

Đà Lạt, ngày 05 tháng 04 năm 2021

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH 2020 KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG 2021

Kính thưa Quý Cổ Đông!

Ban Tổng Giám Đốc Công ty Cổ Phần Dược Lâm Đồng (Ladophar) xin báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2020 và đề xuất kế hoạch hành động năm 2021 của Công ty với nội dung như sau:

I. TÌNH HÌNH CHUNG

Yếu tố khách quan:

- Hai đợt bùng phát của đại dịch Covid 19 đã tác động mạnh tới nền kinh tế thế giới và trong nước nói chung cũng như hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty nói riêng;
- Hệ lụy của đại dịch đó là giãn cách xã hội và kiểm soát chặt chẽ việc đến bệnh viện đã làm gián đoạn nhu cầu chăm sóc sức khỏe, vì những người có vấn đề sức khỏe không cấp bách hạn chế khám chữa bệnh, dẫn đến doanh số kê đơn và bán thuốc ít hơn, cả ở hai thị trường kênh ETC và OTC;
- Thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu và bao bì ở các thị trường lớn như Trung Quốc đã tác động đến hoạt động sản xuất, làm tăng chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm, đặc biệt trong giai đoạn dịch bệnh này, việc tăng giá khiến hoạt động kinh doanh bị tác động nặng nề.

Yếu tố chủ quan:

- Sự thay đổi liên tục các cán bộ quản lý điều hành cấp cao đã dẫn đến tình trạng hoang mang mất phương hướng về định hướng chiến lược phát triển của Công ty.
- Các nhân sự kinh nghiệm và/hoặc có chuyên môn cao đã đến tuổi về hưu hoặc đã nghỉ việc, trong khi đó các nhân sự kế thừa mặc dù được đào tạo chuyên môn, có bằng cấp phù hợp nhưng chưa đủ tầm, uy tín, kinh nghiệm và bản lĩnh để kế thừa, đảm đương các chức trách hiện tại cũng như có thể đề bạt bổ nhiệm các vị trí quản lý đang còn bỏ trống do sự biến động nhân sự đã xảy ra trong giai đoạn 2018 – 2020.

II. TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH

1. Tình hình tài chính

Đơn vị: triệu đồng

Khoản mục	31/12/2020		31/12/2019		Tăng giảm	
	Số tiền	%	Số tiền	%	%	+/-
A Tổng tài sản	217.607		284.804		-24%	(67.197)
1 Tiền	19.163	9%	28.283	10%	-32%	(9.120)
2 Phải thu	34.588	16%	55.429	19%	-38%	(20.841)
3 Hàng tồn kho	76.153	35%	94.621	33%	-20%	(18.467)
4 Tài sản cố định	81.014	37%	95.632	34%	-15%	(14.618)
5 Tài sản khác	6.689	3%	10.839	4%	-38%	(4.149)

Khoản mục	31/12/2020		31/12/2019		Tăng giảm	
	Số tiền	%	Số tiền	%	%	+/-
B Tổng nguồn vốn	<u>217.607</u>		<u>284.804</u>		-24%	(67.197)
I Nợ phải trả	<u>101.198</u>	<u>47%</u>	<u>191.127</u>	67%	-47%	(89.929)
1 Phải trả NCC	40.234	18%	59.856	21%	-33%	(19.623)
2 Vay	49.296	23%	100.660	35%	-51%	(51.364)
3 Phải trả khác	11.669	5%	30.611	11%	-62%	(18.943)
II Nguồn vốn	<u>116.409</u>	<u>53%</u>	<u>93.677</u>	33%	24%	22.733
1 Vốn điều lệ	127.031	58%	78.300	27%	62%	48.732
2 Lợi nhuận CPP	(25.602)	-12%	368	0%	-7066%	(25.969)
3 Quỹ khác	14.980	7%	15.010	5%	0%	(30)

