

Thanh Hóa, ngày 29 tháng 03 năm 2021

BÁO CÁO

(*Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2020
và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2021*)

A. KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020

I. TÌNH HÌNH CHUNG

1. Thuận lợi.

- Trong tháng Năm và tháng Sáu, sau khi dỡ bỏ giãn cách xã hội thời tiết nắng nóng nên việc tiêu thụ sản phẩm được thuận lợi.

Công tác dự báo, chuẩn bị nguyên vật liệu, nấu bia được thực hiện sớm từ tháng Tư. Do vậy, sang tháng Năm công ty đáp ứng đầy đủ sản phẩm khi sản lượng tăng đột biến.

Phát huy được vai trò đầu mối thông tin trực tiếp, gián tiếp trong công tác điều hành sản xuất, bán hàng.

- Bắt đầu từ giữa tháng Năm: TCT giao lại sản lượng sản xuất bia Hà Nội, Công ty đã chuẩn bị trước được men để sản xuất, do vậy sản lượng TCT giao và giao thêm đều đáp ứng sản xuất đủ.

- Công ty Thương mại đã thích ứng với việc giãn cách xã hội trong công tác bán hàng: sản phẩm bia hơi chai PET giao bán hàng tận nhà. Sản phẩm bia Box, bia chai trong thời gian này vẫn tiêu thụ được tại tuyến huyện. Do đó, đã duy trì được công tác sản xuất trong các tháng Ba và Tư.

- Từ tháng 01/2020: TCT giao thêm công tác tiêu thụ sản phẩm HABECO cho Công ty TNHH MTV Thương mại Habeco Miền Trung, đây là điều kiện để tăng doanh thu cho Công ty đối với kết quả sản xuất kinh doanh.

2. Khó khăn.

Bắt đầu từ 01/01/2020 Chính phủ ra Nghị định 100/2019/NĐ-CP (Xử phạt hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ).

Trong năm Đại dịch Covid 19 diễn biến phức tạp, trên diện rộng; Thủ tướng Chính phủ - UBND tỉnh ra chỉ thị về việc thực hiện cách ly toàn tỉnh không để dịch bệnh COVID-19 lây lan ra cộng đồng, miền Trung liên tiếp gặp các cơn bão và lũ: Vì vậy, đã ảnh hưởng không nhỏ tới khả năng tiêu thụ sản phẩm trong các tháng Ba và tháng Tư, cũng như sản phẩm Habeco tại 04 tỉnh miền Trung (Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị).

Một số Công ty lớn ra đời sản phẩm mới có tính cạnh tranh trực tiếp với các dòng sản phẩm hiện có của Công ty, triển khai diện rộng; đặc biệt trên địa bàn toàn tỉnh Thanh Hóa với các Chương trình kích cầu, cơ chế linh hoạt.

Hệ thống máy móc thiết bị của Công ty trong thời gian qua phát sinh nhiều sự cố. Do đó, cũng đã ảnh hưởng đến hiệu suất, năng suất lao động.

Công tác bốc xếp hàng hóa vẫn là một vấn đề cần khó khăn. Trong đợt dịch bệnh: Nhiều lao động thuê khoán nghỉ việc, việc tuyển mới không tuyển thêm được nhân lực có

sức khỏe. Xe đại lý lấy hàng mang tính nhỏ lẻ, nhiều chủng loại; tập trung bốc hàng vào cùng khung giờ, gây khó khăn cho đội ngũ lao động bốc xếp.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH

STT	CHỈ TIÊU	SẢN XUẤT					TIÊU THỤ				
		Thực hiện năm 2019 (Triệu lít)	KH Năm 2020 (Triệu lít)	Thực hiện năm 2020 (Triệu lít)	So sánh năm 2020 so với cùng kỳ 2019 (%)	So sánh TH năm 2020 /KH năm (%)	Thực hiện năm 2019 (Triệu lít)	KH Năm 2020 (Triệu lít)	Thực hiện năm 2020 (Triệu lít)	So sánh năm 2020 so với cùng kỳ 2019 (%)	So sánh TH năm 2020 /KH năm (%)
	1	2	3	4	5=4/2	6=4/3	7	8	9	10=9/7	11=9/8
I	Bia Thanh Hóa	48,895	37,05	43,25	88,45	116,73	49,23	37,05	43,25	87,85	116,73
1	Bia hơi các loại	15,907	11,3	14,96	94,04	132,38	15,771	11,95	14,77	93,63	123,57
2	Bia chai các loại	28,467	21,65	23,928	84,06	110,52	28,249	21,65	23,945	84,76	110,60
3	Bia lon	3,866	3,45	2,88	74,55	83,54	4,568	3,45	3,07	67,12	88,87
4	Bia hơi HN licensse	0,655	0,65	1,48	225,95	227,69	0,64	0,65	1,47	229,69	226,15
II	Sản phẩm Habeco	17,863	3,18	7,29	40,78	229,09	43,92	35,38	47,95	109,19	135,54
1	Tổng bia chai HN các loại						12,19	6,68	9,07	74,36	135,77
	Trong đó: Bia chai HN 450 SX và bán cho TCT	5,982	0,51	2,55	42,69	500,78	6,00	0,51	2,36	39,29	462,06
2	Tổng bia lon HN các loại						31,42	28,17	38,54	122,7	136,81
	Trong đó: Bia lon HN 330 SX và bán cho TCT	11,881	2,67	4,731	39,82	177,19	11,99	2,67	4,31	35,90	161,25
3	Nước tinh lọc						0,31	0,53	0,346	112,70	65,28
	Tổng (I+II+III)	66,76	40,23	50,53	75,70	125,61	93,46	72,96	91,2	97,59	125,00

