

BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH VỀ KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022 và KẾ HOẠCH NĂM 2023

A. KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022

I. TÌNH HÌNH CHUNG

Ảnh hưởng của cuộc chiến tranh Nga – Ucraina làm cho giá của các Nguyên vật liệu, xăng dầu tăng cao. Cuộc chiến tranh dự báo vẫn còn kéo dài, nguy cơ xung đột diện rộng.

Tình trạng lạm phát trong nước tăng, đã ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng đối với các mặt hàng không thiết yếu (bia, rượu,..) giảm mạnh.

Tỷ giá ngoại tệ tăng mạnh làm tăng giá nguyên vật liệu nhập, đặc biệt là malt.

Sản phẩm của Công ty bị cạnh tranh ở tất cả các phân khúc. Đặc biệt là bia giá rẻ ở khu vực miền núi tỉnh Thanh Hóa.

- Được sự quan tâm của Lãnh đạo TCT và thực hiện chủ trương từ lãnh đạo TCT: Công ty phát triển tiêu thụ tăng sản phẩm HABECO thì sẽ được thực hiện sản xuất tại chỗ sản phẩm bia của Tổng công ty nhiều hơn. Do vậy, năm 2022 sản lượng bia lon Hà Nội sản xuất vượt kế hoạch.



II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN NĂM 2022

	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Thực hiện năm 2021	Năm 2022		So sánh (%)	
				Kế hoạch	TH cả năm	TH 2022/CK	TH 2022/KH 2022
			1	2	3	4=3/1	5=3/2
I	Doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ (Hợp nhất)	Tỷ đồng	1.298,46	1.559,69	1.610,40	124,02	103,25
II	Tổng nộp ngân sách Nhà nước	Tỷ đồng	252,25	307,23	296,59	117,58	96,54
III	Lợi nhuận trước thuế hợp nhất	Tỷ đồng	8,31	9,93	13,76	165,55	138,57
IV	Lợi nhuận sau thuế hợp nhất	Tỷ đồng	5,60	6,07	9,98	178,21	164,42

+ Doanh thu thuần bán hàng và CCDV hợp nhất đạt: 1.610,4 tỷ đồng. Tăng 311,9 tỷ đồng so với cùng kỳ. Đạt 103,25% kế hoạch.

+ Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt: 13,76 tỷ đồng; tăng 5,5 tỷ đồng so với cùng kỳ; đạt 138,57% kế hoạch.

+ Lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt: 9,98 tỷ đồng; tăng 4,4 tỷ đồng so với cùng kỳ; đạt 164,42% kế hoạch.

+ Nộp ngân sách Nhà nước: 296,59 tỷ đồng; tăng 44,3 tỷ đồng so với cùng kỳ; đạt 96,54% kế hoạch.

III. ĐÁNH GIÁ TÌNH SẢN XUẤT, TIÊU THỤ.

1. Công tác lao động, sản xuất

- Trong năm, cả hai Công ty giảm được 49 lao động, trong đó: Công ty mẹ giảm 29 lao động (Nghỉ hưu 02 lao động; giảm biên được 27 lao động, trong đó 12 lao động tại nhà nấu - Đáp ứng được yêu cầu của Dự án Xiclo). Tại Công ty Thương mại giảm 20 lao động.

- Mặc dầu vào giữa tháng 05 việc cung ứng nguyên liệu Malt có nguy cơ đứt gãy nhưng Công ty đã có các giải pháp kịp thời để mua được Malt, không bị dừng sản xuất.

- Từ cuối tháng 8: Công ty tập trung sản xuất sản phẩm bia chai tại dây chuyền chiết 2, nâng cao được năng suất cũng như chất lượng sản phẩm.

- Hệ thống kho tàng của công ty nhỏ hẹp, không chứa được lô lớn sản phẩm, chưa tối ưu được năng suất thiết bị.

- Công ty đang cải tạo lại kho chứa bia Box – PET, kho nguyên liệu (Do không đảm bảo an toàn), dự kiến tháng 04/2023 sẽ đưa vào sử dụng.

2. Công tác tiêu thụ, thị trường

- Trong năm 2022, Công ty đã thực hiện và bám sát chỉ đạo, định hướng của Tổng Công ty về việc phát triển sản phẩm Bia Hà Nội tại thị trường Miền Trung “Giữ vững Thanh Hóa, củng cố Nghệ An, phát triển Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị.”. Các sản phẩm bia Hà Nội cũng chịu tác động của thời tiết, dịch bệnh và ảnh hưởng của sự cạnh tranh trên thị trường. Tuy nhiên, thương hiệu sản phẩm bia Hà Nội vẫn được nhiều khách hàng ưa chuộng (Đặc biệt bia lon trong dịp tết Nguyên đán) nên sản lượng tiêu thụ vẫn giữ ổn định và có sự tăng trưởng.

