


BỘ CÔNG THƯƠNG
TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA -
RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI

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

Hà Nội, ngày tháng năm 2023

BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG SXKD 2022 VÀ KẾ HOẠCH 2023

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông HABECO

I. Tình hình sản xuất kinh doanh năm 2022:

1. Tình hình chung:

Trong năm 2022, chiến tranh Nga - Ukraine diễn biến phức tạp dẫn đến khủng hoảng năng lượng, lạm phát tăng cao trên toàn cầu đã đẩy giá nguyên vật liệu tăng cao, đặc biệt là đối với những nguyên liệu nhập khẩu. Những yếu tố này đã làm cho giá thành sản xuất tăng, ảnh hưởng đến kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Khi tình hình dịch bệnh đã bắt đầu được kiểm soát, hoạt động kinh tế - xã hội trong nước dần trở lại bình thường, các doanh nghiệp, trong đó có HABECO, bắt đầu khôi phục hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên thu nhập của người tiêu dùng giảm sau dịch bệnh đã ảnh hưởng lớn đến sức mua những sản phẩm không thiết yếu như bia, rượu, nước giải khát. Vì vậy, mặc dù đã có những thuận lợi nhất định trong quá trình kinh doanh nhưng để đạt được mức sản lượng tiêu thụ như những năm trước dịch, đặc biệt trong điều kiện cạnh tranh giữa các hãng bia ngày càng khốc liệt, là rất khó khăn đối với HABECO.

2. Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2022:

2.1. Các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh chính:

- Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính (đã bao gồm thuế TTĐB) đạt 6.938,1 tỷ đồng, tăng 5% so với KH và tăng 21% so với cùng kỳ.
- Tổng lợi nhuận trước thuế đạt 517,52 tỷ đồng, tăng 88,2% so với KH và tăng 37,3% so với cùng kỳ.
- Mức cổ tức năm 2022 dự kiến: 15%

2.2. Các chỉ số tài chính năm 2022:

- Hệ số thanh toán ngắn hạn, hệ số thanh toán nhanh được đảm bảo (>1);

- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn điều lệ đạt 18,2%;
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu đạt (ROE) 9,9%;
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản đạt (ROA) 7,1%.
- Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu thấp: 0,39.

Các chỉ số trên cho thấy kết quả sản xuất kinh doanh của HABECO đạt mức bình quân của ngành, đảm bảo hiệu quả sản xuất kinh doanh, an toàn tài chính, khả năng tự tài trợ vốn của HABECO ở mức cao, đảm bảo bảo toàn và phát triển vốn.

3. Những giải pháp đã thực hiện năm 2022:

3.1. Công tác thị trường:

- Sản phẩm: Nâng cấp bao bì thiết kế, đổi mới hình thức mẫu mã để nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường đối với sản phẩm Trúc Bạch Lon Sleek 330ml, Bia Hanoi Bold Lon Sleek 330ml, Bia Hanoi Light Lon Sleek 330ml, Hanoi Light Chai 355ml, Hanoi Premium Lon Sleek 330ml, Bia chai Hà Nội nhãn xanh 330ml.

- Truyền thông thương hiệu: Tập trung gia tăng giá trị thương hiệu thông qua việc nâng cao chất lượng truyền thông thương hiệu và gia tăng tần suất quảng cáo trên các kênh truyền thống và hiện đại. Xây dựng định vị thương hiệu một cách rõ nét và khác biệt đối với các phân khúc sản phẩm nhằm gia tăng niềm tin và sự ủng hộ, yêu thích của khách hàng đối với các sản phẩm.

- Công tác thị trường và phân phối: Mở rộng phân phối thông qua kênh Thương mại điện tử; Tổ chức bán hàng linh hoạt, đẩy mạnh phân phối và các hoạt động thực thi trên thị trường (đảm bảo sản phẩm sẵn có tại điểm bán, trưng bày và gia tăng hiện diện sản phẩm, gia tăng số lượng sản phẩm của HABECO tại mỗi điểm bán,...) tập trung tại kênh OFF. Triển khai hoạt động bán hàng online, giao hàng tại nhà nhằm thích ứng với tình hình mới.

