

Hà Nội, ngày 25 tháng 6 năm 2021

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

**PHẦN I: TỔNG KẾT NĂM 2020**

**I. KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH**

**1. Tình hình sản xuất kinh doanh năm 2020:**

Trong năm 2020, do tác động của dịch Covid-19 và biến động thị trường nên doanh thu bán hàng của Công ty giảm mạnh. Năm 2020 hoạt động của OTW tập trung vào các mảng chính sau:

- + Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm phục vụ thị trường nội địa
- + Khai thác cơ sở BĐS để cho Thuê
- + Đầu tư tài chính để sử dụng vốn cổ đông góp trong tiến độ giải ngân

Các hoạt động khác như : Nuôi ong giống gốc theo đặt hàng của Cục chăn nuôi Bộ NNPTNT dừng do cơ sở thiếu điều kiện nuôi ong nội và nguồn lực triển khai. Mảng xuất khẩu mật ong GTGT của công ty chưa hoạt động trở lại do vẫn chưa có đủ nguồn lực thực hiện nên doanh thu của toàn công ty giảm mạnh so với trước đây.

**1.1 Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2020 toàn công ty**

STT	Chỉ tiêu	Thực hiện 2019	Thực hiện 2020
		(triệu đồng)	(triệu đồng)
1	<b>Tổng doanh thu</b>	<b>31.628</b>	<b>21.739</b>
	* Bán hàng hóa, thành phẩm	19.370	12.777
	* Cho thuê Bất động sản	8.973	8.962
	* Nuôi cung ứng giống gốc cho Nhà nước	3.284	0
2	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>3.019</b>	<b>-9.415</b>
3	<b>Lợi nhuận chưa phân phối</b>	<b>-6.899</b>	<b>-16.314</b>

## 2. Về kinh doanh sản phẩm ong nội địa:

Đây là mảng hoạt động cốt lõi của Công ty và cũng là mảng liên tục phát triển mang lại hiệu quả chung và tạo thu nhập của CBCNV, làm nền móng để gìn giữ và phát triển công ty. Sản xuất kinh doanh các sản phẩm ong nội địa đã liên tục tăng cả về quy mô doanh thu và lợi nhuận trong suốt 13 năm sau cổ phần hóa.

### 2.1 Doanh thu và sản lượng các sản phẩm chính thị trường trong nước

STT	Chỉ tiêu	Thực hiện 2019	Thực hiện 2020
<b>1</b>	<b>Sản lượng (kg)</b>	<b>84.515</b>	<b>89.024,5</b>
1.1	Mật ong các loại (kg)	83.633	88.235
1.2	Phấn hoa (kg)	500	472,2
1.3	Sữa Ong chúa (kg)	382	317,3
<b>2</b>	<b>Doanh thu (triệu đồng)</b>	<b>10.942</b>	<b>11.793</b>
2.1	Mật ong các loại (triệu đồng)	8.816	10.007
2.2	Phấn hoa (triệu đồng)	133	106,7
2.3	Sữa ong chúa (triệu đồng)	569	480
2.4	Các sản phẩm khác (triệu đồng)	1.424	1.194,6
2.5	Gia công	0	5,45

- Tình hình kinh doanh năm 2020 của Xí nghiệp I đã đạt và vượt chỉ tiêu kế hoạch đề ra: Doanh thu đạt 11,793 tỷ đồng; lợi nhuận đạt 2,705 tỷ đồng; tỷ suất lợi nhuận vượt so với kế hoạch và có bút phá vượt bậc tăng 168%.

### 2.2 Kênh tiêu thụ thị trường nội địa

STT	Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020	
		Triệu đồng	Tỷ trọng (%)	Triệu đồng	Tỷ trọng (%)
2	Cửa hàng, bán lẻ	2.707	24.7%	3.156	26,7%
3	Hệ thống siêu thị	4.996	45.7%	5.386	45,7%
4	Hệ thống đại lý	1.718	15.7%	1.483	12,6%
5	Khách hàng mua buôn	1.521	13.9%	1.768	15%
	<b>Tổng cộng</b>	<b>10.942</b>	<b>100%</b>	<b>11.793</b>	<b>100%</b>

- Kênh bán hàng Online năm 2020 không có thu nhập do sự thay đổi tổ chức nhân sự của Công ty. Công ty chưa chú ý đúng mức đến đầu tư phát triển kênh bán hàng này.

## 3. Về hoạt động cho thuê bất động sản

- Tài sản là bất động sản của công ty ở các địa phương rất lớn tuy nhiên công ty cũng chưa khai thác được hết trong khi đó chi phí thuê đất tăng cao ảnh hưởng đến KQKD của toàn đơn vị. Nguồn thu chủ yếu của mảng bất động sản là khai thác tại 19 Trúc Khê.
- Ngoài việc khai thác bất động sản để cho thuê tăng thu và thực hiện đủ nghĩa vụ thuế với Nhà nước, trong năm 2020 Công ty đã trả lại trên 15.000 m<sup>2</sup> tại Yên Thủy, Hòa Bình cho tỉnh để quy hoạch .

