

Số: 07/TTr-NCS-HĐQT

Hà Nội, ngày 08 tháng 6 năm 2021

TỜ TRÌNH

Kế hoạch định hướng hoạt động SXKD 5 năm giai đoạn 2021- 2025

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông
Công ty cổ phần Suất ăn hàng không Nội Bài

Hội đồng quản trị Công ty xin kính trình Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2021 thông qua Kế hoạch định hướng hoạt động SXKD 5 năm giai đoạn 2021- 2025 với các nội dung chính như sau:

1. Sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi

1.1. Sứ mệnh

- Trở thành đối tác tin cậy cung cấp dịch vụ suất ăn hàng không, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của các hãng hàng không.
- Tạo dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động, hiệu quả để người lao động phát triển năng lực, và tạo dựng sự nghiệp thành đạt.
- Tạo giá trị bền vững lâu dài cho các cổ đông.
- Mang lại cho cộng đồng những lợi ích bền vững gắn liền với trách nhiệm xã hội;

1.2. Tầm nhìn

Phấn đấu là công ty suất ăn hàng không số một về quy mô và chất lượng tại Việt Nam, mục tiêu sẽ trở thành công ty suất ăn kiểu mẫu có hệ thống quản trị chất lượng hiện đại, hiệu quả, có uy tín hàng đầu khu vực châu Á- Thái Bình Dương, và là người đồng hành tin cậy trong từng bữa ăn của gia đình Việt.

1.3. Giá trị cốt lõi

- An toàn (Safety):* An toàn là yếu tố sống còn. Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và an toàn hàng không luôn là nguyên tắc và mục tiêu số một trong mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh của NCS; Cùng với đó, đảm bảo an toàn lao động là nền tảng cho sự phát triển bền vững của Công ty.
- Chính xác (Accuracy):* Uy tín của NCS được tạo nên bởi cam kết cung cấp tới khách hàng các sản phẩm- dịch vụ đúng giờ, đúng tiêu chuẩn dựa trên việc tuân thủ quy trình làm việc nghiêm ngặt, được giám sát bởi các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, hiện đại đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.
- Chất lượng, sáng tạo (Quality- Creativeness):* luôn cố gắng sáng tạo không ngừng, đáp ứng một cách tối đa nhu cầu của khách hàng từ khâu thiết kế và phát triển sản phẩm, hoàn thiện quy trình sản xuất, phục vụ, đào tạo nâng cao kỹ năng nghiệp vụ cho đội ngũ nhân sự, đầu tư công nghệ hiện đại. Bằng tinh thần tận tâm, cầu thị, NCS luôn lắng nghe phản hồi từ khách hàng, liên tục thay đổi để không ngừng cải thiện chất lượng sản phẩm- dịch vụ.



- d) *Hiệu quả (Efficiency)*: Với nhận thức nâng cao hiệu quả là tạo ra giá trị cho cả khách hàng và chính doanh nghiệp, luôn nỗ lực cải thiện hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng các chiến lược và công cụ quản trị đồng bộ để không ngừng nâng cao năng suất lao động, giảm thiểu chi phí và nâng cao năng lực cạnh tranh.
- e) *Trách nhiệm (Responsibility)*: Từng cá nhân lãnh đạo, cán bộ công nhân viên luôn ý thức về trách nhiệm đối với uy tín thương hiệu, với niềm tin và sự đầu tư của cổ đông. Luôn sẵn sàng chia sẻ và gánh vác những trách nhiệm với xã hội, cộng đồng.

