

**CÔNG TY CỔ PHẦN NAM DƯỢC**

Văn phòng: 51 Trường Công Giới, P. Dịch Vọng, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội

Tel: 024 62691602 | Fax: 024 62698623 | Email: contact@namduoc.vn | Website: www.namduoc.vn

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC**1. Tổng quan về hoạt động kinh doanh 2022**

Tại thời điểm 31/12/2022, công ty cổ phần Nam Dược có tổng số nhân viên là 680 người, bao gồm khối Sản xuất (Công ty TNHH Nam Dược tại Nam Định) là 215 người, khối Thị trường (Công ty CP Nam Dược tại Hà Nội và các chi nhánh phụ thuộc) là 465 người. Tổng số sản phẩm đang sản xuất đưa ra thị trường gồm hơn 115 sản phẩm, trong đó tự doanh 81 sản phẩm (bao gồm sản phẩm sản xuất từ các đơn vị khác).

Năm 2022, các chỉ tiêu doanh thu và lợi nhuận năm 2022 sau khi đã được Công ty TNHH hãng kiểm toán AASC thực hiện kiểm toán và chốt số liệu như sau:

Đơn vị tính : Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2021	% tăng giảm 2022/2021
Tổng tài sản	594.232	425.801	39,6%
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	972.918	690.393	40,9%
Doanh thu thuần	907.169	640.399	41,7%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	163.745	86.252	89,8%
Lợi nhuận khác	(96)	(982)	
Lợi nhuận trước thuế	163.648	85.270	
Lợi nhuận sau thuế	130.753	68.155	91,8%
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	14%	11%	
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu (%)	29%	20%	
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản (%)	22%	16%	

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán năm 2022 của CTCP Nam Dược
Về doanh thu: Doanh thu thuần năm 2022 đạt 907.169 triệu đồng, tăng 41,7% so với năm 2021 và đạt 126,0% so với kế hoạch đề ra.

Về Lợi nhuận: Lợi nhuận sau thuế đạt 130.753 triệu đồng, tăng 91,8 % so với năm 2021 và hoàn thành 181,6 % kế hoạch đề ra.

Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu thuần năm 2022 đạt 14%, Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu năm 2022 đạt 29%.

So với chỉ tiêu kinh doanh theo biên bản họp đại hội đồng cổ đông công ty cổ phần Nam Dược năm 2022, các chỉ tiêu kinh doanh thực hiện trong năm 2022 như sau:

Đơn vị tính: Triệu đồng

Nội dung	Kế hoạch 2022	Thực hiện 2022	% thực hiện / KH
Vốn điều lệ	59.640	59.640	100%
Doanh thu thuần	720.000	907.169	126,0%
Lợi nhuận sau thuế	72.000	130.753	181,6%
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	10,0%	14%	

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán năm 2022 của CTCP Nam Dược

1. Tình hình tài chính

Đơn vị tính: Lần

Các chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2021	So sánh 2022/2021
Hệ số thanh toán ngắn hạn	1,99	2,28	0,87
Hệ số thanh toán nhanh	1,26	1,33	0,95
Tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu	0,33	0,28	1,20

Hệ số thanh toán ngắn hạn năm 2022 là 1,99 lần, hệ số thanh toán nhanh năm 2022 là 1,26 lần và tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu năm 2022 là 0,33; Các chỉ tiêu này thể hiện năng lực về tài chính của Công ty đáp ứng tốt nhu cầu thanh toán các khoản nợ ngắn hạn.

3. Một số hoạt động chính của Nam Dược năm 2022

3.1. Hoạt động MKT & Xây dựng thương hiệu

Năm 2022, song song với các hoạt động Marketing của Nam Dược chú trọng vào các nhãn chiến lược như Sủi Livecool, Siro Ho Cảm Ích Nhi, Thông xoang tán Nam Dược, Yến Sào Nam Dược với điểm nhấn là tác dụng giúp giảm nhiệt miệng, nóng trong ở sản phẩm Livecool, giảm triệu chứng hắt hơi, sổ mũi ở bộ Ích Nhi... Và nội dung chủ đạo xuyên suốt với các sản phẩm của Nam Dược luôn là nhấn mạnh vào nguồn Dược liệu sạch đạt chuẩn GACP-WHO do khách hàng ngày càng e ngại về dược liệu bản trên thị trường, đây cũng là thế mạnh khác biệt của Nam Dược so với nhiều công ty sử dụng dược liệu thuốc bắc nhập khẩu. Mặc dù thông điệp truyền thông này đã được truyền thông từ nhiều năm trước, nhưng từ năm 2022 mới được người tiêu dùng nhận thức mạnh mẽ qua chiến dịch xuyên suốt của sản phẩm Siro Ho Cảm Ích Nhi với Thông điệp “Hiệu quả, An toàn từ nguồn dược liệu sạch đạt chuẩn quốc tế GACP-WHO”. Bên cạnh đó là các thông điệp lý tính hướng người tiêu dùng hiểu rõ hơn về thời điểm, cách sử dụng sản phẩm.

