

CÔNG TY CỔ PHẦN
LƯƠNG THỰC THỰC PHẨM
COLUSA - MILIKET

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 01/BC-CM-TGD

Tp. Hồ Chí Minh, ngày ... tháng ... năm 2025

DỰ THẢO

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC Về hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2024 Kế hoạch nhiệm vụ năm 2025

Kính gửi: **ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG**

Thực hiện nhiệm vụ của Ban Tổng Giám đốc Công ty Cổ Phần Lương Thực Thực Phẩm Colusa - Miliket về việc điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2024, xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2025 của Công ty Cổ phần Lương Thực Thực Phẩm Colusa - Miliket, Tổng Giám đốc báo cáo tới Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2025 về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2024, kế hoạch nhiệm vụ năm 2025 như sau:

I. TÌNH HÌNH CHUNG:

1. Thuận lợi:

- Trong năm 2024, dưới sự chỉ đạo sát sao của Hội đồng quản trị trong việc hoạch định chiến lược đúng hướng, Ban điều hành Công ty bản lĩnh, năng động, nhạy bén, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, đã có những quyết sách kịp thời, chính xác, phù hợp với tình hình thực tế và quan trọng nhất là phát huy được tinh thần đoàn kết, sự ủng hộ, đồng lòng của tập thể người lao động trong Công ty, biến thách thức, khó khăn thành cơ hội thực hiện hoàn thành nhiệm vụ Đại hội đồng cổ đông và Hội đồng quản trị giao.

- Công ty luôn liên tục chọn lọc nguồn nguyên vật liệu đầu vào đảm bảo các tiêu chuẩn khắt khe nhất theo các tiêu chuẩn chất lượng ISO, tăng cường sử dụng các nguồn nguyên liệu nhập khẩu đưa vào sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Đồng thời, Công ty đang tập trung các nguồn lực để hướng đến mục tiêu NET ZERO (mục tiêu phát thải ròng bằng 0), kết hợp ứng dụng công nghệ Plasma, xây dựng kế hoạch liên kết để hướng tới có được các tín chỉ carbon từ vùng nguyên liệu, sản xuất lúa xanh như: trồng lúa Plasma – gạo Plasma – sản xuất chế biến sản phẩm sau gạo để thành chuỗi giá trị hàng xuất đảm bảo tiêu chí giảm phát thải. Đây cũng là những tiêu chí quan trọng nhất để thực hiện tiêu chuẩn ESG (Môi trường, Xã hội và Quản trị), là một trong những mục tiêu quan trọng mà Công ty hướng đến trong năm 2024.

- Bên cạnh các tiêu chuẩn quản lý chất lượng hiện có của Công ty, Công ty cũng đang tập trung hoàn thiện để đạt các tiêu chuẩn của các thị trường xuất khẩu khó tính như việc Công ty vừa hoàn thành đăng ký bổ sung HALAL cho các sản phẩm xuất sang thị trường Guyana, Campuchia, Thái Lan... ; đã tiến hành tập huấn để xin cấp chứng chỉ KOSHER để đạt tiêu chuẩn thực phẩm Do Thái, đáp ứng yêu cầu xuất khẩu sản phẩm Colusa – Miliket đến các thị

trường người Hồi Giáo (Israel,...); trong tháng 7/2024, Công ty đã được Eurofins cấp Giấy chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế FSSC 22000.

- Nhằm góp phần phát triển đa dạng, phong phú hương vị của các sản phẩm hiện nay trên thị trường quốc tế, Công ty đã nghiên cứu và phát triển các công thức sản phẩm mới nhằm đáp ứng thị hiếu của khách hàng cũng như yêu cầu, quy chuẩn của các thị trường nhập khẩu khác nhau, ví dụ như Ba Lan, Bắc Mỹ, Israel, Châu Âu, Samoa, New Zealand,...

- Trong năm 2024, Công ty đã kết hợp cùng đối tác để xây dựng chiến lược marketing xuyên suốt trong năm 2024 trên các nền tảng online (mạng xã hội) và offline, trong đó tập trung vào việc quảng bá hình ảnh của Colusa – Miliket tại sự kiện Tempest Concert (diễn ra vào ngày 15/6/2024) và sự kiện HOZO 2024 (diễn ra vào các ngày 13, 14, 15/12/2024).