2. Mục tiêu, định hướng phát triển giai đoạn 2021-2025

2.1. Khu vực hoạt động:

- a) *Lĩnh vực sản xuất kinh doanh chính*: Tập trung vào các lĩnh vực chính sau:
- Cung ứng sản phẩm, dịch vụ suất ăn hàng không tại Nội Bài và một số sân bay khác.
 - Cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng như kho bãi, duty free...
 - Cung cấp các sản phẩm suất ăn phục vụ thị trường phi hàng không.
 - Cung cấp dịch vụ đào tạo trong lĩnh vực ẩm thực.
 - Gia công sản phẩm ẩm thực theo yêu cầu của khách hàng trong và ngoài nước.
- b) *Các mạng lưới đối tác*:
- Tất cả catering có nhu cầu và có năng lực tốt trên thế giới.
 - Các công ty công nghệ thực phẩm và công ty suất ăn nước ngoài.
- c) *Các nguồn lực chính*
- Tối đa hóa việc sử dụng năng lực của nhà xưởng hiện tại.
 - Phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt cán bộ quản lý, nhân sự chuyên môn sâu và tay nghề cao như đầu bếp, quản lý chất lượng...

2.2. Khu vực sản phẩm dịch vụ

- Đảm bảo tốt nhất vệ sinh an toàn thực phẩm và an toàn khai thác.
- Phân hóa chất lượng sản phẩm dịch vụ phù hợp với yêu cầu của khách hàng.
- Cung cấp các sản phẩm chế biến sẵn phù hợp nhu cầu của người tiêu dùng.
- Ứng dụng công nghệ thực phẩm phù hợp với nhu cầu của thị trường.
- Áp dụng công nghệ tiên tiến trong việc phân phối hàng hóa.

2.3. Khu vực khách hàng:

- a) *Khách hàng mục tiêu*:
- Tập trung vào nhóm khách hàng hàng không có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm dịch vụ và nhóm khách hàng chiến lược. Đa dạng sản phẩm dịch vụ nhằm tối đa hóa lợi nhuận.
 - Đa dạng hóa sản phẩm phục vụ thị hiếu người tiêu dùng.
- b) *Kênh phân phối*:
- Đối với lĩnh vực suất ăn hàng không: Thực hiện bán hàng, phân phối, và chăm sóc khách hàng trực tiếp.

- Đối với phi hàng không: phân phối gián tiếp thông qua các hệ thống siêu thị, đại lý.
- Gia công xuất khẩu cho các công ty nước ngoài.

c) *Quan hệ khách hàng:*

- Đối với lĩnh vực suất ăn hàng không: thực hiện chăm sóc trực tiếp.
- Đối với phi hàng không: sử dụng công nghệ thông tin và các chính sách phù hợp để mở rộng tập khách hàng và tạo dựng mối quan hệ lâu dài.

2.4. Khu vực tài chính

a) *Cấu trúc doanh thu mục tiêu đến năm 2025:*

- Doanh thu từ suất ăn hàng không dự kiến sẽ chiếm tỷ trọng 95%, trong đó Vietnam Airlines duy trì ở mức 56%.
- Doanh thu từ phi hàng không chiếm 5%.

b) *Cấu trúc doanh thu, chi phí:*

Đơn vị: 1.000 VNĐ

CHỈ TIÊU	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
I. Doanh thu	211.837.562	573.427.323	605.586.688	642.906.408	679.757.656
II. Chi phí	290.849.310	539.602.993	561.564.329	589.944.110	621.001.957
Chi phí biến đổi	202.537.888	425.906.668	448.642.271	475.951.708	503.616.040
Chi phí cố định	88.311.421	113.696.325	112.922.057	113.992.402	117.385.917
III. Lợi nhuận	(79.011.748)	33.824.330	44.022.360	52.962.298	58.755.699

3. Kế hoạch sản xuất kinh doanh

3.1. Sản lượng:

a) Các sản phẩm suất ăn hàng không:

Đơn vị: suất ăn

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2024	2025
1. Tổng sản lượng	5.019.199	7.131.938	7.763.569	8.397.212	9.071.096
- Nội địa	4.772.820	4.295.020	4.724.877	5.195.789	5.714.533
Thị phần	94%	87%	87%	87%	87%
Xếp hạng trên thị trường	1	1	1	1	1
- Quốc tế	246.379	2.836.918	3.038.692	3.201.423	3.356.563
2. Trong đó cung ứng cho VNA	4.896.523	6.074.697	6.591.409	7.155.255	7.730.696
- Nội địa	4.769.441	4.259.544	4.685.499	5.154.048	5.669.453
- Quốc tế	127.082	1.815.153	1.905.911	2.001.206	2.061.243
3. Trong đó cung ứng cho khách hàng khác	122.676	1.057.240	1.172.160	1.241.957	1.340.401
- Nội địa	3.379	35.476	39.378	41.741	45.080
- Quốc tế	119.297	1.021.765	1.132.781	1.200.216	1.295.320

