

CÔNG TY CỔ PHẦN SKK

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

CHAIN & FRANCHISE

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 01/2024/BC-BGD/SCF

Hà Nội, ngày 20 tháng 03 năm 2024

BÁO CÁO CỦA BAN GIÁM ĐỐC VỀ KẾT QUẢ KINH DOANH

NĂM 2023 VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2024

I. Tổng quan tình hình kinh tế Việt Nam năm 2023

Nền kinh tế Việt Nam đã trải qua năm 2023 với nhiều khó khăn và thách thức. Tăng trưởng kinh tế năm 2023 ước tính đạt 5,05%, thấp hơn so với năm 2022 (8,12%) và so với mục tiêu tăng trưởng đề ra (6,5%). Nguyên nhân là do sức sản xuất của các doanh nghiệp, sức mua của người tiêu dùng chưa phục hồi vững chắc sau đại dịch COVID-19. Cùng với đó, nền kinh tế thế giới xảy ra nhiều bất ổn, chưa có dấu hiệu ổn định trở lại ảnh hưởng đến nền kinh tế nước ta vốn có độ mở cửa lớn.

Cả năm 2023, chỉ số tiêu dùng (CPI) tăng 3,25% so với 2022, đạt mục tiêu Quốc hội đề ra. Thị trường hàng hóa thế giới trong năm 2023 có nhiều biến động và chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố kinh tế, chính trị, xã hội.

Năm 2024 ngành tiêu dùng dự đoán có nhiều khởi sắc mới. Theo báo cáo của Mordor Intelligence về quy mô thị trường bán lẻ Việt Nam năm 2024 ước tính đạt 276,37 tỷ USD và dự kiến sẽ đạt 488,08 tỷ USD vào năm 2029, tăng trưởng với tốc độ CAGR là 12,05% trong giai đoạn dự báo (2024-2029). Bên cạnh đó, người tiêu dùng Việt đang tích hợp mạnh mẽ công nghệ vào cuộc sống hàng ngày, không chỉ sử dụng điện thoại thông minh để liên lạc, làm việc và giải trí mà còn kết hợp các thiết bị thông minh khác như đồng hồ, tai nghe, loa, máy ảnh và Smart TV. Ngoài ra, xu hướng sử dụng các ứng dụng thông minh để giao dịch, đặt chỗ và thanh toán nhanh chóng và thuận tiện đang ngày càng gia tăng.

Ở Việt Nam, người ta có thể mua các sản phẩm có xuất xứ Nhật Bản ở mọi nơi, không chỉ tại các thành phố lớn. Có thể nói, hàng Nhật chiếm thị phần rất lớn trong thị trường hàng tiêu dùng, của Việt Nam.

Tại Hà Nội, các chuỗi cửa hàng, siêu thị chuyên hàng Nhật xuất hiện ngày càng nhiều để người tiêu dùng có thể tiếp cận nhanh nhất các sản phẩm trong nhiều lĩnh vực như nhu yếu phẩm hàng ngày, mỹ phẩm, thực phẩm, may mặc... Việc sử dụng hàng Nhật đang ngày càng phổ biến trong cuộc sống thường nhật, dần trở thành thị hiếu tiêu dùng của người Việt.



II. Kết quả hoạt động kinh doanh đạt được trong năm 2023

1. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2023

Chỉ tiêu	Đơn vị	Kế hoạch năm 2023	Thực hiện năm 2023	Tỷ lệ Thực hiện 2023/ Kế hoạch 2023 (%)
Vốn điều lệ	Tỷ Đồng	60	60	100%
Doanh thu thuần	Đồng	212.000.000.000	201.516.836.732	95,06%
Lợi nhuận trước thuế	Đồng	7.600.000.000	8.488.734.503	111,69%
Lợi nhuận sau thuế	Đồng	6.000.000.000	6.790.976.903	113,18%
Tỷ lệ lợi nhuận trước thuế/ Doanh thu thuần	%	3,58	4,21	117,50%
Tỷ lệ lợi nhuận trước thuế/ Vốn điều lệ	%	12,67	11,32	111,69%

Năm 2023 doanh thu thuần của Công ty đạt 95,06% (201.516.836.732 đồng) so với kế hoạch (212.000.000.000 đồng). Điều này là do cơ cấu hàng hóa của công ty đa dạng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, thời điểm kinh doanh của công ty đúng vào mùa cao điểm của thị trường bán lẻ.

2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh năm 2023 của công ty như sau:

- **Nhân tố bên ngoài:**

Việt Nam đang đứng trước giai đoạn bản lề (2023-2025) cho chiến lược phát triển thoát “bẫy thu nhập trung bình”. Năm 2023 được xem là năm khó dự báo với nhiều ẩn số đến từ nội tại trong nước và các yếu tố kinh tế chính trị đến từ thị trường quốc tế.

