

CÔNG TY CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU Y TẾ DOMESCO

DỰ THẢO TRÌNH ĐHĐCĐ 2026

BÁO CÁO

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT, KINH DOANH NĂM 2025

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT, KINH DOANH NĂM 2026

NỘI DUNG

PHẦN 1: ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG DƯỢC PHẨM VIỆT NAM 2025

PHẦN 2: KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2025

- Kết quả thực hiện năm 2025
- Hoạt động sản xuất, nghiên cứu, chất lượng và quản trị nguồn lực

PHẦN 3: CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH NĂM 2026

- Các chỉ tiêu chủ yếu
- Các giải pháp thực hiện chủ yếu

Đồng Tháp, ngày 22 tháng 4 năm 2026

PHẦN 1: ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG DƯỢC PHẨM VIỆT NAM 2025

1. Động lực tăng trưởng và lợi thế thị trường

Thị trường dược phẩm Việt Nam tiếp tục duy trì xu hướng tăng trưởng ổn định và có chiều sâu. Năm 2025, quy mô thị trường ước đạt khoảng 7,9–8,6 tỷ USD, tăng khoảng 9% so với năm trước. Trong trung hạn, ngành được dự báo duy trì tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) khoảng 6–8% giai đoạn 2023–2028, đưa Việt Nam trở thành một trong những thị trường dược phẩm tăng trưởng nhanh trong khu vực Đông Nam Á.

Cấu trúc thị trường ngày càng hoàn thiện theo hướng đa tầng và phân hóa rõ rệt. Nhóm thuốc kê đơn, đặc biệt là thuốc điều trị bệnh mạn tính, tiếp tục giữ vai trò chủ đạo về giá trị, phản ánh sự gia tăng nhu cầu điều trị chuyên sâu. Song song đó, phân khúc thuốc không kê đơn (OTC) và thực phẩm chức năng tăng trưởng tích cực nhờ xu hướng tiêu dùng chủ động chăm sóc sức khỏe. Các sản phẩm sinh học và công nghệ cao, dù còn chiếm tỷ trọng khiêm tốn, đang nổi lên như một trụ cột tăng trưởng dài hạn.

Về kênh phân phối, thị trường bán lẻ dược phẩm đang chuyển dịch mạnh sang mô hình chuỗi hiện đại với tốc độ mở rộng nhanh, trong khi kênh bệnh viện vẫn giữ vai trò chiến lược đối với thuốc kê đơn và các sản phẩm điều trị chuyên sâu.

Các yếu tố nền tảng tiếp tục củng cố triển vọng tăng trưởng của ngành. Quá trình già hóa dân số và gia tăng bệnh mạn tính thúc đẩy nhu cầu chăm sóc sức khỏe dài hạn. Đồng thời, khung pháp lý ngành dược ngày càng hoàn thiện theo hướng minh bạch và tiệm cận chuẩn mực quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho đầu tư và nâng cao chất lượng sản phẩm. Việc áp dụng các tiêu chuẩn như GMP-WHO, GMP-EU cùng với chuyển đổi số trong quản lý sản xuất, truy xuất nguồn gốc và kiểm soát chất lượng đang nâng cao hiệu quả vận hành và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, dòng vốn đầu tư nước ngoài và hoạt động chuyển giao công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cấp năng lực sản xuất, giúp doanh nghiệp trong nước từng bước tham gia vào các phân khúc có giá trị gia tăng cao và mở rộng thị trường xuất khẩu.

2. Khó khăn và thách thức trọng yếu

Dù triển vọng tăng trưởng tích cực, ngành dược vẫn đối mặt với nhiều áp lực mang tính cấu trúc. Trước hết, biên lợi nhuận của doanh nghiệp tiếp tục bị thu hẹp do phụ thuộc lớn vào nguyên liệu hoạt chất (API) nhập khẩu. Biến động tỷ giá, chi phí logistics và rủi ro chuỗi cung ứng toàn cầu trực tiếp tác động đến giá thành sản xuất, làm gia tăng áp lực chi phí.

Cạnh tranh trong kênh bán lẻ ngày càng gay gắt khi các chuỗi nhà thuốc lớn mở rộng nhanh và áp dụng chính sách chiết khấu cao. Điều này buộc nhà sản xuất phải gia tăng hỗ trợ thương mại, đồng thời làm suy giảm vị thế của các nhà thuốc nhỏ lẻ vốn gặp khó khăn trong việc đáp ứng các yêu cầu về GPP, hóa đơn điện tử và kết nối dữ liệu. Sự tập trung doanh thu vào một số chuỗi lớn cũng làm gia tăng rủi ro phụ thuộc kênh phân phối.

