



BÁO CÁO TỔNG KẾT SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023

DỰ THẢO

PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ NĂM 2024

PHẦN I.

TỔNG KẾT HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2023

I. Bối cảnh tổ chức

Trong bối cảnh suy thoái kinh tế ảnh hưởng đến đa số lĩnh vực, ngành Dược vẫn giữ được sự ổn định và có sự tăng trưởng nhất định. Tính đến hết năm 2023, tình hình chung của kênh bệnh viện (kênh ETC) có sự triển khá tốt nhờ các tháo gỡ vướng mắc của Chính phủ trong việc đấu thầu thuốc và cấp số đăng ký. Trong khi đó kênh nhà thuốc (kênh OTC) có dấu hiệu suy giảm bởi sức mua yếu đi khi thu nhập của người tiêu dùng bị giảm.

Trong năm vừa qua, trên cơ sở tận dụng các ưu thế từ sản phẩm, hệ thống phân phối, Bidiphar tiếp tục đẩy mạnh hoạt động của các kênh ETC và kênh OTC, cải thiện công tác giao hàng của Logistics, thực hiện nhiều chính sách bán hàng, marketing đa dạng và đẩy mạnh công tác đào tạo cho đội ngũ kinh doanh; đồng thời thúc đẩy việc tối ưu hóa sản xuất, nghiên cứu phát triển các sản phẩm, công nghệ mới tiến tới việc đạt chứng nhận EU-GMP; hoàn thiện các quy trình, hệ thống nhân sự, công nghệ thông tin, tài chính, đánh giá chất lượng theo chuẩn quốc tế để tăng vị thế cạnh tranh.

II. Kết quả thực hiện kế hoạch năm 2023

1. Hoạt động kinh doanh:

1.1 Về doanh thu, lợi nhuận: được thể hiện dưới đây:

STT	Chỉ tiêu	KH năm 2023	TH năm 2023	%TH 2023 /KH2023	TH năm 2022	% 2023/ 2022
I	Tổng doanh thu	1.800	1.732	96%	1.617	107%
1	Doanh thu hàng sản xuất	1.700	1.658	98%	1.501	110%
1.1	Kênh bệnh viện	955	1.025	103%	858	114%
1.2	Kênh nhà thuốc	690	623	90%	599	104%
1.3	Hàng nguyên lô	45	46	102%	37	124%
1.4	Xuất khẩu	10	9	90%	7	129%
2	Hàng mua ngoài	40	36	90%	45	80%
3	Thiết bị vật tư y tế	50	20	40%	38	53%
4	Nguyên vật liệu	10	17	170%	17	100%
II	Tổng lợi nhuận trước thuế	300	320	107%	299	107%

Doanh thu toàn công ty chỉ đạt 98% kế hoạch nhưng tăng trưởng 7% so với năm 2022. Doanh thu dược phẩm do công ty sản xuất tăng trưởng 10% sau khi ghi nhận mức doanh thu 1500 tỷ vào năm 2022. Doanh thu hàng thiết bị y tế tiếp tục giảm 47% so với năm 2022. Tổng lợi nhuận trước thuế đạt 107% so với kế hoạch và so với năm 2022.

1.2 Về khách hàng:

Trong năm 2023, Công ty tập trung phân loại khách hàng và phát triển chất lượng khách hàng thông qua việc triển khai phân tích và xử lý thông tin phản hồi từ khách hàng. Nhờ các hoạt động này chỉ số khách hàng của công ty đã ghi nhận một số kết quả tốt:

- Kênh ETC đã quản lý và phát triển hơn 7500 khách hàng cá nhân, vượt qua mục tiêu đề ra ở mức 120%. Tất cả các chỉ tiêu liên quan đến chất lượng khách hàng đều đạt kết quả tốt như: Doanh thu bình quân trên một khách hàng, số khách hàng kênh dịch vụ đạt doanh thu trên 60 triệu/năm/khách hàng đều vượt 120% so với kế hoạch

- Ngược lại, kênh OTC cũng ghi nhận những kết quả tích cực, khách hàng doanh thu từ hơn 25 triệu đồng đạt gần 6200 khách hàng, vượt kế hoạch 103%. Tuy nhiên, số lượng khách hàng ở mức doanh thu thấp hơn chỉ đạt được 50% so với kế hoạch và tổng số khách hàng đã không tăng trưởng so với năm 2022.

