

Hà Nội, ngày 30 tháng 5 năm 2022

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021 & KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022

A. BÁO CÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021

1. Đánh giá chung về thị trường:

Sự bùng phát của đại dịch Covid-19 với tốc độ lây lan rất nhanh, diễn biến khó lường đã tác động mạnh mẽ, toàn diện và sâu rộng đến mọi mặt của đời sống kinh tế nước ta.

GDP năm 2021 tăng 2,58% so với năm trước do dịch Covid-19 ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt là trong quý III/2021 nhiều địa phương kinh tế trọng điểm phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài để phòng chống dịch bệnh.

Thị trường tiêu thụ chính của các công ty bánh kẹo Việt Nam hiện nay chủ yếu là thị trường nội địa (chiếm khoảng 80%). Các sản phẩm phổ biến của thị trường chủ yếu là các loại kẹo, bánh quy, bánh bông lan, bánh trung thu, bánh chocolate.

Theo xu hướng của thị trường, người tiêu dùng quan tâm hàng đầu đến các mặt hàng thực phẩm, ngành bánh kẹo chỉ là thứ yếu, nên trong chỉ tiêu của người tiêu dùng, hàng bánh kẹo không được đưa vào khoản tiêu dùng chính mà nó hoàn toàn phụ thuộc vào thu nhập. Do vậy, bất cứ một sự biến động nhỏ nào trong thu nhập của người dân cũng khiến sản lượng của công ty bị ảnh hưởng. Thêm vào đó, thị trường bánh kẹo Việt Nam còn có tính chất mùa vụ khá rõ nét. Sản lượng tiêu thụ thường tăng mạnh vào thời điểm từ tháng 8 Âm lịch (Tết Trung thu) đến Tết Nguyên Đán với các mặt hàng chủ lực mang hương vị truyền thống Việt Nam như bánh trung thu, kẹo cứng, mềm, bánh quy cao cấp, các loại mứt, hạt. Trong khi đó, sản lượng tiêu thụ bánh kẹo khá chậm vào thời điểm sau Tết Nguyên đán và mùa hè do khí hậu nắng nóng.

Với trên 95 triệu dân, Việt Nam trở thành một thị trường tiêu thụ bánh kẹo khá tiềm năng không chỉ đối với doanh nghiệp trong nước mà cả các công ty nước ngoài. Theo ước tính, hiện có khoảng 30 doanh nghiệp trong nước, hàng trăm cơ sở sản xuất nhỏ và một số công ty nhập khẩu bánh kẹo nước ngoài đang tham gia thị trường. Các doanh nghiệp trong nước với một loạt các tên tuổi lớn như Kinh đô (bao gồm cả Kinh đô miền Nam và Kinh đô miền Bắc), Bibica, Hải Hà, Hữu Nghị, Orion Việt Nam ước tính chiếm tới 75-80% thị phần, bánh kẹo ngoại nhập chỉ chiếm 20%-

25%. Các doanh nghiệp trong nước ngày càng khẳng định được vị thế quan trọng trên thị trường với sự đa dạng trong sản phẩm (cho nhiều đối tượng khách hàng khác nhau), chất lượng khá tốt, phù hợp với khẩu vị của người Việt Nam. Trong khi đó, các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ đang dần dần bị thu hẹp về quy mô sản xuất do vốn ít, công nghệ lạc hậu, thiếu sự đảm bảo về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hiện nay trên thị trường tiêu thụ, có thể thấy bánh kẹo nhập khẩu ngày càng nhiều, nhất là khi Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN được thực thi, sản phẩm bánh kẹo từ các nước ASEAN (Indonesia, Thái Lan, Malaysia) được giảm thuế nhập khẩu về 0% không ngừng tăng số lượng vào Việt Nam

2. Thuận lợi, khó khăn và kết quả đạt được của Công ty:

2.1. Thuận lợi:

Năm 2021 do ảnh hưởng của Covid-19 nên lưu thông quốc tế bị hạn chế, vì vậy mà quy mô và sản lượng bánh kẹo nhập khẩu giảm nhiều so với các năm trước do đó giảm sự cạnh tranh cho ngành hàng bánh kẹo nói chung và các sản phẩm của công ty nói riêng.