- b) Các sản phẩm phi hàng không: tăng trưởng sản lượng để đạt mục tiêu tỷ trọng doanh thu đạt 5-7% từ non-air.

3.2. Tài chính:

Đơn vị: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2024	2025
I	Các chỉ số khả năng sinh lời					
1	Tỷ suất LNTT/Tổng DT (%)	-37,3%	5,9%	7,3%	8,2%	8,6%
2	Tỷ suất LNTT/Tổng TS (%)	-16,3%	7,8%	10,6%	12,7%	13,7%
3	Tỷ suất LNST/Vốn chủ sở hữu BQ (%)	-44,0%	18,8%	24,5%	27,0%	27,1%
II	Một số chỉ tiêu cơ cấu tài chính					
1	Vốn CSH/Tổng nguồn vốn (%)	15,3%	24,7%	36,6%	47,9%	57,9%
2	Nợ phải trả/Vốn CSH (lần)	5,54	3,05	1,73	1,09	0,73
3	Nợ phải trả/Tổng TS (%)	84,7%	75,3%	73,6%	70,2%	67,7%
4	Nợ dài hạn/Vốn CSH (lần)	3,65	1,96	1,11	0,64	0,35
III	Các chỉ số khả năng thanh toán					
1	Khả năng thanh toán tổng quát (lần)	1,18	1,33	1,58	1,92	2,38
2	Khả năng thanh toán dài hạn (lần)	1,46	1,79	2,14	2,71	3,96
3	Khả năng thanh toán nhanh (lần)	0,58	0,41	0,47	0,66	0,75
4	Khả năng thanh toán hiện thời (lần)	0,64	0,49	0,57	0,78	0,87

3.3. Nguồn lực:

- Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phù hợp với các yêu cầu phát triển của Công ty, tập trung tuyển dụng, đào tạo cán bộ quản lý, nhân sự chuyên môn sâu và tay nghề cao.
- Xây dựng hệ thống chính sách đãi ngộ phù hợp với sự phát triển của thị trường lao động.

3.4. Đầu tư:

Các trang thiết bị đầu tư giai đoạn này đảm bảo phù hợp với tính năng vận hành, sử dụng với trang thiết bị hiện có và cũng để thay thế các thiết bị hết khấu hao chuyển từ Cơ sở cũ sang, bao gồm:

- Nhóm dự án đầu tư phương tiện vận tải;
- Nhóm dự án đầu tư các trang thiết bị lẻ và thiết bị công nghệ thông tin;
- Các thiết bị khác;

4. Định hướng một số chỉ tiêu SXKD 2021- 2025

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2021	2022	2023	2024	2025
1	Sản lượng	suất ăn	5.019.199	7.131.938	7.763.569	8.397.212	9.071.096
2	Doanh thu	Tr. đồng	211.837	573.427	605.587	642.906	679.758
3	Chi phí	Tr. đồng	290.849	539.603	561.564	589.944	621.002
4	LNTT	Tr. đồng	(79.011)	33.824	44.022	52.962	58.756
5	Vốn điều lệ	Tr. đồng	179.491	179.491	179.491	179.491	179.491
6	KH đầu tư (GTGN)	Tr. đồng	6.180	14.343	13.450	11.628	21.141

5. Các giải pháp thực hiện

5.1. Thương mại, dịch vụ:

a) Sản phẩm:

- Suất ăn hàng không:
 - + Nâng cấp chất lượng sản phẩm trên các đường bay trọng điểm và suất ăn hạng C.
 - + Đa dạng hóa sản phẩm hạng Y nhằm đáp ứng yêu cầu chất lượng và chi phí của khách hàng.
 - + Phát triển các sản phẩm đông lạnh nhằm tiết kiệm chi phí và chủ động trong phục vụ.
- Phi hàng không:
 - + Phát triển dòng sản phẩm ăn ngay như sản phẩm nóng, bánh mì, bánh ngọt.
 - + Phát triển dòng sản phẩm phục vụ sự kiện.
 - + Sử dụng công nghệ phù hợp tạo sự khác biệt về điều kiện bảo quản và hương vị.

b) Hệ thống quản trị chất lượng:

- Nâng cấp hệ thống ISO 22000 lên hệ thống FSSC 5.1, đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của khách hàng.
- Cập nhật, duy trì hệ thống tiêu chuẩn an toàn QSAI cho IATA ban hành.
- Duy trì hệ thống ISO 45001 về quản lý an toàn lao động, 5S.

c) Công nghệ:

- Sử dụng công nghệ đông lạnh ứng dụng shockfreezer cho hàng không và phi hàng không. Công nghệ này phù hợp cho hàng không do thời gian phân phối và quãng đường phân phối gần. Tuy nhiên, không phù hợp với phi hàng không do đòi hỏi trang bị thiết bị bảo quản cho phân phối.
- Nghiên cứu ứng dụng công nghệ bao gói chân không để phục vụ cho cả hai mảng kinh doanh. Với công nghệ này, NCS có thể giới thiệu các sản phẩm được bảo quản như điều kiện bình thường với thời hạn bảo quản lâu hơn thực phẩm tươi, thuận tiện cho sản xuất và phân phối sản phẩm. Công nghệ này sẽ tạo ưu thế vượt trội hơn so với công nghệ đông lạnh và có thể sẽ tạo sự đột phá cho mảng phi hàng không.
- Nghiên cứu ứng dụng công nghệ đông cô để có thể bán các loại soup ra thị trường trong vòng 3-5 năm tới.

d) Giá cả:

- Phát triển sản phẩm trên nền tảng chi phí hợp lý, phù hợp với yêu cầu của khách hàng.

e) Kênh phân phối:

- Suất ăn hàng không: Phân phối trực tiếp tại sân bay Nội Bài và một số sân bay lân cận như Cát Bi, Vân Đồn theo phương thức sản xuất tập trung tại Nội Bài, vận chuyển và phục vụ tại Cát Bi, Vân Đồn.

7403-
TY
AN
KHON
AI
IP.HA

- Phi hàng không: Phát triển hệ thống phân phối trực tiếp và gián tiếp thông qua đại lý, siêu thị. Kết hợp sử dụng kênh phân phối của Vietnam Airlines và các công ty đơn vị thành viên VNA.

f) *Quảng bá:*

- Thực hiện việc quảng bá và tiếp cận khách hàng hàng không thông qua giới thiệu sản phẩm dịch vụ trực tiếp; tham gia các hội chợ, hội nghị chuyên ngành hàng không và suất ăn. Tiếp cận các khách hàng tiềm năng thông qua mối quan hệ của Vietnam Airlines.
- Mảng phi hàng không:
 - + Kết hợp quảng bá hình ảnh và sản phẩm cùng với các chương trình quảng bá của Vietnam Airlines.
 - + Hoàn thiện bao bì để đưa các sản phẩm bao gói mang thương hiệu NCS lên chuyến bay để tiếp cận được với hàng khách đi máy bay. Đây là kênh tiết kiệm và tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng.
 - + Sử dụng công cụ online để quảng bá như facebook, zalo, viber... và một số trang web chuyên về thực phẩm tiêu dùng.

g) *Dịch vụ:*

Tiếp tục duy trì và phát triển các dịch vụ gia tăng như duty free, bán hàng trên máy bay, kho bãi...

