

Số:01/2024/BC-TGD

Hà Nội, ngày 24 tháng 5 năm 2024

## BÁO CÁO CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC

V/v: Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2023 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024

### Kính gửi: ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2024

Thực hiện theo Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty cổ phần Dược phẩm Nam Hà, Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2023, tôi xin báo cáo với Đại hội về Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2023 và Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024 như sau:

#### I. KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023:

##### 1. Tổng quan ngành dược:

- Năm 2023 đã đi qua với nhiều biến động và thách thức đối với ngành Dược Việt Nam. Bối cảnh kinh tế chung tăng trưởng chậm, sức mua của người tiêu dùng suy yếu, giá năng lượng và nguyên vật liệu đầu vào biến động mạnh, cùng với sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp trong và ngoài nước đã tạo áp lực đáng kể lên hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp Dược;
- Theo công ty nghiên cứu thị trường IQVIA, mảng phân phối thuốc tại bệnh viện (ETC) ghi nhận doanh thu 3,4 tỷ USD, tăng 18%, chiếm 40% quy mô thị trường. Bước tăng trưởng này nhờ vào chính sách hỗ trợ của Chính phủ thông qua Nghị quyết số 80/2023/QH15 về việc gia hạn số đăng ký thuốc, Thông tư số 06/2023/TTBYT về việc tháo gỡ khó khăn trong đấu thầu thuốc tại cơ sở công lập và Luật khám, chữa bệnh sửa đổi số 15/2023/QH15, tạo điều kiện cho các bệnh viện công tự chủ về nguồn vốn để đầu tư cơ sở vật chất phù hợp với nhu cầu khám bệnh, khắc phục tình trạng ùn tắc tại bệnh viện, bệnh nhân phải chờ đợi do cơ sở y tế thiếu máy móc, thiết bị. Nhờ vậy, lưu lượng bệnh nhân tới khám, chữa bệnh tại bệnh viện gia tăng, thúc đẩy tiêu thụ sản lượng thuốc trên kênh ETC;
- Ngược lại, mảng bán lẻ tại các nhà thuốc, quầy thuốc (OTC) gặp nhiều khó khăn. Doanh thu trên kênh OTC đạt 5,1 tỷ USD, giảm 1%, thị phần bị thu hẹp, chiếm tỷ trọng 60% quy mô thị trường. Kênh OTC tăng trưởng âm khi đã qua giai đoạn dịch bệnh, sức cầu yếu do thu nhập người tiêu dùng giảm sút. Đồng thời, người dân quay trở lại bệnh viện làm giảm nhu cầu mua các sản phẩm thuốc trên kênh bán lẻ. Bên cạnh đó, sự xuất hiện ngày càng nhiều của hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng cũng ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển lành mạnh của thị trường;
- Hiện nay, phần lớn các công ty Dược trong nước chủ yếu tập trung sản xuất các loại thuốc generic phổ biến có giá trị thấp và giá rẻ, chưa tiếp cận, áp dụng công nghệ hiện đại, kỹ thuật bào chế mới, sản xuất thuốc chuyên khoa, đặc trị, chưa có năng lực nghiên cứu - phát triển thuốc mới; dẫn đến khả năng cạnh tranh kém và không bền vững. Điều này khiến các doanh nghiệp vừa phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các loại thuốc generic nhập khẩu, vừa phải cạnh tranh nội bộ ngành. Trong khi đó, các loại thuốc chuyên khoa, đặc trị yêu cầu kỹ thuật bào chế hiện đại chưa nhận được sự quan tâm đầu tư tương xứng và vẫn phải nhập khẩu, nên giá trị sản xuất thuốc trong nước chỉ mới đạt khoảng

50% so với tổng giá trị tiền thuốc sử dụng của người dân. Kết quả là xuất hiện tình trạng sản xuất chồng chéo và tranh giành phân khúc thị trường;

- Trên thực tế, thị trường dược phẩm Việt Nam còn thiếu tính ổn định do vẫn phải nhập khẩu dược liệu từ nước ngoài với tỷ lệ rất cao, lên tới 80-90%. Trong đó, số nguyên liệu nhập khẩu từ Ấn Độ và Trung Quốc chiếm tỷ trọng lên tới 85% tổng kim ngạch nguyên liệu nhập khẩu. Khi có bất kỳ biến động nào từ tỷ giá, nguồn cung ứng, chi phí logistics của quá trình nhập khẩu sẽ điều ảnh hưởng tới giá đầu vào nguyên liệu nhập khẩu. Điều này cho thấy sự phụ thuộc không nhỏ vào thị trường quốc tế và đặt ra thách thức lớn đối với ngành dược trong nước trong việc đảm bảo nguồn cung ổn định và phát triển bền vững.

## 2. Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2023:

Các chỉ tiêu doanh thu, chi phí, lợi nhuận sau khi đã được Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam thực hiện kiểm toán và chốt số liệu như sau:

*Đơn vị: tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2023	Thực hiện 2023
Tổng doanh thu	1.253	1.001
Tổng chi phí	1.119	950
Lợi nhuận sau thuế	46	40

Tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2023 của Công ty đạt 1.001 tỷ đồng, bằng 80% so với kế hoạch và bằng 99.4% so với năm 2022 - một năm được đánh giá là thuận lợi cho hầu hết các công ty Dược nhờ hưởng lợi từ đại dịch COVID-19.

Trước hết, kết quả này là do nhiều yếu tố khách quan tác động, bao gồm:

- Tình hình kinh tế thế giới và Việt Nam trong năm qua đã gặp nhiều rủi ro và thách thức, khiến tiêu dùng và tăng trưởng kinh tế toàn cầu chậm lại. Điều này dẫn đến thu nhập của người dân giảm, kéo theo nhu cầu dành cho các sản phẩm có tính cấp thiết thấp như Đông dược và thực phẩm bảo vệ sức khỏe (TP BVSK) giảm mạnh;
- Ngoài ra, với thu nhập giảm, hành vi tiêu dùng của người dân cũng thay đổi, từ mua theo đơn sang mua cắt đơn, gây ảnh hưởng không nhỏ đến doanh thu của công ty;
- Nhóm sản phẩm dùng cho đường hô hấp trên, trong đó có sản phẩm Bổ phế, một trong những gam hàng chủ lực của Nam Hà có doanh số rất tốt trong năm 2022 nhờ hưởng lợi từ đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, sản phẩm Bổ phế trước nay được người tiêu dùng ghi nhận có nhiều ưu điểm và chất lượng tốt, nhưng lại là dòng sản phẩm có rào cản gia nhập thị trường thấp. Điều này đã dẫn đến việc nhiều công ty mới tham gia vào thị trường, làm tăng mức độ cạnh tranh và gây áp lực lên doanh thu của công ty, đặc biệt là năm 2023;
- Trong năm 2022, một lượng lớn hàng của các công ty dược, trong đó có Dược Nam Hà đã được đưa vào để phục vụ thị trường chống dịch. Lượng hàng được đẩy vào hệ thống phân phối chưa tiêu thụ hết và còn tồn nhiều sang tận năm 2023. Đây cũng là một trong những yếu tố tác động lên kết quả kinh doanh của Công ty.

