

BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

1. Tổng quan về hoạt động kinh doanh 2023

Tại thời điểm 31/12/2023, công ty cổ phần Nam Dược có tổng số nhân viên là 675 người, bao gồm khối Sản xuất (Công ty TNHH Nam Dược tại Nam Định) là 210 người, khối Thị trường (Công ty CP Nam Dược tại Hà Nội và các chi nhánh phụ thuộc) là 465 người.

Năm 2023, các chỉ tiêu doanh thu và lợi nhuận năm 2023 sau khi đã được Công ty TNHH Kiểm toán & Tư vấn RSM Việt Nam – Chi nhánh Hà Nội thực hiện kiểm toán và chốt số liệu như sau:

Đơn vị tính : Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	% tăng giảm 2023/2022
Tổng tài sản	649.750	594.232	9,3%
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	890.838	972.918	(8,4%)
Doanh thu thuần	830.308	907.169	(8,5%)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	120.973	163.745	(26,1%)
Lợi nhuận khác	(66)	(96)	
Lợi nhuận trước thuế	120.907	163.648	
Lợi nhuận sau thuế	96.490	130.753	(26,2%)
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	12%	14%	
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu (%)	19%	29%	
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản (%)	15%	22%	

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán năm 2023 của CTCP Nam Dược

Về doanh thu: Doanh thu thuần năm 2023 đạt 830.038 triệu đồng, giảm 8,5% so với năm 2022 và đạt 92,3% so với kế hoạch đề ra.

Về Lợi nhuận: Lợi nhuận sau thuế đạt 96.490 triệu đồng, giảm 26.2% % so với năm 2022 và hoàn thành 96,5% kế hoạch đề ra.

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 2023 như sau:

Đơn vị tính: Triệu đồng

Nội dung	Kế hoạch 2023	Thực hiện 2023	% thực hiện / KH
Doanh thu thuần	900.000	830.308	92.25%
Lợi nhuận sau thuế	100.000	96.490	96.49%
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	11,11%	11,62%	

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán năm 2023 của CTCP Nam Dược

1. Tình hình tài chính

Đơn vị tính: Làn

Các chỉ tiêu	Năm	Năm	So sánh
--------------	-----	-----	---------

	2023	2022	2023/2022
Hệ số thanh toán ngắn hạn	2,21	1,99	111%
Hệ số thanh toán nhanh	1,46	1,26	116%
Tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu	0,26	0,33	(21%)

Hệ số thanh toán ngắn hạn năm 2023 là 2,21 lần, hệ số thanh toán nhanh năm 2023 là 1,46 lần và tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu năm 2023 là 0,26; 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 2023

3.1. Hoạt động MKT & Xây dựng thương hiệu

Năm 2023, các hoạt động MKT vẫn tập trung chính cho 4 nhãn chiến lược gồm Siro ho cảm Ích Nhi, Sủi thanh nhiệt Livecool, Yến sào Nam Dược và Thuốc Thông xoang tán Nam Dược. Bên cạnh đó công ty còn chú trọng thêm việc xây dựng thương hiệu mẹ Nam Dược thông qua các hoạt động phát triển vùng trồng DL sạch, hoạt động này được đưa tin trên bản tin thời sự VTV1 19h tạo ra sự lan tỏa và tin cậy, cùng các hoạt động trách nhiệm xã hội, thiện nguyện như trao học bổng, xây 2 điểm trường cho trẻ em nghèo ở vùng cao Lạng Sơn và Nghệ An, được cộng đồng đánh giá cao do rất ít các công ty Dược thực hiện.

Ngoài các nhãn chiến lược, hoạt động MKT cũng thúc đẩy doanh số một số gam hàng nhóm tự trôi như Kẹo dẻo, Thạch, Giải rượu, Kem đánh răng Ích Nhi bằng các hoạt động trung bay trên kênh cũng tạo ra được doanh số khá lớn cho các mặt hàng này.

