CÔNG TY Cp DƯỢC HẬU GIANG	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
	Độc lập – Tự do – Hạnh phúc
Số: 001/2026/BC.ĐHĐCĐ	*Cần Thơ, ngày 31 tháng 03 năm 2026*

BÁO CÁO TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025 VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2026

Kính gửi: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC HẬU GIANG

- *Căn cứ Luật Doanh nghiệp số 59/2020/QH14 ngày 17/06/2020 được sửa đổi, bổ sung một số điều bởi Luật số 76/2025/QH15 có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 7 năm 2025;*
- *Căn cứ Điều lệ Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang được ban hành ngày 19/04/2021.*

PHẦN 1: KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025

I. KINH TẾ VĨ MÔ

Giai đoạn 2025 - 2026 đánh dấu bước chuyển mình mang tính lịch sử của kinh tế Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu đầy biến động với tăng trưởng thế giới chỉ duy trì quanh mức 3,2%. Năm 2025 trở thành cột mốc bản lề khi GDP Việt Nam bứt phá trên 8%, đưa quy mô nền kinh tế lần đầu vượt ngưỡng 500 tỷ USD và thu nhập bình quân đầu người tiến sát mốc 5.000 USD. Thành tựu này được củng cố bởi kỷ lục xuất nhập khẩu đạt 920 tỷ USD, giúp Việt Nam lọt nhóm 15 quốc gia có quy mô thương mại lớn nhất thế giới và duy trì xuất siêu thập kỷ liên tiếp. Bên cạnh các con số tài chính, sự hoàn thiện của hơn 3.000 km cao tốc Bắc – Nam cùng việc thông xe kỹ thuật sân bay Long Thành đã tạo ra cú hích hạ tầng chưa từng có. Đồng thời, việc công bố thành lập các Trung tâm Tài chính Quốc tế tại TP.HCM và Đà Nẵng cùng sự thăng hoa của chỉ số VN-Index đã khẳng định vị thế mới của Việt Nam trên bản đồ đầu tư quốc tế.

Bước sang năm 2026, Việt Nam tiếp tục thể hiện quyết tâm bứt phá với mục tiêu GDP đầy tham vọng lên tới 10%, dù các tổ chức quốc tế như WB và IMF đưa ra dự báo thận trọng hơn ở mức 6 - 7% do áp lực từ lạm phát và suy giảm cầu thế giới. Lạm phát năm 2026 dự kiến được kiểm soát trong khoảng 4 - 4,5% trong khi tỷ giá và thị trường ngoại hối tiếp tục được giữ ổn định để đối phó với những rủi ro tài chính toàn cầu. Mặc dù thặng dư thương mại có thể thu hẹp do xuất khẩu tăng chậm lại, nền kinh tế vẫn được kỳ vọng duy trì đà tăng trưởng tiềm năng nhờ việc đẩy mạnh cải cách thể chế và tối ưu hóa hạ tầng chiến lược đã đầu tư. Tổng thể bức tranh kinh tế giai đoạn này cho thấy sự chuyển dịch rõ rệt từ chiều rộng sang chiều sâu, đòi hỏi sự cân bằng khéo léo giữa mục tiêu tăng trưởng cao và yêu cầu ổn định vĩ mô bền vững.

II. TRIỂN VỌNG NGÀNH DƯỢC

Năm 2025, ngành dược toàn cầu tiếp tục duy trì đà tăng trưởng, song cấu trúc thị

trường đã có sự dịch chuyển rõ nét khi động lực chính tập trung vào các nhóm thuốc chuyên khoa giá trị cao như ung thư, miễn dịch, bệnh hiếm và các liệu pháp chuyển hóa – béo phì thế hệ mới. Theo IQVIA Institute, chi tiêu dược phẩm toàn cầu vẫn gia tăng nhưng tốc độ đã điều chỉnh dần về mức bền vững hơn do các hệ thống y tế tăng cường kiểm soát ngân sách. Ngành dược cũng chịu tác động đồng thời từ đổi mới công nghệ điều trị, áp lực đàm phán giá và yêu cầu chứng cứ lâm sàng ngày càng khắt khe, trong khi chi phí R&D và logistics liên tục leo thang. Những yếu tố này khiến biên lợi nhuận có xu hướng thu hẹp dù doanh thu vẫn tăng. Bước sang năm 2026, thị trường được dự báo tiếp tục mở rộng, ưu tiên tối ưu danh mục và hiệu quả chi phí thay vì tăng trưởng ồ ạt.

