

**BÁO CÁO
KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021**

PHẦN 1

BÁO CÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020

1. Tình hình chung của Công ty năm 2020:

Trong bối cảnh ngành hàng chất tẩy rửa phục vụ người tiêu dùng Việt Nam như nước giặt, xà phòng, nước rửa chén, nước lau sàn... đã và đang bị chiếm lĩnh chủ yếu bởi các tập đoàn đa quốc gia, cùng với sự tấn công ồ ạt của hàng ngoại nhập khiến thị phần cho các doanh nghiệp trong nước ngày càng thu nhỏ lại, do đó các sản phẩm do Công ty tự sản xuất, mang thương hiệu của Công ty gặp rất nhiều khó khăn trong việc tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm. Đây có thể coi là thách thức khi Công ty tự tìm hướng đi mới nhưng cũng mở ra nhiều cơ hội mới khi sản phẩm của Công ty chính thức gia nhập vào thị trường ngành hàng tiêu dùng thiết yếu trong mỗi gia đình.

Đánh giá 2020 là một năm đầy thách thức, khó khăn và bất ổn với dịch bệnh COVID-19 bùng phát và lây lan trên diện rộng; lũ lụt xảy ra tại các tỉnh miền trung và vùng núi phía bắc đã tác động không nhỏ đến tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty;

Sự bùng phát, lây lan chưa rõ hồi kết của đại dịch COVID-19 đã và đang làm trầm trọng thêm như giá vận tải tăng cao, có những thời điểm ngưng trệ hoàn toàn, nguồn nguyên liệu cho sản xuất khan hiếm, giá tăng đột biến và đứt gãy nguồn cung; việc làm và thu nhập của xã hội giảm ảnh hưởng rất lớn đến tiêu dùng.

*** Một số thuận lợi trong sản xuất kinh doanh:**

- Cơ sở vật chất được xây dựng trong Khu công nghiệp Thạch Thất, Huyện Quốc Oai, phù hợp cho sản xuất.
- Năng lực sản xuất sản phẩm là lớn, lao động, máy móc và dây chuyền công nghệ hoàn toàn đáp ứng được nhu cầu sản xuất cũng như gia công sản phẩm.
- Cân đối nguồn vốn tự có, đảm bảo đáp ứng nhu cầu hoạt động sản xuất kinh doanh, không phát sinh vay nợ ngân hàng nên không phải trả lãi vay.
- Các khoản nợ phải thu của Công ty đều được thu hồi kịp thời để phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh, Công ty hầu như không có phát sinh nợ xấu, nợ khó đòi.

*** Một số khó khăn trong sản xuất kinh doanh:**

- Công suất thấp nên khấu hao máy móc và tài sản cố định trên sản lượng sản xuất cao.
- Lực lượng lao động trẻ, còn thiếu kỹ năng, thường xuyên biến động gây nhiều xáo trộn trong sản xuất kinh doanh.
- Thâm nhập thị trường gặp rất nhiều khó khăn do sản phẩm của Công ty chịu sự cạnh tranh lớn, gia nhập vào thị trường trong bối cảnh ngành hàng chất tẩy rửa có quá nhiều thương hiệu lớn đã xuất hiện trên thị trường từ nhiều năm.
- Đầu tư quảng cáo, hoạt động Marketing bán hàng để xây dựng thương hiệu, chưa nhiều.
- Năng lực sản xuất hoàn toàn đáp ứng nhu cầu sản xuất, tuy nhiên sản lượng sản xuất phụ thuộc vào khả năng tiêu thụ sản phẩm. Trong khi đó, năng lực tiêu thụ sản phẩm lại thấp nên năng lực sản xuất bị dư thừa, gây ra tình trạng lãng phí.
- Công suất của máy móc thiết bị xà phòng thơm và chai nhựa chưa được khai thác hết.

*** Một số giải pháp thực hiện kế hoạch trong năm 2020**

Đầu năm 2020, khi đại dịch Covid-19 bùng phát, nắm bắt được cơ hội nhu cầu sản phẩm sát khuẩn, Công ty đã nghiên cứu và sản xuất thành công sản phẩm nước rửa tay khô đáp ứng nhu cầu phòng chống dịch bệnh và hỗ trợ các địa phương, bệnh viện, các đơn vị các sản phẩm phòng dịch; thông qua đó nhiều người biết đến sản phẩm của Hasoco;

Công ty đẩy mạnh cải tiến và phát triển sản phẩm đưa ra thị trường nhiều loại sản phẩm chất lượng tốt, có mẫu mã đẹp đáp ứng nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng; nhờ đó mức tiêu thụ sản phẩm tăng lên đáng kể.

Công ty đã thực hiện nhiều chương trình Marketing: bán hàng tại các điểm chợ, tham gia các chương trình đưa hàng về nông thôn; tham gia các hội chợ triển lãm để giới thiệu sản phẩm, phát tờ rơi, poster, sản phẩm dùng thử đến tận tay người tiêu dùng; Quảng bá hình ảnh trên internet (website, facebook, zalo...).

Công ty đã tham gia các Chương trình của Bộ Công thương, Tổng liên đoàn Lao động Việt Nam, Sở Công thương các tỉnh giới thiệu và ký kết cung cấp hàng hóa cho người lao động tại các khu công nghiệp; đưa sản phẩm đến tận tay người lao động với giá hợp lý.

