

BÁO CÁO

TỔNG KẾT HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2020 MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2021

I. NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA AJC NĂM 2020:

1. Tình hình chung:

- Trong bối cảnh tình hình kinh tế thế giới tiếp tục tăng trưởng chậm lại, căng thẳng thương mại giữa Mỹ - Trung và vấn đề địa chính trị càng làm gia tăng đáng kể tính bất ổn của hệ thống thương mại toàn cầu, gây ảnh hưởng không nhỏ đến niềm tin kinh doanh, quyết định đầu tư và thương mại toàn cầu, sự biến động không lường trên thị trường tài chính tiền tệ, giá dầu, giá vàng biến động phức tạp.

- Trước tình hình thị trường bất ổn, dịch covid 19 chưa thuyên giảm, các nhà đầu tư tìm đến kênh đầu tư an toàn là vàng, chính vì điều đó tác động đến giá vàng thế giới năm 2020 biến động nhất trong vòng một thập kỷ qua. Thị trường vàng trong nước chứng kiến một cơn sốt vàng chưa từng có.

2. Thuận lợi, khó khăn:

2.1. Thuận lợi:

- AJC tiền thân là Tổng công ty Agribank Việt Nam đã hình thành và phát triển gần 30 năm do đó lượng khách hàng quen thuộc AJC rất lớn. Sản phẩm vượt trội AJC trước đây là vàng miếng AAA, nguyên liệu trang sức truyền thống vàng ta \.

- AJC áp dụng cơ chế kinh doanh tập trung liên thông trong hệ thống rất hiệu quả, mặc dù sốt vàng dân đồ xô đi mua bán nhưng vẫn cân đối đầy đủ tiền vàng tốt cho khách hàng, trong khi các doanh nghiệp trên thị trường luôn trong tình trạng cân đối thiếu tiền vàng.

2.2. Khó khăn:

- Năm 2020 AJC định hướng thương mại hóa dịch vụ sản phẩm chính là trang sức vàng tây mang thương hiệu AJC, khách hàng mục tiêu tuổi từ 25 đến 45 tuổi. Do dịch bệnh Covid -19 kéo dài đã ảnh hưởng không nhỏ đến sức mua trang sức vàng tây tại Việt Nam nói chung và AJC nói riêng..

- Giá vàng biến động liên tục nên lượng khách hàng đến giao dịch bán vàng tăng đột biến, lượng vàng AJC mua được nhiều hơn lượng bán ra, để cân đối tốt tiền vàng thì AJC phải bán buôn, doanh thu cao nhưng lợi nhuận thấp.

- Trung tâm 98 Phố Huế với mặt hàng chính là trang sức thời trang cũng chịu ảnh hưởng không nhỏ của thị trường vàng.

II. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC NĂM 2020:

1. Kết quả hoạt động kinh doanh:

Kết quả đạt được năm 2020 như sau:

Đơn vị tính: Tỷ đồng

STT	CHỈ TIÊU	KẾ HOẠCH 2020	THỰC HIỆN 2020	CHÊNH LỆCH	% TĂNG/ GIẢM
		(1)	(2)	(3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)
1	Lao động	90 người	84 người	-6 người	-6,7%
2	Doanh thu thuần	1.207,5	1.391,42	183,92	15%
3	Tổng lợi nhuận gộp	24,81	27,26	2,45	10%
4	Lợi nhuận trước thuế	2,86	4,38	1,52	53%

2. Kết quả hoạt động khác

2.1. Công tác sản xuất gia công

- Để thay đổi mẫu mã trang sức theo kịp các nước phát triển trên thế giới như Ý, Hàn Quốc, Hồng Kong, nhiều doanh nghiệp đã liên tục đầu tư máy móc công nghệ vào phục vụ sản xuất gia công trang sức.
- AJC kinh doanh mua bán hàng trang sức thời trang còn hạn chế nên chưa đầu tư được máy móc công nghệ hiện đại.
- AJC chỉ tự sản xuất được những mặt hàng nhẫn tròn trơn, mặt hàng dập vàng truyền thống thần tài con giống theo thời vụ.