- Xây dựng, tổ chức và triển khai hoạt động nâng cao sự ủng hộ của người tiêu dùng thông qua các chương trình khuyến mại tập trung hướng đến khách hàng đối với sản phẩm Bia Hà Nội (chai và lon) trong năm 2022 vào dịp bán hàng cao điểm Hè và Tết.

- Triển khai chính sách chiết khấu thương mại để đảm bảo lợi nhuận của hệ thống phân phối, tăng cường cạnh tranh với các đối thủ. Đối với nhà phân phối: Triển khai chương trình chiết khấu trực tiếp trên hóa đơn mua hàng, chương trình thưởng cho nhà phân phối hoàn thành kế hoạch nhập hàng, chương trình hỗ trợ nhập hàng theo tiến độ. Đối với điểm bán, khách hàng C2: Thực hiện các chương trình hỗ trợ điểm bán C2 mua hàng thông qua các chương trình tặng sản phẩm khi mua hàng,...

3.2. Công tác vật tư nguyên liệu:

Trong bối cảnh chuỗi cung ứng bị đứt gãy do ảnh hưởng của dịch Covid 19 và chiến tranh Nga - Ukraine, khủng hoảng năng lượng, lạm phát tăng cao trên toàn cầu, tỷ giá đồng ngoại tệ tăng và diễn biến phức tạp đẩy giá nguyên vật liệu tăng cao chưa từng có đặc biệt đối với nhóm hàng có nguyên liệu nhập khẩu (malt tăng 10%, vỏ lon tăng 40-50%, nắp chai tăng 30%, hộp giấy tăng 15%, bột trợ lọc tăng 20%, nhãn tăng 3-5%...). Do đó, công tác mua sắm nguyên vật liệu chính năm 2022 gặp nhiều khó khăn và thách thức. Trong tình hình đó, HABECO đã bám sát cung cầu của thị trường vật tư nguyên liệu, nỗ lực đàm phán với nhà cung ứng để giữ được giá của hợp đồng trong bối cảnh giá thị trường tăng cao, để giảm thiểu tối đa việc phát sinh tăng chi phí mua nguyên vật liệu. Với sự linh hoạt trong việc huy động nguồn cung ứng đối với vật tư nguyên liệu đầu vào, hoạt động sản xuất của HABECO đã được duy trì ổn định, đáp ứng tốt nhu cầu thị trường.

3.3. Công tác tài chính:

- Trong năm 2022, HABECO luôn đảm bảo đáp ứng đủ vốn cho hoạt động SXKD tại mọi thời điểm, tối ưu được lợi nhuận tài chính; thực hiện tiết giảm và tạm dừng các hoạt động, chi phí chưa cần thiết để dành nguồn lực cho công tác bán hàng, giúp tăng cường sức cạnh tranh của sản phẩm mang thương hiệu HABECO trên thị trường.

- Tiếp tục thực hiện các giải pháp hỗ trợ tài chính đối với các Công ty thành viên đang gặp khó khăn nhằm đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh của các đơn vị được liên tục, kết quả sản xuất kinh doanh được cải thiện. Từ đó, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh toàn tổ hợp.

- Tiếp tục quản trị chi phí cũng như giá thành sản phẩm tại Công ty mẹ và các công ty thành viên đảm bảo tiết kiệm chi phí, hạ giá thành sản phẩm, tăng hiệu quả hoạt động.

3.4. Công tác nhân sự:

- Xây dựng quy hoạch các chức danh do Bộ Công Thương quản lý giai đoạn 2022-2026, 2026-2031, xây dựng quy hoạch các chức danh quản lý các Phòng ban giai đoạn mới để chủ động trong nguồn cán bộ kế cận.

- Cân đối, điều động linh hoạt lao động giữa các bộ phận đảm bảo đáp ứng yêu cầu phục vụ sản xuất, kinh doanh và phù hợp với năng lực của người lao động.