3.2. Hoạt động bán hàng & chăm sóc khách hàng

Về kết quả bán hàng: Năm 2023, Nam Dược có kết quả kinh doanh tự doanh giảm khoảng 5% so với năm 2022, còn các hoạt động sản xuất gia công từ nhà máy giảm khoảng hơn 20%. Kết quả doanh thu tự doanh giảm chủ yếu xuất phát từ tình hình nhu cầu thị trường trong năm 2023 trên kênh OTC suy giảm rất nhiều, người tiêu dùng có xu hướng thắt chặt chi tiêu do lạm phát và suy giảm kinh tế, có nhiều công ty cùng ngành giảm trên mảng OTC lên tới 30-40%. Trong tình hình đó với việc mở rộng kênh phân phối Nam Dược vẫn có những điểm sáng trong kinh doanh, kênh FMCG tăng trưởng 138%, kênh thương mại điện tử (TMĐT) tăng 179%. Đây là kết quả của việc công ty thực hiện chiến lược đa kênh phân phối từ 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 48,000 khách hàng tăng 20% so với 2022. Mặc dù tỷ trọng đóng góp của Kênh FMCG và TMĐT chưa cao nhưng tiềm năng phát triển tốt.

Về hệ thống bán hàng: Kênh bán hàng OTC vẫn duy trì được sự ổn định của hệ thống, số lượng khách hàng mua hàng vẫn tăng trưởng khoảng 8% so với 2022. Kênh FMCG có tăng trưởng nhanh về số lượng nhân sự để tăng nhanh hoạt động khai thác khách hàng, tổng số nhân viên bán hàng kênh FMCG là 60 người trong năm 2023, giúp đưa hình ảnh của Nam Dược hiện diện nhiều hơn trong các cửa hàng tiện lợi, shop mẹ và bé và các tạp hóa lớn. Kênh TMĐT cũng tăng tốc nhanh về doanh số bán hàng, mở thêm Shop Mall tại Miền Nam, hiện tại Nam Dược đã có 4 shop mall phục vụ tiếp cận khách hàng trên kênh

online. Với kênh bán lẻ trực tiếp là 2 Showroom dược liệu 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. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của tình hình kinh tế chung 2023, nhu cầu mua các sản phẩm dược liệu quý làm quà biếu tặng và chăm sóc sức khỏe suy giảm nhiều, nên hoạt động của 2 showroom này chưa hiệu quả, công ty quyết định chuyển địa điểm về trụ sở Miền Bắc tại 51 Trương Công Giai, q. Cầu Giấy, Hà Nội và Chi nhánh Miền Nam tại U12, Bạch Mã, Q 10, TP. HCM để tối ưu chi phí.

Về khách hàng: Công ty đã quản lý danh sách hơn 65,000 khách hàng, bán hàng cho 48,000 đối tác là các công ty dược, nhà thuốc, quầy thuốc, các shop FMCG trong năm 2023, so với 2022 số lượng điểm bán tăng trưởng 20%. Nam Dược đã tổ chức nhiều hội nghị khách hàng tại các tỉnh: Lai Châu, Hà Giang, Thái Bình, Nam Định, Điện Biên về thăm vùng trồng dược liệu tại Bắc Hà- Lào cai được khách hàng đánh giá cao. Chương trình giúp thúc đẩy hoạt động gắn kết với khách hàng, giúp Khách hàng thấu hiểu nỗ lực chuẩn hóa nguồn dược liệu từ đó chuẩn hóa chất lượng sản phẩm của công ty để khách hàng yên tâm ủng hộ sản phẩm Nam Dược. Ngoài ra Nam Dược còn tổ chức các tour du lịch trong và ngoài nước phục vụ nhu cầu thăm quan, qua đó gắn kết sâu sắc và thân thiết 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 38 người trong đó có 10 nhân sự kênh OTC và 25 nhân sự kênh FMCG và 3 nhân sự kênh TMĐT tăng số lượng nhân sự bán hàng trực tiếp toàn quốc lên 307 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. Đó là tiền đề để công ty gia tăng độ phủ trên toàn quốc. Đồng thời cũng có những nhóm sản phẩm đặc thù không làm marketing nhưng chiết khấu sâu cho khách hàng để khách hàng chủ động giới thiệu và bán sản phẩm. Năm 2023 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 men vi sinh Ninbiotic.

