựng lại hoặc nâng cao nguồn doanh thu tại Quý Doanh nghiệp trong thời gian tới?**

Sản phẩm hoặc dịch vụ

Chiến lược định giá

Kênh phân phối

Phân khúc khách hàng

Nhân sự

Sáp nhập, mua bán, liên doanh

Thị trường địa lý

Các chiến lược chuỗi cung ứng

1. **Top 5 chiến lược ưu tiên của Quý Doanh nghiệp trong bối cảnh bình thường tiếp theo là gì?**
2. **Quản trị, vận hành SXKD *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Tăng cường cơ sở hạ tầng CNTT để hỗ trợ quản lý và vận hành

Cho phép làm việc từ xa trên diện rộng

Cho phép các hoạt động trước, trong và sau bán hàng được thực hiện thông qua các kênh kỹ thuật số

Đơn giản hóa cơ cấu tổ chức

Điều chỉnh cơ sở hạ tầng bất động sản theo hướng giảm chi phí sử dụng

Sử dụng nguồn lực nội bộ để thực hiện các quy trình sản xuất thiết yếu

Thuê ngoài đối với các quy trình sản xuất không thiết yếu

Đa dạng hóa nguồn cung ứng, ưu tiên nguồn cung trong nước (so với nhập khẩu)

Đầu tư cho công tác bảo quản thực phẩm, lưu kho

Kiểm soát chặt chẽ nguồn nguyên liệu đầu vào

Tìm kiếm thị trường mới

Ưu tiên phục vụ thị trường hiện tại

Tăng trưởng doanh thu

Cắt giảm chi phí

Tăng vốn hoạt động (IPO, phát hành thêm cổ phiếu, trái phiếu, kêu gọi góp vốn đầu tư từ các tổ chức tín dụng, đối tác chiến lược…)

Tìm kiếm cơ hội từ M&A

Đầu tư cho công tác đào tạo nhân lực phù hợp với tình hình diễn biến của dịch bệnh

Thay đổi các biện pháp và yêu cầu về an toàn tại nơi làm việc

Khác (vui lòng cho biết) ……………………………………………………………………………………

1. **Chiến lược sản phẩm *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Điều chỉnh, thiết kế lại hoặc đổi mới việc cung cấp sản phẩm để mở rộng sang các thị trường lân cận/mới

Tận dụng các biện pháp an toàn và sức khỏe mới bằng cách thiết kế lại việc cung cấp sản phẩm hiện tại

Tùy chỉnh các sản phẩm để đáp ứng các yêu cầu mới của khách hàng và/ hoặc quy định của Chính phủ

Tối đa hóa chuỗi cung ứng địa phương bằng cách thiết kế lại việc cung cấp sản phẩm hiện tại

Chỉ tập trung vào các sản phẩm cốt lõi bằng cách hợp lý hóa danh mục đầu tư và lợi thế cạnh tranh cốt lõi

Khác (vui lòng cho biết) ……………………………………………………………………………………

1. **Tương tác với khách hàng *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Tăng tính linh hoạt trước và sau khi bán hàng

Tăng các tùy chọn tự phục vụ

Bán chéo sản phẩm để tăng giá trị mang lại cho khách hàng

Chuyển hầu hết các giao dịch sang các kênh kỹ thuật số

Thiết kế lại các chương trình khách hàng thân thiết dựa trên các điều kiện an toàn sức khỏe, di chuyển mới

Xác định lại thương hiệu để trở nên có tác động tới khách hàng hơn

Phân biệt mức độ dịch vụ theo giá trị phân khúc khách hàng

Khác (vui lòng cho biết) ……………………………………………………………………………………

1. **Ứng dụng công nghệ *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Giải pháp an ninh mạng (Cybersecurity)

Điện toán đám mây (Cloud computing)

Các công cụ nhận thức và trí thông minh nhân tạo (Artifical Intelligence-AI)

Internet vạn vật kết nối (IoT)

Quy trình robot (Robotic)

Tự động hóa (Robot Process Automation-RPA)

Kinh doanh thông minh (Business Intelligence-BI) và Phân tích nâng cao (Advanced Analytics)

Thực tế ảo (Virtual Reality-VR) hoặc công nghệ hỗ trợ từ xa

Chuỗi khối (Blockchain)

Khác (vui lòng cho biết) ……………………………………………………………………………………

1. **Chi phí marketing hiện chiếm bao nhiêu phần trăm (%) doanh thu của Quý Doanh nghiệp?**