2. Khó khăn:

- Trong năm 2024, tình hình thế giới tiếp tục diễn biến khó lường, cạnh tranh chiến lược ngày càng gay gắt, xung đột chính trị, quân sự tiếp tục leo thang; kinh tế, thương mại thế giới phục hồi chậm, thiếu vững chắc và không đồng đều.

- Gia tăng xung đột vũ trang và rủi ro địa chính trị tiếp tục ảnh hưởng lớn đến sự phục hồi của nền kinh tế thế giới và hoạt động thương mại toàn cầu. Rủi ro liên quan đến xung đột vũ trang tăng mạnh do xung đột đang diễn ra ở Trung Đông, các cuộc tấn công vào tàu thuyền ở Biển Đỏ, tình trạng an ninh suy giảm rõ rệt ở các khu vực châu Phi cận Sahara và xung đột vẫn tiếp diễn tại Ukraine. Xung đột ở Trung Đông gia tăng khiến cho nguồn cung dầu giảm đã làm cho giá cước tàu đã tăng mạnh từ đầu năm 2024 và giá hàng hóa cũng tăng đột biến do các hãng tàu phải chuyển hướng vận chuyển hàng hóa vòng qua mũi Hảo Vọng với quãng đường xa gấp đôi.

- Bên cạnh đó, tình hình biến động tỷ giá USD tăng tuy mang lại lợi ích cho Nhà xuất khẩu nhưng lại gây bất lợi cho Nhà nhập khẩu làm cho giá sản phẩm nhập khẩu ở các nước sở tại cũng sẽ tăng. Từ đó, ảnh hưởng việc lấy đơn hàng để tiêu thụ của khách hàng, có nguy cơ làm giảm số lượng đơn hàng.

- Những quy định mới khắt khe về yêu cầu kỹ thuật đối với hàng hóa thực phẩm xuất vào các quốc gia Châu Âu cũng là một trở ngại rất đáng lưu ý. Do đó, Công ty phải tiến hành rà soát, đề xuất phương án đầu tư và làm việc với Nhà cung cấp nguyên liệu dầu đảm bảo yêu cầu để kiểm soát vấn đề trên.

- Trong khi đó, người tiêu dùng có xu hướng cắt giảm chi tiêu và thận trọng hơn với các thói quen chi tiêu thường nhật, bao gồm cả các chi tiêu thiết yếu và thực phẩm. Trong bối cảnh đó, hầu hết các mặt hàng tiêu dùng đều tăng giá bởi lượng giá nguyên liệu đầu vào cũng tăng liên tục.

- Trong công tác sản xuất, đầu tư:

+ Mặt bằng nhà xưởng của Công ty mặc dù liên tục được sửa chữa, cải tạo nhưng vẫn thường xuyên bị ngập nước vào mùa mưa.

+ Cơ sở hạ tầng cũ, diện tích các kho nhỏ tương đối nhỏ, chiều cao mái tôn kho bị giới hạn, dẫn tới việc đầu tư lắp khung kệ nhiều tầng không khả thi không đạt hiệu quả cao với chiều cao mái hiện hữu, không đáp ứng được nhu cầu lưu trữ hàng hóa hiện nay, đặc biệt trong mùa mưa và đối với các yêu cầu ngày càng khắt khe của các khách hàng Xuất khẩu.