Ở cấp độ sản phẩm, doanh nghiệp trong nước chịu áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các tập đoàn dược phẩm đa quốc gia, đặc biệt trong các phân khúc thuốc đặc trị, thuốc sinh học và sản phẩm công nghệ cao. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp nội địa phải tăng cường đầu tư vào R&D, nâng cấp công nghệ sản xuất và chuẩn hóa chất lượng.

Ngoài ra, các yêu cầu về tiêu chuẩn sản xuất và cơ chế đấu thầu thuốc trong hệ thống y tế ngày càng khắt khe. Việc đạt chuẩn EU-GMP trở thành điều kiện quan trọng để tham gia các gói thầu có giá trị cao tại bệnh viện, trong khi các doanh nghiệp chỉ đạt WHO-GMP gặp bất lợi đáng kể. Tuy nhiên, chi phí đầu tư nâng cấp tiêu chuẩn là rất lớn, tạo áp lực tài chính đáng kể, đặc biệt đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Cuối cùng, sự dịch chuyển hành vi tiêu dùng sang môi trường số và sự phát triển của thương mại điện tử, bao gồm cả kênh xuyên biên giới, đặt ra thách thức mới trong quản trị giá, kiểm soát phân phối và bảo vệ thương hiệu. Doanh nghiệp cần thiết lập cơ chế kiểm soát chặt chẽ nhằm hạn chế biến động giá và tránh xung đột kênh, đảm bảo tính ổn định của thị trường.

3. Xu hướng chiến lược đối với doanh nghiệp dược

Từ bối cảnh thị trường năm 2025, ngành dược Việt Nam đang bước vào giai đoạn chuyển dịch từ tăng trưởng theo chiều rộng sang cạnh tranh theo chất lượng và năng lực công nghệ. Điều này hình thành một số xu hướng chiến lược trọng yếu và kéo theo các hàm ý rõ ràng cho doanh nghiệp.

3.1 Chuyển dịch lên phân khúc giá trị cao

Thị trường đang dịch chuyển rõ rệt từ thuốc generic phổ thông sang các phân khúc có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao hơn như thuốc đặc trị, thuốc sinh học và các dạng bào chế cải tiến.

- Doanh nghiệp cần tái cấu trúc danh mục sản phẩm theo hướng giảm phụ thuộc vào generic cạnh tranh giá, tăng tỷ trọng sản phẩm có rào cản kỹ thuật.
- Ưu tiên phát triển các nhóm điều trị có nhu cầu dài hạn: tim mạch, tiểu đường, ung thư, thần kinh.
- Xây dựng năng lực phát triển sản phẩm (formulation development) và đăng ký thuốc có độ phức tạp cao.

3.2 Chuẩn hóa chất lượng trở thành “giấy phép cạnh tranh”

Tiêu chuẩn EU-GMP và các chuẩn quốc tế không còn là lợi thế mà đang trở thành điều kiện bắt buộc để tham gia phân khúc bệnh viện và đấu thầu giá trị cao.

- Cần xây dựng lộ trình nâng cấp nhà máy đạt EU-GMP hoặc tương đương (PIC/S, Japan GMP...).
- Tái cấu trúc CAPEX theo hướng đầu tư tập trung – không dàn trải.
- Gắn chiến lược chất lượng với chiến lược thị trường (đấu thầu nhóm cao, xuất khẩu).

3.3 Tái cấu trúc kênh phân phối – giảm phụ thuộc bán lẻ truyền thống

Sự trỗi dậy của các chuỗi nhà thuốc hiện đại và thương mại điện tử đang làm thay đổi hoàn toàn cấu trúc phân phối.

- Giảm phụ thuộc vào một số chuỗi lớn → tránh rủi ro chiết khấu và quyền lực đàm phán.
- Phát triển chiến lược đa kênh (omnichannel): OTC, bệnh viện, online.
- Đầu tư hệ thống quản trị kênh (channel management) và kiểm soát giá bán.

3.4 Tăng tốc chuyển đổi số trong toàn chuỗi giá trị

Chuyển đổi số không còn giới hạn ở ERP mà mở rộng sang toàn bộ chuỗi giá trị: sản xuất – phân phối – marketing – truy xuất.

- Triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc, quản lý tồn kho, dự báo nhu cầu theo thời gian thực.
- Ứng dụng dữ liệu trong quản trị bán hàng và tối ưu danh mục sản phẩm.
- Số hóa hoạt động marketing dược (digital pharma marketing).

