



CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 02/2024/BC-TGD

TP. Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 04 năm 2024

BÁO CÁO
HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023
VÀ KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2024

Kính gửi: Đại hội đồng Cổ đông Công ty Cổ phần Bông Bạch Tuyết

- Căn cứ vào Điều lệ Công ty CP Bông Bạch Tuyết;
- Căn cứ vào Báo cáo tài chính đã được kiểm toán năm 2023;

Ban điều hành Công ty kính Báo cáo Đại hội đồng cổ đông Công ty CP Bông Bạch Tuyết về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh 2023 và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024, như sau:

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH CHUNG CÔNG TY NĂM 2023

1. Thuận lợi

- Thương hiệu Bông Bạch Tuyết với bề dày lịch sử và các sản phẩm được người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng, nhiều năm liền đạt danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao, được cấp chứng chỉ ISO 9001:2015, ISO 13485:2016.
- Hệ thống máy móc, dây chuyền công nghệ hiện đại đã ngày càng phát huy hiệu quả, tạo ra dòng sản phẩm mới với chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của thị trường.
- Ban điều hành, tập thể người lao động có năng lực, trách nhiệm cùng tinh thần làm việc với hiệu suất cao. Tập thể Ban lãnh đạo, cùng toàn thể người lao động trong công ty năng động, tích cực với sự quyết tâm cao nhằm thực hiện mục tiêu kế hoạch đề ra.
- Xây dựng và thực hiện tốt các Quy định, quy chế phù hợp với tình hình sản xuất kinh doanh và mô hình quản lý của Công ty. Phát huy được quyền làm chủ của người lao động, thực hiện công khai, minh bạch về kết quả SXKD, hoạt động tài chính, phân phối lợi nhuận, tiền lương, thưởng,... Tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động kiểm tra, giám sát mọi hoạt động của Công ty thông qua ĐHĐCĐ và tổ chức Công đoàn.
- Luôn quan tâm CNV, cử đi đào tạo để có trình độ chuyên môn, tay nghề đáp ứng được yêu cầu quản lý và sản xuất kinh doanh của Công ty. Bộ máy tổ chức nhân sự được củng cố, kiện toàn phù hợp với điều kiện tình hình thực tế của Công ty.

- Được sự hỗ trợ và định hướng của Hội đồng quản trị Công ty trong hoạt động sản xuất hợp lý và chính sách kinh doanh hiệu quả cũng góp phần quan trọng trong việc hoàn thành mục tiêu kế hoạch năm 2023.

2. Khó khăn

- Kinh tế – xã hội năm 2023 được diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới trong thời kỳ suy thoái. Ngoài ra, xung đột giữa Nga và Ukraina cùng các xung đột vũ trang tại Trung Đông, đã gây ra biến động lớn trên thị trường thế giới. Sự leo thang căng thẳng và việc đe dọa sử dụng vũ lực đã tạo ra một môi trường không ổn định, ảnh hưởng đến tình hình kinh tế toàn cầu và tạo ra những rủi ro không lường trước cho các quốc gia và doanh nghiệp. Và BBT cũng không nằm ngoài vòng xoáy ảnh hưởng của một năm đầy khó khăn.
- Với chính sách mở cửa gọi vốn đầu tư nước ngoài (FDI) cùng với nhu cầu sản phẩm Trung thiết bị y tế trong nước đã tạo ra sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các Công ty cùng ngành nghề cung cấp sản phẩm trang thiết bị y tế trong đó có công ty BBT.
- Giá USD tăng cao ảnh hưởng đến chi phí nguyên liệu tăng cao. Điều này dẫn đến tăng chi phí sản xuất và ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty. Đồng thời tăng chi phí vay gây áp lực tài chính đối với công ty và cũng làm giảm năng lực mua hàng của người tiêu dùng trong nước, ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng và doanh số bán hàng của Công ty.
- Ngành trang thiết bị y tế trong nước chịu sức ép của tốc độ phát triển công nghệ nhanh chóng, nó đòi hỏi các doanh nghiệp, trong đó có cty BBT không ngừng phải có sự đầu tư, cải tiến sáng tạo trong công nghệ sản xuất để đáp ứng được các yêu cầu của thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Đây là một thách thức rất lớn đối với Công ty BBT vì để phát triển cần phải có đầu tư rất lớn cho cả trang thiết bị, kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, nhân sự lẫn chi phí đào tạo.
- Ngoài các vấn đề trên, năm 2023 cũng đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức khác, bao gồm những rủi ro về môi trường, đội ngũ nhân viên phải thích nghi với mô hình làm việc mới, sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ và những thay đổi trong chính sách và quy định của chính phủ.

II. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD NĂM 2023

1. Thực hiện các chỉ tiêu SXKD năm 2023 (đã kiểm toán)

CHỈ TIÊU	ĐVT	Thực hiện năm 2023	Kế hoạch năm 2023	Thực hiện năm 2022	% Thực hiện	
					So với kế hoạch	So với năm 2022
1/ Doanh thu BH và DV (chưa V.A.T)	tỷ đồng	171,94	184,40	166,96	93%	103%
2/ Lợi nhuận trước thuế	tỷ đồng	8,32	5.45	1,67	153%	514%

3/ Lợi nhuận sau thuế	tỷ đồng	6,96	4,36	1,43	160%	483%
-----------------------	---------	------	------	------	------	------

Nhận xét:

Trong năm 2023, không nằm ngoài tình hình khó khăn chung, Công ty tuy không đạt được 100% doanh số kế hoạch nhưng cũng đảm bảo được hoạt động bán hàng, tạo được việc làm, thu nhập cho người lao động và đạt được lợi nhuận cho công ty. Cụ thể:

- Tổng doanh thu Bán hàng và cung cấp dịch vụ thực hiện năm 2023 là 171,94 tỷ đồng, đạt 93% kế hoạch năm 2023 và vượt 3 % so với cùng kỳ năm 2022.
- Lợi nhuận trước thuế thực hiện năm 2023 là 8,32 tỷ đồng, đạt 153% so với kế hoạch năm 2023 và vượt 414% so với cùng kỳ năm 2022.
- Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp năm 2023 là 6,96 tỷ đồng, đạt 160% so với kế hoạch và vượt 383% so với năm 2022.
- Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kế đến 31/12/2023 là 378 triệu đồng, đây là năm đánh dấu việc Bông Bạch Tuyết không còn lỗ lũy kế sau hơn 10 năm.

❖ Nguyên nhân:

- Nền kinh tế Việt Nam đang gặp phải nhiều khó khăn và ảnh hưởng nặng nề của suy thoái kinh tế. Điều này đã ảnh hưởng đến nhiều ngành công nghiệp, bao gồm cả ngành sản xuất và kinh doanh y tế.

- Chi phí nguyên vật liệu sản xuất tăng: Chiến tranh thương mại, cấm vận, chiến tranh Nga-Ukraina, xung đột tại Trung đông làm giá nguyên liệu bông tăng cao so với năm trước, dẫn đến giá nguyên liệu sản xuất tăng. Tương tự, giá xăng, điện và than cũng tăng cao.

- Chi phí vận chuyển tăng: Chi phí vận chuyển đang tăng lên do giá nhiên liệu tăng và sự cạnh tranh khốc liệt trong ngành vận chuyển.

- Cạnh tranh khốc liệt: Ngành sản xuất và kinh doanh y tế là một trong những ngành cạnh tranh khốc liệt nhất hiện nay. Các doanh nghiệp phải đối mặt với sự cạnh tranh về giá cả, chất lượng và thương hiệu.

- Chi phí bán hàng tăng cao: Công ty đang phải đối mặt với sự thay đổi trong phương thức bán hàng, từ kênh truyền thống sang kênh thương mại điện tử. Điều này đòi hỏi Công ty phải đầu tư nhiều hơn vào marketing trực tuyến để thu hút khách hàng. Phải đầu tư thêm chi phí cho quảng cáo, tiếp thị và vận hành sàn thương mại điện tử. Ngoài ra, Công ty cũng phải chi thêm chi phí cho việc thuê và vận hành các kho và phương tiện giao hàng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng trực tuyến. Tất cả những yếu tố này đã dẫn đến tăng chi phí bán hàng.

- Thị trường sản phẩm khẩu trang bão hòa: Đại dịch COVID-19 được kiểm soát và nhu cầu sử dụng khẩu trang giảm, mặt hàng Khẩu trang đã trở nên dư thừa do trước đó sản xuất ồ ạt. Các Công ty đối thủ giảm giá bán nhằm thu hồi vốn nên Công ty gặp khó khăn trong việc giữ vững doanh số bán hàng và tăng trưởng doanh thu.