1.3 Về các hoạt động bán hàng - marketing:

- Công ty đang dần hoàn thiện các hoạt động marketing chuyên nghiệp:

- + Tham gia và tổ chức các hội nghị khách hàng và hoạt động quảng bá thương hiệu: Tổ chức 11 hội nghị khách hàng OTC kết hợp hoạt động chi trả chương trình trên toàn quốc; Tham gia 13 hội nghị chuyên ngành Ung bướu, Lọc máu, Hồi sức cấp cứu và hỗ trợ tổ chức cho các khách hàng toàn quốc tham gia 02 hội nghị lớn tại Bình Định; Tổ chức 121 buổi giới thiệu sản phẩm chủ lực, tăng trưởng 80% so với năm 2022. Đặc biệt trong năm 2023, kết hợp với Lễ khánh thành nhà máy sản xuất thuốc điều trị ung thư, Công ty đã mời 168 khách hàng từ 61 bệnh viện toàn quốc đến tham quan các hoạt động sản xuất tại công ty

- + Xây dựng các chương trình bán hàng kênh OTC với nhiều hình thức hấp dẫn; Triển khai các hoạt động Digital quảng bá thương hiệu công ty và các hoạt động truyền thông nhãn hàng như Cancl Vita, Tay Sơn Tam Kiệt,.. tiếp cận đến khách hàng sử dụng sản phẩm của công ty.

- Chiến lược đấu thầu đã có định hướng đúng ngay từ đầu năm, do đó đem lại hiệu quả cao: giá trị trúng thầu SPCL tăng, giá trúng thầu chênh lệch thấp giữa các đơn vị trên toàn quốc so với các năm trước, các thị trường tiềm năng đã được tập trung khai thác.

- Bước đầu phát triển kênh phòng mạch, đã hình thành đội ngũ bán hàng phòng mạch tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và sẽ triển khai cho các chi nhánh khác trong năm 2024.

1.4 Về các chính sách, hoạt động phát triển khối kinh doanh:

- Năm 2023, Công ty đã bắt đầu triển khai hoạt động giám sát bán hàng và có các hoạt động cải tiến sau giám sát.

- Trong năm qua, Khối kinh doanh đã phối hợp với phòng Công nghệ thông tin số hóa một số quy trình phục vụ cho công tác bán hàng: báo cáo quản trị bán hàng trên Power BI; Cải tiến hệ thống DMS phục vụ quản lý bán hàng khách hàng kênh bệnh viện; Phát triển một số tính năng mới trên PDA,..

- Ban hành và thực hiện các chính sách khen thưởng năm, chương trình thi đua sale team với các tiêu chí rõ ràng, cụ thể nhằm động viên đội ngũ bán hàng.

- Về hoạt động đào tạo: Kênh ETC đã tổ chức 03 chương trình đào tạo đội ngũ bán hàng cho toàn hệ thống tại TP.HCM, Bình Định và Hà Nội. Đội ngũ giảng viên nội bộ đã xây

dựng 62 bài giảng về 122 sản phẩm của Bidiphar lên elearning nhằm giúp trình dược viên liên tục được đào tạo về kiến thức sản phẩm. Ngoài ra các ASM cũng được đào tạo nâng cao kỹ năng quản lý tại các khóa đào tạo tập trung từ giảng viên bên ngoài và Giám đốc Marketing.