3.3 Hoạt động nghiên cứu và phát triển

Năm 2023 là một năm nhiều biến động và thách thức hơn với hoạt động sản xuất. Chiến tranh giữa Nga và Ukraina vẫn tiếp diễn và không có tín hiệu dừng lại, làm giá nhiên liệu và một số nguyên liệu từ Châu Âu bị thiếu trầm trọng hơn, chi phí logistic tăng, đẩy giá thành lên cao. Bên cạnh tình hình El nino phát triển mạnh mẽ làm thời tiết nắng nóng ít mưa, nông nghiệp mất mùa, ảnh hưởng đến nguồn cung của dược liệu và thiếu điện ảnh hưởng đến 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 ăn ngon, Xịt vệ sinh mũi Ích Nhi; Kem đa năng my kids; Sữa tắm my Kids; Xịt An Bảo; Kẹo dẻo C Ích Nhi; Kẹo dẻo DHA Ích Nhi; Yên sào Nam Dược Kids cao lớn;

Bộ sản phẩm thuốc ho cảm bổ sung thêm sản phẩm Viên nang mềm Nin gica, Bộ kẹo cứng ngậm giảm ho, long đờm gồm Kẹo gừng Nin gica; Kẹo chanh muối Nin gica có hương vị tự nhiên giúp tăng lựa chọn cho khách hàng giúp nâng cao doanh số.

Nhóm sản phẩm dược liệu quý, bổ dưỡng, bổ sung thêm sản phẩm Viên Lộc Nhung Nam Dược, Lát Nhung hươu. Nin joint bổ xương khớp.

Ra mắt bộ sản phẩm men vi sinh dạng uống Ninbiotic và viên nang Ninbiotic plus.

Bên cạnh đó công ty tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất, nâng cao năng lực nghiên cứu phát triển để tăng cường khả năng cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu sản phẩm mới, sản phẩm cải tiến cho hoạt động kinh doanh.

3.4. Hoạt động cung ứng và sản xuất

Năm 2023, Nam Dược vẫn tiến hành thăm định lại duy trì các vùng dược liệu đã được cấp chứng chỉ GACP: Vùng Quất, Dây thìa canh ở Nam Định, Vùng Cát cánh ở Bắc Hà. 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: Mạch môn, Húng chanh, Xạ Can, Đương Qui bắc. 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.

Hoạt động giám sát, kiểm tra chất lượng hàng hóa vẫn được thực hiện theo các quy trình được quy định trong các tiêu chuẩn quản lý chất lượng. Các nguồn nguyên liệu, dược liệu, bao bì được tổ chức đánh giá theo từng lô cho từng sản phẩm, liên tục tìm và đánh giá mở rộng nhà cung cấp mới nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất với chất lượng tốt và giá cả hợp lý nhất.

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 Dược nghiên cứu triển khai công nghệ chuyển đổi số, áp dụng hệ thống điều hành, duy trì vận hành hệ thống ERP giúp kiểm soát hoạt động quản trị của công ty từ sản xuất đến bán hàng được nhanh nhất.

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 2023, đã tổ chức được các khóa đào tạo quan trọng: Đào tạo về 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.

Thực hiện hoạt động truyền thông nội bộ: Tổ chức qua zoom 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 từ 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 Dược.

Trách nhiệm xã hội: Nam Dược đã tổ chức các phong trào hoạt động thể hiện trách nhiệm đối với cộng đồng như: trao học bổng cho sinh viên 12 trường ĐH Y dược trên toàn quốc, tổ chức thiện nguyện từ quỹ “ 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..., Xây điểm trường cho trẻ em nghèo các tỉnh Cốc Pộc -Lạng Sơn, Huồi Bắc – Kỳ Sơn Nghệ An,

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 2024

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 2024 như sau:

Đơn vị: đồng

TT	Chỉ tiêu	Kế hoạch 2024
1	Doanh thu thuần	850.000.000.000
2	Lợi nhuận sau thuế	95.000.000.000
3	Cổ tức tối thiểu bằng tiền mặt	20%

TỔNG GIÁM ĐỐC

(Đã ký)

TS. Hoàng Minh Châu