- Bên cạnh đó, tình hình chiến tranh và nội chiến tại một số quốc gia, đặc biệt là tại Myanmar - thị trường xuất khẩu chủ lực của công ty, đã gây ra sự sụt giảm đáng kể trong doanh số xuất khẩu.
- Giá nguyên phụ liệu đầu vào tăng cao do đứt gãy chuỗi cung ứng sau dịch COVID-19, cùng với biến động lớn của tỷ giá ngoại tệ tăng liên tục và giá xăng dầu thế giới tăng bởi các động thái chính trị của các nước lớn đã đẩy chi phí vận chuyển nhập khẩu tăng, đã ảnh hưởng đến tỷ lệ tổng chi phí trên tổng doanh thu thực tế, khiến tỷ lệ này cao hơn so với kế hoạch.

Mặc dù gặp nhiều thách thức, khó khăn đến từ bên ngoài, Ban Điều hành Công ty đã nỗ lực triển khai nhiều giải pháp nhằm duy trì và phát triển doanh thu, đó là:

- Triển khai mạnh mẽ việc sáp nhập hai kênh kinh doanh OTC và OTC1. Việc sáp nhập này đã mang lại những lợi ích đáng kể cho việc quản trị hệ thống bán hàng của Dược Nam Hà, giúp hệ thống trở nên tinh gọn hơn và tối ưu hóa chi phí vận hành. Tuy nhiên, quá trình này cũng dẫn đến một số biến động về nhân sự, ảnh hưởng tạm thời đến công tác bán hàng và doanh số sau khi sáp nhập. Để nhanh chóng khắc phục tình hình, Ban Điều hành đã thực hiện các biện pháp quyết liệt như đẩy mạnh công tác truyền thông nội bộ và tổ chức các khóa đào tạo sản phẩm. Nhờ đó, đội ngũ bán hàng đã nhanh chóng ổn định trở lại, tiếp tục phát huy hiệu quả trong công việc.
- Ban Điều hành đã chỉ đạo phát triển đa dạng các kênh phân phối phù hợp với xu hướng phát triển của thị trường, đặc biệt tập trung kênh MT (chuỗi nhà thuốc). Với chiến lược sử dụng các sản phẩm điều trị, sản phẩm tiêu biểu của Công ty làm hàng dẫn cho thực phẩm bảo vệ sức khỏe (TPBVSK) và các hàng thông thường khác, công ty đã đạt được những kết quả khả quan. Doanh thu từ kênh MT đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong Quý 3 và Quý 4 năm 2023, so với trước đây doanh số rất thấp. Do kênh này còn mới, tỷ trọng đóng góp vào tổng doanh số mảng kinh doanh OTC vẫn chưa cao nhưng là kênh bán hàng phù hợp với xu hướng phát triển chung của thị trường, và phủ rộng được dấu ấn sản phẩm tới được người tiêu dùng cuối cùng.
- Mảng kinh doanh ETC hàng công ty kinh doanh và hàng phân phối hoàn thành vượt kế hoạch 4%. Tuy nhiên, dù đã đóng góp một phần không nhỏ vào doanh thu của Công ty, tỷ trọng của mảng này chỉ chiếm 19.5%, không đủ để bù đắp được sự giảm sút trên kênh OTC.
- Trong năm qua, Công ty đã triển khai việc chuẩn hóa hồ sơ pháp lý khách hàng, đây là một bước đi tiên phong trên thị trường dược Việt Nam nhằm nâng cao tính minh bạch và hiệu quả trong quản lý khách hàng. Tuy nhiên, quá trình này đã dẫn đến sự giảm sút số lượng khách hàng, khoảng 1.500 khách hàng so với năm 2022. Dù vậy, Công ty tin rằng việc chuẩn hóa này sẽ tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững và lâu dài của Công ty trong tương lai.
- Giữa bối cảnh môi trường kinh doanh còn nhiều yếu tố bất lợi, Công ty đã ưu tiên tập trung vào nhóm hàng chiến lược Hỗ trợ Hệ Hô hấp (Bổ phế Nam Hà và Coldi B-DNH) trong việc triển khai các hoạt động truyền thông, giúp tối ưu hóa chi phí, tập trung nguồn lực trong tiến trình thiết lập thương hiệu và uy tín trên thị trường, tăng sức cạnh tranh của Công ty. Các hoạt động quảng cáo đa nền tảng của các nhãn hàng này như quảng cáo

truyền hình, truyền thanh, quảng cáo trên các phương tiện đại chúng, quảng cáo OTT trên các ứng dụng trực tuyến, quảng cáo trên xe bus, biển ngoài trời LCD, đã tạo được tín hiệu tích cực tới đội ngũ bán hàng và khách hàng.

### 3. Các hoạt động quản trị doanh nghiệp

#### 3.1. Về hoạt động sản xuất

- Năm 2023, Công ty đã hoàn thành kế hoạch sản xuất, đảm bảo cung ứng đầy đủ hàng hóa cho hoạt động kinh doanh.
- Ngoài ra, Công ty đã hoàn thành thẩm định, tái thẩm định và được cấp phép các giấy chứng nhận từ Cơ quan Quản lý Nhà nước, đảm bảo hoạt động sản xuất tuân thủ đúng quy định pháp luật và tiêu chuẩn chất lượng. Các chứng nhận được cấp bao gồm:
  - + Giấy chứng nhận thực hành tốt sản xuất thuốc, nguyên liệu làm thuốc (GMP thuốc);
  - + Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đạt yêu cầu thực hành sản xuất tốt thực phẩm bảo vệ sức khoẻ (GMP TPBVSK);
  - + Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh dược và Giấy chứng nhận đáp ứng thực hành tốt phân phối thuốc (GDP);
  - + Giấy chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng - ISO 9001: 2015;
  - + Giấy chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng cho lĩnh vực trang thiết bị y tế - ISO 13485;
  - + Giấy chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng cho phạm vi sản xuất thực phẩm (cao kẹo ngậm bồ phế candy) - ISO 22000.