2. Kết quả SXKD năm 2020:

Năm 2020 là năm có nhiều cơ hội và thách thức đối với Công ty; mặc dù gặp nhiều khó khăn, song với sự cố gắng nỗ lực của toàn thể CBCNV Công ty Cổ phần Xà phòng Hà Nội, đồng thời được sự chỉ đạo kịp thời của Hội đồng quản trị Công ty và sự hỗ trợ, giúp đỡ từ Tập đoàn Hóa chất Việt Nam và các cơ quan liên quan, Công ty đã kết thúc năm sản xuất kinh doanh năm 2020 với các chỉ tiêu cụ thể như sau:

Số TT	Chỉ tiêu	ĐVT	TH 2019	KH 2020	TH 2020	Tỷ lệ %	
1	2	3	4	5	6	7=6/4	8=6/5
1	Tổng các khoản nộp ngân sách	Tr.đ	8.729,00	976,00	9.130,00	104,6%	
2	Giá trị XSCN theo giá thực tế	Tỷ.đ	17,62	56,20	51,65	293,1%	91,9%
3	Tổng doanh thu	Tỷ.đ	72,92	54,80	53,41	73,2%	97,5%
4	Sản phẩm sản xuất	Tấn	1.035,90	2.552,00	1.898,03	183,5%	74,4%
5	Sản phẩm tiêu thụ	Tấn	930,31	2.552,00	1.577,82	169,6%	61,8%
6	Lợi nhuận thực hiện	Tr.đ	-5.855,96	82,00	41,95		51,1%

- Chỉ tiêu giá trị sản xuất công nghiệp: thực hiện cả năm 2020 đạt 51,65 tỷ đồng, bằng 293,1% so với thực hiện 2019, bằng 91,9% so với kế hoạch năm 2020;

- Sản lượng sản xuất cả năm đạt 1.898,03 tấn, bằng 183,5% so với thực hiện năm 2019, bằng 74,4% so với kế hoạch năm 2020;

+ Sản lượng sản xuất các mặt hàng Nước giặt, Nước rửa chén... thực hiện đạt 1.651,6 tấn bằng 159,6% so với thực hiện 2019 và bằng 64,7% kế hoạch kế hoạch năm.

+ Sản lượng sản xuất NRT khô đạt 246,4 tấn.

- Sản lượng tiêu thụ cả năm đạt 1.577,82 tấn, bằng 169,6% so với thực hiện năm 2019, bằng 61,8% so với kế hoạch năm 2020; do thực hiện chính sách giãn cách xã hội của Chính phủ, vận chuyển khó khăn, ảnh hưởng đến việc nhập, bán hàng của nhà phân phối, mặt khác một số nhà phân phối dừng nhập hàng do nguồn tài chính và không tiêu thụ được sản phẩm của Công ty do giá cao hơn sản phẩm của một số công ty cùng ngành hàng, làm sản lượng tiêu thụ của công ty giảm cụ thể:

+ Đối với các sản phẩm Nước giặt, Nước rửa chén, xà phòng thơm.... thực hiện đạt 1.389,55 tấn bằng 149,3% so với thực hiện 2019 và bằng 54,45% kế hoạch năm 2020.

+ Tuy nhiên từ đầu năm 2020 nắm bắt được xu thế của thị trường công ty đã cho ra mắt sản phẩm Nước rửa tay khô phục vụ công tác phòng chống dịch Covid 19; sản lượng tiêu thụ Nước rửa tay khô thực hiện 188,27 tấn.

- Chỉ tiêu tổng doanh thu: thực hiện cả năm 2020 là 53,41 tỷ đồng, bằng 73,2% so với thực hiện năm 2019, bằng 97,5% so với kế hoạch năm 2020. Trong đó:

+ Doanh thu sản xuất công nghiệp: cả năm 2020 là 38,31 tỷ đồng, bằng 227,7% so với thực hiện năm 2019, bằng 75,0% so với kế hoạch năm 2020.

+ Doanh thu thương mại: cả năm 2020 là 9,410 tỷ đồng, bằng 16,8% so với thực hiện năm 2019.

+ Doanh thu khác: cả năm 2020 là 5,68 tỷ đồng, bằng 92,7% so với thực hiện năm 2019; bằng 153,0% so với kế hoạch năm 2020.

- Chỉ tiêu lợi nhuận: thực hiện cả năm 2020 là 41,95 triệu đồng, bằng 51,1% so với kế hoạch năm 2020.

- Chỉ tiêu nộp ngân sách: thực hiện cả năm 2020 là 0,550 tỷ đồng, bằng 56,5% so với kế hoạch năm 2020.

3. Tình hình các mặt hoạt động trong sản xuất kinh doanh năm 2020

3.1. Tổ chức sản xuất

Bảng chi tiết sản phẩm sản xuất năm 2019 và năm 2020

TT	Chỉ tiêu	ĐV tính	Năm 2019	Năm 2020	So Sánh 2020/2019 (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6=5/4)
	Sản phẩm tự sản xuất		1.034,64	1.898,03	183,5%
1	Nước giặt	Tấn	464,63	608,27	130,9%
2	Nước rửa chén	Tấn	384,85	697,23	181,2%
3	Nước lau sàn	Tấn	114,31	220,83	193,2%
4	Nước rửa tay ướt	Tấn	27,76	47,71	171,9%
5	Nước tẩy đa năng	Tấn	6,96	20,26	291,1%
6	Nước xả vải	Tấn	0,10	5,50	
7	Xà phòng thơm	Tấn	36,03	51,27	142,3%
8	Xà phòng dạng trong	Tấn		0,56	
9	Nước rửa tay khô	Tấn		246,40	
10	Chai nhựa	chai	67.712	109.994	162,4%

Năm 2020, Công ty đã cân đối tồn kho các mặt hàng, vật tư; Công ty duy trì công tác bố trí sản xuất hợp lý, nên luôn hoàn thành được kế hoạch đã ký kết trong các hợp đồng với đối tác; Tuy nhiên đầu năm 2020 do ảnh hưởng của Covid-19, dự trữ vật tư cho sản phẩm mới chưa đánh giá được trước nhu cầu thị trường dẫn đến chưa dự trữ vật tư sản xuất phòng chống dịch nên chưa đáp ứng vật tư cho sản xuất;

Tổng sản lượng sản xuất năm 2020 chưa đạt so với kế hoạch. Tuy nhiên thực hiện năm 2020 đã tăng 83,5% so với thực hiện năm 2019.