Phân tích:

a. Tài sản

- Tỷ trọng: trong cơ cấu tài sản, hàng tồn kho và tài sản cố định chiếm tỷ trọng cao nhất (35% và 37%)
- Biến động (So với năm trước): Tổng tài sản có biến động giảm 24%, tương ứng với mức giảm 67 tỷ đồng chủ yếu ảnh hưởng từ các yếu tố sau:
 - Tiền mặt và tiền gửi ngân hàng giảm 32%, tương ứng mức giảm 9,1 tỷ đồng. Nguyên nhân chủ yếu do sử dụng nguồn tiền đầu kỳ và nguồn tiền từ hoạt động kinh doanh để trả nhà cung cấp và giảm vốn vay;
 - Khoản phải thu giảm 38%, tương ứng mức giảm 20,8 tỷ đồng. Việc đẩy mạnh công tác thu hồi nợ, đặc biệt trong các khoản nợ quá hạn đã góp phần làm giảm số dư nợ phải thu. Bên cạnh đó, sự sụt giảm trong doanh thu cả hàng thương mại và sản xuất cũng làm giảm khoản phải thu;
 - Hàng tồn kho giảm 20%, tương ứng mức giảm 18,5 tỷ, chủ yếu giảm ở hàng sản xuất. Trong năm 2020, các chương trình giải tồn kho được triển khai mạnh mẽ và quyết liệt. Các chương trình Marketing hỗ trợ cho việc giải tồn được đẩy mạnh đã góp phần giảm đáng kể trong lượng tồn kho thành phẩm sản xuất. Bên cạnh đó, việc rà soát và xử lý một lượng lớn bao bì và nguyên liệu lâu không sử dụng cũng làm giảm lượng tồn kho của nguyên vật liệu và bao bì.
 - Tài sản cố định giảm 15%, tương ứng mức giảm 14,6 tỷ đồng. Nguyên nhân chủ yếu từ khấu hao trong năm và tài sản (xe ô tô) đã được bán hoặc thanh lý.

b. Nợ phải trả

- Tỷ trọng: Trong cơ cấu nợ phải trả, vay và phải trả nhà cung cấp (NCC) chiếm tỷ trọng cao nhất, lần lượt là 23% và 18%, trong đó chủ yếu đến từ vay ngắn hạn, do nhu cầu chi trả cho NCC
- Biến động (So với năm trước): Tổng nợ phải trả giảm 47%, tương ứng với mức giảm 89,9 tỷ đồng chủ yếu ảnh hưởng từ các yếu tố sau:
 - Phải trả NCC giảm 33%, tương ứng mức giảm 19,6 tỷ đồng, chủ yếu do thanh toán các đơn hàng cuối năm để chốt đơn thầu. Bên cạnh đó, việc giảm doanh thu hàng thương mại làm giảm nhu cầu mua hàng từ đó giảm áp lực trả nợ nhà cung cấp;
 - Khoản vay giảm 51%, tương ứng mức giảm 51,4 tỷ đồng, chủ yếu giảm ở vay ngắn hạn, mục đích giảm áp lực trả lãi vay.

2. Kết quả kinh doanh

Đvt: triệu đồng

Khoản mục	TH 2020		KH 2020		TH 2019	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	% so với KH	Số tiền	% so với cùng kỳ
1 Doanh thu	252.794	100%	411.886	61%	379.663	67%
<i>TM</i>	172.288	68%	196.000	88%	234.736	73%
<i>SX</i>	78.640	31%	215.886	36%	144.287	55%
<i>Khác</i>	1.866	1%	-	0%	640	292%
2 Lợi nhuận gộp	37.523	15%	97.335	39%	76.421	49%
<i>TM</i>	13.052	5%	16.277	80%	20.572	63%
<i>SX</i>	22.650	9%	81.058	28%	55.669	41%
<i>Khác</i>	1.821	1%	-	0%	180	1012%
<i>%LNG/DT</i>	15%		24%		20%	
3 Chi phí hoạt động	60.952	24%	85.401	71%	78.898	77%
4 Chi phí tài chính	6.595	3%	5.475	120%	5.989	110%
5 Thu nhập khác	4.095	2%	2.580	159%	20.386	20%
6 Lợi nhuận trước thuế	(25.929)	-10%	9.039	-287%	11.920	-218%
<i>%LNTT/DT</i>	-10%		2%		3%	

Phân tích:

a. Doanh thu

- Tỷ trọng: Trong cơ cấu doanh thu, DT thương mại chiếm tỷ trọng 68%/DT, DT sản xuất 31%/DT
- Biến động (so với năm trước): Doanh thu đạt 252,8 tỷ đồng, giảm 33% so với năm trước, tương ứng mức giảm 126,9 tỷ đồng. Trong đó, doanh thu hàng thương mại giảm 27%, tương đương mức giảm 62,4 tỷ; doanh thu hàng sản xuất giảm 45%, tương ứng mức giảm 65,6 tỷ. Nguyên nhân:
 - Hàng thương mại: ảnh hưởng của quy định của BHYT về kê đơn và của Sở Y tế về đấu thầu, cũng như kết quả trúng thầu của năm 2020 thấp hơn so với năm 2019 đã dẫn đến doanh thu thương mại giảm mạnh. Bên cạnh đó, hai đợt bùng phát của đại dịch Covid 19 trong năm đã tác động trực tiếp đến doanh thu thương mại, trên cả hai thị trường kênh ETC và OTC. Trên kênh thị trường ETC, lo ngại lây nhiễm dịch bệnh và quy trình thăm khám bệnh viện nghiêm ngặt trong mùa dịch đã làm hạn chế lượng bệnh nhân đến khám sức khỏe định kỳ. Trên thị trường kênh OTC, nhu cầu đi mua thuốc giảm do các đợt giãn cách xã hội và người dân chuyển từ mua thuốc sang dự trữ nước rửa tay và khẩu trang. Tác động của dịch bệnh vào hai thị trường này đã làm doanh thu thương mại bị ảnh hưởng đáng kể;
 - Hàng sản xuất: đại dịch Covid 19 cũng như những quy định nghiêm về hạn chế đi lại đã làm giảm đáng kể một lượng khách du lịch, vốn được xem là nguồn thu lớn cho hàng sản xuất, đặc biệt tại Chi nhánh Đà Lạt. Bên cạnh đó, do chiến lược phát triển sản phẩm chưa được thực thi một cách trọn vẹn và có trọng tâm hướng tới phân khúc khách hàng, thị trường, địa bàn trọng điểm cụ thể dẫn đến LDP chưa có một sự đột phá về lượng tiêu thụ, thương hiệu sản phẩm trong thị trường thực phẩm chức năng bảo vệ sức khỏe.
- So với kế hoạch: doanh thu đạt 61% kế hoạch, trong đó:



- Kế hoạch kinh doanh 2020 của hàng sản xuất hoàn toàn thất bại, doanh số bán hàng từ hoạt động sản xuất chỉ đạt dưới 50% kế hoạch của năm;
- Kế hoạch kinh doanh 2020 của hàng thương mại chưa đạt như kỳ vọng, doanh số hàng thương mại lũy kế đến tháng 12 năm 2020 đạt 88% kế hoạch của năm

b. Chi phí

Chi tiết chi phí năm 2020 theo nhóm phí:

Đvt: triệu đồng

Khoản mục	TH 2020		TH 2019	Biến động	
	Số tiền	%/DT		+/-	%
1 Chi phí tiền lương	32.865	13%	42.794	(9.929)	-23%
2 Chi phí Marketing, tài trợ hội nghị	8.870	4%	10.228	(1.358)	-13%
3 Chi phí bán hàng	6.944	3%	10.540	(3.596)	-34%
4 Chi phí tài chính	6.592	3%	5.986	606	10%
5 Chi phí DV mua ngoài, CCDC, nhiên liệu, khác...	5.510	2%	6.668	(1.158)	-17%
6 CP ngoại giao, TK, ctp, NL các	1.907	1%	3.228	(1.321)	-41%
7 Chi phí mặt bằng	2.649	1%	2.815	(166)	-6%
8 Chi phí khấu hao	2.211	1%	2.628	(417)	-16%
Tổng cộng	67.547	27%	84.887	(17.340)	-20%

- Tỷ trọng: chi phí hoạt động chiếm tỷ trọng 27% trên tổng doanh thu, trong đó chủ yếu đến từ CP lương 13%/DT (32,9 tỷ đồng), CP Marketing 4%/DT (8,9 tỷ đồng) và chi phí bán hàng 3%/DT (6,9 tỷ đồng)
- Biến động: CP lương giảm 23%, tương ứng mức giảm 9,9 tỷ đồng (32,9 tỷ đồng năm 2020 – 42,8 tỷ đồng năm 2019), nguyên nhân chủ yếu do biến động nhân sự cấp cao trong năm. CP marketing, CP bán hàng cũng như CP dịch vụ mua ngoài và ngoại giao tiếp khách giảm 24%, tương ứng mức giảm 7,4 tỷ đồng (23,2 tỷ đồng năm 2020 – 30,6 tỷ đồng năm 2019), mức giảm của những khoản chi phí hỗ trợ bán hàng này tương ứng với mức giảm của doanh thu. Bên cạnh đó, việc giảm trong các khoản chi phí phân bổ của Marketing làm giảm chi phí hoạt động tương ứng.

III. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG

1. Hoạt động kinh doanh

- Do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19, hoạt động kinh doanh bị tác động mạnh, vì vậy doanh thu giảm đáng kể, ở cả nhóm hàng thương mại và sản xuất;
- Đầu tháng 03.2020, Ban điều hành giao chỉ tiêu kinh doanh và kế hoạch ngân sách chi phí cho các đơn vị kinh doanh và phòng ban, theo đó các đơn vị tiến hành triển khai kế hoạch kinh doanh cho đơn vị mình và kiểm soát chi phí theo ngân sách đã được duyệt;
- Triển khai các chương trình Marketing hỗ trợ cho việc đẩy mạnh kế hoạch giải tồn kho trong năm 2020 theo định hướng của Ban điều hành;
- Triển khai chương trình “Tất niên vạn lộc” và các chương trình hỗ trợ bán hàng trong dịp tết âm lịch;
- Tập trung các chương trình Marketing đánh mạnh vào các sản phẩm chiến lược và mục tiêu theo thể mạnh của từng địa bàn, khu vực và từng chi nhánh, tránh tình trạng chương trình chung áp dụng cho toàn bộ hệ thống bán hàng của Công ty;

- Hai kênh tổng thầu đã được triển khai trong năm 2019 hoạt động không hiệu quả trong năm 2020 và hiện tại Công ty đang gánh một khoản nợ khó đòi đến từ hai tổng thầu này. Trong đó, một tổng thầu đã dừng hợp tác và tiếp tục theo dõi để thu hồi công nợ (PDS). Đối với tổng thầu còn lại, Ban điều hành xem xét kỹ lưỡng trong việc tiếp tục hợp tác thông qua việc đánh giá lại các yếu tố về mặt công nợ và thiện chí hợp tác (INDICO);
- Các đơn hàng gia công tiếp tục được duy trì trong năm 2020, tuy nhiên lợi nhuận mà các đơn hàng gia công mang lại chưa cao, vì vậy Ban điều hành vẫn đang xem xét kỹ lưỡng và đánh giá cụ thể, chi tiết từng đối tác gia công, nhằm tối ưu hóa lợi ích mà kênh bán hàng này mang lại cho Công ty.

2. Hoạt động sản xuất

- Trong năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19, nhà máy sản xuất hoạt động gián đoạn, không liên tục, và một số tháng buộc phải ngừng sản xuất. Hệ lụy là công nhân sản xuất không có công việc và nguồn thu nhập ổn định. Trong giai đoạn khó khăn đó, Ban điều hành đã trình Hội đồng quản trị xem xét hỗ trợ thu nhập cho người lao động, nhằm mục tiêu động viên, khuyến khích và giữ chân người lao động bám trụ và đồng hành cùng Công ty;
- Các quy trình, hồ sơ giấy tờ cho việc xét duyệt ISO 17025 và 22000 đã được chuẩn hóa, xây dựng và rà soát;
- Các hoạt động rà soát, đánh giá về mặt chất lượng đối với một số sản phẩm trong quá trình sản xuất cũng như trong khi đưa ra thị trường đã được các phòng ban chất lượng xem xét, đánh giá, tránh tình trạng lặp lại ở những lô sau.

3. Hoạt động quản lý vận hành

- Giữa năm 2020 là sự biến động các nhân sự quản lý kinh doanh ở các kênh phát triển thị trường, kinh doanh nội địa, bán lẻ đa kênh, gây ảnh hưởng đến việc triển khai kế hoạch kinh doanh đã được giao vào đầu năm, làm cho việc thực hiện mục tiêu đã xây dựng của toàn Công ty bị ảnh hưởng;
- Đầu quý 4 năm 2020 là sự biến động nhân sự quản lý sản xuất, ảnh hưởng đến quy trình sản xuất, đặc biệt trong giai đoạn phục hồi sản xuất sau đại dịch Covid 19. Nhân sự quản lý mới chưa bắt kịp tiến độ cũng như thiếu những kinh nghiệm quản lý cần thiết đã dẫn đến việc sản xuất bị tác động;
- Các quy trình, quy định được xây dựng và hoàn thiện nhằm tạo một cơ chế làm việc linh hoạt cho các đơn vị phòng ban trong Công ty;
- Hệ thống phân quyền có nhiều vướng mắc trong quá trình vận hành và đã được Ban điều hành xem xét rà soát và xây dựng lại nhằm tối ưu hóa hoạt động vận hành cho toàn bộ hệ thống.