1.5 Hoạt động Logistics:

- Năm 2023 bộ phận Logistics chú trọng công tác kiểm soát hàng tồn kho, kiểm soát kế hoạch bán hàng và phối hợp với bộ phận kế hoạch, khối kinh doanh điều chỉnh lịch sản xuất điều chuyển hàng hóa phù hợp để đáp ứng tốt nhất khả năng cung ứng hàng. Giá trị hàng thanh lý do tồn kho hết hạn dùng, hư hỏng trong quá trình bảo quản thấp hơn nhiều lần so với kế hoạch; 99% sản phẩm chủ lực được dự trữ ổn định không hề thiếu hàng theo sản lượng kế hoạch của các kênh.

- Phương tiện tại Công ty chỉ đáp ứng được 35% nhu cầu. Số phương tiện vận chuyển đáp ứng yêu cầu về điều kiện GDP thấp, tuy nhiên bộ phận đã bố trí sắp xếp để đảm bảo giao đủ và kịp thời hàng cho các Chi nhánh. Tỷ lệ giao hàng đúng tiến độ từ Công ty đến Chi nhánh, từ Chi nhánh đến Khách hàng đạt 98%.

- Logistics trung tâm đã rà soát và ban hành 14 SOP GDP, SOP hướng dẫn hoạt động giao vận tại các Chi nhánh; Đã hoàn thành hồ sơ, sắp xếp kho phục vụ tái đánh giá GMP (GSP), GMP-TPCN, hậu kiểm thuốc KSDB đạt kết quả tốt.

2. Hoạt động sản xuất

- Trong năm 2023, Sản lượng sản xuất tăng so với năm 2022 ở nhóm: Dung dịch tiêm truyền tăng gấp 3 lần, tiêm nước đóng ống tăng gấp 2 lần, một số nhóm sản phẩm như Thuốc nhỏ mắt, Gói bột Betalactam, Dịch thận, các loại lọ siro uống, thuốc điều trị Ung thư đều tăng trên 10%.

- Nhà máy Nhơn Hội chính thức khánh thành và đã đáp ứng được 76% thuốc ung thư tiêm – đông khô đúng hạn. Dây chuyền thuốc tiêm ung thư và dây chuyền thuốc viên ung thư đã được tái đánh giá/ đánh giá đạt chứng nhận GMP-WHO. Hệ thống nhân sự, quản trị đang được hoàn thiện để chuẩn bị cho dự án đánh giá EU-GMP tại nhà máy. Đã có 336 SOP mới đã được ban hành cho hoạt động của chi nhánh.

- Khối sản xuất cũng đã hoàn thành tái đánh giá GMP-WHO nhà máy Nguyễn Thái Học, tái đánh giá GMP Thực phẩm bảo vệ sức khỏe, đánh giá giám sát ISO 13485:2016, ISO 9001:2015, hậu kiểm của Cục Quản lý Dược, báo cáo, làm việc với Cục Cơ sở hạ tầng và Thiết bị y tế - Bộ Y tế về công tác quản lý trang thiết bị y tế với kết quả đạt yêu cầu.

- Năm 2023 Công ty đã hoàn tất nộp hồ sơ đăng ký thay đổi cho 340 hồ sơ để đáp ứng cho nhu cầu sản xuất. Có 66 sản phẩm được gia hạn số đăng ký, 39 sản phẩm được cấp số đăng ký mới, đưa vào đánh giá khả thi 49 sản phẩm. Đồng thời năm nay Trung tâm nghiên cứu đã triển khai 2 kỹ thuật mới để tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm.

3. Hoạt động quản trị, vận hành

Công ty có 13 bộ phận chuyên môn, 6 phân xưởng sản xuất và vận hành, 01 chi nhánh sản xuất, 16 chi nhánh phân phối tại các tỉnh, thành phố và 02 công ty thành viên do Bidiphar sở hữu 100%.