- Luôn duy trì thực hiện các chế độ, chính sách để người lao động được hưởng các chế độ lương, thưởng theo vị trí công việc, mức độ hoàn thành công việc và kết quả kinh doanh của Tổng công ty. Ngoài ra Tổng công ty luôn đảm bảo việc chi trả lương thưởng hiệu quả, công bằng và cạnh tranh với mức lương thị trường.

- Triển khai một số khóa đào tạo để nâng cao hiệu quả công việc và chất lượng người lao động.

3.5. Công tác kỹ thuật:

- Định kỳ tổ chức đánh giá toàn diện năng lực công nghệ, thiết bị, chất lượng, an toàn thực phẩm tại các nhà máy, công ty sản xuất bia Hà Nội, kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm, đảm bảo đúng theo tiêu chuẩn chất lượng đã công bố, góp phần giữ vững giá trị thương hiệu của HABECO.

- Ban hành mới, sửa đổi cập nhập các quy trình công nghệ, quy định, hướng dẫn kiểm soát các công đoạn sản xuất; xây dựng, cập nhật các tiêu chuẩn chất lượng, theo hướng tiên tiến hơn và nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Xây dựng và ban hành các định mức kinh tế kỹ thuật cho các loại nguyên vật liệu, năng suất dây chuyền, hiệu suất thu hồi các công đoạn sản xuất... theo từng loại sản phẩm phù hợp với thực tế sản xuất, giúp kiểm soát chặt chẽ hao phí tại các công đoạn, thực hiện mục tiêu tiết kiệm nguyên vật liệu, giảm giá thành sản xuất.

- Tiếp tục nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, hiện đang triển khai ở quy mô Pilot các sản phẩm: Nước malt hương hoa quả, bia Craft lúa mỳ (Wheat beer).

3.6. Công tác đầu tư:

- Xây dựng và đưa vào khai thác Hệ thống nhà hàng giới thiệu và trưng bày sản phẩm tại Hà Nội của HABECO Trading, công trình trung tâm giới thiệu sản phẩm tại Việt Trì - Phú Thọ (Công ty Cổ phần bia Hà Nội – Hồng Hà khai thác), vườn bia tại Đông Hà - Quảng Trị (Công ty Cổ phần bia Hà Nội – Quảng Trị khai thác), nhà hàng giới thiệu sản phẩm của HABECO tại Hải Phòng (thuộc Công ty Cổ phần bia Hà Nội – Hải Phòng).

- Đưa vào vận hành Dự án mở rộng hệ thống quản trị doanh nghiệp của Tổng công ty (hệ thống SAP ERP HABECO): bổ sung thêm các phân hệ quản lý sản xuất, quản lý chất lượng tại Tổng công ty; mở rộng hệ thống thực hiện tại Công ty TNHH MTV Thương mại HABECO với các phân hệ: Kế toán tài chính (FICO), Quản lý mua sắm và kho (MM), Quản lý bán hàng và phân phối (SD); Tích hợp các phần mềm hóa đơn điện tử, thanh toán ngân hàng, H-Office.

3.7. Các công tác khác:

- Hoạt động sáng kiến cải tiến luôn được khuyến khích, trong năm có 97 sáng kiến cải tiến lớn nhỏ, trong đó có 21 sáng kiến cải tiến cấp 4, 11 sáng kiến cải tiến cấp 3, 65 sáng kiến cải tiến cấp 2. Các sáng kiến đều được thực hiện triển khai và đem lại hiệu quả kinh tế cũng như phù hợp với chiến lược, định hướng của HABECO trong lĩnh vực số hóa, nâng cao công tác quản trị hệ thống, cải tiến chất lượng sản phẩm và tối ưu hóa sản xuất.

- Về thực hiện an sinh xã hội: duy trì phụng dưỡng 12 mẹ Việt Nam anh hùng, ủng hộ các Quỹ xã hội của Trung ương và địa phương cùng một số hoạt động từ thiện khác như Quỹ nhân đạo và Tết vì người nghèo, Quỹ phòng

chống tội phạm TW, Quỹ bảo trợ trẻ em Hà Nội, hỗ trợ thương binh cơ quan Bộ Công Thương, ủng hộ chương trình “Gặp mặt người có công với cách mạng”... với tổng số tiền từ thiện xã hội năm 2022 là 1,28 tỷ đồng.