#### **4. Về hoạt động đầu tư tài chính**

- Sau khi tăng vốn điều lệ để phục vụ cho dự án tòa nhà Văn phòng, Trung tâm Nghiên cứu và giới thiệu sản phẩm Ong của Công ty tại 19 Trúc Khê, do dự án đang trong giai đoạn xin cấp phép thực hiện đầu tư nên số tiền vốn nhàn rỗi công ty đã thực hiện đầu tư mua cổ phần của đơn vị khác với tỷ lệ lợi ích là 58,37%. Năm 2019 công ty được chia 608.853 CP quỹ. Năm 2020 cổ tức Công ty được chia khoảng 10,95 tỷ và dự kiến được nhận vào quý 3/2021.

#### **5. Về hoạt động nuôi giữ giống gốc**

- Năm 2020 công ty đã tạm ngừng hợp đồng đặt hàng sản xuất và cung ứng sản phẩm công ích giống gốc vật nuôi của Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn vì chưa đáp ứng được yêu cầu tiêu chuẩn về đàn ong Nội và chưa có đủ nguồn nhân lực để triển khai. Cuối tháng 12 Công ty có làm việc đoàn thanh tra Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn về việc thanh tra chấp hành chính sách, pháp luật trong việc thực hiện Chương trình giống gốc vật nuôi năm 2018 và 2019. Sau khi làm việc với đoàn công ty đã rút ra những bài học về việc tổ chức thực hiện và trình độ cán bộ quản lý dự án. Việc dừng chương trình Ong giống gốc năm 2020 đã hạn chế được những tổn thất cho công ty.

## **II. TÌNH HÌNH TỔ CHỨC VÀ NHÂN SỰ**

### **2.1 Về tổ chức nhân sự**

- Công ty đã tiến hành cơ cấu lại bộ máy nhân sự để tối đa nguồn lực, cán bộ nhân viên còn lại phải kiêm nhiệm các công việc tại Công ty của các nhân sự nghỉ hưu và thôi việc. Một số cán bộ tại công ty phải kiêm nhiệm công việc tại các xí nghiệp địa phương. Tổng số CBCNV toàn Cty giảm liên tục từ nhiều năm trong khi các nội dung hoạt động tăng. Năm 2020 chỉ còn 61 người so với 2019 là 82 người

### **2.2 Các hoạt động trong công ty**

- Trong năm 2020 Ban lãnh đạo công ty đã thực hiện cải thiện tốt hơn môi trường và điều kiện làm việc, chăm lo đời sống, sức khỏe của CBCNV
- + Triển khai khám sức khỏe định kỳ 1 năm/1 lần cho CBCNV
- + Tổ chức bình bầu lựa chọn cán bộ, nhân viên, tập thể xuất sắc để động viên khen thưởng kịp thời

## **PHẦN II: ĐỊNH HƯỚNG VÀ KẾ HOẠCH SXKD NĂM 2021**

Bối cảnh: Những khó khăn ngành ong và Dịch covid 19, là khó khăn, khó lường ảnh hưởng lớn đến kế hoạch SXKD của OTW. Tuy nhiên OTW đã xây dựng các kịch bản hoạt động trong tình hình mới với

phương châm linh hoạt bám sát tình hình và mục tiêu là giữ vững SXKD như 2020. Các chi phí hoạt động chung năm 2021 sẽ tăng đáng kể nhưng việc sản xuất kinh doanh ngành ong sẽ vẫn mang lại lợi nhuận.

## **1. Định hướng phát triển**

### **1.1 Mảng kinh doanh nội địa**

- Tập trung vào việc đưa ra cơ chế, chính sách phù hợp nhằm gắn bó người nuôi ong, sản phẩm mật ong tại các địa phương với yêu cầu nguồn nguyên liệu đầu vào của Công ty, gắn bó lợi ích người nuôi giữ đàn ong, người sản xuất mật ong tại các xí nghiệp với quyền lợi của Công ty trong việc đảm bảo sản lượng cung cấp, đảm bảo chất lượng đầu vào.
- Xây dựng Bộ phận R&D (Nghiên cứu và phát triển sản phẩm) năng động, tích cực tìm kiếm và khai thác các sản phẩm giá trị gia tăng từ mật ong, đảm bảo bộ sản phẩm đa dạng, có chất lượng, có hàm lượng công nghệ cao và tìm kiếm cơ hội hợp tác chuyên sâu
- Đa dạng kênh bán hàng, kênh thị trường, mở rộng hợp tác kinh doanh với các đối tác như nhà sản xuất, nhà nghiên cứu,

trung tâm thẩm mỹ, nhà phân phối để cung cấp các sản phẩm có chất lượng, có đặc tính phù hợp, gia tăng doanh thu và hiệu quả sản xuất kinh doanh