Đến 31/12/2023, tổng nhân sự của Bidiphar là 1.266 người với 173 nhân sự tuyển mới trong năm. Số nhân sự nghỉ việc trong năm cao hơn năm 2022 là 7%, trong đó nhân viên nghỉ

việc là sale OTC chiếm 43%. Số nhân sự có trình độ từ Đại học trở lên chiếm 40,2% tổng số nhân viên toàn công ty, trong đó số nhân sự có chuyên môn về Dược chiếm 41,4%. Thu nhập bình quân là 10 triệu đồng/người/tháng.

Trong năm qua, các hoạt động đào tạo, quản trị được tập trung triển khai, từng bước chuẩn hóa, tiêu biểu là:

- Hoạt động quản lý công nợ, tồn kho có nhiều tiến bộ. Kiểm soát công nợ triển khai chặt chẽ, quyết liệt nên giảm tỉ lệ công nợ quá hạn xuống thấp (từ 45% giảm xuống 38%). Rủi ro công nợ khối OTC được tổng rà soát tới 100% khách hàng.

- Đã xây dựng quy chế quản lý công nợ phải thu, hàng tồn kho, quy chế chi tiêu, công tác phí ... quy trình thanh toán, quy trình kiểm soát dòng tiền.

- Hệ thống AOP và đánh giá kết quả công việc KPI-BSC tiếp tục được áp dụng hiệu quả giúp công ty quản lý và kiểm soát được việc thực hiện công việc hướng đến mục tiêu chung; Đã hoàn thiện Chính sách lương thưởng 3P cho nhân viên khối văn phòng.

- Chi phí đào tạo năm 2023 là khoảng 2,5 tỷ đồng. Đã tổ chức 13 khóa đào tạo có giảng viên/ đơn vị đào tạo bên ngoài và xây dựng 62 bài giảng elearning cho 122 sản phẩm, 01 bài đào tạo hội nhập.

- Hoàn thiện Sổ tay Văn hóa doanh nghiệp với 03 giá trị cốt lõi Tâm – Trí – Tiến

- Các hoạt động truyền thông nội bộ được triển khai: chương trình chúc mừng sinh nhật hàng tháng, hộp thư góp ý, các cuộc thi nội bộ nhân dịp sinh nhật Công ty, các ngày lễ của Việt Nam. Chương trình Team building toàn công ty tiếp tục được thực hiện, đặc biệt đã thành công tổ chức chương trình quy mô hơn 500 nhân viên chi nhánh.

- Số hóa các quy trình các phòng ban: cải tiến phần mềm SAP với 64 tính năng và Quy trình; Triển khai Quản lý kho chi tiết (WM) tại NM Nhơn Hội; Xây dựng Báo cáo Quản trị, phân tích số liệu bán hàng trên nền tảng Power BI; Xây dựng website chào thầu Bidiphar. Hoàn tất Xây dựng URS cho phần mềm Văn phòng điện tử, phần mềm quản lý kiểm nghiệm(LIMs), hệ thống kiểm soát truy cập, hệ thống kiểm soát đồng bộ thời gian máy tính và các thiết bị trong sản xuất, kiểm nghiệm.

- Có 134 sáng kiến, cải tiến, giải pháp hợp lý hóa quy trình của 23 bộ phận được công nhận và khen thưởng với tổng số tiền khen thưởng hơn 800 triệu đồng;

4. Các hoạt động khác:

Các tổ chức Đảng, Công đoàn cơ sở và Đoàn thành niên đều hoàn thành nhiệm vụ của năm 2022 và hỗ trợ tốt cho hoạt động SXKD của Công ty, trong đó:

- Tổ chức cơ sở Đảng: hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao trong năm 2023
- Tổ chức Công đoàn cơ sở: hoàn thành tốt nhiệm vụ trong năm 2023
- Tổ chức Đoàn thành niên: hoàn thành tốt nhiệm vụ trong năm 2023

5. Hoạt động xã hội:

Tổng số tiền Công ty đã đóng góp thực hiện công tác xã hội là: **1,8** tỷ đồng.