- Công ty đã thực hiện giai đoạn 1 (2022 - 2023) dự án đầu tư nâng cấp máy móc thiết bị sản xuất nhằm nâng cao năng suất, giảm chi phí, đảm bảo chất lượng sản phẩm và an toàn lao động.

#### 3.2. Về hoạt động nghiên cứu và phát triển thuốc

Nếu so sánh với các năm trước thì năm 2023 chứng kiến những bước tiến nổi bật về hoạt động nghiên cứu phát triển thuốc của Nam Hà chúng ta. Công ty đã tập trung đầu tư mạnh mẽ vào các hoạt động nghiên cứu và phát triển, đạt được nhiều kết quả quan trọng:

- Về hoạt động phát triển các sản phẩm mới, Công ty đã:
  - + Hoàn thành nghiên cứu, phát triển 6 thuốc tân dược và 15 vị thuốc cổ truyền mới;
  - + Triển khai sản xuất 5 sản phẩm mới, trong đó có 3 sản phẩm thuốc và 2 sản phẩm TPBVSK;
  - + 40 sản phẩm thuốc tân dược đang trong quá trình nghiên cứu giai đoạn 2023-2026.
- Về hoạt động đăng ký, Công ty đã:
  - + 83 sản phẩm được cấp số đăng ký, trong đó có 66 sản phẩm được gia hạn và 17 sản phẩm được cấp số đăng ký mới;

- + Hoàn thiện nộp 210 hồ sơ tại các Cơ quan quản lý. Trong đó có 156 hồ sơ nộp tại Cục Quản lý Dược, 39 hồ sơ nộp tại Cục Quản lý Y, Dược cổ truyền, 03 hồ sơ công bố nộp tại Cục An toàn thực phẩm, 04 hồ sơ nộp tại Cục Cơ sở hạ tầng và Thiết bị y tế, 03 hồ sơ nộp tại Bộ Y tế và 5 hồ sơ xuất khẩu.
- Về hoạt động đầu tư trang thiết bị nghiên cứu, Công ty đã:
  - + Hoàn thành việc mua sắm và đưa vào vận hành một số thiết bị phân tích của các nước G7 như hệ thống HPLC, máy thử độ hòa tan...
- Về hoạt động nâng cao tiêu chuẩn chất lượng và tiết kiệm chi phí, Công ty đã:
  - + Nghiên cứu bổ sung các nguồn nguyên liệu mới nhằm đa dạng nguồn cung ứng cũng như tiết kiệm được chi phí sản xuất cho 34 sản phẩm;
  - + Xây dựng tiêu chuẩn và lên kế hoạch theo dõi độ ổn định của 60 thuốc;
  - + Hoàn thiện công thức và định mức vật tư cho 15 sản phẩm mới;
  - + Điều chỉnh, cải tiến định mức vật tư kỹ thuật phù hợp với điều kiện sản xuất thực tế cho 50 sản phẩm.
- Về hoạt động nâng cao chất lượng đội ngũ chuyên môn, Công ty đã:
  - + Cử CBNV tham gia các chương trình đào tạo chuyên môn ngắn hạn tại Viện Kiểm nghiệm thuốc Trung Ương, Trung tâm đào tạo và hỗ trợ doanh nghiệp dược mỹ phẩm - Cục Quản lý Dược, Trung tâm Dược lý lâm sàng - Đại học Y Hà Nội ...

### 3.3. Về hoạt động truyền thông, quảng bá thương hiệu

- Trong năm vừa qua, Dược Nam Hà đã đẩy mạnh các hoạt động truyền thông thương hiệu trên nhiều nền tảng bao gồm báo chí, truyền hình và mạng xã hội. Công ty đã triển khai các hoạt động truyền thông và quảng cáo như chương trình Táo quân 2023 trên VTV và HTV, quảng cáo OTT trên App FPT Play và VTVGO, quảng cáo trên truyền thanh VOV Giao thông và Joy FM, cùng các chiến dịch Digital và bảng biển ngoài trời tại khu vực công cộng và xe buýt;
- Công ty cũng đã tham gia tài trợ và đồng hành tổ chức nhiều sự kiện quan trọng. Điển hình là Triển lãm Y tế quốc tế Việt Nam do Hiệp hội Doanh nghiệp Dược Việt Nam phối hợp tổ chức, sự kiện tri ân thầy thuốc 27/2, tài trợ Bệnh viện Phổi TW, Ngày hội Thẻ Việt Nam, chương trình hiến máu tình nguyện, tài trợ sản phẩm và hiện kim cho các chương trình thiện nguyện vùng sâu vùng xa;
- Dược Nam Hà đã thực hiện các hội nghị chuyên đề khoa học kết hợp thăm quan nhà máy, mời các nhà khoa học, bác sĩ trình bày tại hội thảo. Kết quả được các chủ nhà thuốc, khách hàng và đối tác đánh giá cao, gia tăng nhận thức về các sản phẩm Công ty. Một số hội nghị được kể đến như Hội nghị khoa học Hội Hô hấp Việt Nam, Ngày hội Đông y 2023, Hội nghị người tiêu dùng;
- Về hoạt động truyền thông nội bộ, công ty đã tổ chức nhiều chương trình ý nghĩa như tri ân Ngày Thầy thuốc Việt Nam 27/2, chào mừng Ngày Quốc tế Phụ nữ 8/3, chương trình team building và du lịch toàn công ty tại TP Hạ Long; chương trình Vui Trung thu cho con em CBCNV, chúc mừng Ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10, tổ chức sinh nhật hàng quý cho

CBCNV toàn công ty, hội nghị sơ kết - tổng kết và định hướng kế hoạch kinh doanh mới, và thành công tổ chức Đại hội công đoàn cùng Hội nghị Người lao động;

- Các chương trình triển khai với Khách hàng như du xuân đầu năm, du lịch trong nước (Phú Quốc, Đà Nẵng, Hạ Long), du lịch nước ngoài (Nhật Bản, Singapore, Malaysia), chương trình thẻ cào trúng thưởng.