- Chính sách nhà nước: Chính sách thâu y tế của Việt Nam đang tăng cường sự cạnh tranh và tạo ra nhiều thay đổi cho các doanh nghiệp trong ngành y tế. Theo đó, các doanh nghiệp phải đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, giá cả và kỹ thuật trong quá trình đấu thầu, đồng thời cũng phải đáp ứng các quy định mới nhất về việc sử dụng và nhập khẩu vật tư y tế. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm để có thể cạnh tranh trong thị trường. Tuy nhiên, đây cũng là một khó khăn lớn đối với các doanh nghiệp trong ngành y tế, đặc biệt là những doanh nghiệp nhỏ và vừa, vì chi phí đầu tư nghiên cứu và phát triển sản phẩm rất lớn và đòi hỏi sự đầu tư dài hạn.

2. Kết quả các mặt hoạt động khác

⊕ Về đầu tư máy móc và cải tạo Nhà xưởng nhằm phát triển sản xuất:

- Trong năm 2023 hoàn thành dự án đầu tư trọng điểm như: Dự án về hoàn thiện quy trình nấu bông và tự động hóa quy trình nấu nhằm nâng cao và đồng bộ chất lượng sản phẩm; rút ngắn quá trình sản xuất; tăng năng suất; giảm chi phí nhiên liệu: điện, nước, hóa chất...; giảm tỷ lệ lỗi công đoạn sản xuất; giảm chi phí nhân công sản xuất.
- Tiếp tục triển khai đầu tư máy móc sản xuất bông tẩy trang, cải tiến tự động hóa dây chuyền đóng gói Bông, Tăm Bông, Gạc để thay thế và giảm thiểu lao động đóng gói thủ công, tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành,... nâng cao tính cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành trên thị trường.
- Đáp ứng nhu cầu của Thị trường hàng loạt sản phẩm mới được nghiên cứu với chất lượng đạt chuẩn trong và ngoài nước như: Các loại Bông tẩy trang, khăn khô đa năng...
- Tiếp tục cải tạo môi trường làm việc nhằm đạt chuẩn về y tế và xuất khẩu.

⊕ Về công tác PCCC:

- Trong năm 2023, hệ thống báo cháy tự động hoạt động an toàn cho công tác PCCC Công ty. Đội PCCC chủ lực của Công ty thường xuyên kiểm tra công tác PCCC định kỳ, tình hình an toàn PCCC và luôn có những đề xuất kịp thời. Công tác huấn luyện, thực tập PCCC theo hướng dẫn của Cảnh sát PCCC Huyện Bình Chánh tổ chức cho 100% CNV học tập theo quy định. Trên thực tế trong năm 2023 đã không có tai nạn cháy nổ hay tai nạn lao động xảy ra.

⊕ Về tổ chức Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2023:

- Ban điều hành phối hợp với Hội Đồng Quản trị tổ chức thành công Đại hội đồng cổ đông năm 2023 vào ngày 20/07/2023. Đại hội đã thông qua toàn bộ các nội dung chương trình đề ra, thông qua các Báo cáo Tổng kết sản xuất kinh doanh, các hoạt động của Ban điều hành, HĐQT, BKS Công ty năm 2022 và thông qua kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2023, theo đúng quy định của Luật Doanh nghiệp và Điều lệ Công ty.

⊕ Về dự án nhà ở số 1 Nguyễn Văn Săng:

- Hiện dự án vẫn đang bị tạm dừng triển khai theo chỉ đạo của UBND TP.HCM tại Thông báo số 127/TB-VP ngày 28/02/2017, giao cho Sở Xây dựng rà soát lại toàn bộ dự án của các Công ty Cổ phần nhà nước mặt bằng chuyển mục đích sử dụng đất theo nội dung Công văn 10285/VP-CP ngày 29/11/2016. Tổng số tiền thu được tính đến thời điểm này là 11,5 tỷ/ 12,5 tỷ.

➤ **Về Báo cáo tình hình hoạt động Công ty TNHH Bạch Tuyết Kotton.**

- Phát triển thương hiệu Calla, tạo một bước ngoặt cho dòng sản phẩm Bông tẩy trang được khoác lên mình một diện mạo mới, rực rỡ và nâng niu vẻ đẹp cho người phụ nữ Việt Nam.
- Xây dựng và phát triển mạnh mẽ Kênh bán hàng hiện đại như Ecom (Lazada, Shopee...); Socom; B2B...
- Đẩy mạnh chương trình Marketing làm tăng nhận diện, độ phủ sản phẩm trên các nền tảng như: Facebook; Tiktok; Google; Báo điện tử....
- Các thiết kế độc đáo, kết nối giữa truyền thống và hiện đại làm cho các sản phẩm thương hiệu Bông Bạch Tuyết sinh động, bắt mắt thu hút ánh nhìn của người tiêu dùng.

III. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2024

Bước qua một năm 2023 đầy khó khăn, chiến tranh xung đột và cấm vận giữa các quốc gia. Tình hình thế giới bước vào thời kỳ suy thoái kinh tế, dẫn đến sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt sẽ tác động đáng kể đến hoạt động sản xuất kinh doanh chung của Công ty. Trước bối cảnh như vậy, hơn bao giờ hết Công ty cần tập trung sức mạnh và phát huy nội lực để chuẩn bị cho giai đoạn tới. Sự hậu thuẫn của Hội Đồng Quản trị, sự hưởng ứng phối hợp của tập thể người lao động sẽ góp phần tạo nên nền tảng vững chắc giúp cho Ban điều hành chủ động xây dựng, vận dụng linh hoạt các giải pháp để hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch năm 2023. Sau khi đánh giá tình hình và xem xét các yếu tố liên quan, Ban Điều hành thống nhất xây dựng chỉ tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024 như sau:

1. Xây dựng kế hoạch sản xuất kinh Doanh:

Các mục tiêu chính trong năm 2024:

- Đặt chỉ tiêu Doanh số bán hàng công ty tăng trưởng 17%.
- Kinh Doanh: Mở rộng kênh MT/Omni và B2B – Phát triển kênh TMĐT – Xây dựng hệ thống kênh truyền thống theo mô hình mới phù hợp.
- Sản phẩm chiến lược: Bông tẩy trang và khăn khô làm sạch da, nghiên cứu sản phẩm chăm sóc da cao cấp.
- Mục tiêu sản xuất: Cải tiến sản phẩm về chất lượng, giảm giá thành và tập trung đầu tư cho sản phẩm chiến lược đáp ứng nhu cầu kinh doanh.
- Hoàn thiện, nâng cấp hệ thống quản lý dữ liệu và quy trình, xây dựng hệ thống đánh giá KPI và đào tạo đội ngũ nhân sự.

1.1 Kế hoạch kinh doanh 2024:

KHOẢN MỤC	ĐVT	THỰC HIỆN 2023	KẾ HOẠCH NĂM 2024
1) Doanh thu Bán hàng và dịch vụ	Tỷ đồng	171,94	200,89
2) Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	8,32	8,51

1.2 Kế hoạch đầu tư tài chính năm 2024

KHOẢN MỤC	NĂM 2023	KH NĂM 2024
1. Khoản đầu tư dự kiến		
<i>Gửi tiết kiệm và cho vay</i>	130 tỷ đồng	80 tỷ
<i>Đầu tư cổ phiếu</i>	0 đồng	0 đồng
2. Khoản thu dự kiến		
<i>Thu từ cổ phiếu</i>	0,9 tỷ đồng	0 đồng
<i>Thu lãi tiền gửi và cho vay</i>	16,1 tỷ đồng	10,5 tỷ đồng
3. Khoản chi dự kiến		
<i>Lãi vay phải trả</i>	13,1 tỷ đồng	11,5 tỷ đồng
4. Các khoản mục ảnh hưởng từ đầu tư		
<i>Đánh giá chênh lệch gốc ngoại tệ/ dự phòng TC</i>	3,2 tỷ đồng	2,5 tỷ đồng
Thu nhập từ hoạt động tài chính		

1.3 Kế hoạch phát triển nghiên cứu sản phẩm mới

- Đa dạng quy cách các dòng sản phẩm bông làm sạch da;
- Phát triển sản phẩm BÔNG TẨY TRANG TẨM ƯỚT;
- Phát triển sản phẩm BÔNG TẨM DƯỠNG CHẤT;
- Thương mại sản phẩm tã bông em bé đầu múống, đầu xoắn, đầu tròn;
- Phát triển các dòng sản phẩm hàng thầu bệnh viện.