Máy thổi chai nhựa HDPE dùng để sản xuất chai, sản lượng sản xuất tùy thuộc vào sản lượng tiêu thụ tại công ty. Dây chuyền thổi chai nhựa, gồm bốn máy nhập khẩu từ Trung Quốc, chỉ khai thác được một máy với sản lượng nhỏ cho sản xuất sản phẩm của Công ty.

Nhìn chung năng lực sản xuất sản phẩm còn dư, hoàn toàn đáp ứng nếu đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa do Công ty tự sản xuất hoặc nhận thêm gia công từ đơn vị mới.

3.2. Công tác an toàn vệ sinh lao động, an toàn môi trường, kỹ thuật và sản xuất

- Công tác an toàn lao động: Công ty trang bị đầy đủ và phù hợp bảo hộ lao động cho người lao động tại các vị trí làm việc, định kỳ hàng tháng Ban Bảo hộ lao động tiến hành kiểm tra việc tuân thủ mang bảo hộ lao động, vệ sinh lao động trong toàn công ty nhắc nhở ngay các điểm không phù hợp tại các phân xưởng sản xuất.

Tất cả các CB CNV trong Công ty đều được kiểm tra sức khỏe định kỳ. Kết quả kiểm tra không có trường hợp lao động bị chuyển vị trí công tác do không đủ sức khỏe.

Tiến hành kiểm định các thiết bị có yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn lao động theo đúng kế hoạch và tuân thủ các yêu cầu của Nhà nước trong việc sử dụng, quản lý các thiết bị có yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn lao động. Công nhân vận hành các thiết bị có yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn lao động được đào tạo và cấp chứng chỉ.

Thực hiện tốt việc giám sát, kiểm tra và các biện pháp an toàn trong lao động sản xuất.

Công ty đã thực hiện nhiều chương trình đào tạo lại cho CBCNV về an toàn môi trường lao động, PCCC và vệ sinh môi trường. Định kỳ đào tạo nhắc lại cho toàn bộ công nhân và công nhân thời vụ ngắn hạn về an toàn lao động, an toàn PCCC, an toàn hóa chất...

- Công tác PCCC: Công ty xây dựng và thực hiện phương án chữa cháy theo quy định; các phương án chữa cháy đều được Cảnh sát PCCC phê duyệt theo đúng quy định tại Điều 12 Thông tư 66/2014/TT-BCA.

Thực hiện nghiêm túc chế độ thống kê, báo cáo về công tác PCCC đến cơ quan cảnh sát PCCC.

Phổ biến, tuyên truyền đến toàn thể CBCNV về Luật PCCC và các văn bản hướng dẫn, bổ sung, thay thế. Tổ chức ký cam kết đảm bảo an toàn PCCC đến từng bộ phận phòng ban.

Thành lập Ban chỉ huy PCCC, thành lập đội PCCC cơ sở. Các lực lượng PCCC cơ sở đã được huấn luyện nghiêm vụ và được cấp chứng chỉ về PCCC.

Bảo dưỡng toàn bộ thiết bị PCCC tại nhà máy, đo điện trở tiếp địa hệ thống chống sét định kỳ theo quy định. Mua bảo hiểm cháy nổ và rủi ro đặc biệt.

- Công tác môi trường: Công ty duy trì tốt hệ thống xử lý nước thải đảm bảo nước thải sinh hoạt, nước thải sản xuất thải ra được thu gom và xử lý triệt để. Chất lượng nước đầu ra đảm bảo các chỉ tiêu xả thải vào hệ thống xử lý của khu công nghiệp.

Hàng năm công ty thuê đơn vị có chức năng bên ngoài vào giám sát môi trường lao động, khí thải nước thải theo đúng báo cáo đánh giá tác động môi

trường. Tất cả các chỉ tiêu sau mỗi lần đánh giá, kiểm tra đều nằm trong tiêu chuẩn cho phép.

- Công tác định mức tiêu hao: Nhìn chung các định mức tiêu hao bám sát kế hoạch đặt ra; ngay từ đầu nghiên cứu phát triển sản phẩm Công ty nỗ lực nghiên cứu và áp dụng quy trình tối ưu nhằm tiết kiệm định mức tiêu hao nguyên nhiên vật liệu, tiết kiệm chi phí để tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh; trong suốt quá trình sản xuất luôn có nhân viên KCS đi cùng, đồng thời thông qua hệ thống kiểm soát của nội bộ phận xưởng sản xuất nên các chỉ tiêu định mức sản xuất không vượt quá định mức đã được ban hành.

- Công tác quản lý hệ thống chất lượng và kiểm tra chất lượng sản phẩm: Công ty vẫn vận hành và duy trì tốt hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2015 đồng thời cũng tham gia đánh giá chứng nhận chỉ số chất lượng sản phẩm CRQS. Tiến hành đánh giá chất lượng nội bộ theo đúng kế hoạch..

Khởi trực tiếp sản xuất thực hiện chương trình 5S, đảm bảo, duy trì công tác vệ sinh nhà xưởng, tăng cường công tác kiểm tra và giám sát chất lượng sản phẩm.

Về việc kiểm tra chất lượng nguyên vật liệu và thành phẩm luôn đảm bảo đúng kế hoạch tiến độ đề ra.

Duy trì việc giám sát tiêu hao năng lượng, nguyên vật liệu trong quá trình sản xuất theo đúng định mức đã được phê duyệt.

Thực hiện đào tạo vệ sinh, an toàn hoá chất và kiểm tra chất lượng sản phẩm trên dây chuyền cho các phân xưởng và toàn bộ cán bộ Công nhân viên trong Công ty lần lượt từng tháng trong năm 2020.

Đã thực hiện đào tạo các kỹ năng phân tích sản phẩm cho các thợ khuấy trộn dây chuyền nước giặt, nước rửa chén, nước lau sàn, nước rửa tay... và xà phòng bánh.