- Khai thác kênh truyền thông có hiệu quả bằng việc kết hợp với các chương trình hỗ trợ nông nghiệp, sản phẩm nông sản thực phẩm, sản phẩm nông nghiệp ứng dụng công nghệ; các chương trình khởi nghiệp uy tín; các dự án hỗ trợ nông nghiệp của nhà nước và các cơ quan chuyên ngành

### **1.2 Mảng kinh doanh BDS**

- Kịp thời rà soát lại các hợp đồng giao đất và cho thuê tại các địa phương và chuẩn bị các phương án tích cực để sử dụng đất đúng mục đích gắn sản xuất kinh doanh ngành ong thời hiện đại với kinh doanh thương mại dịch vụ nhằm hạn chế các rủi ro và mang lại hiệu quả kinh tế nộp đủ thuế, nộp ngân sách Nhà nước.
- Hoàn thiện thủ tục pháp lý với địa phương tại Đốc Tín, Hòa Bình

### **1.3 Mảng kinh doanh xuất khẩu**

- Năm 2021 công ty tích cực liên hệ với các khách hàng Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước khác để khảo sát thị trường, xuất thử các sản phẩm ong giá trị gia tăng.

### **1.4 Mảng hoạt động tài chính**

- Ban điều hành công ty sẽ nghiên cứu và đưa ra các quyết định đầu tư kịp thời trong từng giai đoạn để sử dụng vốn của cổ đông hiệu quả.

## **2. Kế hoạch hành động**

### **2.1 Tổ chức nhân sự:**

- Tăng cường cán bộ kinh doanh, phối hợp với HF để tận dụng nguồn lực nội bộ
- Phát triển làm truyền thông, marketing, online

### **2.2 Công tác quản trị:**

- Khoán doanh số cho bộ phận kinh doanh, điều chỉnh thang bảng lương, phân cấp công việc, lương hiệu quả và thưởng hiệu quả
- Áp dụng chỉ tiêu đánh giá nhân viên KPI, trên cơ sở đó người lao động sẽ nhận lương, thưởng phù hợp với năng lực và mức độ hoàn thành công việc

### 2.3 Cơ cấu sản phẩm

- Lựa chọn sản phẩm và bao bì mẫu mã tem nhãn tập trung vào các dòng có doanh thu tiêu thụ cao, phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu. Giảm bao bì mẫu mã hiện không hiệu quả.

### 2.4 Kênh bán hàng và thị trường

- Chủ động mở rộng bán hàng vào các siêu thị mới, kênh bán buôn, đại lí tại Hà Nội và các tỉnh. Tăng cường chăm sóc khách hàng, củng cố nâng cấp cửa hàng của công ty, tập trung phát triển bán hàng online.

### 2.5 Hoạt động khác

- Tích cực thu hồi vốn ứng đầu tư tồn đọng .
- Xây dựng các biện pháp toàn diện để giảm thiểu lượng hàng trả về .

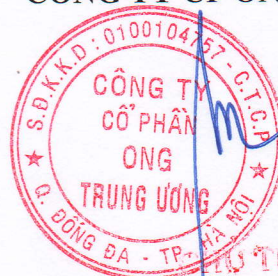
## 3. Kế hoạch doanh thu, chi phí lợi nhuận năm 2021

- Về doanh thu BDS: theo kế hoạch và định hướng của HĐQT cố gắng duy trì như năm 2020 trong điều kiện khó khăn của dịch Covid 19
- Về kinh doanh sản phẩm trong nước phấn đấu trong điều kiện dịch Covid khó dự đoán nhưng ban điều hành cố gắng điều hành linh hoạt các kịch bản khác nhau để đạt được mục tiêu như sau:
  - + Về doanh thu sản phẩm ong nội địa đạt từ 11,5 – 12 tỷ
  - + Lợi nhuận đạt: 2 tỷ

## 4. Một số kiến nghị:

- Sau nhiều năm tập trung phát triển thị trường nội địa bằng nguồn nội lực sẵn có, đến nay OTW cần đầu tư phát triển với qui mô mở rộng và nâng cấp toàn diện với dự án :” Nuôi ong và ứng dụng sản phẩm ong công nghệ cao tại Lương Sơn, Hòa Bình”. Rất mong HĐQT duyệt chủ trương đầu tư và nhân lực để triển khai.
- Tập trung ổn định và phát triển các xí nghiệp địa phương là khó khăn lớn của BĐH, là nhiệm vụ cần làm sớm để tránh việc phải giải quyết từng sự vụ cụ thể của từng Xí nghiệp. Đề nghị HĐQT cho tổ chức xây dựng phương án khôi phục, phát triển các XN địa phương trong chiến lược chung phát triển OTW.

CÔNG TY CP ONG TRUNG ƯƠNG



TỔNG GIÁM ĐỐC  
Tôn Nam Hương