2. Giải pháp thực hiện

Để việc xây dựng mục tiêu, xác định giải pháp và triển khai kế hoạch năm 2024 đạt được hiệu quả thì tầm nhìn, sự hoạch định chiến lược sản xuất kinh doanh, nhân sự,... của Hội Đồng Quản trị, Ban điều hành công ty đóng một vai trò quan trọng. Cụ thể:

2.1. Giải pháp quản trị điều hành

- Tăng cường liên kết giữa các phòng ban, bộ phận để nắm bắt khó khăn kịp thời và đưa ra giải pháp thực hiện.
- Đồng bộ hóa các biện pháp tăng doanh thu, kiểm soát chi phí, tăng cường tiết kiệm và chất lượng sản phẩm, đảm bảo chỉ tiêu lợi nhuận theo kế hoạch sản xuất kinh doanh.
- Điều chuyển nhân sự phù hợp để nâng cao năng suất lao động và tạo sự linh hoạt trong cơ cấu nhân sự.
- Hoàn thiện các quy chế, quy định để tạo sự thống nhất và tiết giảm chi phí hoạt động, điều hành, quản lý và tài chính.
- Vận hành hệ thống đánh giá KPI, lương 3P và cải cách các chính sách về lao động để đảm bảo đời sống cho cán bộ CNV.

2.2. Giải pháp phát triển thị trường

- Củng cố và phát triển uy tín sản phẩm hiện tại nhằm giữ ổn định và tăng lượng khách hàng trung thành.
- Xây dựng cơ cấu sản phẩm phù hợp với các phân khúc thị trường và đề ra chiến lược cụ thể.
- Tập trung nghiên cứu và phát triển các sản phẩm chủ đạo, truyền thống để củng cố thị trường hiện tại và mở rộng thị trường mới.
- Đầu tư vào khai thác thị trường thông qua các kênh thương mại điện tử như sàn thương mại điện tử và kênh Omi (online, offline), đồng thời tăng cường truyền thông thương hiệu trực tiếp đến người tiêu dùng để tạo thói quen mua sắm theo xu hướng thị trường.

2.3. Tăng cường xây dựng thương hiệu, chất lượng sản phẩm

- Hiểu rõ vai trò của Chất lượng trong xây dựng thương hiệu và tạo ra giá trị, uy tín và niềm tin của khách hàng, cổ đông, nhà đầu tư. HĐQT và Ban điều hành tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm vì đây là yếu tố quan trọng nhất đối với sự tồn tại và phát triển của công ty.
- Liên tục cải tiến chất lượng để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thị trường.
- Tăng cường kiểm tra, giám sát và tuân thủ chất lượng sản phẩm trong mọi quy trình kiểm soát hoạt động sản xuất. Đồng thời, đánh giá và xử lý phản hồi từ khách hàng, cũng như khắc phục các vi phạm tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm.
- Áp dụng các chiến lược Marketing kết hợp giữa các phương tiện truyền thống và các chương trình đặc thù nhằm tạo ra sự khác biệt, nâng cao vị thế và hình ảnh của sản phẩm, cũng như tăng cường sức cạnh tranh.
- Tối ưu hóa việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng bằng cách tăng cường cả số lượng và chất lượng sản phẩm, đồng thời đa dạng hóa danh mục sản phẩm và đưa ra các sản phẩm mới.

2.4. Chính sách giá và phân phối:

- Áp dụng chính sách giá linh hoạt để phù hợp với các khách hàng và khu vực khác nhau. Đối với dòng sản phẩm truyền thống và chủ đạo, công ty thực hiện chính sách giá thâm nhập thị trường để duy trì và mở rộng thị

phần trong dòng sản phẩm truyền thống, đồng thời ngăn chặn sự xâm lấn từ các đối thủ cạnh tranh.

- Tổ chức lại hệ thống phân phối để giảm bớt số lượng trung gian và tập trung vào việc tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng, từ đó hiểu rõ hơn và chăm sóc khách hàng một cách tốt nhất. Hệ thống phân phối được chia thành các kênh khác nhau như: Nhà phân phối, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, nhà thuốc, bán hàng trực tuyến, đấu thầu bệnh viện và xuất nhập khẩu - gia công...
- Tăng cường dịch vụ khách hàng như giao hàng, thanh toán, và xử lý thông tin nhanh chóng và hiệu quả để củng cố lòng tin và sự trung thành của khách hàng đối với các sản phẩm của công ty.