Các hoạt động MKT của Nam Dược đa kênh từ các kênh truyền thống với độ phủ rộng tạo uy tín, thương hiệu cho công ty, nhãn hàng như kênh truyền hình quốc gia: Kênh thời sự VTV1, VTV2, HTV7-HTV9, Vĩnh Long 1..., và đẩy mạnh kênh Digital Marketing như mạng xã hội Tiktok, facebook, zalo tới các báo điện tử lớn, tuy tín như Vietnamnet, VnExpress... Đặc biệt Trade MKT tại điểm bán là thế mạnh của Nam Dược khi hình ảnh POSM và các chương trình áp dụng linh hoạt.

Năm 2022, bằng việc chú trọng đầu tư truyền thông thương hiệu công ty, từ đó Nam Dược được người tiêu dùng, khách hàng, đối tác ... biết đến một cách rộng rãi với giải thưởng đạt được như: Thương hiệu quốc gia cho 02 sản phẩm: Livecool và Ích Nhi, TOP 5 Công ty Đông dược Uy tín ở Việt Nam, Giải thưởng Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hoá kinh doanh,... và trên hết chính là giá trị cốt lõi “Vì khách hàng” mà Nam Dược luôn theo đuổi.

3.2. Hoạt động bán hàng & chăm sóc khách hàng

Về kết quả bán hàng: Năm 2022, Nam Dược có kết quả kinh doanh tăng trưởng cao so với năm 2021. Doanh thu tự doanh tăng trưởng 45% so với năm 2021. Năm 2022,

Nam Dược định hướng phát triển đa kênh bao gồm kênh OTC, kênh FMCG, kênh TMĐT trong đó vẫn lấy trọng tâm là kênh OTC. Số lượng khách hàng mua hàng trong năm đạt gần 40,000 khách hàng. Bước đầu kênh FMCG ghi nhận kết quả tích cực với doanh số đóng góp được 15 tỷ và đang trong quá trình hoàn thiện mô hình phân phối. Kênh thương mại điện tử cũng có tăng trưởng tốt nhưng quy mô vẫn còn khiêm tốn với doanh thu khoảng 3 tỷ đồng.

Về hệ thống bán hàng: Kênh bán hàng OTC truyền thống tận dụng được tối đa lợi thế trong giai đoạn dịch bệnh với các sản phẩm phù hợp như nhóm Yến Sào bồi bổ sức khỏe, nhóm thuốc ho, nhóm sủi Livecool bổ sung Vitamin C tăng sức đề kháng trong giai đoạn dịch Covid 19 và cúm A, B. Năm 2022 cũng là năm Nam Dược khởi đầu khai thác thêm kênh mới là kênh bán hàng FMCG và kênh thương mại điện tử với kết quả tăng trưởng tốt, từng bước chuẩn hóa mô hình thử nghiệm để phục vụ tăng tốc trong năm 2023. Nam Dược cũng đã tiến hành khai trương kênh bán hàng trực tiếp đầu tiên với việc khai trương 2 Showroom bán hàng tại 68 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội và 261 Nguyễn Văn Trỗi, Q.10, Tp. HCM. Đây là hai địa chỉ bán các sản phẩm dược liệu quý sản xuất trong và ngoài nước tạo sự tin cậy cho khách hàng khi mua các sản phẩm cao cấp phục vụ biểu tặng và chăm sóc sức khỏe.