Đã thực hiện việc kiểm soát số lô nguyên liệu chính xác, đảm bảo tất cả các lô nguyên liệu dùng trong sản xuất được ghi chép, giúp cho việc truy vết sản phẩm dễ dàng.

Trong quá trình sản xuất còn kiểm tra vi sinh môi trường sản xuất cũng như mức độ nhiễm vi sinh trong sản phẩm để đảm bảo tuân thủ sản phẩm sản xuất ra đảm bảo an toàn về vệ sinh, đảm bảo là sản phẩm an toàn cho người tiêu dùng.

Nhờ đó không có sản phẩm sản xuất ra mắc lỗi nhiễm vi sinh, không có sản phẩm nào bị khách hàng trả lại và bị hủy bỏ do không đảm bảo chất lượng và an toàn cho người tiêu dùng.

- Công tác bảo dưỡng sửa chữa: Hiện tại tất cả các máy móc thiết bị đang hoạt động ổn định, việc tiến hành kiểm tra bảo dưỡng, hiệu chỉnh định kỳ được tuân thủ theo đúng kế hoạch.

3.3. Công tác phát triển sản phẩm mới

Công tác nghiên cứu phát triển luôn được quan tâm hàng đầu, trong năm 2020 Công ty đã nghiên cứu và phát triển nhiều sản phẩm mới như: nước rửa tay khô, nước tẩy đa năng, đã nghiên cứu và sản xuất trong phòng thí nghiệm nước

rửa kính, nước súc miệng; cải tiến, nâng cao chất lượng, mẫu mã bao bì các loại sản phẩm Nước giặt, Nước rửa chén, Xà phòng bánh...; các sản phẩm phù hợp và cạnh tranh với các sản phẩm khác trên thị trường tiêu dùng qua việc Công ty triển khai thay đổi mẫu mã các loại sản phẩm đẹp, bắt mắt, giá thành hợp lý

Phòng nghiên cứu phát triển sản phẩm đã từng bước cập nhật các quy định về quy chuẩn chất lượng sản phẩm, quyền sở hữu trí tuệ...

3.4. Công tác sản xuất tại các phân xưởng:

Phân xưởng Xà phòng thơm: Phân xưởng đáp ứng yêu cầu sản xuất, không xảy ra sự cố mất an toàn lao động nguy hại tới sức khỏe của người lao động. Các chỉ tiêu điện, nước cho sản xuất thực hiện theo đúng định mức không có sản phẩm bị loại bỏ phải hồi công.

Phân xưởng chất tẩy rửa: Các sản phẩm do phân xưởng sản xuất ra đều đạt chất lượng và đảm bảo các định mức tiêu hao về điện, nước, dầu theo quy định. Bố trí hợp lý kế hoạch sản xuất để tiết kiệm tối đa chi phí, giám sát chặt chẽ công tác an toàn hóa chất và bảo vệ môi trường. Luôn cập nhật thông tin kịp thời về vấn đề giao nhận hàng hóa, thay đổi kế hoạch sản xuất để đặt hàng và giao hàng kịp thời chính xác. Duy trì thực hiện, kiểm tra cải tiến 5S, VCS thường xuyên ở các kho và phân xưởng sản xuất.

Phân xưởng chai nhựa: Do chưa tìm được các đối tác nên trong năm 2020 phân xưởng chai nhựa chỉ sản xuất các sản phẩm của Công ty mang thương hiệu Hasoco theo kế hoạch của phòng bán hàng.

3.5. Công tác tài chính kế toán:

Cân đối các nguồn vốn, ngoại tệ kịp thời đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty; sử dụng hợp lý các nguồn vốn, đảm bảo tăng doanh thu tài chính, giảm chi phí lãi vay ngân hàng của Công ty.

Tổ chức thu hồi các khoản nợ phải thu của Công ty để phục vụ sản xuất kinh doanh.

Liên tục hoàn thiện hệ thống kiểm soát, nâng cao hiệu quả quản trị trong Công ty.

Tổ chức tốt việc đào tạo, cập nhật thông tin kế toán mới cho CBCNV trong phòng.

3.6. Công tác tổ chức, cán bộ:

- Công tác giữ gìn an ninh trật tự: Đảm bảo an toàn về tài sản, phương tiện của cán bộ CNV, không có vụ gây rối mất trật tự nào xảy ra trong công ty. Thực hiện tốt các quy định về công tác quân sự địa phương, tăng cường kiểm tra, kiểm soát đối với mục tiêu bảo vệ đã được phân công. Phối hợp với bảo vệ khu công nghiệp giữ vững an ninh chính trị trên địa bàn.

- Công tác đào tạo: tiến hành các khóa đào tạo về an toàn lao động, vệ sinh công nghiệp định kỳ hàng năm, tiến hành các khóa đào tạo nâng cao kiến thức trong sản xuất như: các khóa học về phân tích các yếu tố rủi ro trong công việc cho

công nhân phân xưởng; an toàn & vận hành các thiết bị có yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn.

- Công tác đổi mới, sắp xếp nhân sự: Công ty đã kiện toàn công tác nhân sự, Ban lãnh đạo công ty đã sắp xếp bổ nhiệm cán bộ quản lý vào các vị trí chủ chốt từ Ban điều hành đến các phòng ban, phân xưởng.

Đáp ứng đầy đủ nhân lực cho các xưởng sản xuất khi sản lượng gia công tăng cao. Thường xuyên tiến hành tuyển dụng lao động thời vụ để hỗ trợ sản xuất. Điều chuyển sắp xếp lao động trong các phân xưởng hợp lý, kịp thời đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty luôn ổn định.