3.5 Gia tăng hợp tác quốc tế và chuyển giao công nghệ

FDI và các tập đoàn đa quốc gia tiếp tục mở rộng hiện diện tại Việt Nam, tạo áp lực cạnh tranh nhưng đồng thời mở ra cơ hội hợp tác.

- Chủ động tìm kiếm đối tác chuyển giao công nghệ, licensing, co-development.
- Tham gia chuỗi giá trị khu vực thay vì chỉ tập trung thị trường nội địa.
- Tận dụng hợp tác để rút ngắn thời gian phát triển sản phẩm.

3.6 Kiểm soát chuỗi cung ứng và chủ động nguyên liệu

Phụ thuộc API nhập khẩu là rủi ro mang tính hệ thống.

- Đa dạng hóa nguồn cung, tránh phụ thuộc một quốc gia.
- Xây dựng tồn kho chiến lược đối với nguyên liệu quan trọng.

4. Chiến lược của DOMESCO

Năm 2025, thị trường dược phẩm Việt Nam tiếp tục ghi nhận những chuyển dịch quan trọng cả về cấu trúc và xu hướng phát triển. Hệ thống bán lẻ dược phẩm bước vào giai đoạn hiện đại hóa mạnh mẽ với sự mở rộng nhanh của các chuỗi nhà thuốc, từng bước thay đổi hành vi tiêu dùng và tái định hình kênh phân phối truyền thống.

Đồng thời, ngành dược ghi nhận xu hướng dịch chuyển rõ rệt sang các phân khúc có giá trị gia tăng cao như thuốc kê đơn điều trị bệnh mạn tính, thuốc generic chất lượng cao, thuốc sinh học và các sản phẩm công nghệ cao. Hoạt động hợp tác công – tư, liên doanh và chuyển giao công nghệ tiếp tục gia tăng, góp phần nâng cao năng lực sản xuất và sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, chuyên đổi số trong quản trị chuỗi cung ứng và dữ liệu đang trở thành yếu tố cốt lõi giúp nâng cao hiệu quả vận hành và tính minh bạch.

Trên cơ sở đó, DOMESCO tiếp tục triển khai các định hướng chiến lược cho năm 2026 nhằm củng cố vị thế cạnh tranh và đảm bảo tăng trưởng bền vững. Công ty đã đưa vào vận hành nhà máy đạt chuẩn EU-GMP/PIC/S-GMP, tạo nền tảng nâng cao năng lực tham gia đấu thầu bệnh viện, đồng thời mở rộng danh mục sản phẩm ở các phân khúc giá trị cao và cải thiện hiệu quả kinh doanh. Danh mục sản phẩm được tái cấu trúc theo hướng tăng tỷ trọng sản phẩm công nghệ cao, biệt dược generic chất lượng cao và các sản phẩm có giá trị bền vững, đồng thời giảm dần sự phụ thuộc vào các sản phẩm có biên lợi nhuận thấp.

Trong hoạt động thương mại, Công ty điều chỉnh chính sách bán hàng phù hợp với sự phát triển của các chuỗi nhà thuốc hiện đại, đồng thời đa dạng hóa kênh phân phối nhằm giảm thiểu rủi ro phụ thuộc. Các chương trình trade marketing và quản trị quan hệ khách hàng được tối ưu theo hướng dựa trên dữ liệu, nâng cao hiệu quả tiếp cận thị trường.

Song song đó, Công ty đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện trong quản trị sản xuất, phân phối và dữ liệu bán hàng. Việc nâng cấp và tích hợp các hệ thống ERP, DMS cùng với kết nối dữ liệu với cơ quan quản lý giúp nâng cao hiệu quả vận hành, đảm bảo tuân thủ pháp lý và tạo lợi thế cạnh tranh so với các doanh nghiệp chưa hoàn thiện hệ thống.

Về quản trị tài chính, Công ty tập trung tối ưu vốn lưu động và kiểm soát chi phí trong bối cảnh chi phí nhập khẩu và lãi suất có xu hướng biến động. Các kịch bản quản trị tồn kho, đàm phán giá nguyên liệu và đảm bảo an toàn tài chính được xây dựng linh hoạt theo từng điều kiện thị trường. Đồng thời, Công ty chủ động theo dõi biến động tỷ giá, lãi suất và giá nguyên liệu để triển khai các biện pháp phòng ngừa, hạn chế tác động tiêu cực đến chi phí tài chính.