Về khách hàng: Công ty đã quản lý danh sách hơn 50,000 khách hàng, bán hàng cho 40,000 đối tác là các công ty dược, nhà thuốc, quầy thuốc trong năm 2022, so với 2021 số lượng điểm bán tăng trưởng 12%. Số lượng khách hàng mua hàng tháng tăng trưởng 17%. Nam Dược đã tổ chức loạt hội nghị khách hàng tại các tỉnh: Vĩnh Long, Sóc Trăng, Long An, Tây Ninh, Lâm Đồng, Đắk Nông, Kon Tum, Quảng Ngãi, Hà Tĩnh, Thanh Hóa, Tuyên Quang, Lào Cai... được khách hàng đánh giá cao, chương trình giúp thúc đẩy hoạt động tri ân, gắn kết với khách hàng, khách hàng lớn đồng thời cung cấp các thông tin liên quan tới việc xây dựng trải nghiệm khách hàng tích cực tại nhà thuốc khuyến khích nhà thuốc có nhiều hơn các giải pháp gắn kết với người tiêu dùng. Ngoài ra Nam Dược còn tổ chức các tour du lịch trong và ngoài nước phục vụ nhu cầu thăm quan, quan đó gắn kết với khách hàng.

- **Về nhân sự bán hàng:** Để đảm bảo việc tăng cường hiện diện hàng hóa và gắn kết, chăm sóc khách hàng hệ thống kinh doanh của Nam Dược đã tuyển dụng thêm 68 người trong đó có 28 nhân sự kênh OTC và 40 nhân sự kênh FMCG tăng số lượng nhân sự bán hàng toàn quốc lên 269 nhân viên đảm bảo phủ kín thị trường hơn.

Về chính sách bán hàng: Nam Dược kiên định thực hiện chính sách bán bình ổn giá và Audit kiểm soát thị trường phát huy tác dụng tốt, được đại đa số khách hàng ủng hộ. Nam Dược cũng được đánh giá là một trong những đơn vị có mặt bằng giá bán ổn định trên thị trường, nhà thuốc bán hàng của Nam Dược ít bị lo do cạnh tranh giá bán không lành mạnh giữa các nhà thuốc với nhau. Đó là tiền đề để công ty gia tăng độ phủ trên toàn quốc. Năm 2022 các sản phẩm mới đưa ra thị trường cũng đón nhận được nhiều tín hiệu tích cực đặc biệt là nhóm sản phẩm mới trong nhóm Yến sào, nhóm thạch Ích Nhi bổ sung chất dinh dưỡng cho trẻ em. Thạch và Kẹo dẻo dinh dưỡng Ích Nhi góp phần chăm sóc sức khỏe trẻ em một cách thân thiện và có giá trị.

Năm 2022 Nam Dược thử nghiệm triển khai bán hàng theo phương thức tích điểm tại miền Bắc, Bắc Miền Trung, Miền Trung đối với tất cả các nhóm hàng, giúp khách hàng dễ dàng chọn lựa sản phẩm linh hoạt để hoàn thành hợp đồng làm cơ sở cho việc triển khai trên toàn quốc năm 2023.

3.3 Hoạt động nghiên cứu và phát triển

Năm 2022 là một năm nhiều biến động và thách thức hơn với hoạt động sản xuất, nghiên cứu và cung ứng của các ngành sản xuất cũng như ngành dược nói chung và của công ty Nam Dược nói riêng. Do hậu quả của các đợt dịch Covid kéo dài ở mức độ rộng và liên tục hơn trên thế giới và Việt Nam, mặc dù đã có Vaccine phòng dịch, nhưng do chính sách đối phó với dịch bệnh tiêu cực của một số nước dẫn đến việc đứt gãy các chuỗi cung ứng nguyên liệu cho sản xuất. Bên cạnh đó là sự bùng nổ chiến tranh giữa Nga và Ukraina làm giá nhiên liệu và một số nguyên liệu từ Châu Âu bị thiếu, chi phí Logistic tăng, đẩy giá thành lên cao, không đủ nguyên liệu phục vụ cho sản xuất... Để đáp ứng nhu cầu cạnh tranh ngày càng khốc liệt của thị trường, duy trì và nâng cấp chất lượng theo hướng các tiêu chuẩn quốc tế, giảm sự phụ thuộc nguyên liệu nhập khẩu, thay thế các nguyên liệu nhập khẩu bằng nguyên liệu có sẵn trong nước, lựa chọn bổ sung công nghệ mới để triển khai thêm sản phẩm theo các bộ sản phẩm, để các sản phẩm có chất lượng ngày càng tốt hơn, hiệu quả hơn, có mùi vị hấp dẫn, tiện dụng cho người tiêu dùng, danh mục các sản phẩm đưa ra thị trường bao gồm:

Bộ Ích Nhi ra tiếp thêm sản phẩm mới Thạch Ích Nhi Calci, Thạch Ích Nhi Mất đen, Bàn chải đánh răng Ích Nhi.