Các hoạt động tiêu biểu: hỗ trợ Hội bảo trợ bệnh nhân nghèo tỉnh Bình Định; hỗ trợ học bổng cho học sinh nghèo vượt khó Trường Chuyên Lê Quý Đôn; tặng quà cho các em học sinh khuyết tật Trường Chuyên biệt Hy vọng Quy Nhơn; tặng quà cho các gia đình chính

sách huyện Tuy Phước , tặng 320 máy đo huyết áp bà con 02 xã thuộc huyện Tuy Phước; tặng 203 phần quà cho bà con đồng bào Bana thuộc hộ nghèo, cận nghèo ở xã An Toàn (huyện An Lão, Bình Định); cùng với các thành viên trong Khôi thi đua sản xuất – kinh doanh hỗ trợ kinh phí xây dựng 03 ngôi nhà cho các hoàn cảnh đặc biệt khó khăn ở thị xã An Nhơn, huyện Tây Sơn với kinh phí 180.000.000 đồng.

6. 10 (Mười) sự kiện nổi bật của Công ty trong năm 2022

- (1) Tiếp tục duy trì Top 5 Công ty Dược Việt Nam uy tín năm 2023.
- (2) Hoàn thành kế hoạch Doanh thu và Lợi nhuận. Tăng trưởng 10% so cùng kỳ.
- (3) Khánh thành nhà máy thuốc ung thư và Khởi công dự án thuốc tiêm vô trùng thể tích nhỏ.
- (4) Hoàn thành tốt các kỳ tái đánh giá GMP cho tất cả các dây chuyền sản xuất và hậu kiểm từ cơ quan Quản lý.
- (5) Chính thức khởi động xây dựng và truyền thông VHDN với các giá trị cốt lõi: Tâm – Trí – Tiến.
- (6) Hoạt động chuyển đổi số có nhiều dấu ấn mới: Hoàn thành báo cáo quản trị bán hàng trên Power BI, Website chào thầu; Khai thác một số ứng dụng trên Microsoft 365; Nâng cấp hệ thống DMS phục vụ quản lý bán hàng.
- (7) Hoạt động Marketing có nhiều điểm mới, gia tăng nhận diện thương hiệu Bidiphar.
- (8) Triển khai 2 kỹ thuật tiên tiến vào nghiên cứu sản phẩm mới nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo sự khác biệt.
- (9) Tổ chức thành công chương trình Teambuilding toàn công ty với nội dung mới và hấp dẫn.
- (10) Thành lập ban quan hệ nhà đầu tư, cung cấp bản tin hằng quý và tổ chức thành công Hội thảo với các Nhà đầu tư tại TP. HCM.

7. Những tồn tại, hạn chế

- (1) Tiến độ chuyển giao công nghệ GMP-EU thuốc điều trị ung thư đang chậm trễ so với ngày hoàn thành dự kiến theo hợp đồng đã ký
- (2) Doanh thu hàng mua ngoài, hàng trang thiết bị không đạt kế hoạch được giao, chỉ đạt 74%.
- (3) Doanh thu kênh OTC 623 tỷ đồng, hoàn thành 90,2% so với kế hoạch.
- (4) Công tác dự báo bán hàng chưa đạt yêu cầu, độ chính xác chỉ khoảng 50%.
- (5) Tình trạng thiếu hàng có cải thiện nhưng vẫn chưa đáp ứng nhu cầu (Bình quân giá trị thiếu hàng 2023 là 25,5 tỷ đồng/ 33 SP/tuần giảm 22% so với năm 2022 32,9 tỷ đồng/ 67 SP/tuần).
- (6) Hệ thống văn bản quản lý chưa được chuẩn hóa, còn thiếu nhiều quy định quan trọng; bộ phận pháp chế mới thành lập, nhiều chức năng chưa thực hiện.
- (7) Cần tiếp tục nâng cao năng lực và tính tuân thủ của đội ngũ bán hàng.
- (8) Hoạt động Marketing cần tiếp tục đầu tư tổ chức chuyên nghiệp hơn nữa.
- (9) Chất lượng một số sản phẩm chưa đáp ứng yêu cầu.
- (10) Hoạt động giao hàng chưa đáp ứng yêu cầu bán hàng.