Nhìn chung, việc tăng cường quản trị rủi ro, tối ưu quy trình sản xuất và kiểm soát chi phí đã giúp Công ty duy trì hoạt động ổn định, tạo nền tảng vững chắc cho tăng trưởng trong bối cảnh thị trường còn nhiều biến động.

PHẦN 2: KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2025

1. Kết quả thực hiện năm 2025

1.1 Kết quả thực hiện các chỉ tiêu chủ yếu

Bảng 01: Thực hiện chỉ tiêu Doanh thu - Lợi nhuận năm 2025 (Đvt: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2025	Thực hiện 2025	Thực hiện 2024	So sánh	
				Cùng kỳ	Kế hoạch
Doanh thu thuần	2.052,00	2.067,32	1.899,43	108,84%	100,75%
Lợi nhuận sau thuế	220.00	198.40	202.71	97,87%	90,18%
% LNST/DTT	10,72%	9,60%	10,67%	-1,08%	-1,12%

Kết quả hoạt động năm 2025 cho thấy Công ty duy trì được đà tăng trưởng doanh thu nhưng hiệu quả lợi nhuận chịu áp lực.

Doanh thu thuần đạt 2.067,32 tỷ đồng, tăng 8,84% so với cùng kỳ và hoàn thành kế hoạch, phản ánh năng lực duy trì thị phần và mở rộng kinh doanh. Tuy nhiên, lợi nhuận sau thuế giảm 2,13% và đạt 90,18% kế hoạch, chủ yếu do tác động từ chi phí đầu vào gia tăng và các yếu tố thị trường bất lợi.

Nhìn chung, năm 2025 ghi nhận sự tăng trưởng về quy mô nhưng đồng thời đặt ra yêu cầu cấp thiết về cải thiện biên lợi nhuận và tối ưu hiệu quả vận hành trong giai đoạn tới.

1.2 Phân tích kết quả thực hiện

Bảng 02: Kết quả thực hiện năm 2025 (Đvt: tỷ đồng)

STT	Chỉ tiêu	Kế hoạch 2025	Thực hiện 2025	Thực hiện 2024	So sánh	
					Cùng kỳ	Kế hoạch
1	Doanh thu thuần	2,052.00	2,067.32	1,899.43	108,84%	100,75%
2	Giá vốn hàng bán	1,540.00	1,658.21	1,481.95	111,89%	107,68%
	% GV/DTT	75,05%	80,21%	78,02%	2,19%	5,16%
3	Lợi nhuận gộp	512.00	409.11	417.48	97,99%	79,90%
	% LNG/DTT	24,95%	19,79%	21,98%	-2,19%	-5,16%
4	Thu nhập tài chính	17.50	29.88	29.68	100,65%	170,72%
	% Thu nhập tài chính/DTT	0,85%	1,45%	1,56%	-0,12%	0,59%
5	Chi phí tài chính	5.10	6.30	6.12	102,86%	123,52%
	% Chi phí tài chính/DTT	0,25%	0,30%	0,32%	-0,02%	0,06%
6	Chi phí bán hàng	165.00	108.98	113.72	95,83%	66,05%
7	Chi phí quản lý doanh nghiệp	85.00	79.32	77.73	102,05%	93,32%
	%(CPBH + CPQLDN)/DTT	12,18%	9,11%	10,08%	-0,97%	-3,07%
8	Lợi nhuận thuần từ HĐKD	274.40	244.38	249.59	97,91%	89,06%
9	Lợi nhuận khác	1.50	3.78	3.86	97,78%	251,79%
10	Lợi nhuận trước thuế	275.90	248.15	253.45	97,91%	89,94%
11	Lợi nhuận sau thuế	220.00	198.40	202.71	97,87%	90,18%
	%LNST/DTT	10,72%	9,60%	10,67%	-1,08%	-1,12%

Tỷ lệ giá vốn trên doanh thu thuần năm 2025 tăng so với kế hoạch và cùng kỳ năm trước, chủ yếu do tác động cộng hưởng từ biến động tỷ giá, giá nguyên vật liệu đầu vào, chi phí logistics gia tăng, cùng với việc nâng cấp tiêu chuẩn sản xuất lên EU-GMP làm phát sinh thêm chi phí vận hành.

Ngược lại, **tỷ lệ chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp trên doanh thu thuần** được kiểm soát hiệu quả, giảm so với kế hoạch và so với cùng kỳ năm trước. Cụ thể:

- **Chi phí bán hàng** giảm 4,17% so với cùng kỳ, phản ánh hiệu quả của các biện pháp tối ưu kênh phân phối và chính sách bán hàng.
- **Chi phí quản lý doanh nghiệp** tăng nhẹ 2,05%, chủ yếu phục vụ cho nhu cầu nâng cấp hệ thống, chuẩn hóa quản trị và đáp ứng các yêu cầu vận hành mới.