5.2. Công nghệ thông tin, chuyển đổi số:

- Đầu tư thay thế các thiết bị lạc hậu, cũ, hỏng đã hết khấu hao sử dụng nhằm nâng cấp công nghệ, đảm bảo thiết bị phục vụ hoạt động, đảm bảo ANAT thông tin, dữ liệu.
- Đầu tư nâng cấp phần mềm quản trị sản xuất tổng thể ERP để tăng hiệu quả sử dụng và bổ sung một số tính năng phục vụ công tác quản lý điều hành từ xa và kiểm soát nguồn gốc sản phẩm.
- Đảm bảo An ninh, an toàn và bất kịp xu hướng CNTT tiên tiến trong lĩnh vực suất ăn hàng không.
- Chuẩn hóa tài liệu qui trình chuẩn ISO, hệ thống hạ tầng và nâng cấp công nghệ.
- Phát triển các hệ thống quản lý truy xuất nguồn gốc, hệ thống thông tin dự báo và quản trị dự báo, hệ thống thông tin quản lý phục vụ công tác điều hành và kiểm soát quá trình sản xuất.

5.3. Tài chính:

Cân đối nguồn tiền đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như đầu tư vào các dự án trọng điểm về công nghệ, nhà xưởng, công nghệ thông tin, thiết bị, xe nâng suất ăn...

5.4. Phát triển nguồn lực:

- Tiếp tục tuyển dụng thêm các vị trí quản lý và chuyên môn quan trọng như quản lý sản xuất, đầu bếp, quản lý chất lượng, giám sát.
- Outsourcing thêm các công đoạn trong dây chuyền sản xuất.
- Duy trì tốt hệ thống nhà xưởng, trang thiết bị.

5.5. Đầu tư:

- Đầu tư mở rộng sản xuất, mở rộng ngành nghề kinh doanh;
- Việc đầu tư trang thiết bị, phương tiện vận tải, hệ thống CNTT... cần thỏa mãn các yêu cầu sau:
 - + Đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng về vệ sinh an toàn thực phẩm và chất lượng suất ăn cũng như nâng cao hình ảnh Công ty trong việc thu hút các khách hàng mới và đảm bảo tuân thủ chặt chẽ các tiêu chuẩn chất lượng của hệ thống ISO 22000;
 - + Việc đầu tư các trang thiết bị được tính toán kỹ lưỡng trên cơ sở thay thế các hạng mục thiết bị cũ hỏng do đã sử dụng nhiều năm hết khấu hao.
 - + Chi đầu tư các trang thiết bị thực sự cần thiết tối thiểu để đảm bảo nguồn lực thiết bị phục vụ sản xuất theo tăng trưởng hàng năm đáp ứng yêu cầu của các Hãng hàng không và các khách hàng khác.
 - + Các danh mục, dự án đầu tư phải xuất phát từ yêu cầu của sản xuất, để phục vụ hoạt động sản xuất và trên hết phải đảm bảo các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật và hiệu quả kinh doanh.

5.6. Hợp tác:

- Tăng cường hợp tác với các catering có năng lực tốt trên thế giới và đặc biệt là các catering là công ty con của các hãng hàng không nhằm tạo mối quan hệ chiến lược 4 bên (2 airlines mẹ và 2 công ty catering con).
- Hợp tác với các công ty suất ăn nước ngoài nhằm thực hiện một số dự án như xuất khẩu suất ăn, xuất khẩu lao động...
- Hợp tác với các công ty công nghệ thực phẩm nhằm tạo ra các dòng sản phẩm mới.

Kính trình Đại hội đồng cổ đông thông qua một số chỉ tiêu chính của định hướng hoạt động sản xuất kinh doanh 5 năm giai đoạn 2021-2025 và giao Hội đồng quản trị chỉ đạo Công ty rà soát, cập nhật lại kế hoạch này để báo cáo Đại hội đồng cổ đông tại thời điểm thích hợp.

Trân trọng cảm ơn.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Thành viên HĐQT;
- Thành viên BKS;
- Lưu.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

CHỦ TỊCH



Ngô Hồng Minh