Tại Việt Nam, năm 2025 vẫn ghi nhận đà tăng trưởng tích cực. Theo IQVIA, đến Quý 4/2025, quy mô thị trường dược phẩm (không bao gồm vaccine) đạt 213.621 tỷ đồng, tương đương hơn 8 tỷ USD, tăng 5% so với cùng kỳ. Cả nước có 245 cơ sở xuất khẩu, nhập khẩu và kinh doanh dịch vụ bảo quản thuốc, nguyên liệu làm thuốc; gần 8.000 cơ sở bán buôn và khoảng 95.600 cơ sở bán lẻ thuốc. Việt Nam hiện có 67 doanh nghiệp xuất khẩu dược phẩm và nguyên liệu với tổng kim ngạch 312 triệu USD trong năm 2025, đứng thứ tư Đông Nam Á. Châu Á là thị trường xuất khẩu chủ lực, tiếp đến là châu Âu và Nhật Bản.

Ở chiều cung ứng, nhập khẩu dược phẩm năm 2025 đạt khoảng 4,3 tỷ USD, trong đó châu Âu chiếm hơn 60% tổng kim ngạch. Nhập khẩu nguyên liệu dược (API) đạt gần 487 triệu USD, với Trung Quốc và Ấn Độ chiếm gần 90%. Điều này cho thấy ngành vẫn phụ thuộc đáng kể vào nguồn nguyên liệu bên ngoài, tiềm ẩn rủi ro về tỷ giá và chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, việc ngày càng nhiều doanh nghiệp đầu tư nhà máy đạt chuẩn EU-GMP và Japan-GMP đang giúp nâng cao năng lực sản xuất nội địa, mở ra khả năng tăng xuất khẩu và giảm phụ thuộc nhập khẩu trong trung hạn.

Một dấu mốc quan trọng năm 2025 là Luật Dược sửa đổi có hiệu lực từ giữa năm, mở rộng cơ chế ưu đãi đầu tư cho các dự án sản xuất dược chất và thuốc công nghệ cao. Chính sách này tạo nền tảng cho mục tiêu dài hạn nâng tỷ lệ thuốc nội, giảm phụ thuộc nguyên liệu nhập khẩu và từng bước tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị khu vực. Với hơn 30 nhà máy đạt chuẩn EU-GMP hoặc tương đương, năng lực sản xuất trong nước đã cải thiện đáng kể.

Bước sang năm 2026, ngành dược Việt Nam không chỉ duy trì tăng trưởng mà còn chuyển mình sang giai đoạn phát triển mang tính cấu trúc bền vững, được thúc đẩy bởi ba động lực chính:

Thứ nhất, nền tảng nhu cầu bền vững. Thị trường tiếp tục hưởng lợi từ yếu tố nhân khẩu học và kinh tế – xã hội. Tốc độ già hóa dân số nhanh kéo theo nhu cầu điều trị bệnh mãn tính như tim mạch, tiểu đường và xương khớp tăng ổn định. Đồng thời, thu nhập bình quân đầu người cải thiện cùng độ bao phủ bảo hiểm y tế tăng đã thay đổi hành vi tiêu dùng, khi người dân không chỉ chi trả cho thuốc điều trị mà còn chủ động đầu tư cho các sản phẩm chăm sóc sức khỏe.