- Trong năm Công ty cũng đã tập trung phát triển về hệ thống phân phối sản phẩm HABECO: mở mới thêm 6 Nhà phân phối tại các vùng thị trường khó khăn. Đồng thời thực hiện quy hoạch lại Nhà phân phối, vùng thị trường giao cho Nhà phân phối để hoạt động hiệu quả.

- Thực hiện chỉ đạo của Tổng Công ty qua các công văn số 756/HABECO-HĐQT, 762/HABECO-MKT. Habeco Miền Trung đã phối hợp với các Công ty sản xuất để thực hiện các hoạt động giao dịch công sở, thực hiện mở mới điểm bán, đưa sản phẩm Bia chai, lon Hà Nội vào các điểm bán bia hơi Licensed. Các giải pháp mang tính đồng bộ trên của Tổng Công ty đã góp phần giúp Công ty gia tăng sản lượng, thị phần, góp phần vào sự thành công của Công ty trong năm 2022.

- Tình trạng bán lẻ vùng sản phẩm bia lon Hà Nội từ khu vực tỉnh ngoài thuộc các Công ty TM thành viên khác quản lý vẫn tiếp diễn; ảnh hưởng đến việc tiêu thụ sản phẩm bia Hà Nội tại thị trường 05 tỉnh Miền Trung.

- Nguồn lực để đầu tư cho thị trường đối với bia Thanh Hoa còn hạn chế, dẫn đến giảm sức cạnh tranh của dòng sản phẩm trên thị trường. Ngoài ra, sản phẩm bia Thanh Hoa còn chịu ảnh hưởng không nhỏ từ một số sản phẩm bia chai, bia lon và bia hơi giá rẻ của các Đơn vị thương mại khác. (Tập trung tại vùng thị trường Miền núi và các huyện giáp ranh các tỉnh lân cận).

B. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023

I. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

+ Doanh thu thuần bán hàng và CCDV: 1.719,56 tỷ đồng.

+ Nộp ngân sách nhà nước: 312,53 tỷ đồng.

+ Lợi nhuận trước thuế hợp nhất: 7,90 tỷ đồng

+ Lợi nhuận sau thuế hợp nhất: 5,79 tỷ đồng

II. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Công tác sản xuất

- Đảm bảo thực hiện công tác bảo trì, bảo dưỡng thiết bị để phục vụ sản xuất; đặc biệt là dây chuyền chiết bia lon.



- Tập trung lập kế hoạch sản xuất tại dây chuyền chiết 2 cho các sản phẩm bia chai; cải tạo để có thêm kho chứa bia chai tại khu vực đầu ra máy chiết dây chuyền số 2. Đầu tư thêm vỏ chai kết để đảm bảo công tác điều hành sản xuất hiệu quả.
- Tập trung cải tạo cơ sở hạ tầng để đảm bảo yêu cầu về Nhà máy sản xuất thực phẩm;
- Bố trí Quy hoạch lại kho tàng để tối ưu - hợp lý trong công tác quản lý. (Sắp xếp lại kho, bố trí lại thủ kho theo cụm vật tư các xưởng sản xuất).

2. Công tác thị trường

- Duy trì và triển khai các chương trình kích cầu một cách linh hoạt, phù hợp.
- Tiếp tục duy trì nhân viên PG cho các điểm bán lớn khu vực 05 tỉnh (Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình và Quảng Trị).
- Bổ sung, tăng cường nhân sự Giám sát bán hàng tại các vùng thị trường đặc thù cho 03 tỉnh: Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị.
- Duy trì, thực hiện có hiệu quả chương trình tiếp thị công sở. Triển khai thực hiện các chương trình Activations.
- Tăng cường sự hiện diện, hình ảnh, thương hiệu HABECO tại kênh ON ở các thị trường Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị (Trung bày tủ mát, biển bảng, vật dụng quảng cáo).
- Chú trọng đầu tư hơn nữa các nguồn lực cho công tác thị trường để giữ vững và phát triển thị phần nhằm gia tăng sản lượng tiêu thụ các sản phẩm thương hiệu bia Thanh Hoa.
- Tiếp tục đầu tư việc nhận diện thương hiệu sản phẩm tại một số nhà hàng lớn trong tỉnh.
- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống Quản lý giám sát kênh phân phối theo hướng chủ động tích cực. Hoàn thiện chính sách bán hàng đối với hệ thống kênh phân phối; Nâng cao chất lượng phục vụ, chăm sóc khách hàng.

Trên đây là báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2022 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2023.



Nguyễn Kiên Cường