### 3.4. Về công tác quản lý vận hành

- Cơ cấu tổ chức luôn được đánh giá và cập nhật thường xuyên, đảm bảo sự linh hoạt và phù hợp với các biến động của thị trường cũng như nhu cầu phát triển nội bộ. Công ty đã điều chỉnh và ban hành Cơ cấu tổ chức và Chức năng nhiệm vụ chi tiết từng đơn vị trong công ty nhằm tối ưu hóa nguồn lực và hiệu quả chi phí;
- Hoàn thiện tái cấu trúc hệ thống kinh doanh OTC (gộp toàn bộ hệ thống kinh doanh OTC và OTC1 tạo nên khối kinh doanh thống nhất), đồng thời đánh giá lại tính hiệu quả kinh doanh, đội nhóm bán hàng, độ phủ khách hàng, chi phí vận hành logistics tại từng địa bàn kinh doanh để thực hiện phân bổ lại địa bàn, cắt giảm nhân sự, phân bổ lại các vùng kinh doanh chưa hiệu quả với các Nhà phân phối, Đại lý;
- Sắp xếp lại tổ chức bộ máy của hệ thống kinh doanh ETC trên toàn quốc nhằm tăng hiệu quả hoạt động và tối ưu năng lực đội ngũ kinh doanh;
- Ban hành Quy chế lương mới cho hệ thống kinh doanh OTC, chuẩn hoá lại cách tính lương cho đội ngũ back-office phù hợp với tính chất công việc và ghi nhận được năng lực cũng như mức độ đóng góp của CBNV đối với hiệu quả hoạt động của Công ty;
- Chăm lo việc làm, đảm bảo thu nhập ổn định và các chế độ phúc lợi cho người lao động;
- Trong năm 2023, Công ty đã bước đầu thực hiện chuyển đổi số hệ thống quản trị thông qua việc đưa vào triển khai và nâng cấp hệ thống phần mềm quản trị bao gồm:
  - + Nâng cấp thêm các tính năng quản lý checkin GPS, quản lý các chính sách và chương trình Marketing, thưởng bán hàng ... trên DMS - Phần mềm quản lý hệ thống phân phối và bán hàng, giúp theo dõi độ phủ điểm bán trên thị trường, doanh thu theo thời gian thực, kiểm soát tình trạng đơn hàng và hiệu suất đội ngũ kinh doanh;
  - + Nâng cấp thêm các tính năng trong quản lý Kho và Phân phối trên Bravo - Phần mềm số hóa quy trình đơn hàng từ Kinh doanh đến Kế toán, Kho và Phân phối giao hàng; quản lý toàn bộ trên hệ thống, giảm thiểu thao tác và sai sót, đồng thời kiểm tra và cập nhật kịp thời tình trạng hàng hóa giao nhận với khách hàng;
  - + Bắt đầu vận hành chính thức Coffee HR - Phần mềm nhân sự, giúp nâng cao hiệu quả quản lý nhân sự, số hóa hồ sơ cán bộ nhân viên và đảm bảo minh bạch trong công tác lương thưởng và chế độ phúc lợi;
  - + Năm 2023, Công ty điều chỉnh lại các tính năng và tái khởi động sử dụng Base Wework - Phần mềm giao việc và quản lý công việc bằng công nghệ 4.0, giúp quản lý tiến độ công việc, nguồn lực được liên tục và hiệu quả;
  - + Tiếp tục sử dụng Cổng thông tin tương tác khách hàng Zalo OA, giúp tăng cường tương tác và hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả;

- + In mã QR cho một số dòng sản phẩm chủ lực, giúp dễ dàng truy xuất nguồn gốc, tăng cường sự minh bạch và tin cậy của khách hàng đối với sản phẩm, đồng thời hỗ trợ quản lý và đảm bảo hàng hóa được phân phối đúng địa bàn.

Những giải pháp công nghệ nêu trên tạo sự thuận lợi trong phối hợp công việc giữa các bộ phận trong công ty, tăng năng suất, hiệu quả làm việc.

- Trong năm 2023, Công ty cũng đã hoàn thành xuất sắc quyết toán thuế năm 2021, 2022.

#### 4. Hoạt động hợp tác phát triển và đầu tư dự án

- Năm vừa qua, Công ty đã tích cực chủ động tìm kiếm cơ hội hợp tác với nhiều đối tác nước ngoài, với mục tiêu nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh tại thị trường nội địa, cũng như hướng tới đáp ứng các tiêu chuẩn cao để xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường tiềm năng trên thế giới, bao gồm:
  - + Lập báo cáo nghiên cứu khả thi đối với Dự án đầu tư xây dựng nhà máy sản xuất thuốc theo tiêu chuẩn cGMP của FDA;
  - + Hợp tác với chuyên gia Nhật Bản trong công nghệ chiết xuất các hoạt chất, nguyên liệu làm thuốc từ cây dược liệu;
  - + Nhập khẩu và phân phối các sản phẩm công nghệ cao trong lĩnh vực dược phẩm và trang thiết bị, vật tư y tế;
  - + Xuất khẩu các sản phẩm của Công ty sang các thị trường mới;
- Ngoài ra, vào tháng 5/2023, Công ty đã tham dự Hội nghị thường niên lần thứ 17 của Hiệp hội thuốc Generic và thuốc tương tự sinh học Nhật Bản và tổ chức thành công Hội thảo về nguy cơ khủng hoảng nguồn cung cấp và chuyển dịch chuỗi cung ứng các nguyên liệu thô, chất trung gian, dược chất và kết nối Việt Nam, ASEAN, Nhật Bản. Hội thảo được giới chuyên gia lĩnh vực dược phẩm Nhật Bản đánh giá cao và thu hút sự quan tâm, mong muốn hợp tác đầu tư của nhiều đối tác Nhật Bản.
- Đối với dự án vùng trồng dược liệu Quốc gia theo đề án 1719:
  - o Công ty đã phối hợp với UBND tỉnh Điện Biên thực hiện khảo sát vị trí dự án; nghiên cứu, phân tích khả năng tiêu thụ các sản phẩm khi thu hoạch; thống nhất danh mục dược liệu sẽ trồng;
  - o Tham gia các Hội thảo tập huấn về triển khai dự án trồng dược liệu;
  - o Phối hợp chặt chẽ với UBND tỉnh Điện Biên để thúc đẩy tiến độ ra thông báo lựa chọn đơn vị chủ trì chuỗi liên kết;
  - o Trong quá trình triển khai dự án, Công ty nhận thấy có nhiều khó khăn, thách thức đến từ chính việc phối kết hợp giữa các cơ quan, ban, ngành liên quan cũng như nguồn lực nội tại của Công ty. Để đáp ứng tình hình triển khai dự án thực tế, Công ty đã tiến hành tìm kiếm thuê đơn vị tư vấn xây dựng hồ sơ đề xuất;
  - o Ngoài các công việc triển khai đối với vùng dược liệu Điện Biên, Công ty đã tổ chức đưa các đoàn chuyên gia Trung Quốc, Nhật Bản đi khảo sát các vùng trồng tại Tuyên Quang, Yên Bai, Bắc Giang với mục tiêu tìm kiếm cơ hội hợp tác với

các đối tác trong nước nhằm phát triển vùng trồng săn có thành vùng trồng dược liệu điển hình cho Dược Nam Hà, hợp tác khai thác và mở rộng quy mô.