Năm 2020, Công ty thực hiện được các chỉ tiêu sản xuất, kinh doanh như sau:

1. Đối với sản xuất:

Tổng sản lượng sản xuất bia các loại đạt 50,53 triệu lít, giảm so với cùng kỳ năm 2019 là 16,22 triệu lít (tương đương 24,3%), đạt 125,61 % kế hoạch năm 2020. Cụ thể như sau:

- Bia Thanh Hóa các loại đạt 43,25 triệu lít giảm so với cùng kỳ năm 2019 là 5,64 triệu lít (tương đương 11,54%), đạt 116,73% kế hoạch năm 2020.

- Sản phẩm HABECO các loại đạt 7,29 triệu lít giảm so với cùng kỳ năm 2019 là 10,57 triệu lít (tương đương 59,22%), đạt 229,09% kế hoạch năm 2020.

2. Đối với tiêu thụ:

* Tổng sản lượng tiêu thụ (Số liệu hợp nhất) trong năm 2020 đạt 91,2 triệu lít giảm so với cùng kỳ năm 2019 là 2,25 triệu lít (tương đương 2,41%), đạt 125,00% kế hoạch năm 2020. Cụ thể như sau:

- Bia Thanh Hóa các loại và bia Li xăng đạt 43,25 triệu lít giảm so cùng kỳ với năm 2019 là 5,98 triệu lít (tương đương 12,15%), đạt 116,73% kế hoạch năm 2020. Trong đó:

+ *Bia hơi Thanh Hóa các loại đạt 14,77 triệu lít, giảm so với năm 2019 là 1,0 triệu lít, đạt 123,57% kế hoạch năm 2020.*

+ *Bia hơi Li - xăng đạt 1,47 triệu lít tăng so với năm 2019 là 0,83 triệu lít, đạt 226,15% kế hoạch năm 2020.*

+ *Bia chai Thanh Hóa các loại đạt 23,94 triệu lít giảm so với năm 2019 là 4,3 triệu lít (tương đương 15,24%), đạt 110,6% kế hoạch năm 2020.*

+ *Bia lon Thanh Hóa các loại đạt 3,07 triệu lít giảm so với năm 2019 là 1,5 triệu lít (tương đương 32,88%), đạt 88,87% kế hoạch năm 2020.*

- Sản phẩm HABECO các loại là 47,95 triệu lít. (Bia chai các loại đạt 9,07 triệu lít, bia lon các loại đạt 38,54 triệu lít, nước tinh lọc đạt 0,346 triệu lít); đạt 135,54% kế hoạch năm 2020.

3. Kết quả tài chính:

+ *Doanh thu thuần và CCDV hợp nhất đạt: 1.406,86 tỷ đồng*

+ *Nộp ngân sách nhà nước: 311,28 tỷ đồng*

+ *Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt: 5,11 tỷ đồng*

+ *Lợi nhuận sau thuế hợp nhất đạt: 3,09 tỷ đồng*

+ *Thu nhập bình quân: 9,1 triệu đồng/người/tháng.*

III. ĐÁNH GIÁ TÌNH SẢN XUẤT, TIÊU THỤ.

1. Công tác sản xuất

- Từ đầu năm 2020, Lãnh đạo Công ty đã xây dựng kế hoạch sản xuất phù hợp, tập trung vào công tác điều hành, tiết giảm các chi phí, thực hiện điều độ sản xuất nhằm cung cấp đủ số lượng đáp ứng được nhu cầu thị trường theo từng thời điểm.

- Công tác quản lý chi phí, thực hiện định mức kinh tế kỹ thuật thường xuyên được rà soát, theo dõi.

- Trong thời điểm dịch bệnh: Công ty đã thực hiện linh hoạt công tác sản xuất đảm bảo quy định của Chính phủ về phòng chống dịch bệnh (Trong tháng Tư chỉ đi làm 10 ngày công; điều tiết sản xuất xen kẽ đảm bảo không tập trung đông người tại Công ty).

