

Hà Nội, ngày 12 tháng 06 năm 2023

**BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC  
VỀ KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022 VÀ KẾ HOẠCH NĂM 2023**

**Kính gửi:** - Đại hội đồng cổ đông Công ty cổ phần Sữa Hà Nội  
- Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Sữa Hà Nội

Ban Giám đốc Công ty cổ phần sữa Hà Nội (“Hanoimilk”) xin trân trọng báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty năm 2022 và kế hoạch năm 2023 như sau:

**I. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN NĂM 2022**

**1. Kết quả hoạt động năm 2022**

**(i) Tổng sản lượng sữa sản xuất : 31,1 triệu lít**

- Sữa tiệt trùng UHT : 27,9 triệu lít
- Sữa chua ăn : 3,2 triệu lít

**(ii) Chỉ tiêu và kết quả kinh doanh:**

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2021	KH 2022	So với 2021	So với KH
- Doanh thu bán hàng	535.289	300.889	500.000	177,9%	107,1%
- Giá vốn hàng bán	377.888	193.899	347.000	194,9%	108,9%
- Lợi nhuận gộp về bán hàng	157.401	106.990	153.000	147,1%	102,9%
- Chi phí tài chính	13.619	10.498	14.800	133,1%	92,0%
- Chi phí marketing & bán hàng	50.614	33.547	87.500	156,8%	57,8%
- Chi phí quản lý DN	1.532	13.243	14.650	11,6%	10,5%
- Lợi nhuận/(lỗ) trước thuế	38.289	16.945	36.050	226,0%	106,2%

**2. Đánh giá tình hình thực hiện so với kế hoạch:**

Bối cảnh kinh tế vĩ mô năm 2022 có sự phục hồi nhất định so với năm 2021. Theo số liệu của AC Nielsen, tốc độ tăng trưởng của ngành sữa tăng lên mức 5%, cao hơn mức 1% của năm 2021. Tuy nhiên, đây vẫn là mức tăng trưởng rất thấp so với các năm trước 2010 (xấp xỉ 30%). Trong bối cảnh đó, các công ty sữa lớn bị ảnh hưởng đáng kể, khiến doanh thu bán hàng tụt giảm, phải tăng mạnh chi phí quảng cáo và khuyến mại để giữ thị phần của mình.

Trong khi đó, giá cả nguyên vật liệu đầu vào tăng 13% từ cuối năm 2020, 15% trong năm 2021 và tăng thêm 10% trong năm 2022, giá bao bì hộp giấy Tetra Pak tăng 18% so với năm 2021, chi phí lương thưởng, đặc biệt lương thưởng cho khối bán hàng tăng liên tiếp.

Trong điều kiện khó khăn như vậy, Ban giám đốc một mặt vẫn phải bám sát theo Chiến lược cạnh tranh bằng Chất lượng, đồng thời điều hành thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2022 của Hanoimilk theo hướng tập trung nâng cao năng suất lao động, tiết kiệm chi phí (bao gồm chi phí sản xuất, chi phí bán hàng, chi phí vận tải, chi phí tài chính và chi phí quản lý) để tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Mục tiêu tăng doanh thu nhưng phải đảm bảo chi phí bán hàng trong tỷ lệ cho phép.

Kết quả: Doanh thu hoàn thành vượt mức 7,1% chỉ tiêu doanh thu do Đại hội đồng cổ đông thông qua, Công ty có lãi hơn 38,3 tỷ đồng, chủ yếu do các nguyên nhân sau:

- Do người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu nên buộc họ lựa chọn thông minh hơn, do vậy các sản phẩm có chất lượng cao, giá hợp lý của Hanoimilk như Sữa chua có đường, Sữa chua nha đam, Sữa chua uống, Sữa tiết trùng hương vị trái cây ...vv có cơ hội được người tiêu dùng lựa chọn và bán được nhiều hơn.
- Hệ thống bán hàng đã được chấn chỉnh, cải thiện, Công ty ban hành chính sách lương thưởng mới cho hệ thống bán hàng từ tháng 3/2020 động viên, khích lệ anh em bán được nhiều hàng hơn.
- Doanh thu gia công tăng 154,5% so với 2021 góp phần làm tăng doanh thu và lợi nhuận chung của Công ty.

Ban giám đốc Công ty sẽ tiếp tục khai thác các lợi thế trên khi xây dựng và phê duyệt kế hoạch 2023.

## **II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT – KINH DOANH NĂM 2023:**

### **1. Cơ hội và Thách thức đối với Hanoimilk trong năm 2023:**

Mặc dù còn có rất nhiều khó khăn khách quan và nội tại, nhưng nhờ có việc Công ty đã nỗ lực phấn đấu, thất lưng buộc bụng thực hiện các Dự án đầu tư và kiên định đi theo chiến lược cạnh tranh bằng chất lượng trong nhiều năm qua nên Hanoimilk đã vượt qua 3 năm khó khăn do Covid gây ra và đang có những cơ hội và thách thức như sau:

- (i) Tăng trưởng bình quân của ngành sữa đã chậm lại nhưng mức tiêu thụ sữa bình quân trên đầu người vẫn đang tăng (khoảng 26 lít năm 2022 và dự kiến 27 -28 lít sau năm 2022). Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm sữa lên men như Sữa chua ăn, Sữa chua uống, Sữa bổ sung vi chất vẫn gia tăng. Là Công ty sữa luôn tiên phong theo các hướng nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, Hanoimilk đã nghiên cứu thành công và tung ra thị trường các sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng như Sữa chua Hoa quả, Sữa chua Nha đam, Sữa chua uống IZZI Yotuti, Sữa tiết trùng hương vị trái cây Dinomilk ...vv và sẽ tung ra thị trường một số dòng sản phẩm mới trong năm 2023.
- (ii) Chất lượng sữa đang được các cơ quan nhà nước quan tâm quản lý chặt chẽ hơn và người tiêu dùng ngày càng có xu hướng tiêu dùng thông minh hơn. Do vậy, các sản phẩm đạt tiêu chuẩn Quốc gia và Quốc tế như Sữa tiết trùng mang thương hiệu IZZI và Sữa chua mang thương hiệu Hanoimilk có cơ hội được người tiêu dùng lựa chọn và bán được nhiều hơn.
- (iii) Công ty đã vượt mốc doanh thu 500 tỷ đồng năm 2022 và đang có cơ hội vượt mốc doanh thu 1000 tỷ đồng năm 2023 và các năm tiếp theo. Do vậy, Công ty sẽ dành ngân sách Marketing nhiều hơn đầu tư cho PR, quảng cáo cho thương hiệu Hanoimilk và các thương hiệu con IZZI, Yotuti, Dinomilk, Yoha để tăng doanh số bán hàng trong nước.
- (iv) Hanoimilk đã được cấp Code xuất khẩu chính ngạch Sữa chua và một số sản phẩm sữa vào Trung Quốc, Công ty vẫn tiếp tục theo đuổi và chờ đợi cơ hội để có thể tăng trưởng doanh số nhờ xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc và một số nước Asian.
- (v) Hanoimilk có Nhà máy chế biến Sữa được xây dựng trên diện tích 5ha ở vị trí giao thông thuận tiện, đã được đầu tư dây chuyền thiết bị đồng bộ của Tetra Pak và đang được tiếp tục đầu tư các Dây chuyền máy rót A3 Speed hiện đại để tự động hóa và tăng công suất. Nhà máy đang được quản lý vận hành bởi đội ngũ cán bộ kỹ thuật có trình độ cao và công nhân lành nghề với hệ thống đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế. Đây chính là lợi thế rất lớn để Hanoimilk tăng trưởng doanh số bán hàng và ngày càng có nhiều đối tác ký hợp đồng gia công. Công ty đang có cơ hội rất lớn trở thành nhà máy gia công lớn nhất ở phía Bắc, có các đơn hàng gia công dài hạn đủ để sản xuất 3 ca liên tục trong cả năm.

Tuy vậy để nắm bắt và tận dụng được các cơ hội trên. Ban giám đốc và Cán bộ công nhân viên cần phải tiếp tục kiên trì và nỗ lực nhiều hơn. Công ty phải thực hiện thành công việc tái cấu trúc tài chính và huy động vốn để tiếp tục đầu tư cho Nhà máy và Trang trại.

## 2. Các chương trình, nhiệm vụ mục tiêu năm 2023:

- (i) Tiếp tục duy trì và tổ chức thực hiện tốt chính sách chất lượng trong suốt quá trình từ sản xuất, vận chuyển đến phân phối bán hàng trong năm 2023.
- (ii) Thực hiện Chương trình khuyến mại mùa hè từ tháng 5 đến tháng 7/2023 để gia tăng doanh số bán hàng trong nước.
- (iii) Tiếp tục thực hiện đầu tư mua sắm máy móc thiết bị hiện đại để tự động hóa, nâng cao công nghệ sản xuất, tăng công suất Nhà máy chế biến Sữa chua ăn và Sữa tiệt trùng UHT.
- (iv) Tiếp tục triển khai thực hiện đầu tư Dự án trồng cỏ chăn nuôi bò sữa Tự nhiên tại Mê Linh, phân đầu hoàn thành công tác hỗ trợ đền bù và giải phóng mặt bằng trong Quý III/2023 và Quý I/2024. Trồng cỏ và chăn nuôi bò sữa trong năm 2024.
- (v) Tiếp tục chấn chỉnh và ổn định hệ thống bán hàng, rà soát tổ chức bộ máy tổ chức nhân sự gọn nhẹ, tiết giảm chi phí, nâng cao năng suất lao động để tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh và từng bước nâng cao thu nhập cho cán bộ nhân viên.

### Một số chỉ tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh cơ bản năm 2023:

Chỉ tiêu	Đơn vị	Kế hoạch 2023	Tỷ lệ % 2023/2022
<b>I. Sản lượng sản xuất:</b>	Triệu lít	40	128,6%
<b>II. Chỉ tiêu kinh doanh:</b>			
Doanh thu bán hàng	Triệu đồng	700.000	130,8%
Giá vốn hàng bán	Triệu đồng	521.500	125,5%
Chi phí bán hàng và Marketing	Triệu đồng	84.000	150,9%
Chi phí tài chính	Triệu đồng	21.000	140,2%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	Triệu đồng	17.500	-
Tổng lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	56.000	133,0%

Trên đây là nội dung báo cáo của Ban giám đốc về tình hình hoạt động Công ty năm 2022 và kế hoạch năm 2023.

Xin kính trình Đại hội đồng cổ đông và Hội đồng quản trị xem xét.

Trân trọng./.

#### Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu VP.

**TM. BAN GIÁM ĐỐC  
GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH**

**Vũ Thị Hương Thủy**