- Đối với dự án nước uống đóng chai tại Nam Định:
  - o Công ty đã thực hiện đăng ký bảo hộ nhãn hiệu; thực hiện đánh giá thị trường, đánh giá tiềm năng và mức độ cạnh tranh của sản phẩm tại mỗi kênh phân phối;
  - o Tìm kiếm đơn vị gia công sản xuất thử sản phẩm để đánh giá tín hiệu từ thị trường;
- Đối với dự án nhà máy GMP sản xuất dược liệu và dây chuyền máy chiết xuất hoạt chất dược chất từ cây dược liệu:
  - o Công ty triển khai công tác thu thập dữ liệu, khảo sát, lập bản vẽ quy hoạch tổng thể bước đầu và layout nhà xưởng sơ chế dược liệu, xưởng dược liệu phiến, hệ thống kho;
  - o Lấy ý kiến phản biện để điều chỉnh bản vẽ quy hoạch tổng thể bước đầu;
- Đối với dự án xây kho lạnh bảo quản vắc xin, sinh phẩm y tế tại kho Ngọc Hồi:
  - o Công ty đã đưa một số đối tác trong nước và đối tác Đài Loan vào khảo sát mặt bằng, lên layout, xây dựng phương án đầu tư, lựa chọn công nghệ, giải pháp kỹ thuật và báo giá tương ứng.

## 5. Các giải thưởng lớn

Năm 2023, Công ty đã vinh dự đạt được các giải thưởng, chứng nhận danh giá, góp phần khẳng định vị thế và uy tín của thương hiệu trên thị trường dược phẩm Việt Nam, đó là:

- Top 5 công ty Đông dược Việt Nam uy tín 04 năm liên tiếp.
- Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam 10 năm liên tiếp.
- 23 năm liên tiếp đạt danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao.
- Top 10 doanh nghiệp sáng tạo và kinh doanh hiệu quả năm 2023.
- Chứng nhận Thương hiệu quốc gia Việt Nam.
- Sản phẩm Bổ Phế Nam Hà đạt thương hiệu đồng y tiêu biểu.
- Sản phẩm An cung Ngưu hoàng hoàn đạt chứng nhận sản phẩm, dịch vụ đồng y tiêu biểu.

## 6. Trách nhiệm với cộng đồng và xã hội

Là một doanh nghiệp dược phẩm lâu đời tại Việt Nam, Dược Nam Hà luôn đặt mục tiêu kinh doanh gắn liền với giá trị cộng đồng và trách nhiệm xã hội, đồng thời chú trọng đến các hoạt động hướng tới con người. Trong năm vừa qua, Công ty đã thực hiện nhiều hoạt động ý nghĩa:

- Công ty đã tổ chức gặp mặt lãnh đạo huyện Bắc Hà, tỉnh Lào Cai và ký kết Biên bản ghi nhớ về việc sản xuất, hỗ trợ chế biến và tiêu thụ sản phẩm từ các cây dược liệu cho nhân dân trên địa bàn huyện Bắc Hà trong năm 2024 và giai đoạn 2024 - 2030;
- Tổ chức khám bệnh, tư vấn sức khỏe và cấp thuốc miễn phí cho các cựu Thanh niên xung phong;
- Trao tặng các sản phẩm chăm sóc sức khoẻ đến Quỹ Bảo trợ Trẻ em Việt Nam với mong muốn giúp đỡ và bảo vệ trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt, khó khăn trên cả nước;

- Phối hợp với mạng lưới AloBacsi tổ chức khám chữa bệnh và cấp phát thuốc miễn phí cho cộng đồng;
- Tài trợ hiện vật và cổ vũ chuyên môn cho cuộc thi Olympia Dược học. Đây là cuộc thi được tổ chức hàng năm dành cho sinh viên các trường Đại học/Học viện/Cao đẳng Y Dược tại khu vực miền Bắc.

## 7. Kết luận

Trong bối cảnh nền kinh tế thế giới và trong nước đổi mới với những biến động lớn, việc duy trì sự tăng trưởng và ổn định cho doanh nghiệp là một thách thức không nhỏ. Ban Điều hành đã hoàn thành nhiệm vụ để vượt qua khó khăn, nghiêm chỉnh tuân thủ các quy định pháp luật; mở rộng sản xuất kinh doanh; phát triển bền vững, tối ưu hiệu quả, sẵn sàng đầu tư mở rộng và phát triển.

Mặc dù chưa đạt kỳ vọng về doanh thu và lợi nhuận đầy tham vọng như kế hoạch 2023 nhưng hoạt động sản xuất kinh doanh vẫn có lợi nhuận ổn định và đạt mức tăng trưởng cao so với các năm trước. Trong bối cảnh nhiều doanh nghiệp lớn trong ngành dược nói riêng và sản xuất nói chung sụt giảm nghiêm trọng, có nguy cơ mất vốn thì kết quả sản xuất kinh doanh mà Nam Hà đạt được năm 2023 vẫn giúp chúng ta duy trì vị thế Top 5 Công ty dược uy tín Việt Nam, Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam.

## II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2024:

### 1. Dự phóng môi trường kinh doanh

- Theo dự báo của các tổ chức quốc tế (trong đó có Ngân hàng Thế giới - World Bank, 11/2023), tăng trưởng kinh tế thế giới tiếp tục chậm lại trong năm 2024 (từ 3.5% của năm 2022 xuống 3% trong năm 2023 và 2.1% trong năm 2024);
- Không nằm ngoài bối cảnh kinh tế thế giới, dự báo tăng trưởng của toàn ngành dược phẩm Việt Nam tiếp tục gặp nhiều thách thức và hạn chế trong năm 2024. Nguyên nhân đến từ chi phí nguyên liệu chính (API) tăng do tình hình thị trường toàn cầu và sự khan hiếm nguồn cung; sự biến động của tỷ giá hối đoái gây ảnh hưởng đến chi phí nhập khẩu nguyên liệu và sản xuất; các cơ quan quản lý Y tế và Dược phẩm ngày càng siết chặt quy định về chất lượng, an toàn và quảng cáo; và sự cạnh tranh gay gắt từ các công ty trong và ngoài nước;
- Doanh thu mảng thuốc kê đơn và thiết bị y tế cho các bệnh viện công dự kiến sẽ trở về mức bình thường sau khi đã có dấu hiệu phục hồi trong năm 2023 nhờ các chính sách hỗ trợ. Đây là tín hiệu tích cực cho các bệnh viện và các công ty có hợp đồng lớn với bệnh viện trong năm 2024.
- Mảng kinh doanh OTC đã giảm vào cuối năm 2023 do người tiêu dùng tiết kiệm chi tiêu, dự kiến sự sụt giảm này sẽ tiếp tục trong năm 2024. Thương mại điện tử và chuỗi nhà thuốc đang tạo ra nhiều lựa chọn hơn cho người tiêu dùng, và sẽ ngày càng đóng vai trò quan trọng.
- Việt Nam hiện có 51 doanh nghiệp dược có vốn đầu tư nước ngoài, 228 doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn WHO - GMP, 18 doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn EU-GMP hoặc tương đương. Tuy nhiên, ngành công nghiệp này ở nước ta vẫn chưa đảm bảo tự chủ về nguyên liệu,