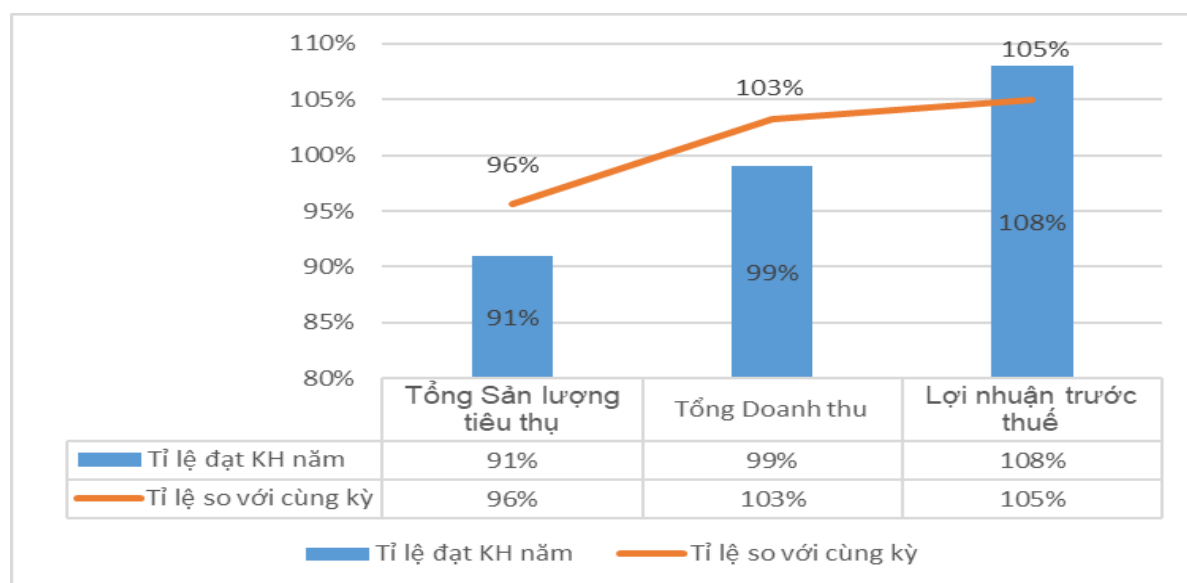
+ Tình trạng máy móc của Công ty hiện tại nhiều thiết bị đã cũ (hơn 20 năm), mặc dù thường xuyên được bảo trì, sửa chữa nhưng vẫn xảy ra tình trạng hư hỏng trong quá trình sản xuất.

II. CÁC CÔNG TÁC ĐÃ THỰC HIỆN TRONG NĂM 2024:

1. Kết quả sản xuất kinh doanh trong năm 2024:

TT	Diễn giải	ĐVT	Thực hiện năm 2024			So sánh cùng kỳ 2023		
			KH năm	TH năm	Tỷ lệ đạt/KH	TH năm	Tỷ lệ tăng trưởng	Chênh lệch (2024 – 2023)
1	SL Tiêu thụ theo nhóm hàng	Tấn	19.000	17.225	91%	17.982	-4,4%	-757
	+ Mì:	”	17.429	16.188	93%	16.803	-3,7%	-615
	+ Các SP Gạo:	”	1.447	924	64%	1.089	-15,2%	-165
	+ SP khác:	”	124	113	91%	90	+26%	+23
2	SL Tiêu thụ theo khu vực	Tấn						
	+ Nội địa:	”	17.398	15.414	89%	16.482	-6,5%	-1.068
	+ Xuất khẩu:	”	1.602	1.811	113%	1.500	+21%	+311
3	Tổng Doanh thu	Tỷ đồng	765,5	760,0	99%	735,6	+3%	+24,4
4	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	27	29,2	108%	27,9	+5%	+1,3

Biểu đồ so sánh Tỷ lệ đạt KH năm 2024, so với cùng kỳ năm 2023



2. Các công việc đã thực hiện trong năm 2024:

3.1. Công tác Kế hoạch cung ứng:

3.1.1. Về công tác xây dựng kế hoạch sản xuất:

- Trong năm 2024, các Phòng ban nghiệp vụ (Phòng KH-CU, P.KDND, P.KDXK và Nhà máy sản xuất) đã liên tục kết hợp trong việc xây dựng kế hoạch sản xuất hàng ngày, hàng tuần,

hàng tháng phù hợp với thực tế tiêu thụ. Tỷ lệ đáp ứng đơn hàng đạt 99% so với kế hoạch đã đề ra, đảm bảo KH sản xuất luôn được cung cấp đầy đủ nguyên vật liệu.

- Đối với các đơn hàng Xuất khẩu: thường xuyên cân đối kiểm tra tiêu chuẩn chất lượng nguyên vật liệu, đề xuất cho kiểm dư trữ để không bị động khi có đơn hàng đột xuất và tiết kiệm tối đa chi phí kiểm nhanh.