2. Công tác tiêu thụ

Đối với sản phẩm bia hơi, bia box, keg, pet: năm 2020 việc tiêu thụ bia box TH, bia box HN và bia Pet đã có những bước tăng trưởng đáng kể. Đặc biệt bia chai Pet, đây là dòng sản phẩm được công ty chính thức đưa ra thị trường năm 2019.

- *Đối với các sản phẩm bia chai, lon:* Đây là dòng sản phẩm truyền thống của Công ty với chất lượng ổn định, giá thành hợp lý. Trong năm 2020, Công ty đã thực hiện nhiều chương trình kích cầu, khuyến mãi linh hoạt. Cùng với đó, thời tiết từ tháng 5 rất ủng hộ cho việc tiêu thụ bia. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19, thời tiết năm 2020 từ tháng 11 lạnh và đến sớm hơn so với cùng kỳ nên bia chai Thanh Hoa nói chung giảm đáng kể so với cùng kỳ năm 2019. Sản phẩm bia Thanh Hoa trong năm vẫn đạt được xấp xỉ 88% so với cùng kỳ, là mức sụt giảm ít nhất trong hệ thống (Các đơn vị khác chỉ đạt 70-75% cùng kỳ).

- Sản lượng tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu HABECO tăng; do từ đầu năm 2020 Công ty Thương mại tiếp nhận và bán thêm sản phẩm Habeco tại 04 tỉnh Bắc Trung Bộ mới là Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình và Quảng Trị.

- Công tác thị trường 04 tỉnh miền Trung (Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình và Quảng Trị) trước khi tiếp nhận ngày 01/01/2020:

+ Việc phân vùng thị trường của các Nhà phân phối còn nhiều hạn chế; Vùng thị trường của các Nhà phân phối (NPP) còn chồng chéo, chưa xây dựng hệ thống Đại lý cấp 2 (ĐLC2) nên độ bao phủ của thị trường còn thấp, chưa khai thác tốt nhu cầu của thị trường.

+ Tình trạng bán lán vùng, lán tuyến (Bia lon Hà Nội 330 ml nhãn vàng) còn diễn ra thường xuyên, liên tục nhưng vẫn chưa được xử lý triệt để. Đặc biệt là tại thị trường tỉnh Nghệ An.

- Sau khi tiếp nhận công tác bán hàng tại các tỉnh Miền Trung nêu trên: Công ty Thương mại đã bắt tay vào việc Xây dựng các chính sách, đề xuất với TCT để thực hiện; xây dựng lại đội ngũ nhân viên bán hàng; gấp gáp và làm việc trực tiếp với các nhà phân phối, điểm bán lớn để giải quyết các vướng mắc tồn đọng và đưa ra cam kết thực hiện đúng các chính sách mới. Qua một năm, công tác bán hàng sản phẩm Habeco đã từng bước dần ổn định và khôi phục tại thị trường các tỉnh.

B. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021 VÀ CÁC GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

I. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021:

STT	Chỉ tiêu	Sản xuất			Tiêu thụ		
		Thực hiện năm 2020	KH năm 2021	So sánh KH 2021/TH 2020	Thực hiện năm 2020	KH năm 2021	So sánh KH 2021/TH 2020
		(triệu lít)	(triệu lít)	(%)	(triệu lít)	(triệu lít)	(%)
	1	2	3	4=3/2	5	6	7=6/5
I	Bia Thanh Hóa	43,25	46,20	106,82	43,24	46,20	106,85
1	Bia hơi các loại, trong đó:	16,23	16,70	102,90	16,23	16,70	102,90
*	<i>Bia hơi Thanh Hóa</i>	14,76	14,80	100,27	14,76	14,80	100,27
*	<i>Bia hơi licensse</i>	1,47	1,90	129,25	1,47	1,90	129,25
2	Bia chai các loại	23,94	25,60	106,93	23,95	25,60	106,89
3	Bia lon các loại	3,08	3,90	126,62	3,06	3,90	127,45
II	Sản phẩm HABECO	7,28	5,00	68,68	47,96	50,01	104,27
1.	<i>Tổng bia chai Hà Nội các loại</i>				9,07	11,23	123,76
	<i>Trong đó: Bia chai HN 450 sx và bán cho TCT</i>	2,55	2,0	78,43	2,36	2,00	84,75
2	<i>Tổng bia lon Hà Nội các loại</i>				38,54	38,41	99,96
	<i>Trong đó: Bia lon HN 330 sx và bán cho TCT</i>	4,73	3,0	63,42	4,31	3,00	69,61
3	Nước tinh lọc				0,35	0,37	106,94
	Tổng (I+II)	50,53	51,20	101,33	91,2	96,2	105,49

- + Doanh thu thuần và CCDV hợp nhất đạt: 1.540,22 tỷ đồng.
- + Nộp ngân sách nhà nước: 321,67 tỷ đồng.
- + Lợi nhuận trước thuế hợp nhất: 10,82 tỷ đồng
- + Lợi nhuận sau thuế hợp nhất: 7,92 tỷ đồng
- + Thu nhập bình quân người lao động: 10,1 triệu đồng/người/tháng.

II. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

Để thực hiện được kế hoạch sản xuất kinh doanh trên, góp phần vào hoàn thành chỉ tiêu kế hoạch giao năm 2021. Định hướng của Công ty thực hiện những giải pháp chính sau đây:

1. Công tác sản xuất

- Cân đối, điều chỉnh hợp lý kế hoạch sản xuất tại các dây chuyền để sử dụng có hiệu quả nhất việc sử dụng nhân công, năng lượng điện, than. Đồng thời, luôn đáp ứng đầy đủ về số lượng và chất lượng sản phẩm, đặc biệt khi thị trường có nhu cầu tăng.

- Đẩy mạnh công tác đầu mối thông tin với Tổng công ty, Công ty Thương mại để có các điều chỉnh kế hoạch sản xuất kịp thời.

- Các phòng ban chức năng trong công ty Kỹ thuật công nghệ, phòng KTCD và các đơn vị sản xuất: Chủ động trong việc thực hiện công tác kiểm tra chất lượng sản phẩm, công tác bảo trì, bảo dưỡng thiết bị để kịp thời phát hiện, điều chỉnh về công nghệ, thiết bị... để sản phẩm luôn đảm bảo chất lượng và duy trì tính ổn định tốt nhất.

2. Công tác đầu tư, cải tạo sửa chữa, xây dựng cơ bản

- Tập trung đẩy nhanh tiến độ để hoàn thành các dự án đầu tư đã được HĐQT phê duyệt: Lò hơi, Hệ thống Xiclo.

- Báo cáo xin ý kiến HĐQT cho triển khai các dự án trong kế hoạch 2021: Đầu tư máy chiết lon, dự án trạm nước bờ sông, cải tạo nâng cấp hệ thống xử lý nước thải .

- Bám sát kế hoạch chi tiết công tác cải tạo, sửa chữa để triển khai thực hiện kịp thời, đúng tiến độ.

- Tiếp tục tăng cường công tác cải tiến, hợp lý hóa sản xuất và đầu tư chiều sâu để tăng chất lượng sản phẩm và giảm được sức lao động.

3. Công tác quản lý, cải tiến chất lượng và thực hành tiết kiệm

- Bám sát định mức về nguyên nhiên vật liệu trong sản xuất để kịp thời có các biện pháp xử lý, phương án giải quyết khi Nguyên nhiên vật liệu hao phái vượt định mức.

- Khuyến khích, kịp thời động viên khen thưởng đối với cá nhân, tập thể có các sáng kiến cải tiến, giải pháp quản lý tiết kiệm về nguyên nhiên vật liệu, quá trình ...trong quá trình thực hiện sản xuất.

- Tập trung xây dựng và tổ chức các lớp đào tạo về quản trị, quản lý cho đội ngũ cán bộ quản lý.

- Nâng cao hơn nữa vai trò quản lý, điều hành từ các cấp tại các phòng ban phân xưởng trong việc điều hành sản xuất.

- Các phòng ban chức năng: Chủ động tìm tòi, đề xuất việc áp dụng quản lý theo Công nghệ 4.0 để phù hợp với xu hướng phát triển của thời đại.

4. Công tác thị trường

- Tập trung phân tích nguyên nhân để có các giải pháp nâng cao thị phần, tăng sản lượng sản phẩm bia Thanh Hoá và sản phẩm của Tổng công ty.

- Công ty Thương mại: Thực hiện tinh gọn cơ cấu nhân sự, nhằm nâng cao hiệu quả của đội ngũ nhân viên thị trường. Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, bám vùng thị trường để có các đề xuất và giải pháp linh hoạt trong công tác bán hàng.

- Thực hiện đánh giá năng lực đối với các Đại lý C1: nhằm lựa chọn các Đại lý có đủ năng lực để bán hàng, đáp ứng yêu cầu về vùng, tuyến, tài chính, vận chuyển.

- Tập trung xây dựng các chương trình khuyến mãi, kích cầu phù hợp với điều kiện thực tiễn của Công ty.

- Tiếp tục tranh thủ sự ủng hộ của các cấp chính quyền trong công tác thị trường. Đẩy mạnh khai thác phát triển những vùng thị trường tiềm năng trong tỉnh, từng bước xâm nhập, mở rộng thị trường ngoài tỉnh cho sản phẩm bia Thanh Hoá.



PHÓ GIÁM ĐỐC
Lê Nguyên Hùng