thuốc chữa bệnh. Nhiều nhà máy mới chỉ đầu tư dây chuyền sản xuất các dạng bào chế quy ước, tập trung vào những loại thuốc thông thường, các thuốc generic nên mức độ cạnh tranh cao và các doanh nghiệp dược trong nước có xu hướng rơi vào thị trường máu - tức cạnh tranh nhau bằng giảm giá liên tục (đạp giá) trong khi margin lợi nhuận của các thuốc này không có, vô hình chung sẽ giảm động lực đầu tư vào dây chuyền sản xuất theo tiêu chuẩn cao hơn, giảm đầu tư vào R&D và áp dụng các công nghệ bào chế, sản xuất mới.

- Trong bối cảnh trên, để nâng cao và có bước nhảy vọt cho các Công ty dược Việt Nam, các doanh nghiệp cần tập trung hiện đại hóa dây chuyền, công nghệ chế biến, bào chế các sản phẩm có chất lượng cao dưới dạng thuốc y học cổ truyền hoặc dạng bào chế hiện đại theo tiêu chuẩn GMP để có thể sản xuất ở quy mô lớn, đáp ứng nhu cầu trong nước và hướng đến xuất khẩu; tiêu chuẩn hóa về hàm lượng hoạt chất/chất đánh dấu. Đồng thời, cải thiện năng lực tiếp cận chuyển giao công nghệ, từ cơ sở vật chất kỹ thuật đến nguồn nhân lực chất lượng cao. Vì vậy cuộc đua đạt các tiêu chuẩn EU/cGMP FDA trở nên quyết liệt và rõ ràng hơn trong những năm tới vì quyết định tiềm lực cạnh tranh của nhiều doanh nghiệp trong dài hạn. Điều này đồng nghĩa gia tăng áp lực nguồn vốn tích luỹ cho việc đầu tư để nâng cấp và đầu tư mới cơ sở hạ tầng sản xuất theo tiêu chuẩn GMP cao hơn, tìm kiếm các đối tác/chuyên gia có kinh nghiệm, chuyên môn cao và năng lực trong toàn bộ quá trình đầu tư - vận hành - kinh doanh các sản phẩm chất lượng cao.
- Chính sách của Cơ quan quản lý sẽ tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp dược phẩm sản xuất trong nước đang có kế hoạch theo đuổi tiêu chuẩn GMP cao hơn của EU và FDA trong năm 2024 và những năm tiếp theo. Theo Quyết định 1165/QĐ-TTg năm 2023, Chính phủ đặt mục tiêu thuốc sản xuất trong nước đáp ứng 80% nhu cầu sử dụng và 70% giá trị thị trường vào năm 2030. Việc sửa đổi Luật Dược dự kiến sẽ được thông qua trong năm 2024, giúp giảm bớt thách thức và tạo thêm động lực cho các doanh nghiệp theo đuổi các tiêu chuẩn cao như EU/cGMP FDA. Các chính sách này được kỳ vọng sẽ cải thiện thị phần cho các doanh nghiệp trong nước so với sản phẩm nhập khẩu, nhưng tác động rõ ràng hơn sẽ xuất hiện vào những năm tiếp theo (2025 - 2026 trở đi).

## 2. Kế hoạch sản xuất kinh doanh

### 2.1. Các chỉ tiêu chính

*Đơn vị: tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Thực hiện 2023	Kế hoạch 2024	% Tăng trưởng
Tổng doanh thu	1.001	1.102	+10%
Tổng chi phí	950	1,050	+10%
Lợi nhuận trước thuế	50	51	+2%
Lợi nhuận sau thuế	40	41	+3%

### 2.2. Các giải pháp thực hiện

#### a. Hoạt động kinh doanh

- Tiếp tục đẩy mạnh phát huy lợi thế các sản phẩm Đông dược. Tập trung nguồn lực, xây dựng các chính sách ưu đãi, chương trình thu hút khách hàng nhằm tăng mức độ nhận diện các sản phẩm Nam Hà tới người tiêu dùng và tăng độ phủ tại thị trường miền Trung và miền Nam.

#### **Đối với kênh kinh doanh OTC:**

- Chiến lược sản phẩm:
  - + Khai thác triệt để lợi thế cạnh tranh và thương hiệu mạnh của nhóm sản phẩm chủ lực Đông dược nhằm hỗ trợ và thúc đẩy sự phát triển của các dòng sản phẩm khác;
  - + Tiến hành phân tích và đánh giá kỹ lưỡng để xác định những sản phẩm tiềm năng, từ đó định hướng phát triển và đầu tư để đưa các sản phẩm này trở thành nhóm sản phẩm chủ lực trong danh mục sản phẩm của công ty;
  - + Thực hiện cải tiến chất lượng và tính năng của các sản phẩm hiện có để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Đồng thời, nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới ra thị trường.
- Chiến lược giá:
  - + Kiên định thực hiện chính sách bán hàng bình ổn giá, đồng thời đảm bảo lợi nhuận cho khách hàng thông qua việc triển khai các hoạt động Trade Marketing và truyền thông hiệu quả, nhằm mục tiêu thúc đẩy sản phẩm ra khỏi các nhà thuốc và quầy thuốc, tăng cường sự hiện diện và lưu thông của sản phẩm trên thị trường.
- Chiến lược phân phối:
  - + Định hướng phát triển kênh phân phối theo cả chiều rộng và chiều sâu;
  - + Thiết lập quan hệ đối tác với các sàn thương mại điện tử nhằm đa dạng hóa kênh phân phối, mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng và tăng doanh số bán hàng trực tuyến;
  - + Tận dụng các nền tảng mạng xã hội phổ biến như Facebook và TikTok để quảng bá sản phẩm và thực hiện bán hàng trực tiếp. Điều này giúp tăng cường tương tác với khách hàng, nâng cao nhận diện thương hiệu và thúc đẩy doanh số bán hàng;
  - + Tiếp tục mở rộng kênh phân phối bằng cách hợp tác với các chuỗi nhà thuốc lớn và hệ thống cửa hàng Mẹ & Bé, nhằm đảm bảo sản phẩm có mặt tại các địa điểm mua sắm quen thuộc và thuận tiện cho khách hàng;
  - + Tiếp tục duy trì mạng lưới đại lý phân phối trên toàn quốc để mở rộng phạm vi tiếp cận đến những khu vực chưa có điều kiện phân phối trực tiếp và đảm bảo cung ứng sản phẩm kịp thời.
- Chiến lược tiếp thị và truyền thông:
  - + Phát triển các chương trình bán hàng trọng điểm được điều chỉnh linh hoạt theo từng thời điểm và từng khu vực cụ thể nhằm tối ưu hóa doanh số và đáp ứng nhu cầu thị trường đa dạng;