Thứ hai, trỗi dậy của thuốc nội tại kênh ETC. Nhờ chính sách ưu tiên thuốc sản

xuất trong nước và doanh nghiệp liên tục đạt chuẩn EU - GMP hoặc tương đương, thuốc nội đang dần phá vỡ thế áp đảo của thuốc ngoại trong kênh bệnh viện. Đặc biệt, nhóm thuốc generic chất lượng cao với giá thành cạnh tranh được xem là lợi thế chiến lược giúp doanh nghiệp nội địa mở rộng thị phần và thay thế dần thuốc nhập khẩu cùng phân khúc.

Thứ ba, tối ưu hóa vận hành – chìa khóa phục hồi lợi nhuận. Sau giai đoạn 2025 chịu áp lực chi phí nguyên liệu và logistics, năm 2026 được xem là thời điểm ngành tập trung nâng cao hiệu suất. Doanh nghiệp dược đẩy mạnh tinh gọn hệ thống phân phối và số hóa quản trị nhằm giảm lãng phí, đồng thời tăng khả năng phản ứng trước biến động thị trường. Khi các nhà máy mới vận hành với công suất tối ưu, biên lợi nhuận được kỳ vọng cải thiện rõ rệt, mở ra chu kỳ tăng trưởng chất lượng hơn cho các đơn vị tận dụng hiệu quả công nghệ.

III. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025

1. Tổng quan

Chỉ tiêu	KH 2025	TH 2025	TH 2024	% TH/ KH 2025	Tăng trưởng
Doanh thu thuần	5.210	5.267	4.885	101%	8%
Lợi nhuận trước thuế	940	987	904	105%	9%
Lợi nhuận sau thuế		852	779		9%

Những thành công đạt được trong năm 2025:

- Năm 2025, Dược Hậu Giang hoàn thành và vượt các chỉ tiêu kế hoạch do ĐHĐCĐ giao, với doanh thu thuần đạt 5.267 tỷ đồng, hoàn thành 101% kế hoạch và tăng 8% so với năm 2024; lợi nhuận trước thuế đạt 987 tỷ đồng, hoàn thành 105% kế hoạch và tăng 9%; lợi nhuận sau thuế đạt 852 tỷ đồng, tăng 9% so với cùng kỳ.
- Dược Hậu Giang tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu ngành công nghiệp Dược Việt Nam 29 năm liền về doanh thu và lợi nhuận.
- Theo IMS Quý 4/2025, DHG nằm trong Top 2 doanh nghiệp Dược có thị phần lớn nhất Ngành Dược Việt Nam và giữ vị trí số 1 trên kênh bán lẻ (không bao gồm vaccines).
- Một dấu mốc nổi bật trong năm 2025 là Nhà máy Betalactam được cấp chứng nhận EU-GMP. Việc sở hữu các dây chuyền tại 02 nhà máy Betalactam và Non-Betalactam đạt tiêu chuẩn quốc tế EU-GMP và Japan-GMP tiếp tục khẳng định DHG Pharma là một trong số ít doanh nghiệp dược nội địa có năng lực sản xuất theo chuẩn quốc tế, phù hợp với định hướng phát triển “thuốc nội chất lượng quốc tế”.
- Hoạt động sản xuất được duy trì ổn định, với tổng sản lượng năm 2025 đạt 5.510 triệu đơn vị sản phẩm, giá trị 7.170 tỷ đồng, góp phần bảo đảm nguồn cung cho thị trường.
- Công ty tiếp tục hoàn thiện hệ thống quản trị theo hướng chuẩn hóa, minh bạch,

tăng cường rà soát quy định nội bộ, đào tạo tuân thủ và phòng ngừa rủi ro.