IV. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG 2021

Đánh giá tình hình chung và tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh trong năm 2020. Ban Tổng Giám Đốc đưa ra các đề xuất hành động cụ thể theo các mảng hoạt động như sau:

1. Đối với hoạt động kinh doanh

- Triển khai kế hoạch kinh doanh 2021 cho từng nhóm hàng sản xuất cũng như hàng thương mại đến các đơn vị kinh doanh, làm tiền đề và cơ sở để các chi nhánh lên kế hoạch và phương án kinh doanh;

- Triển khai các chương trình bán hàng nhằm kích cầu nhu cầu mua hàng của người dân trong dịp tết Nguyên đán;
- Các chương trình Marketing và bán hàng khác hỗ trợ cho các chi nhánh trong việc đẩy hàng ra thị trường trong tình hình dịch bệnh vẫn còn diễn biến phức tạp, thông qua nguyên tắc tập trung bán những sản phẩm có lợi thế cạnh tranh ở mỗi địa bàn, khu vực. Các chương trình được cụ thể hóa và dành riêng cho mỗi chi nhánh cũng như mỗi địa bàn khác nhau;
- Bên cạnh đó là công tác truyền thông và gia tăng thương hiệu sản phẩm thông qua các hội chợ xúc tiến thương mại cũng như các chương trình sampling và giới thiệu sản phẩm tại các tòa nhà, trung tâm thương mại;
- Củng cố và định vị hình ảnh sản phẩm Công ty tới người tiêu dùng thông qua việc chuẩn hóa bao bì sản phẩm, tránh tình trạng một sản phẩm tồn tại song song hai hình ảnh bao bì trên thị trường, làm hoang mang và mất niềm tin đối với khách hàng.

2. Đối với hoạt động sản xuất

- Trong tình hình dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp, hoạt động kinh doanh vẫn khó trên đà hồi phục nhanh chóng, vì vậy để giải quyết tình trạng nhà máy hoạt động không liên tục, các vấn đề sau được ưu tiên xem xét:
 - Chính sách lương cho công nhân trực tiếp sản xuất trong giai đoạn không ổn định được xem xét và ban hành nhằm giúp giữ chân những lao động có tay nghề, kinh nghiệm gắn bó cùng Công ty trong giai đoạn này;
 - Đẩy mạnh các hoạt động rà soát, kiểm tra một số vấn đề liên quan đến chất lượng sản phẩm, bao gồm kiểm nghiệm, gia hạn lại một số sản phẩm cận date, đánh giá vùng trồng để đảm bảo vùng nguyên liệu sạch cho nguồn đầu vào;
 - Tiếp tục triển khai và đẩy mạnh việc nghiên cứu các phương pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và tạo ra những sản phẩm mới mang giá trị và tính cạnh tranh cao;
 - Rà soát, hoàn thiện và củng cố hệ thống các văn bản lập quy: quy trình, quy định liên quan đến hoạt động của các phòng ban thuộc Khối Sản xuất.
- Bên cạnh các hoạt động trong giai đoạn sản xuất gián đoạn, các đơn hàng gia công cũng như việc sản xuất các sản phẩm có thể mạnh để phân phối ở các địa bàn trọng yếu vẫn được duy trì và triển khai.

3. Đối với hoạt động quản lý vận hành

- Ban hành và triển khai quy chế tổ chức, trong đó thiết lập các quy chế liên quan đến vận hành bộ máy, nhằm mục đích nâng cao hiệu quả hoạt động cũng như tăng cường khả năng quản lý và giám sát toàn bộ hoạt động của Công ty;
- Ban hành và triển khai sơ đồ tổ chức mới, trên cơ sở đó sắp xếp bố trí nhân sự theo các phòng ban đã được cơ cấu trong sơ đồ tổ chức;
- Ban hành và triển khai hệ thống phân quyền, nhằm mục đích hoàn thiện hơn hệ thống phân quyền của Công ty và trao quyền chủ động trong khuôn khổ quy định cho các cấp quản lý, cũng như tạo cơ chế linh hoạt hơn cho các phòng/ban, chi nhánh trong hoạt động vận hành;
- Xây dựng chính sách lương, hệ thống khung lương cũng như ngạch bậc lương theo hướng đảm bảo một cơ chế linh hoạt và minh bạch hơn, từ đó tạo động lực làm việc cũng như giữ chân được những nhân sự có trình độ, kinh nghiệm bám trụ cùng Công ty.