Nhìn chung, Công ty đã triển khai hiệu quả các giải pháp kiểm soát chi phí, góp phần giảm áp lực từ giá vốn. Các biện pháp này sẽ tiếp tục được duy trì và tăng cường trong năm 2026 nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và cải thiện biên lợi nhuận.

1.3 Các chỉ số tài chính

Bảng 03: Các chỉ số tài chính tại thời điểm 31/12/2025 (Đvt: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	31/12/2025	31/12/2024	Chênh lệch
Cơ cấu tài sản				
- Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	%	88,47%	82,98%	5,49%
- Tài sản dài hạn/Tổng Tài sản	%	11,53%	17,02%	-5,49%
Cơ cấu nguồn vốn				
- Nợ phải trả/Tổng nguồn vốn	%	11,88%	12,39%	-0,51%
- Nguồn vốn chủ sở hữu /Tổng nguồn vốn	%	88,12%	87,61%	0,51%
Khả năng thanh toán				
- Khả năng thanh toán nhanh	lần	5,17	4,54	0,63
- Khả năng thanh toán hiện hành	lần	7,47	6,71	0,76
Hiệu suất hoạt động				
- Vòng quay nợ phải thu	vòng	3,61	2,97	0,64
- Vòng quay hàng tồn kho	vòng	3,27	3,48	(0,21)
- Vòng quay nợ phải trả	vòng	10,59	6,73	3,86
Tỷ suất lợi nhuận				
- Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản - ROA	%	10,56%	10,99%	-0,42%
- Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần - ROS	%	9,60%	10,67%	-1,08%
- Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu - ROE	%	12,02%	12,94%	-0,92%

- **Cơ cấu tài sản:** Tài sản ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn, đạt 88,47% tổng tài sản. Trong đó, các khoản phải thu ngắn hạn giảm 6,06% nhờ áp dụng chính sách ưu đãi thanh toán sớm, góp phần hạn chế rủi ro công nợ trong bối cảnh kinh tế còn nhiều biến động. Ngược lại, hàng tồn kho tăng 5,47%, chủ yếu do chủ động dự trữ nguyên liệu API nhằm đảm bảo nguồn cung và giảm thiểu tác động từ biến động giá trong năm 2025.
- **Cơ cấu nguồn vốn:** Nợ phải trả chiếm 11,88% tổng nguồn vốn, trong khi vốn chủ sở hữu chiếm 88,12%, cho thấy cơ cấu tài chính an toàn và mức độ đòn bẩy thấp.
- **Khả năng thanh toán:** Các chỉ số thanh khoản được duy trì ổn định so với năm trước, đảm bảo khả năng đáp ứng các nghĩa vụ tài chính ngắn hạn.

- **Hiệu suất hoạt động:** Khoản phải thu khách hàng giảm so với cùng kỳ đã góp phần cải thiện vòng quay nợ phải thu, tăng thêm 0,64 lần, phản ánh hiệu quả quản lý công nợ được nâng cao.
- **Khả năng sinh lời:** Tỷ suất lợi nhuận suy giảm so với cùng kỳ, chủ yếu do giá vốn hàng bán tăng và thu nhập tài chính giảm đáng kể trong bối cảnh lãi suất tiền gửi giảm mạnh.

2. Hoạt động sản xuất, nghiên cứu, chất lượng và quản trị nguồn lực

2.1 Sản xuất

- Xây dựng kế hoạch sản xuất theo tháng một cách tập trung và chủ động, đảm bảo cân đối giữa nhu cầu thị trường, tồn kho và năng lực sản xuất.
- Tăng cường kiểm soát định mức tiêu hao đối với nguyên liệu, bao bì, nhân công, điện và nước; đồng thời tổ chức sản xuất theo hướng tập trung nhằm tối ưu hóa sử dụng năng lượng và giảm chi phí vận hành.
- Tổ chức kế hoạch sản xuất đồng bộ theo từng dây chuyền, khai thác tối đa công suất thiết bị, qua đó nâng cao năng suất và giảm thiểu lãng phí tài nguyên.
- Đẩy mạnh đào tạo nhân sự theo hướng đa kỹ năng, có khả năng vận hành nhiều loại thiết bị; đồng thời tái cấu trúc tổ chức và định biên nhân sự theo mô hình tinh gọn, hiệu quả.
- Nâng cao trách nhiệm cá nhân trong kiểm soát chất lượng tại từng công đoạn; thường xuyên rà soát, chuẩn hóa và cập nhật hệ thống SOP, hồ sơ và tài liệu sản xuất.
- Duy trì theo dõi và cải thiện chỉ số OEE; triển khai chuyển đổi sản phẩm nhanh, áp dụng 5S và các nguyên tắc sản xuất tinh gọn nhằm giảm thiểu thời gian dừng máy.
- Tăng cường công tác bảo trì, bảo dưỡng theo kế hoạch nhằm hạn chế tối đa sự cố và thời gian ngừng máy đột xuất.
- Liên tục triển khai các sáng kiến cải tiến trong sản xuất, hướng đến mục tiêu giảm chi phí, nâng cao chất lượng và hiệu quả vận hành tổng thể.