Dưới 6%

Từ 6-8%

Từ 8-10%

Từ 10-12%

Từ 12-14%

Trên 14%

1. **Quý Doanh nghiệp dự kiến phân bổ ngân sách marketing như thế nào trong ít nhất 6 tháng tới đây?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Tăng lên | Không đổi | Giảm đi | Không rõ |
| Chi cho marketing nói chung |  |  |  |  |
| Marketing truyền thống |  |  |  |  |
| Marketing kỹ thuật số (Digital marketing) |  |  |  |  |
| Xây dựng thương hiệu |  |  |  |  |
| Quản trị quan hệ khách hàng |  |  |  |  |
| Trải nghiệm khách hàng |  |  |  |  |
| Giới thiệu sản phẩm mới |  |  |  |  |
| Giới thiệu dịch vụ mới |  |  |  |  |

1. **Quý Doanh nghiệp đã, đang và sẽ đầu tư vào những điều nào sau đây để cải thiện hiệu suất của hoạt động digital marketing trên các kênh trực tuyến?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Trước khi đại dịch bùng phát | Hiện tại | Trong thời gian tới |
| Phân tích dữ liệu |  |  |  |
| Tối ưu hóa trang web của doanh nghiệp |  |  |  |
| Công cụ tìm kiếm và truyền thông kỹ thuật số |  |  |  |
| Hệ thống hoặc nền tảng công nghệ tiếp thị |  |  |  |
| Tiếp thị kỹ thuật số trực tiếp (ví dụ: email) |  |  |  |
| Thử nghiệm trực tuyến hoặc thử nghiệm A/B |  |  |  |
| Quản lý các vấn đề về quyền riêng tư |  |  |  |
| Máy học và tự động hóa |  |  |  |
| Cải thiện ứng dụng (nếu có) |  |  |  |
| Khác (vui lòng cho biết) …………………………………………… |  |  |  |

1. **Quý Doanh nghiệp dự báo thế nào về thay đổi trong nhu cầu khách hàng về các nhóm sản phẩm sau trong ít nhất 6 tháng tới đây?**

|  | Tăng lên | Không thay đổi | Giảm đi | Không rõ |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Bia, rượu |  |  |  |  |
| Nước giải khát |  |  |  |  |
| Trà |  |  |  |  |
| Cà phê |  |  |  |  |
| Nước khoáng |  |  |  |  |
| Sữa và các sản phẩm từ sữa (bao gồm cả sữa hạt) |  |  |  |  |
| Thực phẩm tăng cường dinh dưỡng, hệ miễn dịch |  |  |  |  |
| Thực phẩm sạch và lành mạnh (VD: không có gluten…) |  |  |  |  |
| Thực phẩm có nguồn gốc tự nhiên và hữu cơ (VD: không biến đổi gen) |  |  |  |  |
| Thực phẩm có nguồn gốc địa phương |  |  |  |  |
| Thực phẩm nhập khẩu |  |  |  |  |
| Thực phẩm tiện lợi, đóng gói |  |  |  |  |
| Thực phẩm tươi sống |  |  |  |  |
| Thực phẩm đông lạnh |  |  |  |  |
| Gạo, ngũ cốc và các sản phẩm nghiền |  |  |  |  |

# Theo Quý Doanh nghiệp, để hỗ trợ tốt nhất cho ngành Thực phẩm – Đồ uống, Chính phủ nên chú trọng đến các biện pháp nào trong thời gian tới đây?

Ổn định kinh tế vĩ mô, nâng cao mức sống cho người dân

Đẩy nhanh tiến độ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước

Tiếp tục cải thiện hệ thống văn bản pháp lý có liên quan

Tăng mức độ phạt đối với hành vi chế biến và kinh doanh thực phẩm bẩn, hàng giả, hàng kém chất lượng

Tuyên truyền, nâng cao ý thức của người dân về an toàn thực phẩm

Tăng cường vai trò của các hiệp hội, tổ chức nghiên cứu trong việc tư vấn kinh doanh giai đoạn bình thường tiếp theo

Hỗ trợ DN phục hồi sản xuất trong giai đoạn bình thường tiếp theo

Khác (vui lòng cho biết) ……………………………………………………………………………………

*Quý Doanh nghiệp vui lòng trả lời tiếp các câu hỏi trong phần D ở trang sau*

|  |
| --- |
| **D – ĐÁNH GIÁ DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU** |

1. **Theo đánh giá của Quý Doanh nghiệp, đâu là Doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống tiêu biểu nhất trên thị trường Thực phẩm - Đồ uống Việt Nam hiện nay?**