Chung tay góp sức vào các hoạt động xã hội mang ý nghĩa nhân văn, thể hiện tinh thần đoàn kết, tương thân tương ái, HABECO đã tổ chức thành công chương trình “Tiếp sức mùa thi” giúp đỡ, hỗ trợ cho các thí sinh và người nhà tại khu vực Hà Nội trong mùa thi tốt nghiệp THPT năm 2022; tham gia chương trình hiến máu dưới sự chỉ đạo của Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Hà Nội tại Bệnh viện Huyết học truyền máu Trung ương; đồng hành cùng Chương trình Festival Thanh niên Đông Nam Á hướng tới chào mừng Đại hội thể thao Đông Nam Á, Sea Gam 31...

Trong năm 2022, HABECO đã giành được những giải thưởng lớn, thể hiện uy tín, chất lượng, giá trị thương hiệu gồm:

- Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt
- Giải thưởng Thương hiệu Quốc gia
- Top 10 thương hiệu mạnh 2022 ngành nông nghiệp, thực phẩm

II. Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2023:

Năm 2023 tiếp tục là năm nhiều khó khăn thách thức đối với HABECO. Chiến tranh Nga - Ukraina cùng với dịch bệnh vẫn còn diễn biến phức tạp, khó lường, tiềm ẩn nguy cơ suy thoái kinh tế và các rủi ro về tài chính. Lạm phát, tỷ giá ngoại tệ, lãi suất biến động dẫn đến giá cả nhiều yếu tố đầu vào và chi phí sản xuất kinh doanh có xu hướng tăng. Đối với HABECO, dự kiến một số nguyên vật liệu chính cho sản xuất bia tiếp tục tăng trong năm 2023: giá bột trợ lọc tăng khoảng 25%, giá hoa houblon tăng khoảng 10%, giá gạo tăng khoảng 4%, giá đường tăng khoảng 8%. Riêng đối với Malt là nguyên liệu đầu vào chiếm tỷ trọng lớn trong giá thành sản xuất, trong năm 2022, HABECO đã ký Hợp đồng sớm với giá tốt nên giá malt trong năm chỉ tăng khoảng 10% (giá thị trường tăng khoảng 40-50%). Tuy nhiên, bước sang năm 2023, lợi thế này đã không còn khi mặt bằng giá Malt thế giới vẫn giữ ở mức cao. Vì vậy, giá Malt đầu vào năm 2023 của HABECO tăng khoảng 60% so với mức giá bình quân mua vào năm 2022.

Bên cạnh đó, HABECO tiếp tục phải chịu sự cạnh tranh gay gắt từ những hãng bia khác như Heineken, Sabeco... Các nhà sản xuất này đều là những tập đoàn đa quốc gia, nhận được hậu thuẫn to lớn về kinh nghiệm, nguồn lực tài chính (gấp hàng chục lần so với HABECO), nhân sự, kỹ thuật, nguyên liệu và các hoạt động phát triển thương hiệu và thị trường. Vì vậy, trong cuộc cạnh tranh khốc liệt về thị trường, HABECO hoàn toàn yếu thế hơn so với những Tập đoàn đa quốc gia này.

Ngoài những sản phẩm bia nhập khẩu cũng rất được ưa thích do tâm lý thích ngoại của người tiêu dùng, trên thị trường hiện nay còn có những sản

phẩm chai PET, bia chai, bia lon của những doanh nghiệp tư nhân nhỏ lẻ, giá rẻ (giá bán thấp hơn giá thành sản phẩm đã bao gồm thuế TTĐB) tại các địa phương, như: Bia tươi Việt Hàn, Hanoi Special Lager beer, Sao Vàng, Bia Tươi Hada, một số sản phẩm nhái lại thương hiệu của HABECO như Bia Hoi Hà Nội Dragon, HDbeco, Bia tươi Hà Nội Special, Hanoi Specialken Craftbeer,...