Ngoài ra, việc thay đổi này còn nhằm hoàn thiện hơn mô hình quản lý tiền lương một cách khoa học và hiệu quả;

- Xây dựng và hoàn thiện phương pháp tính giá thành nhằm đảm bảo giá thành sản phẩm được tính toán hợp lý, đảm bảo việc thay đổi giá thành sẽ tạo ra một cơ chế linh hoạt hơn cho các hoạt động kinh doanh, Marketing cũng như các hoạt động khác bị tác động bởi yếu tố này;
- Xây dựng, củng cố và hoàn thiện hệ thống các văn bản lập quy, bao gồm các quy định, quy trình...nhằm giúp hệ thống hóa các văn bản theo một khuôn khổ và đảm bảo nguyên tắc vận hành linh hoạt hơn cho các phòng ban và đơn vị chi nhánh.

4. Dự thảo kế hoạch kinh doanh 2021

- Mô hình kế hoạch 2021 được xây dựng với mục tiêu lợi nhuận hòa vốn trong năm 2021, cụ thể:
 - Đối với doanh thu hàng thương mại kênh OTC: đây là kênh hàng có doanh thu ổn định qua các năm, sự biến động không quá lớn, vì vậy cơ sở để xây dựng kế hoạch cho nhóm hàng thương mại ở kênh phân phối này là doanh thu bình quân ba năm gần nhất liền kề;
 - Đối với doanh thu hàng thương mại kênh ETC: kế hoạch kinh doanh của kênh phân phối này phụ thuộc vào kế hoạch tham dự thầu cũng như kết quả trúng thầu. Vì vậy, doanh thu kế hoạch được dựa vào một phần kết quả trúng thầu của năm 2020 được thực hiện trong năm 2021 và một phần ước tính khả năng trúng thầu của những gói thầu mới trong năm 2021;
 - Đối với doanh thu hàng sản xuất: với mục tiêu đảm bảo lợi nhuận hòa vốn, vì vậy kế hoạch cho nhóm hàng này tập trung vào các sản phẩm chiến lược và mục tiêu phát triển trong năm 2021. Căn cứ trên nhóm sản phẩm đó, các ước tính về doanh thu và giá vốn được xây dựng, để đảm bảo một lợi nhuận cuối cùng bù đắp được chi phí hoạt động;
 - Đối với chi phí hoạt động: đối với các chi phí lương, khấu hao tài sản cố định và công cụ dụng cụ, chi phí Marketing, kế hoạch được xây dựng căn cứ vào những hoạch định cụ thể và biểu mẫu xây dựng riêng, để đảm bảo chi phí được xây dựng phù hợp và khả thi nhất. Đối với các khoản chi phí khác, căn cứ vào loại chi phí (biến phí hoặc định phí) để lên cơ sở ước tính, căn cứ vào chi phí hoạt động của năm 2020. Định phí được ước bằng năm 2020, biến phí được ước tính căn cứ vào tỷ trọng chi phí trên doanh thu kế hoạch của năm 2021;
 - Kế hoạch mua mới tài sản cố định, công cụ dụng cụ và nhân sự tăng mới trong năm 2021 của các phòng ban được xem xét tính phù hợp và khả thi để đưa vào mô hình kế hoạch 2021.
- Kết quả kinh doanh năm 2021 được dự thảo chi tiết như sau:
 - Tổng doanh thu 295,2 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 17% so với năm 2020
 - Lợi nhuận dự kiến hòa vốn trong năm 2021
 - Giá trị mua sắm tài sản dự kiến 1,2 tỷ đồng

V. KẾT LUẬN

- Năm 2020 là một năm nhiều khó khăn và áp lực đối với Công ty. Năm 2021, Ban Tổng Giám Đốc sẽ triển khai các hành động, biện pháp cụ thể để giúp Công ty và người lao động vượt qua giai đoạn khó khăn.



Ban Tổng Giám Đốc rất mong được sự hỗ trợ và đồng hành của Quý vị cổ đông, Hội đồng quản trị và Ban Kiểm soát để hoạt động của Công ty ngày càng hoàn thiện và phát triển hơn, thực hiện hiệu quả chiến lược đã lập ra.

Trân trọng cảm ơn và xin kính chúc các vị đại biểu, các vị khách quý cùng các quý cổ đông nhiều sức khỏe và thành công!

Nơi nhận:
- Cổ đông, HĐQT, BKS
- Lưu VP.HĐQT



LÊ HUỖNH GIA HOÀNG