* *Xin vui lòng đánh số từ 1 – 10 doanh nghiệp trong danh sách dưới đây với thứ tự 1 là doanh nghiệp thực phẩm - đồ uống mà Quý Doanh nghiệp đánh giá tiêu biểu nhất*
* *Với các công ty được Quý Doanh nghiệp đánh giá là tiêu biểu nhưng không có tên trong danh sách, vui lòng điền thêm vào các ô trống phía dưới*

**NHÓM NGÀNH: SỮA VÀ SẢN PHẨM TỪ SỮA**

|  |  |
| --- | --- |
| **STT** | **TÊN DOANH NGHIỆP** |
|  | CÔNG TY CP SỮA VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP SỮA TH |
|  | CÔNG TY TNHH FRIESLANDCAMPINA VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP GIỐNG BÒ SỮA MỘC CHÂU |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM ĐÔNG LẠNH KIDO |
|  | CÔNG TY CP SỮA QUỐC TẾ (IDP) |
|  | CÔNG TY TNHH MEAD JOHNSON NUTRITION (VIỆT NAM) |
|  | CÔNG TY CP SỮA ĐÀ LẠT |
|  | CÔNG TY CP LOTHAMILK |
|  | CÔNG TY CP SỮA SỨC SỐNG VIỆT NAM – VITADAIRY |
|  | CÔNG TY CP SỮA HÀ NỘI |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM DINH DƯỠNG NUTIFOOD |
|  | CÔNG TY CP SỮA BA VÌ |
|  | CÔNG TY CP ELOVI VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP DINH DƯỠNG NUTRICARE |
|  | CÔNG TY TNHH ZOTT VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH FONTERRA BRANDS (VIỆT NAM) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM NGÀNH: ĐƯỜNG, BÁNH KẸO VÀ THỰC PHẨM DINH DƯỠNG**

| **STT** | **TÊN DOANH NGHIỆP** |
| --- | --- |
|  | CÔNG TY TNHH NESTLÉ VIET NAM |
|  | CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM ORION VINA |
|  | CÔNG TY CP MONDELEZ KINH ĐÔ VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP THÀNH THÀNH CÔNG - BIÊN HÒA |
|  | CÔNG TY CP ĐƯỜNG QUẢNG NGÃI |
|  | CÔNG TY CP BIBICA |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM HỮU NGHỊ |
|  | CÔNG TY CP BÁNH KẸO HẢI HÀ |
|  | CÔNG TY TNHH PERFETTI VAN MELLE (VIỆT NAM) |
|  | CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ SẢN XUẤT HOÀNG MAI |
|  | CÔNG TY CP BÁNH KẸO TRÀNG AN |
|  | CÔNG TY TNHH MTV HERBALIFE VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP BÁNH KẸO HẢI CHÂU |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM NGÀNH: THỰC PHẨM ĐÓNG GÓI, GIA VỊ, DẦU ĂN**

|  |  |
| --- | --- |
| **STT** | **TÊN DOANH NGHIỆP** |
|  | CÔNG TY CP HÀNG TIÊU DÙNG MASAN (MASAN CONSUMER) |
|  | CÔNG TY CP ACECOOK VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP KỸ NGHỆ THỰC PHẨM VIỆT NAM (VIFON) |
|  | CÔNG TY TNHH UNI - PRESIDENT VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP UNIBEN |
|  | CÔNG TY CP LƯƠNG THỰC THỰC PHẨM SAFOCO |
|  | CÔNG TY CP LƯƠNG THỰC THỰC PHẨM COLUSA - MILIKET |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM BÍCH CHI |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM CHÂU Á |
|  | CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM NISSIN VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM Á CHÂU |
|  | CÔNG TY CP SÀI GÒN FOOD |
|  | CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM QUỐC TẾ NAM DƯƠNG |
|  | CÔNG TY CP HH VEDAN VIET NAM |
|  | CÔNG TY AJINOMOTO VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH MIWON VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM CHOLIMEX |
|  | CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ UNILEVER VIỆT NAM (UNILEVER FOOD SOLUTION) |
|  | CÔNG TY TNHH NAM PHƯƠNG V.N |
|  | CÔNG TY TNHH KEWPIE VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH CALOFIC |
|  | CÔNG TY CP DẦU THỰC VẬT TƯỜNG AN |
|  | TỔNG CÔNG TY CÔNG NGHIỆP DẦU THỰC VẬT VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP DẦU THỰC VẬT TÂN BÌNH |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM NGÀNH: THỰC PHẨM TƯƠI SỐNG, CHẾ BIẾN, ĐÔNG LẠNH**