- Công tác CNTT và chuyển đổi số đạt nhiều kết quả tích cực như chuyển đổi hạ tầng lên Cloud, chuẩn hóa ERP, tăng cường tự động hóa và triển khai các giải pháp thanh toán, bảo mật thông tin, qua đó nâng cao hiệu quả vận hành và quản trị.
- Các giải thưởng đạt được trong năm 2025:
  + 13 năm liên tiếp - Top 50 Công ty niêm yết tốt nhất do Forbes Việt Nam bình chọn.
  + 14 năm liên tiếp - Top 50 Công ty kinh doanh hiệu quả nhất Việt Nam do Báo Nhịp cầu Đầu tư tổ chức & bầu chọn.
  + 09 năm liên tiếp – Top 10 Doanh nghiệp Dược uy tín do Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report) bình chọn.
  + 29 năm liền - Danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao do Người tiêu dùng bình chọn.
  + 04 năm liên tiếp - Top 10 môi trường làm việc tốt nhất ngành Dược/Thiết bị y tế/Chăm sóc sức khỏe.
  + 04 năm liên tiếp - Top 100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam.
  + 05 năm liên tiếp - Top 100 doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) bình chọn.
  + 08 năm liên tiếp - Báo cáo quản trị công ty tốt nhất do Sở giao dịch chứng khoán TP Hồ Chí Minh (HOSE), Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX) và báo Đầu Tư bình chọn.
  + Top 50 Doanh nghiệp tiên phong nâng cao quản trị công ty Việt Nam - VNCG50 do VIOD bình chọn.
  + Top 5 Chuyên đề "Quản trị Công ty bứt phá" do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) bình chọn.

2. Hoạt động Khối thị trường

- Doanh thu thuần nội địa đạt 4.558 tỷ đồng, tăng 11% so với cùng kỳ, nhờ sự tăng trưởng tích cực ở các kênh chủ lực và đóng góp ổn định từ nhiều nhóm ngành sản phẩm.
  + Theo Ngành hàng – Nhãn hàng: Các ngành hàng chủ lực duy trì đà tăng trưởng, nhiều ngành vượt kế hoạch: Hô hấp, Cơ xương khớp, Tiêu hóa – gan mật, Tim mạch – tiểu đường, OEM. 07 nhãn hàng đạt doanh thu trên 100 tỷ đồng gồm Hapacol, Klamentin, Apitim, Glumeform, Zaromax, Hagimox và Medlon.
  + Theo Kênh phân phối:
    - Kênh Pharmacy: Dù chịu ảnh hưởng từ quy định quản lý dược chặt chẽ và chính sách kinh doanh nhà thuốc, kênh Pharmacy vẫn duy trì đà tăng trưởng

nhờ nỗ lực của đội ngũ bán hàng, mở rộng độ phủ, tối ưu danh mục sản phẩm, đồng thời tăng cường các chương trình hỗ trợ khách hàng nhằm đáp ứng các quy định mới. Nhờ đó, kênh ghi nhận mức tăng trưởng 11% so với cùng kỳ. Năm 2025, tổng số khách hàng phát sinh giao dịch đạt khoảng 30.000 khách hàng, trong đó gần 16.000 khách hàng là thành viên câu lạc bộ, đóng góp đáng kể vào doanh thu của Dược Hậu Giang.

- Kênh Hospital: Tại kênh Hospital, hoạt động kinh doanh trong năm chịu tác động từ những thay đổi về tổ chức hành chính và cơ chế vận hành trong khối y tế công, ảnh hưởng đến tiến độ giao dịch và triển khai một số gói thầu. Trong bối cảnh đó, Công ty vẫn duy trì ổn định hoạt động và ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu 1% so với cùng kỳ.
- Kênh hiện đại: Năm 2025, kênh này đã có sự tăng trưởng vượt bậc, tăng 29% so với cùng kỳ. Sản phẩm DHG hiện hiện diện tại khoảng 4.263 cửa hàng thuộc 4 chuỗi nhà thuốc lớn cùng gần 467 điểm bán thuộc các chuỗi chăm sóc sức khỏe và làm đẹp, đồng thời được phân phối trên các nền tảng thương mại điện tử, qua đó mở rộng đáng kể độ phủ và khả năng tiếp cận người tiêu dùng.