(11) Năng lực và văn hóa chịu trách nhiệm của một bộ phận người lao động cần cải thiện để đáp ứng yêu cầu mới.

PHẦN II. **PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ NĂM 2024**

I. Đặc điểm tình hình năm 2024

Trên thế giới: Năm 2024 dự kiến là năm nền kinh tế thế giới tiếp tục rơi vào thời kỳ suy thoái, nhưng tình hình có thể cải thiện hơn so với năm trước đó nhờ các nỗ lực về chính sách tiền tệ và lãi suất. Tuy nhiên các cuộc khủng hoảng chính trị quốc tế vẫn đang có dấu hiệu gia tăng, trong khi các thiên tai, sự cố liên tục diễn ra có thể gây tác động mạnh mẽ đến chuỗi cung cấp hàng hóa từ nước ngoài về Việt Nam, kể cả nguyên vật liệu nhập khẩu;

Tại Việt Nam: Việt Nam ngày càng có nhiều chính sách mở cửa, thu hút các nhà đầu tư nước ngoài đến Việt Nam. Đây vừa là cơ hội vừa là thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam. Công ty cần phải càng ngày nâng cao chất lượng sản phẩm và hoàn thiện hệ thống để tăng vị thế cạnh tranh và thu hút đầu tư; Bên cạnh đó, ủng hộ hàng sản xuất trong nước vẫn đang là chủ trương chung của nhà nước, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước.

Ngành dược tại Việt Nam được các tổ chức quốc tế đánh giá là một trong những thị trường tiềm năng tăng trưởng cao. Các doanh nghiệp Dược đang đón nhận những cơ hội quan trọng để thay đổi toàn diện và bứt phá trở thành một trong những trụ cột kinh tế. Cơ hội các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (FTA) mà Việt Nam đã ký kết sẽ là động lực tăng trưởng của ngành dược trong thời gian tới, khi tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dược phẩm mở rộng thị trường xuất khẩu, phát triển mạng lưới phân phối, tiếp cận thêm vốn, công nghệ và nguồn nhân lực chất lượng cao hướng tới các dòng sản phẩm đạt tiêu chuẩn cao hơn chẳng hạn như EU-GMP.

Năm 2023, Công ty tiếp tục xây dựng các mục tiêu trọng yếu dựa trên 4 nhóm giải pháp trọng tâm trong chiến lược 2022 – 2026 như sau:

- + Chuyên nghiệp hoá đội ngũ nhân sự
- + Khác biệt về sản phẩm và công nghệ sản xuất
- + Hiện đại hoá mô hình quản trị hoạt động sản xuất - kinh doanh
- + Đề cao tôn vinh văn hóa Bidiphar - gắn kết truyền thống lịch sử hơn 40 năm của doanh nghiệp với tầm nhìn tương lai.

II. Các mục tiêu Kế Hoạch Năm 2024

1. Các mục tiêu của khối kinh doanh (Kênh ETC, Kênh OTC, Kinh doanh, Marketing)

- | | | |
|-------------------------|-------|--------------------|
| - Tổng doanh thu: | 2.000 | tỷ đồng, trong đó: |
| + Dược phẩm sản xuất: | 1.950 | tỷ đồng, trong đó: |
| ▪ Kênh bệnh viện: | 1.200 | tỷ đồng |
| ▪ Kênh OTC: | 740 | tỷ đồng |
| ▪ Hàng xuất khẩu: | 10 | tỷ đồng |
| + Hàng mua ngoài: | 50 | tỷ đồng |
| - Lợi nhuận trước thuế: | 320 | tỷ đồng. |