Do ảnh hưởng của dịch bệnh nên xu hướng của người tiêu dùng trong năm là thắt chặt chi tiêu vì vậy việc tìm mua các sản phẩm made in Vietnam cũng được nhiều khách hàng lựa chọn vì vừa túi tiền và nhu cầu sử dụng.

Công ty CP Bánh Mứt kẹo Hà Nội là doanh nghiệp lâu năm trong lĩnh vực sản xuất bánh mứt kẹo; là doanh nghiệp có uy tín trong ngành thực phẩm ở Thủ đô. Sản phẩm của công ty là sản phẩm có truyền thống, mang bản sắc riêng, luôn được đảm bảo về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Vì vậy vẫn có vị trí nhất định trên thị trường.

Công ty đã có những biện pháp hợp lý đảm bảo nguồn lực tài chính đáp ứng tốt cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

Tổ chức các khóa tập huấn nhằm nâng cao ý thức, trách nhiệm trong lao động sản xuất, đảm bảo an toàn cho người lao động, ATVSTP cho các sản phẩm của Công ty, thực hiện nộp đầy đủ các khoản BHXH, BHYT, BHTN theo quy định, các chính sách cho cán bộ công nhân viên luôn được đảm bảo.

2.2. Khó khăn, hạn chế:

Công ty CP Bánh mứt kẹo Hà Nội là doanh nghiệp có quy mô nhỏ, sức cạnh tranh trên thị trường còn yếu, thị phần thấp so với các tập đoàn, công ty lớn trên thị trường do đó gặp nhiều khó khăn hạn chế trong hoạt động kinh doanh.

01/01/2021
C
G
Á
N
H
T
N

Dịch Covid 19 xảy ra ở nước ta, bùng phát nhiều lần, cả nước phải giãn cách, cách ly xã hội để dập dịch và phòng chống dịch dẫn đến nhu cầu tiêu thụ và sức mua của người tiêu dùng giảm mạnh. Sản phẩm chính của công ty mang tính chất thời vụ nên cũng chịu nhiều ảnh hưởng tiêu cực.

Do ảnh hưởng của đại dịch, thị trường diễn biến khó lường nên hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty gặp rất nhiều khó khăn. Từ công tác dự báo thị trường, lập kế hoạch sản xuất, công tác tuyển dụng và bổ sung lao động thời vụ cho đến các hoạt động bán hàng, giao hàng đều gặp nhiều bất lợi. Đồng thời Công ty phải bổ sung nhiều khoản chi phí phòng chống dịch, áp dụng phương án sản xuất 03 tại chỗ để đảm bảo hoạt động sản xuất không bị gián đoạn.

Sản phẩm Bánh trung thu là mặt hàng chủ chốt có lợi nhuận chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu lợi nhuận của Công ty. Tuy nhiên trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, Hà Nội phải thực hiện giãn cách xã hội khiến cho thị trường bánh trung thu năm 2021 bị ảnh hưởng nặng nề. Công tác triển khai bán hàng và giao hàng gặp rất nhiều khó khăn do các quy định về hạn chế đi lại. Sản lượng bán hàng chỉ đạt 50% so với kế hoạch.

Khởi cửa hàng dịch vụ kinh doanh chủ yếu các mặt hàng không thiết yếu nên phải đóng cửa thời gian dài do dịch bệnh, tình hình kinh doanh ảm đạm do sức mua yếu. Chi nhánh Khách sạn Việt Linh đóng cửa ngừng hoạt động từ năm 2020 do không có khách du lịch lưu trú.

2.3 Kết quả:

Báo cáo tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2021

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	KH 2021	TH 2021	So sánh TH2021/ KH2021
1	Tổng doanh thu	Tr. đồng	117.263	85.632	73%
2	Doanh thu bán hàng	Tr. đồng	116.473	84.504	73%
3	Lợi nhuận trước thuế	Tr. đồng	5.805	710	12%
4	Lợi nhuận sau thuế	Tr. đồng	4.606	607	13%
5	Cổ tức %/năm	%	25%	3%	12%

B. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH 2022

I. Kế hoạch sản xuất kinh doanh:

Báo cáo kế hoạch SXKD năm 2022 so với thực hiện 2021

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	TH 2021	KH 2022	So sánh KH 2022/ TH 2021
1	Tổng doanh thu	Tr. đồng	85.632	104.057	122%
2	Doanh thu bán hàng	Tr. đồng	84.504	103.107	122%
3	Lợi nhuận trước thuế	Tr. đồng	710	4.224	595%
4	Lợi nhuận sau thuế	Tr. đồng	607	3.341	550%
5	Cổ tức %/năm	%	3%	18%	600%

Năm 2022 theo đánh giá chung sẽ còn rất nhiều khó khăn do sự suy thoái về kinh tế khi dịch bệnh kéo dài diễn biến phức tạp; sự suy giảm về thu nhập và sức mua của người tiêu dùng; sự cạnh tranh hàng hóa của các nước trong khu vực, lạm phát và giá cả hàng hóa đầu vào tăng cao... Vì vậy, để hoàn thành KH SXKD 2022 công ty đưa ra một số giải pháp cụ thể như sau:

1. Các giải pháp về kinh doanh

- Kinh tế năm 2022 còn nhiều khó khăn, kinh tế phục hồi chậm do dịch bệnh. Thị trường tiêu thụ còn hạn chế do mức tiêu dùng thấp nên công ty chủ yếu củng cố và khôi phục hệ thống phân phối và bán lẻ đã bị suy giảm thời gian vừa qua.
- Tiếp tục hoàn thiện các chính sách bán hàng, chăm sóc khách hàng, điều chỉnh một cách hợp lý để hỗ trợ tối đa cho việc tiêu thụ sản phẩm.
- Duy trì các hình thức quảng cáo, truyền thông, hình ảnh đã thực hiện, lựa chọn thêm các hình thức hợp lý khác để nâng hiệu quả cho việc khôi phục thị trường truyền thống và phát triển thị trường mới tiềm năng.
- Nghiên cứu phát triển thêm sản phẩm mới để đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thực tế của thị trường và khai thác tối đa nguồn lực của Công ty.
- Đối với kênh thương mại điện tử:
 - ✓ Triển khai công tác bán hàng thời vụ sớm trên kênh TMĐT để chủ động giới thiệu sản phẩm tới người tiêu dùng.

- ✓ Đẩy mạnh quảng bá, truyền thông trên nhiều kênh quảng cáo online như Zalo, Viber, Instagram,...
- ✓ Chọn lựa, bổ sung nhân sự có chất lượng tạo điều kiện tham gia các khóa học đào tạo về thương mại điện tử, kinh doanh online.
- ✓ Tiếp tục xây dựng phương án triển khai bánh nướng nóng vào thời điểm thích hợp.
- ✓ Hoàn thiện sản phẩm bánh dẻo lạnh để đưa vào bán ngay từ đầu vụ Trung thu 2022.
- ✓ Bổ sung thêm các đơn vị vận chuyển để đáp ứng đầy đủ yêu cầu giao hàng cho khách hàng.

2. Giải pháp về kỹ thuật sản xuất

- Kiểm soát tồn kho nguyên vật liệu và tồn trữ nguyên liệu hợp lý, có các biện pháp xử lý kịp thời khi có vấn đề phát sinh.
- Quản lý tốt định mức tiêu hao nguyên vật liệu; Hạn chế thấp nhất các hao hụt trong sản xuất.
- Tiến hành các cuộc họp chuyên đề về từng lĩnh vực sản xuất giữa bộ phận kỹ thuật với phân xưởng sản xuất để đảm bảo sản xuất đúng quy trình công nghệ, hạn chế sai hỏng sản phẩm.
- Nghiên cứu để hợp lý hóa quá trình sản xuất, giảm chi phí tiêu hao nguyên vật liệu, nâng cao năng suất lao động; Cải tiến quy trình công nghệ để đầu tư máy móc để tự động hóa quá trình sản xuất.
- Tiến hành nghiên cứu sản phẩm mới làm đa dạng sản phẩm, mẫu mã, bao bì, Hoàn thiện quy trình sản xuất, đảm bảo sản phẩm có tạo hình đồng đều, sắc nét và ổn định chất lượng.

