Bibica

A MEMBER OF THE PAN GROUP

21 Years

1999 - 2020

BÁO CÁO ĐẠI HỘI CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2022

CÔNG TY CỔ PHẦN BIBICA

www.bibica.com.vn

Tel: 84. 8. 39717920

PHẦN I:

BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

I. Thành viên, cơ cấu sở hữu và hoạt động trong năm của các TV. HĐQT

Trong năm 2021, Hội Đồng Quản Trị đã thực hiện đầy đủ chức năng của Hội Đồng Quản Trị, tổ chức 10 cuộc họp trong năm, với mục đích giám sát hoạt động của Ban điều hành, đồng thời đề ra phương hướng chiến lược hoạt động và định hướng cho Ban điều hành theo đúng định hướng cuộc họp Đại Hội Đồng Cổ Đông.

STT	Họ Tên	Chức vụ	Số buổi họp tham dự	Tỷ lệ tham dự họp	Lý do không tham dự họp
1	Trương Phú Chiến	Chủ tịch HĐQT	10 (03 cuộc họp trực tiếp và 07 cuộc họp thông qua hình thức lấy ý kiến bằng văn bản)	100%	
2	Nguyễn Ngọc Anh	Thành viên HĐQT độc lập	06 (02 cuộc họp trực tiếp và 04 cuộc họp thông qua hình thức lấy ý kiến bằng văn bản)	60%	Bổ nhiệm từ ngày 30/6/2021
3	Vũ Cường	Thành viên HĐQT độc lập	06 (02 cuộc họp trực tiếp và 04 cuộc họp thông qua hình thức lấy ý kiến bằng văn bản)	60%	Bổ nhiệm từ ngày 30/6/2021

II. Đánh giá chung của HĐQT về Công ty

Năm 2021 cộng đồng Doanh nghiệp, người lao động và người dân đã trải qua một năm đầy thách thức với nhiều tổn thương, mất mát gây ra bởi đại dịch Covid-19. Đặc biệt, Quý 3/2021 đánh dấu sự bùng phát và ảnh hưởng nặng nề nhất của đại dịch Covid 19 tại các tỉnh thành miền Nam bởi biến chủng Delta.

Người tiêu dùng giảm thu nhập, hạn chế đi lại và tâm lý đề phòng, ưu tiên mua sắm các sản phẩm thiết yếu thay vì chi tiêu cho thực phẩm ăn chơi như bánh kẹo.

Chi phí sản xuất theo mô hình "3 tại chỗ" và các chi phí logistics, chi phí hỗ trợ người lao động… tăng cao.

Trong bối cảnh đó, kết quả sản xuất kinh doanh của Bibica như sau:

Doanh thu: Đạt 1.091 tỷ đồng, giảm 10% so với năm 2020.

Lợi nhuận sau thuế: Đạt 22 tỷ đồng. tỷ lệ lãi sau thuế trên doanh thu đạt 2%

Các giải thưởng đạt được:

+ Chứng nhận danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao 2021 do Hiệp Hội Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao tổ chức.
+ Top 100 Giải thưởng Sao Vàng đất Việt 2021

IIIThù Lao của Hội Đồng Quản trị trong năm 2021

STT	Họ Tên	Chức vụ	Tổng thù lao chi trong năm (trước thuế)	Thưởng trong năm
1	Trương Phú Chiến	Chủ tịch HĐQT	1.581.794230	197.794.230
2	Nguyễn Ngọc Anh	Thành viên HĐQT không điều hành	90.000.000	
3	Vũ Cường	Thành viên HĐQT không điều hành	90.000.000	
4	Kim Jun Yeon	Thành viên HĐQT không điều hành	45.000.000	
5	Võ Ngọc Thành	Thành viên HĐQT không điều hành	90.000.000	
6	Nguyễn Khắc Hải	Thành viên HĐQT không điều hành	90.000.000	
7	Jung Woo Lee	Thành viên HĐQT không điều hành	45.000.000	

IV. Thù Lao của Ban Kiểm Soát trong năm 2021

STT	Họ Tên	Chức vụ	Tổng thù lao chi trong năm (trước thuế)	Thưởng trong năm
1	Vũ Cường	Thành viên	50.400.000	

PHẦN II:

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

1. Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

Năm 2021, trước ảnh hưởng các đợt giãn cách bởi đại dịch Covid-19, Người tiêu dùng giảm thu nhập, hạn chế đi lại và tâm lý đề phòng, để duy trì hoạt động sản xuất, bán hàng Công ty đã thực hiện:

Bán hàng: Tập trung chiến lược chuyển đổi số và phát triển hệ thống App cho Điểm bán và Người tiêu dùng, giúp khách hàng tiếp cận nhanh chóng tới sản phẩm, dịch vụ và các chương trình khuyến mãi của Công ty.

Sản xuất: Tinh gọn hoạt động sản xuất chuyên môn hóa chủng loại sản phẩm tại các nhà máy, Công ty đã thực hiện di dời dây chuyền bánh Cookies, Swisroll Từ Bibica Biên Hòa (Chuyên sản xuất kẹo) về Bibica Miền Tây (Chuyên sản xuất bánh các loại), tổ chức là việc 3 tại chỗ trong thời gian dãn cách tại các nhà máy Bibica, Biên Hòa, Miền Đông, Miền Tây.

Nghiên cứu phát triển: Tập trung phát triển các sản phẩm mới với nguyên liệu tự nhiên, phù hợp với thị hiếu của khách hàng cũng như đảm bảo chất lượng dinh dưỡng cho người tiêu dùng. Trong năm, Công ty ra mắt nhiều sản phẩm được thị trường đón nhận như Kẹo aHHa nhân trân châu, kẹo Zoo sâu mắt to, bánh crackers Gooka với nhiều mùi vị.