- + Thực hiện đồng bộ các chương trình dành cho đội ngũ bán hàng và khách hàng, với mục tiêu thúc đẩy hiệu quả kinh doanh từ cả bên trong và bên ngoài;
- + Tái định vị nhóm sản phẩm chủ lực, tập trung vào việc thu hút và phục vụ phân khúc khách hàng trẻ tuổi hơn, nhằm đáp ứng xu hướng tiêu dùng hiện đại và mở rộng thị trường tiềm năng;
- + Tiếp tục duy trì và kết hợp hiệu quả các kênh trực tuyến như mạng xã hội, sàn thương mại điện tử, cùng với các phương tiện truyền thông truyền thống, để quảng bá sản phẩm và tiếp cận khách hàng mục tiêu một cách toàn diện.
- Chiến lược khách hàng:
  - + Thực hiện việc phân loại khách hàng một cách chi tiết để xác định rõ đặc điểm và nhu cầu của từng nhóm khách hàng, từ đó xây dựng các chương trình và chính sách phù hợp, đảm bảo tiếp cận đúng đối tượng mục tiêu;
  - + Tiếp tục tiến hành chuẩn hóa hồ sơ pháp lý của khách hàng, đồng thời thực hiện rà soát và xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng chính xác và đầy đủ, nhằm hỗ trợ hiệu quả cho các hoạt động kinh doanh và tiếp thị;
  - + Chú trọng vào việc duy trì và phát triển mối quan hệ tốt đẹp với các khách hàng hiện tại, nhằm tăng cường sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng, từ đó thúc đẩy gia tăng doanh số từ nhóm khách hàng này;
  - + Triển khai các chiến lược mở rộng khách hàng mới, đặc biệt tập trung vào các khu vực miền Trung và miền Nam.
- Chiến lược nguồn nhân lực:
  - + Tập trung đào tạo và thay đổi tư duy, phong cách bán hàng của đội ngũ kinh doanh.

#### **Đối với kênh kinh doanh ETC:**

- Mở rộng danh mục sản phẩm trong đó có vị thuốc cổ truyền, trang thiết bị, vật tư y tế; tập trung vào các nhóm sản phẩm điều trị có xu hướng gia tăng nhu cầu của thị trường trong nước và thế giới; và các sản phẩm Đông dược là thế mạnh của Công ty;
- Tiếp tục đẩy mạnh phân phối sản phẩm thuộc gói thầu cung cấp thuốc chống Lao 2024 - 2025;
- Tích cực triển khai, tham dự các gói thầu Dược liệu, Vị thuốc cổ truyền;
- Tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động phân phối và tiếp cận sâu hơn vào thị trường miền Nam, một thị trường mới với tiềm năng phát triển lớn;
- Chủ động tìm kiếm và thiết lập quan hệ với các đối tác và nhà cung ứng mới, nhằm tăng số lượng nhà cung ứng và mở rộng lượng hàng ủy quyền để phân phối tại các khu vực được ủy quyền;
- Triển khai các hoạt động marketing, tổ chức các hội nghị, hội thảo dành cho tổ chức, cơ sở y tế.

#### **Đối với kênh kinh doanh gia công:**

- Xây dựng chính sách gia công hấp dẫn để thu hút thêm khách hàng mới;
- Đẩy mạnh hợp tác với đối tác gia công chiến lược để thúc đẩy bán hàng tại thị trường trong nước và tăng cường xuất khẩu cho các thị trường nước ngoài.

**b. Hoạt động sản xuất:**

- Xây dựng kế hoạch sản xuất tối ưu, đảm bảo cung ứng đầy đủ hàng hóa cho kinh doanh với mục tiêu 100% sản phẩm sản xuất đạt tiêu chuẩn xuất xưởng, trong đó có 99.5% đạt chất lượng loại A;
- Kiểm tra giám sát quy trình sản xuất, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và an toàn lao động;
- Triển khai số hóa quy trình sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả quản lý, tối ưu hóa các khâu sản xuất, giảm thiểu sai sót và chi phí;
- Tiếp tục đầu tư mua sắm các thiết bị kiểm nghiệm theo hướng tự động hóa, giải phóng sức lao động cho những hoạt động máy móc có thể làm để tối ưu các nguồn lực.

**c. Hoạt động nghiên cứu phát triển:**

- Triển khai nghiên cứu, xây dựng công thức và soạn thảo, nộp hồ sơ đăng ký cho 20 sản phẩm mới;
- Nghiên cứu, soạn thảo và nộp hồ sơ đăng ký cho 20 vị thuốc cổ truyền;
- Nộp hồ sơ gia hạn cho 2 sản phẩm thuốc;
- Tiếp tục dự án thử tương đương sinh học cho 2 loại thuốc mới;
- Cải tiến kỹ thuật và làm mới 3 sản phẩm;
- Nghiên cứu và phát triển các sản phẩm nhập khẩu mới để phân phối trong nước;
- Đầu tư nhân lực cho hoạt động QC, cho R&D để tăng tốc hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm mới;
- Bổ sung máy móc thiết bị phục vụ cho hoạt động nghiên cứu sản phẩm.
- Tăng cường hợp tác với các chuyên gia ngành dược.
- Tham gia các lớp đào tạo nâng cao chuyên môn do các trường Đại học, Vụ, Viện, Trung tâm đào tạo ngành dược tổ chức.
- Tham gia các triển lãm khoa học công nghệ, các hội chợ dược phẩm trong và ngoài nước.