Các giải pháp và kế hoạch hành động đã được cụ thể hóa thành các chỉ tiêu giao cho từng kênh bán hàng và các bộ phận trong khối kinh doanh, bao gồm:

- Kênh bệnh viện: Tập trung phát triển nhóm kháng sinh tiên, tiêm truyền, đảm bảo tăng trưởng ở mức 30%; Điều chỉnh phương thức chăm sóc khách hàng, hướng tới khách hàng mục tiêu; Thí điểm hoạt động bán hàng chuyên trách theo nhóm sản phẩm thuốc ung thư tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

- Kênh nhà thuốc: Đẩy mạnh bán các sản phẩm thuốc danh mục sản phẩm chủ lực; Tìm kiếm các nhà phân phối đối với các sản phẩm có doanh thu nhỏ; Tập trung phát triển khách hàng nhà thuốc, tăng doanh thu bình quân trên mỗi khách hàng; Phát triển kênh phòng mạch.

- Hoạt động kho vận (Logistics): Đầu tư cơ sở vật chất đảm bảo việc bảo quản và giao hàng hóa; Xây dựng và chuẩn hóa các SOP chuyên môn, quy trình giao hàng và thu tiền từ công ty đến khách hàng với chi phí hợp lý; Hoàn thiện mô hình quản trị và kiểm soát kho vận từ Công ty đến Chi nhánh; Đảm bảo xử lý 80% đơn hàng và ra hóa đơn kênh nhà thuốc trong vòng 48 giờ.

- Hoạt động Marketing: Tăng cường các hoạt động truyền thông thương hiệu Bidiphar và một số nhãn hàng; Giữ vững thương hiệu quốc gia cho dòng thuốc ung thư và có thể mở rộng 1 dòng/ sản phẩm khác; Tăng cường sự phối hợp giữa Sales và Marketing, hướng đến mục tiêu 100% khách hàng phải biết ít nhất một thông điệp về công ty hoặc sản phẩm của Bidiphar; Xây dựng và triển khai hoạt động quảng bá nhãn hàng mũi nhọn: Augbidil, CalciVita, Eyetamin và Tây Sơn Tam Kiệt; Triển khai chăm sóc khách hàng thông qua tài trợ các hội nghị và các hoạt động tham quan công ty;..

- Tiếp tục triển khai giám sát bán hàng và hoàn thiện các quy định liên quan nhằm giám sát và cải tiến, nâng cao hiệu quả các hoạt động bán hàng theo chính sách của Công ty;

- Hoàn thiện cơ cấu tổ chức và quy trình kinh doanh Phòng Thiết bị y tế;

2. Các mục tiêu của Khối sản xuất (Các Phân xưởng sản xuất, Chi nhánh Nhơn Hội, phòng QA, phòng QC, phòng Kế hoạch, Trung tâm nghiên cứu)

Các giải pháp và kế hoạch hành động đã được cụ thể hóa thành các chỉ tiêu giao cho từng phân xưởng sản xuất và các bộ phận kỹ thuật trong Khối sản xuất, bao gồm:

- Cải thiện tình trạng thiếu hàng (bằng lập kế hoạch chi tiết về sản lượng trên mỗi dây chuyền & các giải pháp nâng cao năng lực sản xuất cho các dây

- Giảm tỷ lệ hao hụt, sự cố trong sản xuất và các khiếu nại về khách hàng.

- Hoàn thành triển khai GMP-EU cho dây chuyền thuốc tiêm, thuốc viên ung thư đúng tiến độ, đảm bảo chất lượng, bao gồm số hóa hoạt động quản lý sản xuất, chất lượng và nộp hồ sơ đăng ký EU-GMP cho 02 sản phẩm.