3.7. Công tác Marketing và bán hàng

Công ty đã tổ chức triển khai tiêu thụ các dòng sản phẩm là nước giặt POWER, nước rửa chén KAZOKU, xà phòng bánh KEA,... Các sản phẩm đã bước đầu được thị trường chấp nhận. Công ty ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các nhà phân phối ở các tỉnh thành như: Nam Định, Sơn La, Vĩnh Phúc, Phú Thọ, Yên Bái, Lào Cai.... Các hệ thống siêu thị: Công ty cổ phần May 10. Các tổng thầu như: Tổng công ty bưu điện Việt Nam, Tổng công ty công nghiệp hóa chất mỏ-vinacomín. Tuy nhiên việc triển khai thâm nhập thị trường rất khó khăn vì thương hiệu sản phẩm còn mới nên số lượng tiêu thụ và doanh thu còn rất hạn chế.

Tình hình tiêu thụ sản phẩm của Công ty gặp nhiều khó khăn, do sản phẩm bị cạnh tranh trên thị trường; mặt khác, Công ty khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự, bổ sung cho phòng Marketing bán hàng (MSD) và nhân viên bán hàng cho NPP.

Lượng hàng tiêu thụ năm 2020 đạt 1.577,82 tấn, tuy đã tăng 69,6% so với thực hiện năm 2019, nhưng vẫn chưa đạt so với kế hoạch năm 2020 đại hội đã đề ra.

Bảng chi tiết sản phẩm tiêu thụ năm 2019 và năm 2020

STT	Chỉ tiêu	ĐV tính	Năm 2019	Năm 2020	So Sánh 2020/2019 (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6=5/4)
	Sản phẩm tiêu thụ		930,31	1.577,82	169,6%
1	Nước giặt	Tấn	410,37	545,46	132,9%
2	Nước rửa chén	Tấn	350,30	571,09	163,0%
3	Nước lau sàn	Tấn	108,03	174,50	161,5%
4	Nước rửa tay ướ	Tấn	16,03	32,49	202,7%
5	Nước tẩy đa năng	Tấn	6,13	12,41	202,5%
6	Nước xả vải	Tấn	0,79	5,94	751,9%
7	Xà phòng dạng trong	Tấn		0,61	
8	Nước rửa tay khô	Tấn		188,27	

** Một số việc đạt được:*

Triển khai tiêu thụ sản phẩm trong các kênh tổng thầu, Tổng công ty Hóa chất mỏ, Tổng công ty bưu điện Việt Nam đã đánh dấu việc sản phẩm trực tiếp đến tay người tiêu dùng và bước đầu có phản ứng tích cực. Hiện nay sản phẩm của Công ty đã hiện diện trên 63 tỉnh/thành phố.

Mở cửa hàng giới thiệu sản phẩm nhằm quảng cáo và để người tiêu dùng biết đến sản phẩm của Công ty.

Tham gia thực hiện bán hàng tại các điểm chợ như: Hội chợ Hô-m, điểm chợ Timecity, điểm chợ Thạch Thất ... và tại các quận huyện tại Hà Nội theo chương trình bán hàng của Sở Công Thương, hội chợ các tỉnh thành trên khu vực đã ký kết với nhà phân phối.

** Một số tồn tại:*

Sản phẩm của Công ty mới đi vào thị trường, trong khi đó việc đầu tư cho xây dựng thương hiệu sản phẩm chưa được nhiều, dẫn đến sức kéo của sản phẩm không có, tiêu thụ sản phẩm không được như kế hoạch.

Sản phẩm của Công ty chưa có thương hiệu, chủng loại, mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm vẫn còn hạn chế dẫn đến lượng bán hàng của NPP đến người tiêu dùng thấp; lương, thu nhập của NVBH thấp nhân viên không muốn bán sản phẩm của Công ty, điều này làm cho việc Xây dựng hệ thống phân phối gặp nhiều khó khăn; không mở thêm được NPP

Các hình thức Marketing trong năm 2020 đã được triển khai, đã đạt được một số kết quả nhất định: nhiều người tiêu dùng đã biết đến sản phẩm và thương hiệu Hasoco; tuy nhiên lượng người tiêu dùng vẫn theo thói quen, chưa thay đổi để sử dụng sản phẩm của công ty.

3.8. Hoạt động công đoàn

Ban lãnh đạo Công ty và tổ chức Công đoàn luôn luôn tuân thủ các qui định của luật Lao động. Công ty thành lập đầy đủ các tổ chức, ban như hội đồng BHLĐ, hội đồng lương, nữ công Hàng năm công ty đều tổ chức phân tích các yếu tố rủi ro trong công việc tại các bộ phận nhằm xác định các yếu tố rủi ro tiềm tàng, phát sinh trong quá trình sản xuất và có phương pháp ngăn ngừa, phòng tránh rủi ro cho người lao động.

Công ty tuân thủ đúng luật và chế độ BHLĐ đối với người lao động, hàng năm người lao động được trang bị đầy đủ BHLĐ và các phương tiện bảo vệ cá nhân, định kỳ hàng năm người lao động được đào tạo nhận thức về ATLĐ, vệ sinh lao động, an toàn khi làm việc trên cao, an toàn cơ khí, an toàn khi làm việc trong bồn kín... Người lao động được nghỉ làm việc để tham gia các khóa đào tạo và được hưởng lương thời gian trong thời gian đó.

Phát động phong trào thi đua: “Ổn định sản xuất - Hoàn thành kế hoạch – Đảm bảo vệ sinh môi trường – Chăm sóc thiết bị - ATLĐ, An toàn PCCC”.

Để duy trì năng lực sản xuất Công đoàn không ngừng kết hợp với chính quyền tổ chức, hướng dẫn các bộ phận thực hiện tốt công tác GMP, ISO, RS, công tác bảo dưỡng, duy tu, tân trang thiết bị được thực hiện tốt.

Đã thực hiện việc ký Thỏa ước lao động tập thể giữa đại diện ban chấp hành công đoàn và người sử dụng lao động.

Trong năm toàn Công ty không có tranh chấp lao động xảy ra.

BCH Công đoàn đã phối hợp cùng chính quyền tổ chức tham quan nghỉ mát cho toàn bộ cán bộ công nhân viên 1 lần trong năm.

PHẦN 2

KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021.