2.2 Nghiên cứu, đăng ký và quản lý sản phẩm

Công ty tiếp tục duy trì chiến lược phát triển danh mục sản phẩm theo hướng kết hợp giữa nghiên cứu sản phẩm mới và nâng cấp chất lượng sản phẩm hiện hữu, nhằm nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu điều trị và gia tăng giá trị thương mại.

Hoạt động thẩm định quy trình và xây dựng hồ sơ tài liệu sản xuất được triển khai đồng bộ, đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn kỹ thuật và yêu cầu quản lý chất lượng, tạo nền tảng cho việc mở rộng đăng ký và thương mại hóa sản phẩm.

2.3 Hệ thống quản lý chất lượng

Công ty tiếp tục củng cố hệ thống quản lý chất lượng theo hướng tiệm cận các chuẩn mực quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng tham gia các phân khúc thị trường giá trị cao.

Đảm bảo chất lượng (QA):

- Hoàn tất đánh giá nâng cấp nhà máy Non-betalactam theo tiêu chuẩn EU-GMP; đang trong giai đoạn chờ cấp chứng nhận (dự kiến Quý I/2026).
- Hoàn thành tái đánh giá WHO-GMP cho 5 nhà máy; đồng thời duy trì hiệu lực các hệ thống ISO/IEC 17025:2017, ISO 9001:2015 và ISO 14001:2015.

Kiểm tra chất lượng (QC):

- Hoàn thành nâng cấp phòng kiểm nghiệm vi sinh đạt tiêu chuẩn EU-GMP.
- Duy trì vận hành ổn định các hệ thống GLP và ISO/IEC 17025:2017, đảm bảo kiểm soát chất lượng đầu vào, trong quá trình và thành phẩm.

2.4 Quản trị nguồn lực

Công ty tiếp tục hoàn thiện hệ thống quản trị nguồn lực theo hướng minh bạch, hiệu quả và gắn với hiệu suất.

- Duy trì chính sách lương, thưởng cạnh tranh, kịp thời, gắn với kết quả công việc nhằm nâng cao năng suất và sự gắn kết của người lao động.
- Thực hiện đầy đủ các chế độ bảo hiểm theo quy định, đồng thời duy trì các chương trình phúc lợi bổ sung cho nhân sự chủ chốt và nhân sự lâu năm.
- Công tác bổ nhiệm, điều chuyển và phân công nhân sự được thực hiện đúng quy trình, đảm bảo phù hợp với năng lực và yêu cầu vận hành.
- Chủ động tuyển dụng và bổ sung nguồn nhân lực nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển và đảm bảo tính liên tục trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong năm 2025, Công ty tập trung củng cố nền tảng nội tại thông qua ba trụ cột: (i) phát triển danh mục sản phẩm, (ii) nâng cấp hệ thống chất lượng theo chuẩn quốc tế, và (iii) tối ưu hóa nguồn lực. Đây là các yếu tố then chốt giúp Công ty nâng cao năng lực cạnh tranh, sẵn sàng tham gia các phân khúc thị trường có giá trị cao trong giai đoạn tiếp theo.