- Hoàn thành việc lắp đặt và thẩm định nhà máy thuốc vô trùng thể tích nhỏ tại chi nhánh Nhơn Hội, tiến tới việc nộp hồ sơ GMP-WHO.

- Triển khai nghiên cứu, nộp hồ sơ đăng ký cho 30 sản phẩm mới. Tiếp tục đầu tư mạnh cho hoạt động nghiên cứu và phát triển; đánh giá khả thi và phát triển sản phẩm mới và tập trung vào một số nhóm điều trị có tiềm năng, tập trung các sản phẩm có kỹ thuật, dạng bào chế tiên tiến, khác biệt.

- Cải tiến, cập nhật và nâng cao hiệu quả của hệ thống quản lý chất lượng, hệ thống kiểm nghiệm, đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn ngày càng cao của cơ quan quản lý trong nước và quốc tế;

- Thực hiện rà soát, đánh giá rủi ro cho tất cả các quy trình sản xuất, đề xuất giải pháp/kế hoạch giảm thiểu rủi ro;

3. Các mục tiêu của Khối Hành chính – Hỗ trợ (Phòng Tổ chức – Hành chính, phòng Kế toán, phòng Công nghệ thông tin, Ban Quản lý dự án)

Các giải pháp và kế hoạch hành động đã được cụ thể hóa thành các chỉ tiêu giao cho từng bộ phận trong Khối hành chính – hỗ trợ, bao gồm:

- Số hóa: các phần mềm đáp ứng nhu cầu quản trị và sản xuất kinh doanh: E-office; quản trị tiền lương, App giao hàng, số hóa các quy trình phục vụ kinh doanh, các phần mềm phục vụ quản lý chất lượng theo GMP-EU tại Nhơn Hội: Barcode, Quản lý kiểm nghiệm (Lims), Trackwise, ECM

- Hoàn thiện chức năng kế toán quản trị tốt dòng tiền, công nợ, tồn kho, giá thành và các khoản mục chi phí. Tìm các giải pháp kiểm soát chi phí sản xuất để đảm bảo giá thành có khả năng cạnh tranh thị trường.

- Tiếp tục hoàn thiện hoạt động pháp chế - tuân thủ, tiến đến việc thành lập bộ phận chuyên môn riêng biệt. Tập trung hệ thống hóa ban hành và triển khai thực hiện hệ thống quản lý hồ sơ, tài liệu và dữ liệu toàn công ty.

- Thực hiện chuỗi hoạt động truyền thông văn hóa doanh nghiệp phát huy các giá trị cốt lõi, hoàn thiện bộ quy tắc ứng xử về các hành vi không nên.

- Vận dụng cách thức xây dựng lương 3P hoàn chỉnh và hệ thống đánh giá hiệu quả công việc KPI để xây dựng hệ thống lương, thưởng cho chi nhánh và phân xưởng.

- Hoàn chỉnh các quy định, quy chế quản trị và chính sách nhân sự theo hướng chuyên nghiệp, minh bạch và có khả năng thu hút nhân tài.

- Hoạt động đầu tư:

+ Đảm bảo tiến độ xây dựng nhà máy sản xuất thuốc vô trùng thể tích nhỏ

+ Nghiên cứu triển khai đầu tư chuyển đổi dây chuyền pha chế đóng gói thuốc công nghệ sinh học, đầu tư công nghệ mới: thuốc hô hấp dạng phun mù.

+ Hoàn thành xây dựng, sửa chữa cho các chi nhánh TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hà Nội; Dự án 34 Ngô Mây; nâng cấp hệ thống kho, nhà máy.

Trên đây là dự thảo báo cáo tổng kết hoạt động sản xuất, kinh doanh năm 2023 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2024 kính trình tại Hội nghị người lao động Công ty Cổ phần Dược – Trang thiết bị y tế Bình Định (Bidiphar)/.