Bộ sản phẩm thuốc ho bổ sung thêm Bộ Phổi Ích Nhân, Dầu nóng Nam Dược, Dầu gừng Nam Dược, Xịt họng thảo mộc Nam Dược.

Thêm sản phẩm mới có hương vị tự nhiên giúp tăng cường giải độc gan, tăng sức đề kháng trong bộ sản phẩm Livecool như Viên sủi tăng đề kháng Livecool, Viên sủi năng lượng Livecool, Nagantec nang mềm tăng lựa chọn cho khách hàng giúp nâng cao doanh số.

Nhóm sản phẩm bổ dưỡng, bổ sung sản phẩm Nin Mama new, Yến Sào Nam Dược, Yến chưng đường phèn, Yến chưng Hồng sâm Đông trùng, Yến sào Nam Dược Kids, Yến Chưng mật ong, và đặc biệt năm 2022 hoạt động nghiên cứu cũng hoàn thành đưa ra các sản phẩm mới nhóm Dược liệu quý như Viên Lộc Nhung Nam Dược, Cao Ban Long Nam Dược, Nấm lim xanh, Linh chi đỏ, Đông Trùng Hạ Thảo Nam Dược, Tam thất, Nụ Hoa Tam thất, Nam Dược Tử Sâm Nhung, Nam Dược tử Đông trùng Sâm, Saffron Premium.

Hoạt động cung ứng và sản xuất:

Năm 2022, Nam Dược vẫn tiến hành thẩm định lại duy trì các vùng dược liệu đã được cấp chứng chỉ GACP: Vùng Đậu nành, Quất, Dây thìa canh ở Nam Định, Vùng Cát cánh ở Bắc Hà, Phòng Phong ở Hà Giang. Cùng với hoạt động xây dựng vùng trồng đạt tiêu chuẩn GACP-WHO cho các sản phẩm chiến lược, Nam Dược cũng triển khai thử nghiệm các vùng trồng mới như: Thử nghiệm trồng Cát cánh, Đan sâm tại Sơn La, trồng Đương quy, Bạch truật, Huyền sâm tại Hà Giang, Dây thìa canh lá to, Húng chanh tại Nam Định. Với phương châm thay thế các dược liệu có nguồn gốc từ Trung Quốc thành các dược liệu được trồng và mọc tự nhiên tại Việt Nam để kiểm soát tốt chất lượng dược liệu cũng như chủ động trong việc xây dựng nguồn cung ứng, Công ty đang tiếp tục xây dựng chương trình chuẩn hóa nguồn dược liệu sạch theo kế hoạch 5 năm 2021-2025 và các năm tiếp theo.

5259

IG T
PHÂN
M DƯ

GIẤY -

Trong năm 2022, đại dịch Covid-19 tiếp tục tác động tiêu cực đến rất nhiều doanh nghiệp trên thế giới và tại Việt Nam. Việc đóng cửa không giao dịch của nhiều quốc gia. Bên cạnh đó là sự bùng nổ chiến tranh giữa Nga và Ukraina làm giá nhiên liệu tăng và một số nguyên liệu từ Châu Âu bị thiếu, kèm theo sự gián đoạn trong hoạt động logistics dẫn tới chuỗi cung ứng của nhiều doanh nghiệp đã bị đứt gãy, tăng giá... Trong bối cảnh đó, Nam Duộc đã nỗ lực để duy trì hoạt động sản xuất được diễn ra bình thường, cố gắng giữ được giá thành sản xuất tối đa, các sản phẩm không thể giữ được giá cũng có điều chỉnh nhẹ. Đảm bảo được dòng hàng liên tục, không bị đứt gãy... bằng một loạt các giải pháp như dự báo sớm để tăng sản xuất tồn kho để đảm bảo hàng bán và duy trì công việc cho công nhân. Mở rộng danh mục nhà cung cấp, dự báo và lập kế hoạch dài hạn, linh hoạt trong tổ chức sản xuất, kết quả là hoạt động sản xuất, kinh doanh của công ty vẫn được thông suốt và công ty về đích đạt được kế hoạch đề ra.

Hoạt động giám sát, kiểm tra chất lượng hàng hóa vẫn được thực hiện theo các quy trình chọn lựa rất nghiêm ngặt của công ty. Các nguồn nguyên liệu, dược liệu, bao bì được tổ chức đánh giá theo từng lô cho từng sản phẩm.