- Doanh thu xuất khẩu đạt 130 tỷ đồng, tương đương với cùng kỳ năm trước. Sản phẩm DHG đã có mặt tại 20 quốc gia như Singapore, Malaysia, Philippines, Indonesia, Myanmar, Campuchia, Lào, Mông Cổ, Trung Quốc ..., tạo nền tảng thuận lợi để tiếp tục mở rộng và khai thác tiềm năng tăng trưởng tại các thị trường quốc tế.
- Tăng cường nhận diện trên nền tảng số kết hợp hệ thống POSM tại điểm bán, qua đó định vị sản phẩm theo hướng cao cấp, hiện đại và đáng tin cậy trong tâm trí người tiêu dùng.
- Tập trung đúng nhóm khách hàng mục tiêu, tạo ấn tượng tích cực, nâng cao mức độ ghi nhớ thương hiệu và thúc đẩy tốc độ tiêu thụ tại thị trường.
- Thực hiện các chương trình dành cho nội bộ, đối tác và người tiêu dùng nhằm truyền tải rõ giá trị cốt lõi, lợi ích nổi bật của sản phẩm, góp phần tăng trưởng doanh thu.
- Chủ động giới thiệu sản phẩm tại các sự kiện ngành dược, qua đó khẳng định uy tín thương hiệu và mở rộng mạng lưới hợp tác chuyên môn.
- Tổ chức các chương trình đào tạo kỹ năng bán hàng cho nhân viên, đồng thời cập nhật kiến thức sản phẩm cho dược sĩ và đội ngũ chuyên môn nhằm tăng hiệu quả tư vấn và bán hàng.
- Xây dựng thương hiệu DHG Pharma – “Vì một cuộc sống khỏe đẹp hơn”

  Năm 2025, DHG Pharma tiếp tục gắn kết tăng trưởng kinh doanh với trách nhiệm xã hội, dành hơn 6 tỷ đồng cho các chương trình chăm sóc sức khỏe cộng đồng và an sinh xã hội.

  + Khoảng 3 tỷ đồng dành cho 54 chương trình khám bệnh – phát thuốc miễn phí, phục vụ 25.000 người dân, ưu tiên người cao tuổi, người khó khăn, đồng bào dân tộc thiểu số và các đối tượng yếu thế.
  + Hơn 700 triệu đồng hỗ trợ người dân miền Trung bị thiên tai, phối hợp Sở Y tế các

tỉnh và Thành Đoàn TP. Cần Thơ.

+ Hơn 2 tỷ đồng dành cho an sinh xã hội: Quỹ Vì người nghèo, Quỹ Tấm lòng vàng; Trao quà cho trẻ em nghèo học giỏi; Hỗ trợ trung tâm người khuyết tật, trẻ mồ côi; Các chương trình cộng đồng, đi bộ hướng về y tế cơ sở.

Thông qua các chương trình chăm sóc sức khỏe và an sinh xã hội, DHG Pharma không chỉ mang đến những giải pháp chăm sóc sức khỏe thiết thực, mà còn lan tỏa giá trị nhân văn, tinh thần sẻ chia và trách nhiệm với cộng đồng. Đây chính là nền tảng vững chắc để DHG Pharma phát triển bền vững, song hành cùng sự tiến bộ của xã hội và không ngừng nâng cao chất lượng sống của người dân Việt Nam, tiếp tục viết tiếp sứ mệnh "Vì một cuộc sống khỏe đẹp hơn" bằng những sản phẩm chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế EU-GMP và JAPAN-GMP.