Quản lý: Ứng dụng team của Office 365 trong làm việc và họp trực tuyến, thiết kế môi trường làm việc mở để tạo sự gần gũi, thoải mái cho CB CNV

2. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh:

Chỉ tiêu	Năm 2020	KH Năm 2021	TH Năm 2021	So sánh	
				2020	KH2021
Tổng tài sản	1.543.120		1.639.538		
Doanh thu thuần	**1.218.556**	**1.610.000**	**1.091.174**	**89,5%**	**67,8%**
Lợi nhuận gộp	329.255	543.592	321.168	97,5%	59,1%
Lợi nhuận trước thuế	122.849	125.000	29.893	24,3%	23,9%
Lợi nhuận sau thuế	**96.616**	**100.000**	**22.400**	**23,2%**	**22,4%**
EPS (VNĐ/cổ phiếu)	5.952	6.160	1.380	23,2%	22,4%

Các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận:

- Duy trì sản xuất 3 tại chỗ chỉ khai thác 30% công suất, không đáp ứng ứng được nhu cầu thị trường 6 tháng cuối năm
- Tiến độ di dời các dây chuyền trễ tiến độ do ảnh hưởng bởi thời gian giãn cách
- Chi phí sản xuất cao do giá nguyên liệu đầu vào, chi phí tổ chức sản xuất 3 tại chỗ tăng.

KẾ HOẠCH NĂM 2022

Năm 2022, Bibica tiếp tục trung thành với mục tiêu tăng trưởng bền vững, với việc chú trọng đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm để phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng. Kế hoạch kinh doanh năm 2022 của Bibica sẽ được Đại hội cổ đông thường niên phê duyệt trong năm 2022.

Chỉ tiêu	Đơn vị	TH 2021	KH 2022	KH22/TH21
Doanh thu thuần	Triệu đồng	1,091,000	1,900,000	174%
Lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	22	100	455%

(*Kế hoạch nêu trên là số ước tính. Kế hoạch kinh doanh 2021 của Bibica chính thức sẽ được Đại hội đồng cổ đông thông qua*)

Các giải pháp để đạt được kế hoạch kinh doanh, ví dụ bán hàng, đầu tư, sản xuất kinh doanh, nguồn vốn

- Hoạt động bán hàng: tái cơ cấu chiến lược và mô hình bán hàng, hoàn thiện tái cấu trúc theo kế hoạch đã được Đại hội đồng cổ đông phê duyệt để nhanh chóng hợp nhất hệ thống bán hàng, tối đa hóa nguồn lực và gắn kết sâu hơn với thị trường
- Cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh, tối ưu hóa chi phí: Tiếp tục rà soát, nâng cao năng suất hoạt động sản xuất kinh doanh để nâng cao hiệu quả sản xuất
- Sản phẩm mới: Tích cực cải tiến, phát triển sản phẩm mới phù hợp với khẩu vị của người tiêu dùng. Đẩy mạnh marketing và bán hàng với nhóm sản phẩm Bánh crackers, Kẹo Jelly, Kẹo mềm

KẾ HOẠCH NĂM 2022

Hoạt động bán hàng

Chuyên nghiệp hóa hoạt động bán hàng bao gồm Đào tạo đội ngũ chuyên nghiệp sau khi đưa Công ty CP Phân phối hàng tiêu dùng PAN ("PCG") về thành Công ty thành viên theo chiến lược được ĐHĐCĐ 2021 đã phê duyệt

Xây dựng chiến lược bán hàng cho từng kênh phân phối Triển khai chương trình quảng cáo, khuyến mãi cho dòng sản phẩm Zoo, Roppy, Gooka cũng như các dòng sản phẩm chủ lực

Các bước triển khai dự án được lên kế hoạch và dự trù chi phí chi tiết để đảm bảo không vượt ngân sách

Hoạt động sản xuất

Nhà máy Miền Tây và Nhà máy PFM đã đi vào hoạt động ổn định trong năm 2021 và với công suất khai thác ở mức cao sẽ giúp nhà máy tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu, từ đó giảm chi phí sản xuất. Bên cạnh đó, công ty cũng có kế hoạch tăng sản lượng các dòng sản phẩm chủ lực để đáp ứng nhu cầu thị trường.

Định kỳ kiểm tra, tu sửa và nâng cấp các thiết bị máy móc nhằm đảo bảo hiệu quả hoạt động. Bố trí lịch sản xuất chặt chẽ để đáp ứng đủ sản lượng trong mùa cao điểm. Tiếp tục rà soát, tinh gọn hoạt động sản xuất kinh doanh để tiết giảm chi phí.

Phát triển sản phẩm

Tập trung phát triển nhãn hàng Zoo, Roppy, Gooka đây là dòng sản phẩm được kỳ vọng sẽ tạo nên bước tăng trưởng đột phá về doanh thu cho Công ty trong năm tới.

Đẩy mạnh công tác R&D, tiến hành nghiên cứu dòng sản phẩm giàu dinh dưỡng bổ sung chất xơ, vitamin, acid amin…

Lên kế hoạch xây dựng thêm các trung tâm nghiên cứu R&D đặt tại nhà máy.

Khai thác nguồn vốn

Tối ưu hóa nguồn vốn nhàn rỗi để tăng hiệu quả kinh doanh và gia tăng thu nhập.

Tp Hồ Chí Minh, ngày 12/05/2022