3.1.2. Về công tác cung ứng nguyên phụ liệu sản xuất:

- Tối ưu hóa quy trình đặt hàng hiệu quả, bao gồm việc đặt hàng theo Sản lượng lớn, lâu dài để nhận được mức giá ưu đãi. Xem xét thời điểm đặt hàng để tận dụng các chương trình khuyến mãi hoặc giảm giá.

- Đa dạng hóa nguồn cung: Thành công trong việc tìm kiếm và hợp tác với các nhà cung cấp mới, giúp giảm thiểu rủi ro và tăng tính cạnh tranh về giá.

- Tổ chức đấu thầu việc cung ứng vật tư, nhằm đảm bảo tính minh bạch, giá cả cạnh tranh, công bằng, chất lượng đáp ứng yêu cầu.

- Đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên và quy trình làm việc hiệu quả, nhằm nâng cao nhận thức về tiết kiệm chi phí.

- Sử dụng SAP để tự động hóa quy trình làm việc, theo dõi tồn kho và phân tích dữ liệu, giúp tiết kiệm thời gian và giảm thiểu sai sót.

3.1.3. Về việc kiểm soát tồn kho:

- Xây dựng tồn kho Max, Min, Tồn kho An toàn... cho từng nguyên vật liệu, nhằm đảm bảo không để tồn nhiều gây lãng phí hoặc thiếu hụt, gây ảnh hưởng đến KHSX & bán hàng.

- Thường xuyên đảo kho, kiểm soát FIFO... không để mỗi một, bể vỡ, hư hỏng vật tư trong kho.

- Thường xuyên kiểm tra thực tế HSD, cập nhật báo cáo để kiểm soát, không để vật tư cận hoặc hết hạn sử dụng.

3.2. Công tác Kinh doanh xuất khẩu:

- Trong năm 2024, sản lượng xuất khẩu vượt 13% kế hoạch năm 2024, tăng 21% so với cùng kỳ 2023. Doanh thu xuất khẩu của năm 2024 vượt 41% kế hoạch năm 2024, tăng 54% so với cùng kỳ năm trước.

- Các nước xuất khẩu truyền thống của Colusa - Miliket như đảo quốc Samoa, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Châu Âu (Ba Lan, Đức,...) đều có sản lượng tăng và số lượng các mặt hàng cao cấp (Ly, Tô, Mì trộn) tăng cao so với cùng kỳ năm 2023.

- Đặc biệt, năm 2024 Colusa – Miliket đã thành công trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu sản phẩm của Công ty sang các nước như Israel, Na Uy, New Zealand, Canada. Đây là các khách hàng có nhiều yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm nhưng đồng thời cũng là những đối tác giàu tiềm năng.

- Tính trong năm 2024, công tác phát triển sản phẩm mới cho thị trường Xuất khẩu ghi nhận 41 sản phẩm xuất khẩu mới, chiếm 18% tổng sản lượng xuất khẩu năm 2024, doanh thu khoảng 29,08 tỷ đồng, chiếm 24 % tổng doanh thu xuất khẩu 2024.

3.3. Công tác Kinh doanh nội địa:

- Công ty đã liên tục triển khai kế hoạch thúc đẩy bán hàng để các khu vực chủ động thực hiện các chương trình bán hàng, kích thích điểm bán.

- Trong năm 2024, Công ty đã liên tục đánh giá chất lượng / hiệu quả của các nhân sự, NPP, và đã có những điều chuyển phù hợp theo từng thị trường.

- Hiện Công ty đã và đang thực hiện chuyển đổi các nhân viên suất hỗ trợ sang nhân viên bán hàng chuyên, và cơ cấu tuyển giám sát các khu vực có sản lượng ổn định với mục tiêu gia tăng bao phủ, SKU và tạo tiền đề nền tảng tăng trưởng có lộ trình khi nhà máy mới ra đời.

- Về công tác marketing:

+ Công ty đã liên tục triển khai thực hiện các hoạt động sampling giới thiệu sản phẩm và thực hiện chương trình quảng bá sản phẩm Colusa – Miliket tới tay người tiêu dùng trên cả nước.