2.5 Các thành tích tiêu biểu trong năm 2025

STT	Danh hiệu/Hình thức khen thưởng được các cấp trao tặng	Thời gian được tặng thưởng
1	Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao trao tặng:	
	Chứng nhận "Hàng Việt Nam chất lượng cao" năm 2025	25/03/2025
2	Chủ tịch UBND tỉnh Đồng Tháp trao tặng:	
	Bằng khen về thành tích hoàn thành xuất sắc trong công tác An toàn, vệ sinh lao động 2024	21/04/2025
	Bằng khen đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ năm 2024	19/06/2025
	Bằng khen thành tích xuất sắc trong các phong trào thi đua yêu nước giai đoạn 2020-2025 trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp	20/10/2025
	Bằng khen đã có thành tích đóng góp trong phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Đồng Tháp năm 2025	20/10/2025
4	Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam trao tặng:	
	Bằng khen và Cúp “Đạt giải thưởng Doanh nghiệp tiêu biểu vì Người lao động” năm 2025	14/08/2024
	Danh hiệu "Nữ Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu - Bông Hồng Vàng" năm 2025	13/10/2025
	Chứng nhận Top 100 Doanh nghiệp bền vững Việt Nam 2025	13/10/2025
5	Cục Hải quan trao tặng:	
	Chứng nhận Công ty là thành viên Chương trình khuyến khích doanh nghiệp tự nguyện tuân thủ pháp luật Hải quan	11/11/2025
6	Chi cục trưởng Chi cục Hải quan khu vực XX trao tặng:	
	Giấy khen đã có thành tích tiêu biểu trong việc chấp hành pháp luật hải quan và thực hiện tốt nghĩa vụ nộp thuế vào ngân sách nhà nước năm 2025	14/01/2026

STT	Danh hiệu/Hình thức khen thưởng được các cấp trao tặng	Thời gian được tặng thưởng
7	Các thành tích khác:	
	Doanh nghiệp niêm yết đạt Chuẩn Công bố thông tin năm 2025 (IR AWARDS 2025)	
	Top 10 Doanh nghiệp tạo giá trị hàng đầu Việt Nam 2025 (ngành Dược - Thiết bị y tế)	
	Top 10 Nơi làm việc tốt nhất ngành Dược - Thiết bị Y tế 2025	
	Top 10 Công ty uy tín ngành Dược 2025	
	Chứng nhận Top 500 Doanh nghiệp lợi nhuận tốt nhất Việt Nam năm 2025	

PHẦN 3: CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH NĂM 2026

1. Các chỉ tiêu chủ yếu

Bảng 04: Kế hoạch Doanh thu thuần - Lợi nhuận sau thuế năm 2026 (Đvt: đồng)

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2026	Thực hiện 2025	Tăng trưởng	%
Doanh thu	2.210.000.000.000	2.067.317.410.616	142.682.589.384	6,9%
Lợi nhuận sau thuế	225.842.400.000	198.397.731.584	27.444.668.416	13,8%
ROS	10,22%	9,60%		

Trên cơ sở kết quả thực hiện năm 2025 và đánh giá bối cảnh thị trường với các yếu tố thuận lợi và thách thức đan xen, Công ty xây dựng kế hoạch năm 2026 với mục tiêu tăng trưởng có kiểm soát, tập trung vào hiệu quả và chất lượng lợi nhuận.

- **Doanh thu thuần:** 2.210 tỷ đồng (tăng 6,9%)
- **Lợi nhuận sau thuế:** 225,84 tỷ đồng (tăng 13,8%)

Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu thuần dự kiến đạt **10,22%**, phản ánh định hướng nâng cao hiệu quả vận hành, tối ưu chi phí và chuyển dịch cơ cấu sản phẩm theo hướng giá trị gia tăng cao.

2. Các giải pháp thực hiện chủ yếu

2.1. Giải pháp chung

Tinh gọn vận hành và chuẩn hóa hệ thống thông tin

- Duy trì cơ chế họp điều hành định kỳ nhằm kịp thời xử lý các biến động về tỷ giá, tiền độ phê duyệt thầu và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.
- Đẩy nhanh tích hợp các hệ thống CRM, DMS và ERP, hình thành nền tảng dữ liệu thống nhất, hỗ trợ phân tích và ra quyết định nhanh, chính xác.

Chuẩn hóa dữ liệu và nâng cao năng lực quản trị

- Xây dựng hệ thống dữ liệu tập trung, giảm sai lệch và đảm bảo tính kịp thời của thông tin phục vụ điều hành.
- Phát triển dashboard vận hành theo thời gian thực, hỗ trợ Ban điều hành đưa ra quyết định tức thời.
- Gắn chính sách thưởng với hiệu quả lợi nhuận và mức độ tuân thủ quy trình nhằm thúc đẩy hoạt động bền vững và giảm thiểu rủi ro.

2.2. Sản xuất và chất lượng

Ổn định vận hành và kiểm soát chất lượng

- Đảm bảo sản xuất liên tục, kiểm soát chặt chẽ chất lượng đầu vào – đầu ra, đáp ứng nhu cầu thị trường.
- Xây dựng kế hoạch sản xuất linh hoạt, đảm bảo cung ứng đầy đủ cho các kênh trọng điểm.
- Chủ động dự trữ nguyên liệu, hạn chế rủi ro biến động giá và gián đoạn chuỗi cung ứng.
- Tăng cường giám sát chất lượng, triển khai các cải tiến nhằm nâng cao độ ổn định sản phẩm.