Hoạt động sản xuất vẫn duy trì các tiêu chuẩn quản lý chất lượng từ bộ tích hợp tiêu chuẩn IMS. Bên cạnh đó Nam Duộc nghiên cứu triển khai công nghệ chuyển đổi số, áp dụng hệ thống điều hành, đưa vào vận hành hệ thống ERP giúp: Kiểm soát chất lượng nguyên liệu đầu vào, chất lượng trong quá trình sản xuất và chất lượng khi đã thành phẩm đưa ra thị trường.

3.5. Hoạt động tài chính

Hoạt động tài chính được đánh giá khá lành mạnh, ổn định, cập nhật kịp thời tình hình kinh doanh của công ty đảm bảo các quyết định quản trị kịp thời của Hội đồng quản trị và Ban Tổng Giám đốc.

3.6. Hoạt động nhân sự:

Hoạt động Tuyển dụng: Được chuẩn hóa và cho kết quả nhân sự đầu vào chất lượng hơn, minh bạch và công bằng hơn;

Hoạt động đào tạo được tổ chức nhiều và phù hợp với từng đối tượng. Năm 2022, đã tổ chức được các khóa đào tạo quan trọng: Đào tạo về Truyền thông nội bộ và Văn hoá doanh nghiệp cho đội ngũ quản lý; Đào tạo định hướng đội ngũ và cách chăm sóc khách hàng, tạo dựng mối quan hệ khách hàng; đào tạo các khóa học về kiến thức sản phẩm, một số kỹ năng chuyên môn khác.

Hoạt động đánh giá – sàng lọc nhân sự: Đã tổ chức đánh giá KPI toàn bộ nhân viên hàng tháng, 06 tháng. Áp dụng chính sách lương 3Ps cho toàn Công ty. Đánh giá khung năng lực cho toàn đội ngũ nhân sự nhằm nâng cao năng lực đội ngũ đáp ứng yêu cầu công việc. Qua đó có chính sách khuyến khích nhân viên xuất sắc và huấn luyện, đào tạo lại hoặc cho thôi việc những nhân sự kém chất lượng.

Thực hiện hoạt động truyền thông nội bộ: Năm 2022, hình thức họp online qua Zoom được công ty triển khai thành công qua các hoạt động teambuilding hàng tháng tới toàn thể CBNV nhằm thông tin kịp thời các hoạt động của doanh nghiệp tới toàn thể CBNV, khen ngợi kịp thời những cá nhân xuất sắc ừ đó nhân rộng những câu chuyện thành công thực tiễn để CBNV có thể học hỏi lẫn nhau, thể hiện tốt giá trị cốt lõi không ngừng học hỏi của người Nam Duộc.

Trách nhiệm xã hội: Nam Duộc đã tổ chức các phong trào hoạt động thể hiện trách nhiệm đối với cộng đồng như: trao học bổng cho sinh viên 09 trường ĐH Y dược trên

S-C
N
iOC
TP. H

toàn quốc, tổ chức thiện nguyện từ quỹ hoạt động của nhãn hàng qua hoạt động “ Ích Nhi- nâng ước mơ xanh” tới các em nhỏ tại các trường tiểu học và trung tâm nuôi dưỡng trẻ em mồ côi ở Đà Nẵng, Nghệ An, Hà Giang, TP HCM...

4. Tình hình đầu tư vào các công ty con

Danh sách các công ty mà Nam Dược nắm giữ trên 50% vốn cổ phần:

Tên công ty	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Tỷ lệ sở hữu của Nam Dược
Công ty TNHH Nam Dược	30	100%
Công ty TNHH Nam Dược Hà Nam	50	100%

5. Những thay đổi về vốn cổ đông: Không có thay đổi**6. Kế hoạch kinh doanh năm 2023**

Căn cứ vào tình hình kinh doanh hiện tại và dự kiến tình hình thị trường năm 2023, Hội đồng quản trị và Ban Tổng giám đốc trình Đại hội đồng cổ đông thông qua kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2023 như sau:

Đơn vị: đồng

TT	Chỉ tiêu	Kế hoạch 2023
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	950.000.000.000
2	Doanh thu thuần	900.000.000.000
3	Lợi nhuận sau thuế	100.000.000.000
4	Cổ tức tối thiểu bằng tiền mặt	20%

TỔNG GIÁM ĐỐC

(Đã ký)

TS. Hoàng Minh Châu