+ Liên tục thực hiện các chương trình Hội chợ, triển lãm để quảng bá thương hiệu Colusa

- Miliket trong năm 2024:

- Hội chợ Tết Công Đoàn Đà Nẵng : 18/1 đến 21/01/2024.
- HCM City Export: từ ngày 15/5 đến 18/5/2024.
- Kết nối chuỗi cung ứng hàng hóa Quốc Tế Sourcing – TPHCM: 06/6 đến 08/6/2024.
- Hội nghị kết nối cung cầu Tp.HCM và các tỉnh: 25/9 đến 29/9/2024
- Vietnam Foodexpo 2024: 13/11 đến 16/11/2024.
- Festival Vĩnh Long: 16/11 đến 23/11/2024.
- Triển lãm Quốc phòng Quốc tế 2024 tổ chức tại TP Hà Nội: từ 19/12 đến 22/12/2024
- Hội chợ Kích cầu tiêu dùng chào đón năm mới 2025: 26/12 đến 31/12/2024

+ Công ty đã kết hợp với đối tác chiến lược thực hiện Chương trình marketing trọng điểm trong năm 2024:

- Thực hiện hoạt động bán hàng, quảng bá thương hiệu Colusa – Miliket tại sự kiện Tempest concert tại Nhà thi đấu Phú Thọ - TPHCM (vào ngày 15/6/2024).
- Thực hiện các hoạt động quảng cáo thương hiệu Colusa – Miliket theo từng chủ đề trên các phương tiện thông tin đại chúng như Facebook, Tik Tok, báo điện tử,...
- Chương trình marketing trọng điểm trong năm 2024: lần thứ 3, Colusa – Miliket quay trở lại với tư cách Nhà đồng hành xanh tại “Liên hoan âm nhạc quốc tế TP. HCM lần thứ 4 – “Hò dô” 2024” diễn ra trong 03 ngày 13/12/2024, 14/12/2024 và 15/12/2024 tại trung tâm TPHCM. Theo đó, Công ty tập trung vào chủ đề “Liên kết thể hệ - gắn kết tình thân” và truyền tải các thông điệp về sản phẩm xanh, bảo vệ môi trường. Tại sự kiện đã có hơn 10.000 người tới tham quan gian hàng trải nghiệm và sử dụng sản phẩm của Công ty tại gian hàng ẩm thực.

3.4. Công tác sản xuất:

- Trong năm 2024, Công ty liên tục vận hành, áp dụng, kết hợp có hiệu quả hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2018, hệ thống quản lý an toàn thực phẩm ISO 22000:2018, HACCP, hệ thống quản lý năng lượng ISO 50001, hệ thống quản lý môi trường ISO 140001, hệ thống an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế FSSC 22000, tiêu chuẩn thực phẩm Hồi giáo (chứng nhận HALAL).

- Tiên phong ứng dụng thành công công nghệ Plasma vào trong quá trình sản xuất sản phẩm, mang lại sự ổn định cho chất lượng sản phẩm, tốt cho sức khỏe người tiêu dùng
- Công ty cũng thực hiện nhiều giải pháp để giám sát chặt việc thực hiện giảm tiêu hao nguyên nhiên vật liệu so với định mức, tăng tỉ lệ thu hồi thành phẩm, từ đó giảm chi phí giá thành để đảm bảo hiệu quả trong công tác quản lý sản xuất.

3.5. Công tác Công nghệ chế biến:

- Trong năm 2024, Công ty đã liên tục làm nhiều sản phẩm mới, điều chỉnh chất lượng các sản phẩm hiện có để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, thị trường, điển hình như:
 - + Chào mẫu cho nhiều khách hàng xuất khẩu: 364 mẫu sản phẩm các loại cho 70 khách hàng Xuất khẩu.
 - + Làm các sản phẩm mới cho thị trường nội địa: Mì chay rau củ; Mì tô trộn phô mai cay Hàn Quốc; Hủ tiếu tô trộn rong biển; Mì tô trộn rong biển; các sản phẩm Phở, Hủ tiếu, Cháo sử dụng Bột xà lách, Mì kraft trộn các loại... Tổng cộng 19 loại sản phẩm.
- Công tác quản lý chất lượng sản phẩm: tăng cường kiểm tra, giám sát trong quá trình nhập hàng nguyên phụ liệu, trong quá trình sản xuất và trong quá trình lưu kho.
- Công tác Môi trường: vận hành hệ thống XLNT, thu gom bùn thải, đo khói thải định kỳ: hệ thống hoạt động ổn định, đạt theo các tiêu chuẩn môi trường theo quy định.