Chuẩn hóa thiết bị và tuân thủ tiêu chuẩn

- Thực hiện bảo trì, bảo dưỡng định kỳ, đảm bảo thiết bị vận hành ổn định và sẵn sàng phục vụ sản xuất, kiểm tra và đầu thầu.
- Tổ chức sản xuất tập trung theo từng giai đoạn, tối ưu công suất, tiết giảm chi phí năng lượng và nhân công.
- Áp dụng phương pháp quản trị rủi ro trong sản xuất nhằm kiểm soát chất lượng và nâng cao năng lực cạnh tranh.
- Duy trì nghiêm ngặt các tiêu chuẩn GMP, 5S và sản xuất tinh gọn.

Nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D)

- Tập trung phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, phù hợp xu hướng thị trường và chiến lược dài hạn.
- Chuẩn hóa hồ sơ, SOP và đảm bảo tính toàn vẹn dữ liệu (data integrity) trong toàn bộ quy trình.
- Đảm bảo các hoạt động nghiên cứu, thử nghiệm và sản xuất tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn GMP và quy định pháp lý.
- Thúc đẩy các sáng kiến cải tiến kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất.

2.3. Chiến lược kinh doanh

Tái cấu trúc danh mục sản phẩm

- Rà soát và tối ưu danh mục, giảm tỷ trọng sản phẩm biên lợi nhuận thấp, tập trung vào sản phẩm chiến lược và nhóm có giá trị cao.
- Điều chỉnh chính sách giá theo hướng tối ưu lợi nhuận, đặc biệt đối với các sản phẩm có thương hiệu và phân khúc cao cấp.

Kênh OTC – tối ưu bán hàng dựa trên dữ liệu

- Chuyển đổi từ khuyến mãi đại trà sang tiếp cận dựa trên dữ liệu khách hàng (CRM), tập trung vào nhóm khách hàng có giá trị cao.

Kênh ETC – lựa chọn thầu có hiệu quả

- Chuyển sang cơ chế thưởng theo sản lượng, tối ưu chi phí bán hàng.
- Tái cấu trúc hệ thống bán hàng, kết hợp CRM và telesales để nâng cao hiệu quả tiếp cận khách hàng.

Phát triển thương hiệu

- Tập trung truyền thông cho các sản phẩm chiến lược tại hệ thống nhà thuốc.
- Mở rộng hiện diện trên các kênh thương mại điện tử và nền tảng số.

- Triển khai các chiến dịch marketing theo mùa và nhu cầu thị trường nhằm thúc đẩy tiêu thụ.

2.4. Giải pháp tài chính

Quản lý dòng tiền

- Rà soát và cập nhật kế hoạch dòng tiền bám sát tiến độ giao hàng và thời hạn thanh toán.
- Tối ưu điều khoản thanh toán với đối tác nhằm cân đối nguồn vốn và đảm bảo thanh khoản.
- Chủ động dự báo và kiểm soát rủi ro tỷ giá, chi phí nhập khẩu.

Đầu tư và tái đầu tư

- Phân bổ nguồn lực hợp lý giữa đầu tư mở rộng và nâng cấp hệ thống sản xuất, đặc biệt phục vụ mục tiêu đạt chuẩn EU-GMP các nhà máy còn lại.
- Duy trì bảo trì, nâng cấp nhà máy nhằm đảm bảo sẵn sàng cho hoạt động kiểm tra, thẩm định và đấu thầu.

KẾT LUẬN:

Kế hoạch năm 2026 được xây dựng theo định hướng tăng trưởng có chọn lọc, nâng cao hiệu quả và củng cố nền tảng dài hạn, tập trung vào ba trụ cột: (i) tối ưu vận hành, (ii) nâng cấp chất lượng và (iii) tái cấu trúc danh mục – kênh bán hàng. Đây là cơ sở để Công ty nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo tăng trưởng bền vững trong giai đoạn tiếp theo.

Trên đây là báo cáo kết quả hoạt động sản xuất, kinh doanh năm 2025 và kế hoạch sản xuất, kinh doanh năm 2026 của Công ty CP Xuất nhập khẩu Y tế DOMESCO.

Kính trình Đại hội đồng cổ đông

Trân trọng!

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH**

Nguyễn Việt Phương