**d. Hoạt động đầu tư dự án**

Tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động hợp tác, liên doanh, liên kết với các Đối tác trong và ngoài nước có năng lực tài chính, kinh nghiệm và chuyên môn cao trong lĩnh vực dược phẩm, vật tư, nguyên liệu; có năng lực kinh doanh và phân phối tại các thị trường mà Nam Hà hướng tới nhằm triển khai các phương án đầu tư sau:

- Kết hợp và vận dụng linh hoạt, sáng tạo giữa đầu tư và M&A các doanh nghiệp có lợi thế và nguồn lực sẵn có trong lĩnh vực y tế (dược, vật tư, nguyên liệu ...) dựa trên nguyên tắc đầu tư vào các doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ công nghệ cao, kỹ thuật cao;
- Tiếp tục đầu tư, mua sắm máy móc nâng cao công suất của 2 nhà máy hiện tại ở Nam Định với giai đoạn 2 (2024 – 2025);

- Tiếp tục nghiên cứu và xây dựng kế hoạch nhà máy FDA-GMP với mục tiêu dài hạn đáp ứng tiêu chuẩn áp dụng cho nhà máy sản xuất Dược phẩm ngày càng nâng cao, mở rộng danh mục các sản phẩm có giá trị cao và mở rộng thị trường xuất khẩu sang các quốc gia trên thế giới;
- Đầu tư dây chuyền máy chiết xuất dược liệu nhằm chiết xuất hoạt chất dược chất đạt tiêu chuẩn quốc tế bằng việc hợp tác và nhận chuyển giao công nghệ với đối tác Nhật Bản, đón đầu xu hướng dịch chuyển nguồn cung nguyên liệu dược phẩm của thế giới;
- Đầu tư, cải tạo kho Ngọc Hồi; xây kho lạnh bảo quản vaccine và sinh phẩm y tế ở điều kiện nhiệt độ 2-8 độ C đáp ứng nhu cầu của Công ty cũng như cho thuê.

**e. Hoạt động quản trị doanh nghiệp**

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và yêu cầu về sự minh bạch, hiệu quả trong hoạt động kinh doanh ngày càng cao, Dược Nam Hà không ngừng đẩy mạnh các hoạt động quản trị doanh nghiệp và chuyển đổi số. Mục tiêu của các hoạt động này là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển văn hóa doanh nghiệp, tối ưu hóa quy trình và tăng cường quản trị rủi ro. Các hoạt động cụ thể bao gồm:

- Tập trung đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tạo nền tảng phát triển bền vững cho Công ty;
- Đẩy mạnh phát triển văn hóa doanh nghiệp lành mạnh, tạo môi trường làm việc tích cực và công bằng, khuyến khích cộng tác, thúc đẩy đổi mới, góp phần nâng cao hiệu suất công việc chung cũng như thu hút và giữ chân nhân tài;
- Tiếp tục hoàn thiện quy chế lương thưởng gắn với bộ đánh giá chi tiết, nhằm đảm bảo công bằng và minh bạch trong việc đánh giá hiệu suất, khuyến khích động viên nhân viên nâng cao năng suất và chất lượng công việc;
- Rà soát và cải tiến, bổ sung các quy chế, quy trình quản lý phù hợp nhằm nâng cao khả năng phối hợp hoạt động giữa các đơn vị trong Công ty;
- Tiếp tục triển khai số hóa các quy trình nội bộ, quy trình sản xuất và xây dựng hệ thống báo cáo tập trung từ số liệu hệ thống bán hàng toàn quốc;
- Tìm kiếm các nhà cung ứng có chi phí thấp hơn để tiết kiệm chi phí sản xuất, từ đó tăng khả năng cạnh tranh về giá cả của sản phẩm Công ty;
- Tăng cường hoạt động quản trị rủi ro, tối ưu hóa chi phí nhằm duy trì lợi nhuận và đề phòng trước những biến đổi khó lường của tình hình kinh doanh;

**f. Trách nhiệm với cộng đồng và xã hội**

Tại Dược Nam Hà, trách nhiệm với cộng đồng và xã hội không chỉ là một nhiệm vụ mà còn là một truyền thống lâu đời được duy trì và phát triển qua nhiều thế hệ. Với tâm huyết và cam kết chân thành trong việc nâng cao sức khỏe cộng đồng, Dược Nam Hà kiên định tiếp tục thực hiện các hoạt động thiết thực, nhằm tác động sâu sắc đến ý thức cộng đồng, hướng tới mục tiêu chung tay chăm sóc và bảo vệ sức khỏe, đồng thời lan tỏa các giá trị tốt đẹp để xây dựng một cuộc sống khỏe mạnh hơn. Hành trình nâng cao sức khỏe và trách nhiệm xã hội năm 2024 của Dược Nam Hà sẽ được tiếp nối bằng các hoạt động:

- Đồng hành trong các hội nghị, hội thảo Y Dược do các Bộ, Ban, Ngành, Hội Đông Y, Hội Hô hấp, Bệnh viện phổi Trung Ương tổ chức. Qua đó, Dược Nam Hà góp phần nâng cao

nhận thức về sức khỏe cho người dân cũng như sự phát triển chung của ngành y, dược nước nhà;

- Tổ chức các đợt khám chữa bệnh, cấp phát thuốc miễn phí và tư vấn sức khỏe cho các đối tượng yếu thế/thiệt thòi trong xã hội, các gia đình gặp hoàn cảnh khó khăn;
- Tham gia các hoạt động từ thiện, tài trợ cho các chương trình giáo dục và y tế;
- Đảm bảo điều kiện làm việc an toàn và công bằng cho người lao động, tuân thủ luật pháp;
- Sản xuất sản phẩm thân thiện với môi trường, an toàn cho người sử dụng;
- Đảm bảo lượng khí thải, nước thải đã qua xử lý đạt tiêu chuẩn trước khi đưa ra môi trường; hạn chế rác thải, tiết kiệm năng lượng góp phần giảm phát thải khí nhà kính CO<sub>2</sub>.

Trên đây là báo cáo của Ban Điều hành về tình hình sản xuất kinh doanh năm 2023 và kế hoạch kinh doanh năm 2024.

Thay mặt Ban Điều hành, tôi xin gửi lời cảm ơn thành tới các quý vị Cổ đông, các đối tác và đội ngũ CBNV đã gắn bó, ủng hộ trong thời gian qua.

Ban Điều hành mong muốn tiếp tục nhận được sự chỉ đạo, hỗ trợ của các cấp lãnh đạo và sự tin tưởng, gắn bó của các Cổ đông và tập thể CBNV trong thời gian tới.

Kính chúc toàn thể Quý vị đại biểu, Cổ đông, Đối tác, CBNV sức khỏe, hạnh phúc, thành công!

Trân trọng cảm ơn Đại hội !

**Nơi nhận:**

- Như kính gửi ;
- Lưu HCNS.

**TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

**HÀ THANH THỦY**

