

**CÔNG TY CỔ PHẦN NAM DƯỢC**

Văn phòng: 51 Trường Công Giới, P. Dịch Vọng, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội  
Tel: 024 62691602 | Fax: 024 62698623 | Email: contact@namduoc.vn | Website: www.namduoc.vn

**BÁO CÁO CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC****1. Tổng quan về hoạt động kinh doanh 2022**

Tại thời điểm 31/12/2022, công ty cổ phần Nam Dược có tổng số nhân viên là 680 người, bao gồm khối Sản xuất (Công ty TNHH Nam Dược tại Nam Định) là 215 người, khối Thị trường (Công ty CP Nam Dược tại Hà Nội và các chi nhánh phụ thuộc) là 465 người. Tổng số sản phẩm đang sản xuất đưa ra thị trường gồm hơn 115 sản phẩm, trong đó tự doanh 81 sản phẩm (bao gồm sản phẩm sản xuất từ các đơn vị khác).

Năm 2022, các chỉ tiêu doanh thu và lợi nhuận năm 2022 sau khi đã được Công ty TNHH hãng kiểm toán AASC thực hiện kiểm toán và chốt số liệu như sau:

Đơn vị tính : Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2021	% tăng giảm 2022/2021
Tổng tài sản	594.232	425.801	39,6%
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	972.918	690.393	40,9%
Doanh thu thuần	907.169	640.399	41,7%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	163.745	86.252	89,8%
Lợi nhuận khác	(96)	(982)	
Lợi nhuận trước thuế	163.648	85.270	
Lợi nhuận sau thuế	130.753	68.155	91,8%
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	14%	11%	
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu (%)	29%	20%	
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản (%)	22%	16%	

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán năm 2022 của CTCP Nam Dược  
Về doanh thu: Doanh thu thuần năm 2022 đạt 907.169 triệu đồng, tăng 41,7% so với năm 2021 và đạt 126,0% so với kế hoạch đề ra.

Về Lợi nhuận: Lợi nhuận sau thuế đạt 130.753 triệu đồng, tăng 91,8 % so với năm 2021 và hoàn thành 181,6 % kế hoạch đề ra.

Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu thuần năm 2022 đạt 14%, Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu năm 2022 đạt 29%.

So với chỉ tiêu kinh doanh theo biên bản họp đại hội đồng cổ đông công ty cổ phần Nam Dược năm 2022, các chỉ tiêu kinh doanh thực hiện trong năm 2022 như sau:

Đơn vị tính: Triệu đồng

Nội dung	Kế hoạch 2022	Thực hiện 2022	% thực hiện / KH
Vốn điều lệ	59.640	59.640	100%
Doanh thu thuần	720.000	907.169	126,0%
Lợi nhuận sau thuế	72.000	130.753	181,6%
Tỷ suất Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	10,0%	14%	

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán năm 2022 của CTCP Nam Dược



## 1. Tình hình tài chính

*Đơn vị tính: Lần*

Các chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2021	So sánh 2022/2021
Hệ số thanh toán ngắn hạn	1,99	2,28	0,87
Hệ số thanh toán nhanh	1,26	1,33	0,95
Tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu	0,33	0,28	1,20

Hệ số thanh toán ngắn hạn năm 2022 là 1,99 lần, hệ số thanh toán nhanh năm 2022 là 1,26 lần và tổng nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu năm 2022 là 0,33; Các chỉ tiêu này thể hiện năng lực về tài chính của Công ty đáp ứng tốt nhu cầu thanh toán các khoản nợ ngắn hạn.