3.6. Công tác đầu tư – dự án:

- Kế hoạch đầu tư mua sắm năm 2024 đã được HĐQT duyệt là 67,9 tỷ đồng. Trong năm 2024, Công ty đã quyết toán hoàn thành các hạng mục sửa chữa, mua sắm, đầu tư với tổng giá trị 34,2 tỷ đồng (chiếm 50% trong tổng kế hoạch chi phí đã được duyệt).
- Các hạng mục đầu tư thực hiện đều được Công ty tham khảo, so sánh giá với thị trường, giám sát chặt chẽ và có tiết kiệm chi phí, cho nên giá trị hoàn thành/quyết toán của một số hạng mục thấp hơn giá trị được duyệt.
- Đồng thời, Công ty luôn bám sát tình hình thực tế để quyết định đầu tư những hạng mục mang tính cần thiết nhất để phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh, mạnh dạn tạm ngưng những hạng mục chưa mang tính cấp thiết, từ đó tiết giảm được chi phí đầu tư năm 2024 so với kế hoạch năm 2024 đã được duyệt.

3.7. Công tác tài chính kế toán:

- Công ty luôn chấp hành và thực hiện theo đúng các chính sách pháp luật trong công tác tài chính kế toán và các quy chế, quy định của Công ty.
- Định kỳ cập nhật vào giá thành sự thay đổi chi phí nguyên vật liệu, nhiên liệu và chi phí sản xuất khác. Định giá vốn để làm cơ sở xác định giá bán cho sản phẩm.
- Thực hiện quản lý chặt chẽ công nợ phải thu, không để công nợ phát sinh tồn đọng.
- Thường xuyên rà soát chi phí để kịp thời thay đổi chính sách bán hàng từng thời kỳ, đáp ứng tình hình thị trường biến động không ngừng.
- Thực hiện tốt công tác quản lý tài chính, đảm bảo nguồn vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Kết hợp với đơn vị kiểm toán hoàn tất kiểm toán báo cáo tài chính cho năm tài chính 2024.

3.8. Công tác tổ chức hành chính:

- Công tác tuyển dụng nhân sự đáp ứng nhu cầu sản xuất kinh doanh: đã tuyển nhân sự đáp ứng đủ cho các dây chuyền sản xuất của Công ty và hoạt động kinh doanh theo kế hoạch sản xuất, kinh doanh với tổng số nhân sự là 786 nhân sự.

- Thực hiện cơ cấu, sắp xếp tổ chức bộ máy, nhân sự tại các phòng ban theo vị trí chức năng, để chuyên môn hóa theo từng lĩnh vực. Sắp xếp, luân chuyển vị trí làm việc của các phòng ban thuận tiện hơn với từng vị trí, thuận lợi cho quá trình liên hệ công tác giữa các bộ phận. Thực hiện công tác điều động, luân chuyển, bổ nhiệm CB-CNV đáp ứng nhu cầu công tác, phù hợp với vị trí và định hướng phát triển, xây dựng Công ty.

- Công ty luôn tuân thủ đúng quy định của Bộ luật lao động về thực hiện các chế độ chính sách đối với người lao động, đóng bảo hiểm bắt buộc đầy đủ, giải quyết chế độ ốm đau, thai sản kịp thời.

- Thực hiện thanh toán tiền lương tháng, tiền lương bổ sung đầy đủ, chính xác, phù hợp với ngày công và vị trí công việc đảm nhận. Bên cạnh đó, Công ty đã thực hiện nhiều chính sách phúc lợi đối với người lao động như: tổ chức cho người lao động đi nghỉ mát – team building tại Phan Thiết, chi tiền ngày Tết âm lịch, Tết dương lịch, các ngày lễ lớn trong năm; tặng quà Tết trung thu; tổ chức cuộc thi nấu ăn, tặng quà cho chị em phụ nữ nhân ngày lễ 8/3, 20/10, ...