Bên cạnh đó, chính sách tiền tệ thắt chặt, lãi suất ngân hàng tăng cao trong nửa cuối năm 2023 là những nguyên nhân chính cho sự suy giảm trong lĩnh vực sản xuất. Những bất ổn của thị trường trái phiếu và đóng băng của thị trường bất động sản kéo dài cũng là dấu hiệu cho thấy áp lực suy thoái sẽ tiếp tục gia tăng cho nửa đầu năm 2024 cho đến khi xuất hiện các cú hích đến từ chính sách nới lỏng tiền tệ và sự hồi phục của các đơn hàng đến từ thị trường xuất khẩu truyền thống của Việt Nam.

- **Nhân tố bên trong:**

Bộ máy nhân sự đạt hiệu quả năng suất lao động cao, đáp ứng được nhu cầu phát triển của công ty. Công ty tập trung vào đào tạo phát triển đội ngũ nhân sự hiện có.

Tập khách hàng và nhà cung cấp hiện đa dạng, sản phẩm đáp ứng liên tục kế hoạch nhập hàng và bán hàng của công ty.

III. Mục tiêu và giải pháp thực hiện kế hoạch kinh doanh năm 2024

1. Triển vọng phát triển của ngành và của công ty

- Khách hàng mà công ty hướng tới là các doanh nghiệp bán lẻ trên thị trường Việt Nam. Và Ngành bán lẻ được coi là một ngành có triển vọng phát triển trong tương lai:

+ Tăng trưởng kinh tế: Sự phát triển của kinh tế sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp bán lẻ để mở rộng và phát triển.

+ Sự tăng trưởng của mạng lưới bán lẻ trực tuyến: Với sự phát triển của công nghệ, người tiêu dùng có thể mua sắm trực tuyến, đây là một thách thức lớn đối với các cửa hàng bán lẻ truyền thống. Nhưng nó cũng tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp bán lẻ để phát triển các nền tảng bán hàng trực tuyến.

+ Sản phẩm của công ty có nguồn gốc xuất xứ từ Nhật Bản được người tiêu dùng các nước trên thế giới nói chung và người tiêu dùng Việt Nam tin cậy sử dụng.

+ Đội ngũ lãnh đạo với tầm nhìn đúng, mục tiêu và định hướng rõ ràng là yếu tố quan trọng góp phần tạo nên thế mạnh của công ty trên thị trường.

2. Dự kiến kế hoạch kinh doanh năm 2024

KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2024

STT	Chỉ tiêu	Kế hoạch 2024	Thực hiện 2023	Tỷ lệ % thực hiện năm 2023 so với năm 2024
1	Doanh thu (đồng)	173.000.000.000	202.710.696.140	117,17%
2	Lợi nhuận trước thuế (đồng)	6.600.000.000	8.488.734.503	128,62%
3	Tỷ suất Lợi nhuận/ Doanh thu	3,81	4,19	110%
3	Tỷ lệ cổ tức (dự kiến) (%)	10%	10%	100%
4	Lao động bình quân (người)	14	9	64,28%
5	Lương bình quân (triệu đồng/ người)	8,5	7,2	84,71%

3. Giải pháp và biện pháp để thực hiện được các mục tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2024

- Năm 2024 công ty có kế hoạch mở rộng tệp khách hàng cụ thể như sau:
 - + Xác định đối tượng khách hàng tiềm năng
 - + Tăng cường quảng cáo và tiếp thị để khách hàng biết đến và tiếp cận
 - + Tạo các chương trình khuyến mãi và giảm giá đa dạng
 - + Tăng cường hỗ trợ chăm sóc khách hàng
- Mở rộng sản phẩm dịch vụ kinh doanh
 - + Phát triển các ngành hàng và sản phẩm trong chuỗi các sản phẩm hàng Nhật Nội địa
 - + Mở rộng các ngành hàng kinh doanh như: thực phẩm tươi sống, thực phẩm chế biến sẵn....

Trên đây là báo cáo của Ban Giám đốc về tình hình kinh doanh năm 2023 và kế hoạch năm 2024. thay mặt Ban Giám đốc. tôi xin kính chúc các Quý cổ đông và Quý vị đại biểu sức khỏe, hạnh phúc và thành công.

Xin trân trọng cảm ơn!

Nơi nhận:

- Cổ đông;
- HĐQT; BKS
- Lưu VP



TỔNG GIÁM ĐỐC

HOÀNG THỊ TÂN HƯỜNG