Tất cả những yếu tố trên sẽ ảnh hưởng lớn đến việc xây dựng và thực hiện các chỉ tiêu Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2023 của HABECO.

1. Mục tiêu:

Năm 2023, HABECO đặt mục tiêu chiến lược:

- Tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu của HABECO tại thị trường phía Bắc, đặc biệt tại phân khúc bia phổ thông, phát triển và mở rộng thị trường tại Miền Trung và Miền Nam
- Nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm và dịch vụ. Tiếp tục gia tăng giá trị thương hiệu thông qua việc nâng cao chất lượng truyền thông thương hiệu, gia tăng tần suất, độ phủ quảng cáo trên các kênh truyền thống và hiện đại.

2. Các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh chính:

Trên cơ sở những mục tiêu trên, HABECO dự kiến các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh chính năm 2023 như sau:

- Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính: 7.367,3 tỷ đồng;
- Tổng lợi nhuận trước thuế: 273,9 tỷ đồng;
- Tổng lợi nhuận sau thuế: 222,1 tỷ đồng;
- Cổ tức: 8,0%.

3. Giải pháp:

3.1 Công tác thị trường:

- Xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm và kết nối người tiêu dùng:
 - + Tiếp tục phát triển thương hiệu, khai thác lợi thế: Thương Hiệu Quốc gia, mang đậm bản sắc người Việt cùng giá trị truyền thống, “Gìn Giữ Tinh Hoa Nâng Tầm Vị Thế”, “Một Nét Văn Hóa Hà Nội” của các thương hiệu tại phân khúc phổ thông của HABECO.
 - + Tập trung gia tăng giá trị thương hiệu thông qua việc nâng cao chất lượng truyền thông thương hiệu và gia tăng tần suất quảng cáo trên các kênh truyền thống và hiện đại.

- Gia tăng hoạt động truyền thông trực tiếp kết nối với khách hàng mục tiêu và chương trình khuyến mại, tri ân khách hàng thông qua các hình thức: lễ hội âm nhạc cuối năm, lễ hội bia, hoạt náo tại các nhà hàng, điểm bán kênh ON..., triển khai các hương trình khuyến mại người tiêu dùng vào 02 dịp cao điểm Hè và Tết.

- Hệ thống phân phối:

+ Kiện toàn và kiểm soát chặt chẽ hệ thống phân phối thông qua việc ứng dụng công nghệ và phần mềm.

+ Tiếp tục kiểm soát chặt chẽ vùng bán, hạn chế bán lấn vùng lấn tuyến thông qua việc điều phối các hoạt động hỗ trợ bán hàng.

+ Hoàn thiện hệ thống phân phối, lựa chọn các nhà phân phối có tiềm lực, có hệ thống phân phối lớn, thay thế các nhà phân phối yếu, kém.

+ Tiếp tục hỗ trợ, thúc đẩy phát triển kênh phân phối Online, mục tiêu vừa quảng bá hình ảnh, thương hiệu trong thời đại kỹ thuật số, vừa hỗ trợ bán hàng.

+ Định hướng phát triển đối với từng kênh phân phối: Tập trung trọng điểm phát triển kênh OFF (kênh tiêu dùng gián tiếp), xây dựng hiện diện thương hiệu tại kênh ON (kênh tiêu dùng trực tiếp) và kênh hiện đại (MT).

+ Đa dạng hóa mô hình phân phối của HABECO thông qua kênh Thương mại điện tử (Ecommerce). Gia tăng nhận diện thương hiệu thông qua việc hiện diện trên các sàn Thương mại điện tử hàng đầu Việt Nam và tối ưu Website bán hàng trực tuyến của HABECO, xây dựng Website trở thành kênh bán hàng trực tuyến cũng như kênh truyền thông hiệu quả và bền vững của HABECO. Khai thác tiềm năng kênh thương mại điện tử trở thành kênh kinh doanh và hoàn thiện mô hình phân phối của HABECO. Tổ chức hiệu quả các hoạt động chăm sóc, hỗ trợ khách hàng, thu hút khách hàng tìm hiểu và sử dụng kênh phân phối mới của HABECO.