- Tổ chức bếp ăn tập thể, tăng cường bữa ăn phụ, bữa ăn giữa ca, luôn bảo đảm an toàn thực phẩm, sử dụng nguyên liệu rõ nguồn gốc xuất xứ, nhân viên cấp dưỡng được đào tạo an toàn vệ sinh thực phẩm, tuân thủ đúng quy trình chế biến.

III. PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ NĂM 2025:

1. Nhận định tình hình chung:

- Năm 2025 dự báo tình hình địa chính trị trên thế giới có sự bất ổn với nhiều diễn biến khó lường sẽ ảnh hưởng rất lớn đến các hoạt động xuất khẩu cũng như nhập khẩu vì tăng chi phí vận tải đường biển, phòng vệ thương mại, tỷ giá, hàng rào kỹ thuật thương mại...

- Trước tình hình đó, hiện nay Công ty đã liên tục thực hiện cải tiến về chất lượng sản phẩm, đưa ra được nhiều sản phẩm phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng, tập trung khai thác những kênh bán hàng mới.

- Đồng thời, theo Nghị quyết ĐHĐCĐ, Nghị quyết HĐQT, Công ty đang tập trung xây dựng Phương án di dời, đầu tư nhà máy mới tại Miền Nam.

Trên cơ sở đó, Công ty đề ra kế hoạch nhiệm vụ trong năm 2025 như sau:

STT	Diễn giải	ĐVT	TH năm 2024	KH năm 2025	Tỉ lệ tăng trưởng
1	Tổng Sản lượng theo nhóm hàng, bao gồm:	Tấn	17.225	19.000	+10,6%
	+ Mì	“	16.188	18.036	+11,4%

STT	Diễn giải	ĐVT	TH năm 2024	KH năm 2025	Tỉ lệ tăng trưởng
	+ Các sản phẩm từ gạo	“	924	841	-9%
	+ Các sản phẩm khác	“	113	94	-17%
2	Tổng Sản lượng theo khu vực, bao gồm:	Tấn			
	+ Nội địa	“	15.414	17.340	+12,5%
	+ Xuất khẩu	“	1.811	1.660	-8,3%
3	Tổng Doanh thu	Tỷ đồng	760,0	868,7	+14%
4	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	29,2	29,0	-0,7%

Ghi chú: Riêng chỉ tiêu xây dựng lợi nhuận kế hoạch năm 2025 giảm là bởi doanh thu hoạt động tài chính giảm do lãi suất tiền gửi năm 2025 thấp hơn 2024, thị trường xuất khẩu gặp nhiều khó khăn do chính sách thuế nhập khẩu của các nước, giá nguyên vật liệu liên tục leo thang.

2. Các mục tiêu trọng tâm trong năm 2025:

- Hoàn chỉnh phần mềm quản trị doanh nghiệp SAP Business One trong việc quản trị hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Từ đó tiếp tục triển khai các giải pháp quản trị bán hàng bằng phần mềm tới toàn bộ hệ thống bán hàng của Công ty.

- Tiếp tục cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm, ứng dụng khoa học công nghệ để đưa ra các sản phẩm có chất lượng tốt, thân thiện với môi trường.

- Tập trung phát triển các kênh bán hàng hiện đại, nhằm nâng cao vị thế các sản phẩm Colusa – Miliket trên thị trường, song song với việc duy trì các giá trị truyền thống của Công ty. Nâng cao chất lượng của đội ngũ bán hàng theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại.

- Tiếp tục mở rộng thị trường Xuất khẩu, trong đó đặc biệt chú trọng việc trực tiếp đưa các sản phẩm Colusa – Miliket sang thị trường Thế giới.

- Thực hiện mục tiêu đầu tư, di dời nhà máy sản xuất tại Miền Nam theo Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, Nghị quyết của Hội đồng quản trị Công ty.

Trên đây là báo cáo của Ban Tổng Giám đốc tới Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2025.

Trân trọng.

Nơi nhận:

- Đại hội đồng cổ đông thường niên 2025 (để báo cáo);
- Hội đồng Quản trị, BKS (để báo cáo);
- Ban Tổng giám đốc (để chỉ đạo);
- Lãnh đạo các phòng ban (để thực hiện);
- Lưu: VT.

TỔNG GIÁM ĐỐC

TRẦN HOÀNG NGÂN