| **STT** | **TÊN DOANH NGHIỆP** |
| --- | --- |
|  | CÔNG TY CP CHĂN NUÔI C. P VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP VIỆT NAM KỸ NGHỆ SÚC SẢN (VISSAN) |
|  | CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN DABACO VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP GREENFEED VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP NAM VIỆT |
|  | CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN THỦY HẢI SẢN MINH PHÚ |
|  | CÔNG TY CP VĨNH HOÀN |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM SAO TA |
|  | CÔNG TY CP BA HUÂN |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM ĐỨC VIỆT |
|  | CÔNG TY CP ĐTK |
|  | CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ SẢN XUẤT PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP VINECO |
|  | CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN ĐA QUỐC GIA IDI |
|  | CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT VÀ THƯƠNG MẠI THỰC PHẨM TÂN VĨNH PHÁT |
|  | CÔNG TY CP MASAN MEATLIFE |
|  | CÔNG TY CP THỦY SẢN VÀ THƯƠNG MẠI THUẬN PHƯỚC |
|  | CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM LA CUSINA |
|  | CÔNG TY CP THỦY SẢN HOÀI NHƠN |
|  | CÔNG TY CP XNK THUỶ SẢN QUẢNG NINH |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM CJ CẦU TRE |
|  | CÔNG TY TNHH CJ FOODS VIỆT NAM |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM NGÀNH: ĐỒ UỐNG CÓ CỒN**

|  |  |
| --- | --- |
| **STT** | **TÊN DOANH NGHIỆP** |
|  | CÔNG TY TNHH NHÀ MÁY BIA HEINEKEN VIỆT NAM |
|  | TỔNG CÔNG TY CP BIA RƯỢU NƯỚC GIẢI KHÁT SÀI GÒN |
|  | TỔNG CÔNG TY CP BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI |
|  | CÔNG TY CP BIA CARLSBERG VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN BIA SÀI GÒN BÌNH TÂY |
|  | CÔNG TY CP BIA VÀ NƯỚC GIẢI KHÁT HẠ LONG |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM LÂM ĐỒNG |
|  | CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN HƯƠNG SEN |
|  | CÔNG TY TNHH SAPPORO VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH BIA ANHEUSER-BUSCH INBEV VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP VANG THĂNG LONG |
|  | CÔNG TY TNHH MASAN BREWERY |
|  | CÔNG TY CP BIA NADA |
|  | CÔNG TY CP RƯỢU BIA ĐÀ LẠT |
|  | CÔNG TY CP BIA VÀ NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT HÀ |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM NGÀNH: ĐỒ UỐNG KHÔNG CỒN**

| **STT** | **TÊN DOANH NGHIỆP** |
| --- | --- |
|  | CÔNG TY TNHH NƯỚC GIẢI KHÁT SUNTORY PEPSICO VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ TÂN HIỆP PHÁT |
|  | CÔNG TY TNHH NƯỚC GIẢI KHÁT COCA-COLA VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH LAVIE |
|  | TẬP ĐOÀN TRUNG NGUYÊN LEGEND |
|  | CÔNG TY CP VINACAFÉ BIÊN HÒA |
|  | CÔNG TY TNHH URC VIETNAM |
|  | CÔNG TY CP NƯỚC GIẢI KHÁT SANEST KHÁNH HÒA |
|  | CÔNG TY CP THỰC PHẨM QUỐC TẾ |
|  | CÔNG TY TNHH MTV TNI |
|  | CÔNG TY CP NƯỚC KHOÁNG KHÁNH HOÀ |
|  | CÔNG TY CP NƯỚC GIẢI KHÁT CHƯƠNG DƯƠNG |
|  | CÔNG TY TNHH RED BULL (VIỆT NAM) |
|  | TỔNG CÔNG TY CHÈ VIỆT NAM - CTCP (VINATEA) |
|  | CÔNG TY TNHH THẾ HỆ MỚI |
|  | TỔNG CÔNG TY TNHH MTV CÀ PHÊ VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP CÀ PHÊ PHÚC SINH |
|  | CÔNG TY CP NƯỚC GIẢI KHÁT SANNA KHÁNH HÒA |
|  | CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI PHÚC LONG |
|  | CÔNG TY TNHH TRIBECO BÌNH DƯƠNG |
|  | CÔNG TY CP NƯỚC KHOÁNG QUẢNG NINH |
|  | CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI TÂN QUANG MINH |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

*Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Doanh nghiệp!*