Các mặt hàng thời trang AJC đi gia công và nhập từ xưởng vệ tinh bên ngoài..

2.2. Công tác tài chính kế toán

- Tổng giám đốc thường xuyên chỉ đạo kế toán trưởng phải cân đối dòng tiền cho các đơn vị kịp thời phục vụ tốt nhất cho khách hàng.
- Chỉ đạo phòng kế toán, phòng kinh doanh kiểm tra đột xuất các Chi nhánh về quản lý tài chính, hàng hóa tồn kho, giá mua bán tại mỗi thời điểm.
- Việc luân chuyển tiền hàng giữa các đơn vị được thực hiện hết sức linh hoạt, để không tồn đọng thiếu vốn kinh doanh.
- Năm 2020 mặc dù việc kinh doanh vàng có doanh thu lớn, công tác hạch toán kiểm tra tốt không xảy ra sai sót, thất thoát tiêu cực trong toàn hệ thống.

2.3. Công tác quảng cáo, marketing

- Năm 2020, AJC triển khai nhiều chương trình quảng cáo triển lãm hàng hóa tại Ngân hàng SeAbank, 02 sân golf King island và Legend hill, Khách sạn Intercontinental, kết hợp công ty bán lẻ Tập đoàn BRG Retail mở cửa hàng Shop in Shop đã gặt hái được những thành công đáng kể.
- Các ngày lễ lớn trong năm AJC đều làm chương trình khuyến mại, tặng quà, khách mua hàng tặng phiếu bốc thăm trúng thưởng trong toàn hệ thống, đặc biệt AJC Bắc Miền Trung tổ chức chương trình tri ân khách hàng tặng quà và làm dịch vụ tân trang làm mới hàng trang sức miễn phí.

- Sau các chương trình quảng cáo năm 2020 đến nay AJC đã có một danh sách khách hàng tiềm năng rất phù hợp với định hướng phát triển của AJC. Doanh số trang sức vàng tây 2020 tăng 0,5% so với năm 2019.

2.4. Công tác nhân sự

- Năm 2020 Công ty tiếp tục thực hiện tái cơ cấu nhân sự, thực hiện công tác đánh giá KPI đối với toàn thể cán bộ nhân viên để tăng hiệu quả thực hiện công việc.
- Năm 2020 AJC tiếp tục tìm kiếm vị trí trưởng phòng Kinh doanh, marketing.

2.5. Công tác cho thuê bất động sản

- Năm 2020 ảnh hưởng dịch covid 19 nên việc khai thác, sử dụng một số địa điểm của Công ty chưa hiệu quả, do tình hình khó khăn chung khó khăn chung của nền kinh tế nhiều khách hàng đề nghị giảm giá. Một số địa điểm chưa khai thác được toàn bộ diện tích mặt bằng.
- Địa điểm của AJC chủ yếu là nhà thuê của nhà nước mục đích sử dụng là kinh doanh vàng bạc đá quý, kinh doanh không có hiệu quả cho thuê để kinh doanh ngành nghề khác gặp nhiều khó khăn.

III. MỤC TIÊU, ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2021:

1. Định hướng, tầm nhìn và sứ mệnh:

- Định hướng AJC phát triển theo hướng thương mại dịch vụ và duy trì sản xuất, sản phẩm chủ đạo là nhẫn phát - lộc - tài và trang sức chất lượng cao (bao gồm trang sức vàng trắng, vàng màu, kim cương đá quý, trang sức thiết kế theo phong cách AJC).
- Tầm nhìn, không ngừng đề cao tính sáng tạo dựa trên chất lượng và uy tín lâu đời, khẳng định vị thế phát triển bền vững trong lĩnh vực khai thác sản xuất kinh doanh vàng bạc đá quý trang sức hàng đầu Việt Nam.
- Sứ mệnh, hướng tới chất lượng giá trị cuộc sống của con người bằng những sản phẩm và dịch vụ uy tín, cống hiến cho sự phát triển của ngành kim hoàn Việt Nam