## 3. Một số hoạt động chính của Nam Dược năm 2022

### 3.1. Hoạt động MKT & Xây dựng thương hiệu

Năm 2022, song song với các hoạt động Marketing của Nam Dược chú trọng vào các nhãn chiến lược như Sủi Livecool, Siro Ho Cảm Ích Nhi, Thông xoang tán Nam Dược, Yến Sào Nam Dược với điểm nhấn là tác dụng giúp giảm nhiệt miệng, nóng trong ở sản phẩm Livecool, giảm triệu chứng hắt hơi, sổ mũi ở bộ Ích Nhi... Và nội dung chủ đạo xuyên suốt với các sản phẩm của Nam Dược luôn là nhấn mạnh vào nguồn Dược liệu sạch đạt chuẩn GACP-WHO do khách hàng ngày càng e ngại về dược liệu bản trên thị trường, đây cũng là thế mạnh khác biệt của Nam Dược so với nhiều công ty sử dụng dược liệu thuốc bắc nhập khẩu. Mặc dù thông điệp truyền thông này đã được truyền thông từ nhiều năm trước, nhưng từ năm 2022 mới được người tiêu dùng nhận thức mạnh mẽ qua chiến dịch xuyên suốt của sản phẩm Siro Ho Cảm Ích Nhi với Thông điệp “Hiệu quả, An toàn từ nguồn dược liệu sạch đạt chuẩn quốc tế GACP-WHO”. Bên cạnh đó là các thông điệp lý tính hướng người tiêu dùng hiểu rõ hơn về thời điểm, cách sử dụng sản phẩm.

Các hoạt động MKT của Nam Dược đa kênh từ các kênh truyền thống với độ phủ rộng tạo uy tín, thương hiệu cho công ty, nhãn hàng như kênh truyền hình quốc gia: Kênh thời sự VTV1, VTV2, HTV7-HTV9, Vĩnh Long 1..., và đẩy mạnh kênh Digital Marketing như mạng xã hội Tiktok, facebook, zalo tới các báo điện tử lớn, tuy tín như Vietnamnet, VnExpress... Đặc biệt Trade MKT tại điểm bán là thế mạnh của Nam Dược khi hình ảnh POSM và các chương trình áp dụng linh hoạt.

Năm 2022, bằng việc chú trọng đầu tư truyền thông thương hiệu công ty, từ đó Nam Dược được người tiêu dùng, khách hàng, đối tác ... biết đến một cách rộng rãi với giải thưởng đạt được như: Thương hiệu quốc gia cho 02 sản phẩm: Livecool và Ích Nhi, TOP 5 Công ty Đông dược Uy tín ở Việt Nam, Giải thưởng Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hoá kinh doanh,... và trên hết chính là giá trị cốt lõi “Vì khách hàng” mà Nam Dược luôn theo đuổi.

### 3.2. Hoạt động bán hàng & chăm sóc khách hàng

**Về kết quả bán hàng:** Năm 2022, Nam Dược có kết quả kinh doanh tăng trưởng cao so với năm 2021. Doanh thu tự doanh tăng trưởng 45% so với năm 2021. Năm 2022,





**NAM DƯỢC**

Tự hào thuốc Nam người Việt

**CÔNG TY CỔ PHẦN NAM DƯỢC**

Văn phòng: 51 Trương Công Giai, P. Dịch Vọng, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội

Tel: 024 62691602 | Fax: 024 62698623 | Email: contact@namduoc.vn | Website: www.namduoc.vn

Nam Dược định hướng phát triển đa kênh bao gồm kênh OTC, kênh FMCG, kênh TMĐT trong đó vẫn lấy trọng tâm là kênh OTC. Số lượng khách hàng mua hàng trong năm đạt gần 40,000 khách hàng. Bước đầu kênh FMCG ghi nhận kết quả tích cực với doanh số đóng góp được 15 tỷ và đang trong quá trình hoàn thiện mô hình phân phối. Kênh thương mại điện tử cũng có tăng trưởng tốt nhưng quy mô vẫn còn khiêm tốn với doanh thu khoảng 3 tỷ đồng.