3. Hoạt động Khối sản xuất, Chất lượng, Nghiên cứu và Chuỗi Cung ứng

- Tổng sản lượng sản xuất của hai nhà máy năm 2025 đạt 5.510 triệu đơn vị sản phẩm, với giá trị 7.170 tỷ đồng.
- Nâng cấp tiêu chuẩn GMP quốc tế và duy trì đáp ứng tiêu chuẩn trong nước cho các dây chuyền sản xuất:
  + Nhà máy Betalactam đạt chứng nhận EU-GMP ngày 02/09/2025 và được Cục Quản Lý Dược công bố đạt EU-GMP ngày 19/09/2025.
  + Nhà máy Non-Betalactam được tái chứng nhận WHO-GMP từ Cục Quản Lý Dược Việt Nam ngày 26/11/2025.
  + Nhà máy Non-Betalactam được chứng nhận GMP từ Cục Quản lý Thực phẩm và Thuốc Philippines ngày 10/12/2025.
  + Phòng QC NVC hoàn thành tái đánh giá và đạt duy trì chứng nhận ISO/IEC: 17025 ngày 19/12/2025.
- Nghiên cứu - Đăng ký sản phẩm:
  + Đã triển khai sản xuất 12 sản phẩm mới
  + Tung ra thị trường 7 sản phẩm
  + Được cấp số đăng ký trong nước 24 sản phẩm mới và số đăng ký xuất khẩu 12 sản phẩm.
  + Số lượng sản phẩm đạt tương đương sinh học: 56 sản phẩm (trong đó có 4 sản phẩm đạt tương đương sinh học cả trong nước và nước ngoài)
- DHG Pharma hiện đang triển khai song song nhiều dự án chuyển giao công nghệ trọng điểm như Lusefi, Locoa và Gx, với tiến độ đúng kế hoạch từ giai đoạn đăng ký đến thẩm định hồ sơ. Chuỗi dự án này phản ánh định hướng rõ ràng trong việc làm chủ công nghệ tiên tiến, đồng thời là công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp đa dạng hóa danh mục, từ đó tạo đà cho tăng trưởng doanh thu và gia tăng sức cạnh tranh trong ngành.

4. Hoạt động Nhân sự, Tài chính và Quản trị

- Tính đến ngày 31/12/2025, tổng số lượng nhân viên của DHG đạt 2.819 người (năm 2024: 2.809 người).
- Thu nhập, phúc lợi và chính sách chăm sóc sức khỏe cho người lao động tiếp tục được đảm bảo; thực hiện đầy đủ các chế độ lương – thưởng theo Nghị quyết Hội nghị Người lao động.
- Thực hiện 02 đợt điều chỉnh lương trong năm, kịp thời ghi nhận nỗ lực và đóng góp của người lao động. Khen thưởng đặc biệt cho tập thể và cá nhân có đóng góp trong sự kiện Nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn quốc tế GMP–EU, ghi nhận nỗ lực vượt trội của đội ngũ.
- Đẩy mạnh đào tạo, phát triển năng lực, xây dựng môi trường làm việc tích cực và tăng cường gắn kết đội ngũ.
- Chuẩn hóa quy trình quản trị nhân sự, nâng cao tính hệ thống và hiệu quả quản lý.
- Hoàn thành chuyển đổi hạ tầng CNTT lên Cloud, chuẩn hóa quy trình ERP và tăng cường tự động hóa.
- Triển khai các giải pháp thanh toán QR Code, chữ ký số và bảo mật thông tin theo tiêu chuẩn của Tập đoàn.
- Thường xuyên rà soát, cập nhật và hoàn thiện hệ thống quy định, quy trình nội bộ.
- Tăng cường đào tạo tuân thủ và kiểm tra định kỳ nhằm phòng ngừa rủi ro, nâng cao hiệu quả hoạt động.

PHẦN 2: KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2026

I. KẾ HOẠCH KINH DOANH 2026

- Doanh thu thuần: 5.530 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế: 1.007 tỷ đồng

II. CÁC GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHỈ TIÊU NĂM 2026

Bước sang năm 2026, Công ty xác định mục tiêu trọng tâm là duy trì tăng trưởng ổn định, nâng cao hiệu quả vận hành và mở rộng các động lực tăng trưởng mới. Trên cơ sở phát huy năng lực cốt lõi về thị trường, sản xuất, chất lượng và chuỗi cung ứng, các nhóm giải pháp trọng tâm được triển khai như sau:

- Khối Thị trường:
    + Chiến lược kinh doanh: Tập trung nguồn lực vào danh mục sản phẩm chiến lược, đẩy mạnh hoạt động Marketing tích hợp và các chương trình hỗ trợ bán hàng để củng cố vị thế thương hiệu và tăng hiệu quả lưu thông hàng hóa.
    + Mở rộng kênh phân phối: Tiếp tục tối ưu hóa hệ thống phân phối, đặc biệt là các kênh bán lẻ hiện đại và chuỗi cung ứng chuyên biệt, phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới.