Nhận định về thị trường tiêu thụ chất tẩy rửa truyền thống có xu hướng tăng do mở rộng hệ thống phân phối, người tiêu dùng đã quen với sản phẩm của công ty; sản lượng tiêu thụ nước rửa tay khô giảm. Mặt khác công tác truyền thông quảng bá sản phẩm của công ty đã được đẩy mạnh; Hội đồng quản trị Công ty kính trình đại hội cổ đông kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2021 như sau:

1. Một số chỉ tiêu sản xuất kinh doanh năm 2021:

Stt	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2021
1	Giá trị sản xuất CN	Tỷ đồng	63,00
2	Sản lượng sản xuất	Tấn	2.600
3	Sản lượng tiêu thụ	Tấn	2.600
4	Tổng Doanh thu	Tỷ đồng	57,00
5	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	0,350
6	Nộp ngân sách	Tỷ đồng	9,240

- Giá trị sản xuất công nghiệp: Kế hoạch 63 tỷ đồng, bằng 121,9% so với thực hiện 2020;

- Tổng doanh thu: kế hoạch năm 57 tỷ đồng, bằng 106,7% so với thực hiện 2020;

- Lợi nhuận: kế hoạch 350 triệu đồng.

- Sản lượng sản xuất: Kế hoạch 2.600 tấn bằng 137,0% so với thực hiện 2020.

- Sản lượng tiêu thụ: Kế hoạch 2.600 tấn, bằng 164,8% so với thực hiện 2020.

2. Phương hướng thực hiện:

2.1. Chiến lược Marketing và phân phối hệ thống bán hàng

a) Chiến lược Marketing

Tiếp tục tập trung Marketing tại điểm bán, giữ chất lượng sản phẩm ổn định, tăng hàng dùng thử, khuyến mại đến người tiêu dùng cuối cùng để khách hàng chuyển hướng mua hàng của Công ty.

Tăng cường hiện diện, quảng bá thương hiệu của Công ty tại các khu vực như chợ, trung tâm thương mại, khu vực đông dân cư.

Mở kênh bán hàng online để hỗ trợ cho các nhà phân phối tiếp cận khách hàng với chi phí rẻ và thu thập thông tin thị trường với chi phí thấp.

Nghiên cứu tâm lý khách hàng để cải tiến chất lượng sản phẩm dịch vụ cũng như thiết kế tem nhãn, bao bì sản phẩm theo thị hiếu của người tiêu dùng.

a) *Phát triển sản phẩm:*

Tiếp tục nghiên cứu và cho ra mắt các dòng sản phẩm cho phân khúc khách hàng có thu nhập trung bình trở xuống như: Nước xả vải, Nước rửa tay, Nước tẩy toilet, Nước xịt kính và Nước khử mùi.....

Nghiên cứu sản phẩm cho phân khúc khách hàng có thu nhập trung bình cao trở lên để đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

c) *Xây dựng hệ thống tiêu thụ sản phẩm:*

Xác định định hướng phát triển của công ty là chủ yếu dựa vào việc sản xuất, kinh doanh các sản phẩm mang thương hiệu công ty. Hoạt động gia công nhằm tận dụng năng lực dư thừa của dây chuyền sản xuất và một vài lợi thế khác từ việc gia công sản phẩm cho khách hàng sẽ tiếp tục được duy trì.

- Xây dựng và triển khai phương án đầu tư cho công tác thị trường và phát triển sản phẩm, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, có cơ chế giá bán cạnh tranh, sát thị trường để đẩy mạnh tiêu thụ trên kênh nhà phân phối trên khắp cả nước. Xây dựng và củng cố hệ thống bán hàng trên cơ sở phát triển các nhà phân phối theo chiến lược của từng vùng. Phát triển, mở rộng thị trường nông thôn, miền núi, với những cơ chế chính sách riêng, trong đó giai đoạn đầu chấp nhận giá cạnh tranh để thâm nhập và tăng thị phần.

- Triển khai Chương trình giới thiệu sản phẩm, bán sản phẩm đến người tiêu dùng tại các điểm bán hàng lưu động tại các địa phương theo chiến lược phát triển từng vùng.

* Kênh khách hàng doanh nghiệp:

- Tiếp tục khai thác triệt để, hiệu quả chính sách khuyến khích mua hàng giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn để tìm kiếm khách hàng.

- Liên kết với các doanh nghiệp khác để khai thác đơn hàng quà tặng hoặc đơn hàng gia công thương hiệu riêng.

* Xuất khẩu: Đẩy mạnh tìm kiếm các đơn hàng xuất khẩu nhằm tận dụng lợi thế về năng lực sản xuất dư thừa, đặc biệt chú trọng khai thác dây chuyền xả phòng thơm, có lợi thế bảo quản, lưu trữ, vận chuyển xuất khẩu.

2.2. Công tác tổ chức nhân sự, hành chính:

Tuyển dụng nhân sự có chất lượng đáp ứng được yêu cầu công việc. Sắp xếp, điều chuyển, bố trí nhân lực có hiệu quả.

Phối hợp cùng công đoàn công ty chăm lo sức khỏe, chế độ đãi ngộ tốt để nâng cao tinh thần cho người lao động.

2.3. Công tác sản xuất:

- Tập trung cải tiến thiết bị, nâng cao năng suất lao động. Bố trí lao động hợp lý nhằm tiết giảm thời gian dư thừa. Kiểm tra, giám sát chặt chẽ việc tuân thủ các quy trình, định mức tiêu hao vật tư, nguyên liệu.

- Đảm bảo tuyệt đối an toàn lao động, an toàn thiết bị, an toàn môi trường.

2.4. Công tác đoàn thể công đoàn

Năm 2021 là thách thức và cơ hội to lớn cho cán bộ công nhân viên trong Công ty. Tuy nhiên, đây cũng chính là cơ hội cho Công ty đầu tư nghiên cứu thêm sản phẩm mới để xuất khẩu, xây dựng thương hiệu, phát triển thị trường của riêng mình.