3. Giải pháp về tài chính (Giải pháp về nguồn vốn, dòng tiền.....)

- Chủ động dự báo nhu cầu thu chi, quản lý tốt dòng tiền luân chuyển của Công ty.
- Tổ chức luân chuyển hàng hóa, thành phẩm nhanh chóng, duy trì mức tồn kho hợp lý để giải phóng dòng tiền.
- Thu hồi kịp thời các khoản phải thu phát sinh.
- Huy động và sử dụng vốn vay ngắn hạn từ ngân hàng hợp lý, lập kế hoạch nhập hàng, thanh toán cụ thể từ đó cân đối nguồn tiền phục vụ sản xuất kinh doanh.
- Tìm kiếm các phương án giải quyết đối với các khoản nợ xấu.

4. Giải pháp về nguồn nhân lực

- Kiện toàn tổ chức biên chế, đào tạo nâng cao trình độ, tay nghề cho CBCNV trong công ty.
- Nâng cao chính sách ưu đãi với lao động thời vụ để có nguồn lao động ổn định trong vụ sản xuất chính.

- Đầu tư phát triển nguồn nhân lực có chất lượng, hoàn thiện các chính sách đãi ngộ phúc lợi khen thưởng hợp lý để người lao động gắn bó lâu dài với công ty,
- Xây dựng văn hóa doanh nghiệp, môi trường làm việc năng động, thân thiện, tạo điều kiện để người lao động phát huy hết năng lực bản thân.

5. Giải pháp về quản lý điều hành

- Bám sát sự biến động của thị trường theo từng thời điểm, dự báo chính xác nhu cầu tiêu thụ thực tế để ra phương án điều tiết sản xuất kịp thời, thúc đẩy quá trình bán hàng và kiểm soát tốt hàng tồn kho.
- Lập kế hoạch kinh doanh cụ thể và hợp lý cho từng thời điểm để chủ động trong hoạt động sản xuất và cân đối nhu cầu nguyên vật liệu, lao động.
- Có các giải pháp quản trị hợp lý các yếu tố đầu vào đảm bảo ổn định về chất lượng và giảm thiểu tác động tiêu cực do sự biến động giá cả thị trường.
- Tăng cường sự hợp tác, phối hợp giữa các bộ phận, phân chia sắp xếp công việc cho phòng ban hợp lý để nâng cao hiệu quả làm việc.
- Có các biện pháp quản lý hiệu quả nhằm tăng năng suất làm việc của người lao động.
- Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu, đầu tư máy móc thiết bị sản xuất hiện đại nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng những đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng.

II. Kế hoạch đầu tư máy móc, thiết bị, nhà xưởng:

- Tiếp tục thực hiện đầu tư hệ thống lò hơi 1,2 tỷ VNĐ đã được ĐHCĐ phê duyệt trong kế hoạch 2020 (chưa thực hiện được do tình hình dịch bệnh)
- Kế hoạch sửa chữa hạ tầng nhà xưởng công ty: 150 triệu VNĐ
- Thực hiện kế hoạch đầu tư máy móc thiết bị bổ sung và nâng cấp cho dây chuyền sản xuất hiện tại, mức đầu tư dự kiến: 2,5 tỷ VNĐ. Cụ thể:
 - + Đầu tư máy móc bổ sung cho dây chuyền sản xuất bánh nướng (Máy phun trứng, máy xếp khay)
 - + Đầu tư máy móc bổ sung cho dây chuyền sản xuất bánh dẻo (Máy đánh bột, máy bao nhân, máy định hình...)

**TM. BAN ĐIỀU HÀNH
TỔNG GIÁM ĐỐC CÔNG TY**



Trần Thanh Sơn



KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD NĂM 2021 VÀ KẾ HOẠCH SXKD NĂM 2022

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2021		Năm 2022	Tỷ lệ	
			KH	TH	KH	TH2021/ KH2021	KH2022/ TH2021
1	Tổng doanh thu	Tr. đồng	117.263	85.632	104.057	73%	122%
2	Doanh thu bán hàng	Tr. đồng	116.473	84.504	103.107	73%	122%
3	Lợi nhuận trước thuế	Tr. đồng	5.805	710	4.224	12%	595%
4	Lợi nhuận sau thuế	Tr. đồng	4.606	607	3.341	13%	550%
5	Cổ tức	%/năm	25%	3%	18%	12%	600%