2. Mục tiêu kinh doanh năm 2021

Kế hoạch ngân sách năm 2021 như sau:

Đơn vị tính: Tỷ đồng

STT	CHỈ TIÊU	KẾ HOẠCH 2021	THỰC HIỆN 2020	CHÊNH LỆCH	% TĂNG/ GIẢM
1	Doanh thu	1.423,17	1.391,42	31,75	2,3%
1.1	Doanh thu bán hàng	1.418,41	1.388,02	30,39	2,2%
1.2	Doanh thu cho thuê BĐS	4,76	3,4	1,36	40%
2	Lợi nhuận gộp	29,75	27,26	2,49	9,1%
3	Lợi nhuận trước thuế TNDN	6,35	4,379	1,971	45%

3. Giải pháp thực hiện kế hoạch kinh doanh năm 2021:

Để đạt được mục tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2021 đã đề ra, Ban Điều hành đưa ra những giải pháp cụ thể như sau:

- Định hướng AJC thương mại hóa dịch vụ, sản phẩm mục tiêu là trang sức vàng tây thời trang, tập khách hàng mục tiêu có tuổi từ 25 đến 45 tuổi.
- Tiếp tục luân chuyển vị trí cán bộ nhân viên, giao chỉ tiêu, khoán doanh số đến từng Chi nhánh, trung tâm, quầy hàng.
- Tiếp tục tuyển dụng Trưởng phòng kinh doanh, marketing, Giám đốc Trung tâm.
- Đẩy mạnh công tác marketing tiếp thị hàng hóa, mở nhiều chiến dịch quảng cáo, tân trang miễn phí hàng trang sức cho khách hàng, giảm giá tiền công vào các ngày lễ lớn trong năm đặc biệt khu vực Bắc Miền Trung. Trong năm 2020 AJC đã triển khai công tác truyền thông rất tốt.
- Tham gia hội chợ triển lãm hàng trang sức mỹ nghệ được tổ chức hàng năm.
- Hợp tác toàn diện với Ngân hàng SeAbank để triển khai các đề án bán hàng trang sức tại các Chi nhánh lớn của SeAbank trên 03 Tỉnh thành Hà Nội, Nghệ An, Thái Bình. Dưới 02 hình thức bán hàng Online và Off line.
- Năm 2021 là một năm vô cùng khó khăn cho ngành vàng, giá vàng đã lên tương đối cao năm 2020, năm 2021 sẽ có điều chỉnh giảm xuống do đó toàn hệ thống tăng cường đẩy vàng truyền thống ra thị trường và thay một phần vào trang sức vàng tây.
- Thay đổi xu hướng, tăng cường mẫu mã vàng trang sức thời trang, mục tiêu doanh số vàng trang sức năm 2021 đạt 2% tổng doanh thu AJC.
- Tiếp tục rà soát các quy chế, quy định để phù hợp với tình hình thực tế của Công Ty.
- AJC còn hạn chế về nhiều mặt so với thị trường vàng hiện nay đặc biệt là máy móc công nghệ, nhân sự, mẫu mã hàng hóa còn đơn giản truyền thống. Ngay vào quý 1 năm 2021 AJC đã thay đổi và triển khai một số nghiệp vụ như bán hàng trên APP của Ngân hàng SeAbank đã có thành công bước đầu.
- Ngoài việc đẩy mạnh doanh số mua bán hàng hóa, Ban lãnh đạo chỉ đạo các bộ phận kế toán kinh doanh tăng cường giám sát chặt chẽ mọi hoạt động tránh sai sót, tiêu cực, tiết kiệm chi phí cho toàn hệ thống.

Trên đây là nội dung báo cáo về hoạt động kinh doanh của Ban Tổng giám đốc Công ty vàng bạc đá quý ASEAN, kính trình ĐHĐCĐ thường niên năm 2021 xem xét, thông qua. Kính chúc ĐHĐCĐ thường niên năm 2021 thành công, tốt đẹp.


Q. TỔNG GIÁM ĐỐC

TRẦN VĂN ĐANG