BCH Công đoàn sẽ phối hợp cùng Ban lãnh đạo công ty tiếp tục các chương trình Sáng kiến cải tiến kỹ thuật, phát động các phong trào văn hóa, văn nghệ, thể thao để động viên tinh thần người lao động, gắn bó đội ngũ CBCNV với Công ty.

Ban chấp hành công đoàn kết hợp với chính quyền làm tốt công tác tư tưởng chính trị cho CNVCLĐ, bảo đảm an toàn tuyệt đối hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như tìm kiếm thị trường, tạo công ăn việc làm cho người lao động.

Tăng cường chăm lo đến đời sống của CNVCLĐ, mặt khác, đẩy mạnh công tác đoàn thể, động viên đoàn viên khắc phục khó khăn, quyết tâm hoàn thành mục tiêu và nhiệm vụ cơ bản của Công ty năm tới. Các công tác Công đoàn sẽ phù hợp với hoàn cảnh và kế hoạch SX-KD như: tích cực làm tốt công tác tuyên truyền, giáo dục chính trị tư tưởng, động viên kịp thời, phổ biến các chế độ chính sách của Đảng và Nhà nước, nội quy, quy chế của Công ty tới đoàn viên lao động.

3. Các biện pháp để thực hiện các mục tiêu đề ra

Chuẩn bị tốt các nguồn lực có chất lượng để đảm bảo phục vụ tốt sản xuất và đạt mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh đề ra.

Thực hiện tốt hệ thống quản lý chất lượng ISO, vận hành tốt hệ thống quản lý chất lượng chú trọng công tác đào tạo và đưa các chương trình quản lý mới vào áp dụng nhằm sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và giảm tối đa các chi phí khác.

Công tác bảo dưỡng thiết bị phải được duy trì và thực hiện thường xuyên, đầy đủ để thiết bị máy móc luôn luôn sẵn sàng phục vụ sản xuất của Công ty.

Các phòng trong công ty cần tăng cường bám sát tình hình sản xuất của các phân xưởng, kịp thời phát hiện những khó khăn vướng mắc và đề xuất các giải pháp để tháo gỡ khó khăn cho các phân xưởng góp phần đẩy mạnh SXKD.

Triển khai sản xuất đại trà các sản phẩm mang thương hiệu của Công ty để đưa ra tiêu thụ trên thị trường, mở rộng thêm thị trường và phát triển thêm hệ thống các kênh phân phối chuyên nghiệp.

Các phân xưởng sản xuất an toàn, tiết kiệm giảm tiêu hao điện, nước so với định mức. Duy trì hiệu quả an toàn đã đạt được, giảm tối đa số lần nhiễm vi sinh, môi trường.

Chuẩn bị tốt các nguồn tài chính để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.

Công ty tập trung tất cả nguồn lực để hoàn thành các mục tiêu đã đề ra trong sản xuất kinh doanh và phát triển thêm sản phẩm mới.

Bước vào thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2021 với nhiều khó khăn và thách thức, nhưng với sự cố gắng của tập thể CBCNV công ty, Công ty tin tưởng sẽ hoàn thành mục tiêu kế hoạch đề ra.

Kính báo cáo Đại hội đồng cổ đông./.

Nơi nhận:

- Các cổ đông;
- TV HĐQT, BKS, BGĐ;
- Lưu: TCHC, TK Công ty.

TUQ. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

GIÁM ĐỐC



Đỗ Huy Lập

**BÁO CÁO SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2020 VÀ
KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021**

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện 2019	Năm 2020		KH 2021	Tỷ lệ %	
				KH 2020	TH 2020		TH 2020 /TH 2019	TH 2020/KH 2020
A	B	C	1	2	3	4	5=3/1	6=3/2
1	Giá trị sản xuất công nghiệp	Tỷ đồng	17,62	56,20	51,65	63,00	293,1%	91,9%
	Giá trị sản xuất (theo giá cố định 94)	Tỷ đồng						
1	Giá trị sản xuất (theo giá thực tế)	Tỷ đồng	17,62	56,20	51,65	63,00	293,1%	91,9%
2	Sản phẩm chủ yếu sản xuất	Tấn	1.034,64	2.552,00	1.898,03	2.600,00	183,5%	74,4%
2.1	Nước giặt	Tấn	464,63	1.050,00	608,27	1.098,00	130,9%	57,9%
2.2	Nước rửa chén	Tấn	384,85	700,00	697,23	860,00	181,2%	99,6%
2.3	Nước lau sàn	Tấn	114,31	400,00	220,83	250,00	193,2%	55,2%
2.4	Nước rửa tay ướt	Tấn	27,76	50,00	47,71	140,00	171,9%	95,4%
2.5	Nước tẩy đa năng	Tấn	6,96	30,00	20,26	40,00	291,1%	67,5%
2.6	Nước xả vải	Tấn	0,10	85,00	5,50	80,00	5500,0%	6,5%
2.7	Xà phòng thơm	Tấn	36,03	200,00	51,27	80,00	142,3%	25,6%
2.8	Nước lau kính	Tấn		35,00		20,00		
2.9	Xà phòng dạng trong	Tấn		2,00	0,56	2,00		28,0%
2.10	Nước rửa tay khô	Tấn			246,40	30,00		
2.11	Chai nhựa	Cái	67.712,00		109.994,00			
3	Sản phẩm chủ yếu tiêu thụ	Tấn	930,31	2.552,00	1.577,82	2.600,00	169,6%	61,8%
3.1	Nước giặt	Tấn	410,37	1.050,00	545,46	1.098,00	132,9%	52,0%
3.2	Nước rửa chén	Tấn	350,30	700,00	571,09	860,00	163,0%	81,6%
3.3	Nước lau sàn	Tấn	108,03	400,00	174,50	250,00	161,5%	43,6%
3.4	Nước rửa tay ướt	Tấn	16,03	50,00	32,49	140,00	202,7%	65,0%
3.5	Nước tẩy đa năng	Tấn	6,13	30,00	12,41	40,00	202,5%	41,4%
3.6	Nước xả vải	Tấn	0,79	85,00	5,94	80,00	751,9%	7,0%
3.7	Xà phòng thơm	Tấn	38,65	200,00	47,05	80,00	121,7%	23,5%
3.8	Nước lau kính	Tấn		35,00		20,00		
3.9	Xà phòng dạng trong	Tấn		2,00	0,61	2,00		30,5%
3.10	Nước rửa tay khô	Tấn			188,27	30,00		
3.11	Chai nhựa	Cái			128.659,00			
4	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	79,05	54,80	53,41	57,00	73,2%	97,5%
5	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	-					