+ Quản trị hệ thống: Hoàn thiện hệ thống quản trị dữ liệu khách hàng, tăng cường năng lực phân tích dự báo để hỗ trợ ra quyết định kinh doanh. Đồng thời, tối ưu hóa hệ thống chỉ số đánh giá hiệu quả (KPI) gắn liền với mục tiêu doanh thu và quản trị công nợ.

+ Phát triển nguồn nhân lực: Đầu tư đào tạo chuyên sâu kỹ năng quản lý và bán hàng; xây dựng đội ngũ kế thừa và củng cố văn hóa làm việc chuyên nghiệp.

+ Đẩy mạnh xuất khẩu: Từng bước mở rộng sang các thị trường tiềm năng và kênh trực tuyến quốc tế. Xây dựng đội ngũ chuyên trách và đảm bảo các tiêu chuẩn pháp lý/chất lượng khắt khe nhất.

+ Chiến lược OEM: Định hướng trở thành trụ cột tăng trưởng mới bằng cách tận dụng năng lực sản xuất hiện có, tập trung vào các sản phẩm giá trị gia tăng cao cho đối tác trong và ngoài nước.

- Khối Sản xuất – Nghiên cứu – Chuỗi cung ứng

+ Hoạt động sản xuất: Tập trung tối ưu hóa công suất tại các nhà máy trọng điểm.

+ Tiêu chuẩn chất lượng: Duy trì và gia hạn các chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (như EU-GMP, ISO). Đây là nền tảng để khẳng định uy tín sản phẩm và đáp ứng các yêu cầu khắt khe của thị trường.

+ Nghiên cứu & Phát triển (R&D): Đẩy mạnh lộ trình đăng ký sản phẩm mới và thực hiện các đánh giá tiêu chuẩn kỹ thuật. Tập trung vào các dự án chuyển giao công nghệ để đa dạng hóa danh mục sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh.

+ Động lực tăng trưởng mới: Phát triển mạnh mảng xuất khẩu và các dự án hợp tác sản xuất tận dụng tối đa năng lực vận hành sẵn có để gia tăng giá trị thặng dư.

- Khối Tài chính – Kế toán:

+ Quản trị vận hành: Tiếp tục chuẩn hóa quy trình mua sắm và quản lý chi phí nhằm tăng tính minh bạch và hiệu quả vận hành.

+ Đầu tư hệ thống: Ưu tiên nguồn lực triển khai dự án SAP để đồng nhất dữ liệu và nâng cao năng lực quản trị tài chính.

+ Số hóa báo cáo: Tự động hóa hệ thống báo cáo quản trị, hướng tới xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung, giúp rút ngắn thời gian xử lý và nâng cao độ tin cậy của thông tin.

- Khối Nhân sự – Văn phòng – Công nghệ thông tin

+ Phát triển nguồn nhân lực: Tập trung ổn định bộ máy, đào tạo đội ngũ kế thừa và chuẩn hóa khung năng lực. Xây dựng môi trường làm việc dựa trên văn hóa Kỷ luật – Đoàn kết – Trách nhiệm.

+ Chuyển đổi số (Digital Transformation): Thiết lập hệ thống ERP cốt lõi làm nền tảng chuẩn hóa quy trình toàn Công ty, kết hợp số hóa toàn diện hoạt động văn phòng, quản lý phân phối và quản trị nhân sự nhằm tối ưu hóa hiệu suất vận hành.

+ Kiểm soát nội bộ: Nâng cao văn hóa tuân thủ và xây dựng cơ chế nhận diện rủi ro sớm, đảm bảo an toàn hệ thống và bảo vệ lợi ích của cổ đông.

Trên đây là Báo cáo tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2025 và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2026.

Kính trình Đại hội xem xét và thông qua.

Trân trọng./.

Nơi nhận:
- Như trên;
- Lưu: Thư ký HĐQT.

QUYỀN TỔNG GIÁM ĐỐC

Toshifumi Kojima