**Về hệ thống bán hàng:** Kênh bán hàng OTC truyền thống tận dụng được tối đa lợi thế trong giai đoạn dịch bệnh với các sản phẩm phù hợp như nhóm Yến Sào bồi bổ sức khỏe, nhóm thuốc ho, nhóm sủi Livecool bổ sung Vitamin C tăng sức đề kháng trong giai đoạn dịch Covid 19 và cúm A, B. Năm 2022 cũng là năm Nam Dược khởi đầu khai thác thêm kênh mới là kênh bán hàng FMCG và kênh thương mại điện tử với kết quả tăng trưởng tốt, từng bước chuẩn hóa mô hình thử nghiệm để phục vụ tăng tốc trong năm 2023. Nam Dược cũng đã tiến hành khai trương kênh bán hàng trực tiếp đầu tiên với việc khai trương 2 Showroom bán hàng tại 68 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội và 261 Nguyễn Văn Trỗi, Q.10, Tp. HCM. Đây là hai địa chỉ bán các sản phẩm dược liệu quý sản xuất trong và ngoài nước tạo sự tin cậy cho khách hàng khi mua các sản phẩm cao cấp phục vụ biểu tặng và chăm sóc sức khỏe.

**Về khách hàng:** Công ty đã quản lý danh sách hơn 50,000 khách hàng, bán hàng cho 40,000 đối tác là các công ty dược, nhà thuốc, quầy thuốc trong năm 2022, so với 2021 số lượng điểm bán tăng trưởng 12%. Số lượng khách hàng mua hàng tháng tăng trưởng 17%. Nam Dược đã tổ chức loạt hội nghị khách hàng tại các tỉnh: Vĩnh Long, Sóc Trăng, Long An, Tây Ninh, Lâm Đồng, Đắk Nông, Kon Tum, Quảng Ngãi, Hà Tĩnh, Thanh Hóa, Tuyên Quang, Lào Cai... được khách hàng đánh giá cao, chương trình giúp thúc đẩy hoạt động tri ân, gắn kết với khách hàng, khách hàng lớn đồng thời cung cấp các thông tin liên quan tới việc xây dựng trải nghiệm khách hàng tích cực tại nhà thuốc khuyến khích nhà thuốc có nhiều hơn các giải pháp gắn kết với người tiêu dùng. Ngoài ra Nam Dược còn tổ chức các tour du lịch trong và ngoài nước phục vụ nhu cầu thăm quan, quan đó gắn kết với khách hàng.

- **Về nhân sự bán hàng:** Để đảm bảo việc tăng cường hiện diện hàng hóa và gắn kết, chăm sóc khách hàng hệ thống kinh doanh của Nam Dược đã tuyển dụng thêm 68 người trong đó có 28 nhân sự kênh OTC và 40 nhân sự kênh FMCG tăng số lượng nhân sự bán hàng toàn quốc lên 269 nhân viên đảm bảo phủ kín thị trường hơn.

**Về chính sách bán hàng:** Nam Dược kiên định thực hiện chính sách bán bình ổn giá và Audit kiểm soát thị trường phát huy tác dụng tốt, được đại đa số khách hàng ủng hộ. Nam Dược cũng được đánh giá là một trong những đơn vị có mặt bằng giá bán ổn định trên thị trường, nhà thuốc bán hàng của Nam Dược ít bị lo do cạnh tranh giá bán không lành mạnh giữa các nhà thuốc với nhau. Đó là tiền đề để công ty gia tăng độ phủ trên toàn quốc. Năm 2022 các sản phẩm mới đưa ra thị trường cũng đón nhận được nhiều tín hiệu tích cực đặc biệt là nhóm sản phẩm mới trong nhóm Yến sào, nhóm thạch Ích Nhi bổ sung chất dinh dưỡng cho trẻ em. Thạch và Kẹo dẻo dinh dưỡng Ích nhi góp phần chăm sóc sức khỏe trẻ em một cách thân thiện và có giá trị.