5.1	Từ hoạt động công nghiệp	Tỷ đồng	16,83	51,06	38,31	57,00	227,7%	75,0%
5.2	Từ hoạt động thương mại	Tỷ đồng	56,10		9,41		16,8%	
5.3	Từ hoạt động khác	Tỷ đồng	6,13	3,72	5,68		92,7%	153,0%
6	Thuế và các khoản phải nộp	Tr.đồng	413,00	973,00	550,00	548,00	137,2%	56,5%
	Trong đó:							
	- Thuế GTGT đầu ra	Tỷ đồng	1,88	5,49	4,51	4,65	240,5%	82,2%
	- Thuế GTGT đầu vào	Tỷ đồng	2,28	4,52	5,03	4,11	221,0%	111,5%
	+ VAT đầu vào được khấu trừ	Tỷ đồng	2,28	4,52	5,03	4,11	221,0%	111,5%
	+ VAT đầu vào không được khấu trừ	Tỷ đồng						
	+ Thuế khác	Tỷ đồng	3,00	3,00	3,00	3,00	100,0%	100,0%
8	Giá sản phẩm	Tr.đồng						
8.1	Giá thành sản xuất	Tr.đồng						
8.1.1	Nước giặt	Tr.đồng	14,79	14,79	15,27	14,52	103,3%	103,3%
8.1.2	Nước rửa chén	Tr.đồng	10,32	10,32	10,49	10,32	101,6%	101,6%
8.1.3	Nước lau sàn	Tr.đồng	9,53	9,53	7,65	9,53	80,3%	80,3%
8.1.4	Nước rửa tay ướt	Tr.đồng	23,71	23,71	21,29	23,71	89,8%	89,8%
8.1.5	Nước tẩy đa năng	Tr.đồng	19,36	19,36	20,15	19,36	104,1%	104,1%
8.1.6	Nước xả vải	Tr.đồng	21,67	21,67	18,33	21,67	84,6%	84,6%
8.1.7	Xà phòng thơm	Tr.đồng	32,94	32,94	40,60	32,94	123,3%	123,3%
8.1.8	Nước lau kính	Tr.đồng		16,44		19,36		
8.1.9	Xà phòng dạng trong	Tr.đồng		95,19	104,84	82,38		110,1%
8.1.10	Nước rửa tay khô	Tr.đồng			30,62	34,60		
	Chai nhựa	Tr.đồng						
8.2	Giá thành tiêu thụ	Tr.đồng						
	Nước giặt	Tr.đồng	20,25	17,82	22,89	22,30	113,1%	128,5%
	Nước rửa chén	Tr.đồng	13,59	12,15	15,59	15,15	114,7%	128,3%
	Nước lau sàn	Tr.đồng	12,85	11,44	12,51	14,29	97,3%	109,3%
	Nước rửa tay ướt	Tr.đồng	33,33	29,12	35,52	39,27	106,5%	122,0%
	Nước tẩy đa năng	Tr.đồng	26,47	23,23	30,40	30,24	114,8%	130,9%
	Nước xả vải	Tr.đồng	28,12	25,18	27,27	31,54	97,0%	108,3%
	Xà phòng thơm	Tr.đồng	45,85	40,24	60,95	54,52	132,9%	151,5%
	Nước lau kính	Tr.đồng		20,45		30,90		
	Xà phòng dạng trong	Tr.đồng		118,84	174,31	120,45		146,7%
	Nước rửa tay khô	Tr.đồng			74,71	63,08		
	Chai nhựa	Tr.đồng						
8.3	Giá bán bình quân	Tr.đồng						
	Nước giặt	Tr.đồng	20,10	20,80	18,98	21,84	94,4%	91,2%
	Nước rửa chén	Tr.đồng	13,13	12,33	12,70	13,57	96,8%	103,0%
	Nước lau sàn	Tr.đồng	12,60	12,09	12,10	13,35	96,1%	100,1%
	Nước rửa tay ướt	Tr.đồng	38,51	36,14	35,41	43,70	92,0%	98,0%
	Nước tẩy đa năng	Tr.đồng	24,67	27,78	25,53	30,55	103,5%	91,9%

	Nước xả vải	Tr.đồng	19,19	25,22	22,25	27,74	115,9%	88,2%
	Xà phòng thơm	Tr.đồng	48,89	48,10	50,70	60,60	103,7%	105,4%
	Nước lau kính	Tr.đồng		28,84		32,40		
	Xà phòng dạng trong	Tr.đồng		170,00	173,00	106,91		101,8%
	Nước rửa tay khô	Tr.đồng			54,64	80,00		
	Chai nhựa	Tr.đồng						
9	Xuất khẩu	Tr. USD						
	Tổng kim ngạch xuất khẩu	Tr. USD						
	Sản phẩm xuất khẩu							
10	Nhập khẩu	Tr. USD						
	Tổng kim ngạch nhập khẩu	Tr. USD						
	Sản phẩm nhập khẩu							
11	Lợi nhuận trước thuế	Tr.đồng						
12	Lợi nhuận sau thuế	Tr.đồng	-5.856,00	82,00	41,95	350,00		51,1%
13	Nộp ngân sách	Tr.đồng						