3.2. Về công tác tài chính:

Tăng cường công tác quản trị tài sản, nguồn vốn, dòng tiền, quản trị tình hình thực hiện kế hoạch chi phí nhằm theo dõi sát sao và phân tích sự biến động của các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả sản xuất kinh doanh, đưa ra các dự báo kịp thời để chủ động trong công tác điều hành.

Tiếp tục rà soát, xác định các kế hoạch chi phí thực sự cần thiết cho sản xuất, kinh doanh, tiết giảm các chi phí chưa thực sự cấp bách để tập trung cho công tác thị trường, phát triển tiêu thụ sản phẩm, đảm bảo hoạt động kinh doanh có hiệu quả.

3.3. Công tác tổ chức, lao động:

- Tiếp tục hoàn thiện mô hình tổ chức quản lý sản xuất, kiện toàn chức năng nhiệm vụ các Phòng ban theo yêu cầu công tác quản lý và điều hành.

- Đào tạo, nâng cao chất lượng lao động, bố trí, điều động, sắp xếp lao động linh hoạt cũng như có phương án tuyển dụng, bổ sung lao động phù hợp với kế hoạch sản xuất kinh doanh của Tổng công ty.

- Tiếp tục triển khai chương trình đào tạo để củng cố và nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ quản lý trong giai đoạn thị trường cạnh tranh gay gắt nhiều biến động.

3.4. Công tác kỹ thuật, chất lượng, nghiên cứu khoa học, kỹ thuật công nghệ:

- Thực hiện đào tạo nâng cao trình độ của đội ngũ kỹ thuật tại các đơn vị thành viên trong công tác bảo trì, bảo dưỡng, sửa chữa máy móc thiết bị, đảm bảo chất lượng sản phẩm và hiệu quả sản xuất.

- Cải tiến liên tục, nâng cao hiệu quả và chất lượng phần mềm quản lý hệ thống ISO, hướng đến tích hợp với các phần mềm của các bộ phận khác tại Tổng công ty nhằm tối ưu hóa việc ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin (xây dựng các phần mềm chuyên biệt, đặc thù) vào việc quản lý chất lượng, quản lý sản xuất.

- Xây dựng các chương trình thúc đẩy thêm các sáng kiến ứng dụng khoa học công nghệ trong hoạt động chuyên môn, hoạt động sản xuất, nhằm nâng cao hơn nữa tính sáng tạo của người lao động.

- Nghiên cứu phương pháp kiểm tra các chỉ tiêu chuyên sâu, khai thác các thiết bị phân tích hiện đại để đánh giá sâu hơn chất lượng bia cả về hóa lý, vi sinh, cảm quan.

- Nâng cao kỹ năng cảm quan của cả hệ thống, sử dụng công cụ cảm quan một cách hữu hiệu trong việc xác định các nguy cơ về công nghệ, thiết bị trong việc kiểm soát quá trình.

- Nghiên cứu phát triển dòng sản phẩm chất lượng cao (bia craft, bia lúa mì...); phát triển một số sản phẩm bia mới kết hợp hương vị hoa quả và nhẹ độ hướng tới giới trẻ; các sản phẩm giải khát có lợi cho sức khỏe...

3.5. Công tác đầu tư:

- Xây dựng đề án, hướng dẫn thực hiện và phối hợp với các đơn vị để chuẩn bị kế hoạch triển khai thực hiện các nhiệm vụ chuyển đổi số, tập trung vào lĩnh vực bán hàng, phân phối sản phẩm, marketing, văn phòng điện tử.

- Hoàn thành hồ sơ pháp lý về đất đối với các khu đất của Tổng công ty.

Trên đây là Báo cáo của Ban điều hành về tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2022 và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2023.

Kính trình Đại hội đồng cổ đông xem xét và cho ý kiến để hoạt động của Ban điều hành được hiệu quả hơn.

Kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp!

Trân trọng!

TỔNG GIÁM ĐỐC

Nơi nhận:

- Như trên;
- TV HĐQT, Ban KS;
- VP HĐQT;
- Các phòng: TCKT, TCNS, MKT;
- Lưu: VT, KH.