2.5. Giải pháp nguồn vốn, quản lý tài chính

- Tối ưu chi phí nguyên vật liệu đầu vào bằng cách khai thác các nguồn hàng có giá cả phù hợp, chất lượng ổn định và được ưu đãi về chính sách công nợ và thời gian giao hàng.
- Kiểm soát quá trình sản xuất bằng cách thường xuyên rà soát các định mức lao động và tiêu hao nguyên liệu. Phân công lao động một cách tinh gọn và hợp lý, đồng thời tăng cường ý thức tự giác và tiết kiệm của người lao động để hạn chế sản phẩm lỗi và lãng phí nguyên liệu.
- Thực hiện kiểm soát và đánh giá hiệu quả của các kế hoạch đầu tư ngắn hạn và dài hạn một cách chính xác và kịp thời.
- Phân tích hiệu quả kinh doanh định kỳ để đánh giá, kiểm soát và điều chỉnh các chính sách bán hàng và đầu tư của Công ty.
- Tăng cường công tác thu tiền bán hàng và thu hồi công nợ, cũng như tái cơ cấu các khoản công nợ đến hạn phải trả.
- Xây dựng kế hoạch đầu tư hiệu quả từ nguồn vốn hiện có và từ các dòng tiền huy động từ các tổ chức tín dụng và công ty liên kết. Triển khai xây dựng kế hoạch ngân sách của công ty theo quy trình và thiết lập cơ sở dữ liệu rõ ràng và minh bạch. Tái cơ cấu đầu tư theo hướng tinh gọn và hiệu quả.

2.6. Phát triển nguồn nhân lực

Con người là yếu tố quyết định cho sự thành công của quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, do đó cần :

- Hoàn thiện chính sách lương, thưởng và các chế độ nhân sự để tạo động lực cho mỗi thành viên trong Bông Bạch Tuyết trở thành những chuyên gia trong lĩnh vực của mình, có đam mê và cam kết với Công ty, để cùng nhau vượt qua thách thức và hướng tới sự phát triển trong tương lai.
- Tăng cường huấn luyện và đào tạo cho nhân viên bằng cách thường xuyên tổ chức các buổi hội thảo và chương trình đào tạo phù hợp, nhằm nâng cao kiến thức và kỹ năng phục vụ cho hoạt động của Công ty.
- Tổ chức kiểm tra sức khỏe định kỳ hàng năm cho toàn bộ nhân viên, đồng thời chăm sóc và hỗ trợ nhân viên gặp khó khăn về mặt sức khỏe.

- Cũng cố và bổ sung đội ngũ nhân sự cốt lõi, đảm bảo sự công bằng và hợp lý trong việc trả lương, tạo ra một môi trường cạnh tranh để thu hút và giữ chân nhân lực.
- Sắp xếp và ổn định bộ máy nhân sự, đảm bảo phân chia công việc phù hợp với từng nhân viên.
- Tăng cường chất lượng nhân sự và tạo điều kiện làm việc tích cực, khích lệ sự sáng tạo và phát triển bản thân. Hoàn thiện chính sách thăng tiến nghề nghiệp để động viên nhân viên xuất sắc.
- Xây dựng một môi trường làm việc năng động và thân thiện, phát triển nền văn hóa doanh nghiệp. Tôn trọng và tạo điều kiện cho sự đoàn kết và sự phát triển cá nhân, từ đó tạo ra sức mạnh sáng tạo trong sản xuất kinh doanh và góp phần tăng cường hình ảnh thương hiệu "Bông Bạch Tuyết".

2.7 Thực hiện các biện pháp bảo vệ môi trường, hướng tới phát triển bền vững

- Nghiên cứu và áp dụng các nguồn năng lượng sạch và hiệu quả để giảm thiểu ảnh hưởng đến môi trường. Thực hiện việc giám sát và quan trắc môi trường định kỳ nhằm giảm lượng khí thải và tạo ra môi trường làm việc xanh, sạch, và đẹp.
- Bông Bạch Tuyết cam kết thực hiện nghiêm túc các biện pháp bảo vệ môi trường và sử dụng hiệu quả các nguồn năng lượng có sẵn. Việc này thể hiện sự quyết tâm của chúng tôi trong việc phát triển bền vững và cam kết trở thành một doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm với môi trường.

Trên đây là báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2023 và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2024 của Công ty Cổ phần Bông Bạch Tuyết. Kính trình ĐHĐCĐ Công ty Cổ phần Bông Bạch Tuyết xem xét và thông qua.

Trân trọng!

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu: HC-NS, TK.

TỔNG GIÁM ĐỐC



NGUYỄN KHÁNH LINH

