

**CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC HẬU GIANG**  
**MÃ CHỨNG KHOÁN: DHG**

**DHG PHARMA**  
*Vì một cuộc sống khỏe đẹp hơn*

**BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN**  
**NĂM 2022**

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ADB	Ngân hàng Phát triển châu Á
API	Hoạt chất dược phẩm
CBNV	Cán bộ nhân viên
ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông
DHG Pharma	Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang
ĐVT	Đơn vị tính
GDP	Tổng sản phẩm nội địa
GMP	Thực hành tốt sản xuất thuốc
HĐQT	Hội đồng Quản trị
HSBC	Ngân Hàng HSBC
IMF	Quỹ Tiền tệ Quốc tế
IQVIA	Tổ chức IQVIA Institute (trước đây là IMS Health and Quintiles)

OTC	Thuốc không kê đơn
PIC/s	Hệ thống hợp tác thanh tra Dược phẩm
PTGD	Phó Tổng Giám đốc
R&D	Nghiên cứu và phát triển sản phẩm
ROA	Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân
ROE	Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu bình quân
ROS	Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần
TPBVSK	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe
UOB	Ngân hàng United Overseas
VNĐ	Việt Nam đồng
WHO	Tổ chức Y tế thế giới

## THÔNG TIN CHUNG VỀ CÔNG TY

Tên Công ty bằng Tiếng Việt	:	Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang
Tên Công ty bằng Tiếng Anh	:	DHG Pharmaceutical Joint Stock Company
Tên viết tắt	:	DHG Pharma
Mã chứng khoán	:	DHG (niêm yết tại Sở GDCK Hồ Chí Minh)
Trụ sở chính	:	288 Bis Nguyễn Văn Cừ, P. An Hòa, Q. Ninh Kiều, TP. Cần Thơ
Vốn chủ sở hữu (31/12/2022)	:	4.291.536.903.457 VNĐ
Vốn điều lệ (31/12/2022)	:	1.307.460.710.000 VNĐ
Điện thoại	:	(+84) 2923 891 433
Fax	:	(+84) 2923 895 209
Email	:	dhgpharma@dhgpharma.com.vn
Website	:	www.dhgpharma.com.vn
Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh và mã số thuế	:	1800156801

# **NỘI DUNG BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2022**

## **THÔNG ĐIỆP CỦA CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ**

### **CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN DHG PHARMA**

1. Tầm nhìn – Sứ mạng – Giá trị cốt lõi
2. Tổng quan tài chính 2018 – 2022
3. Giải thưởng tiêu biểu năm 2022
4. Các mốc son lịch sử
5. Bí quyết thành công năm 2020 – 2022
6. Ngành nghề và địa bàn kinh doanh
7. Mô hình hoạt động Công ty
8. Cơ cấu tổ chức
9. Giới thiệu Ban Quản trị Công ty

### **CHƯƠNG 2: CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN**

1. Môi trường vĩ mô và ngành Dược Việt Nam
2. Phân tích S.W.O.T
3. Chiến lược phát triển ngắn hạn, trung/dài hạn

## THÔNG ĐIỆP CỦA CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

### Kính gửi Quý cổ đông, đối tác, khách hàng cùng toàn thể CBNV!

Một năm qua đi với sự chứng kiến những bước đi chậm lại của nền kinh tế toàn cầu, nhưng DHG Pharma đã cố gắng vượt qua khó khăn để duy trì và phát triển tích cực hoạt động kinh doanh của mình. Vị thế dẫn đầu mà DHG Pharma đã đạt được thể hiện thuyết phục trên nhiều phương diện, từ chiến lược kinh doanh đến mở rộng quy mô phát triển, cả thành tích lẫn giá trị, không đơn thuần là những con số mang sức nóng tăng trưởng.

Năm 2022, DHG Pharma đã ghi nhận mức doanh thu và lợi nhuận cao nhất trong lịch sử 48 năm phát triển với:

- Doanh thu thuần đạt: 4.676 tỷ đồng, tăng 16,8 % so với năm 2021.
- Lợi nhuận sau thuế đạt: 988 tỷ đồng, tăng 27,3 % so với năm 2021.
- Tiếp tục giữ vững vị trí dẫn đầu Ngành Công nghiệp Dược Việt Nam 26 năm liền, Top 5 doanh nghiệp dược có thị phần lớn nhất Ngành Dược Việt Nam (theo thống kê của IQVIA Quý 3/2022).

Để có được kết quả kinh doanh tích cực đó, DHG Pharma đã áp dụng linh hoạt chiến lược kinh doanh hợp lý và tích cực khai thác những tiềm năng vốn có từ thực lực, kinh nghiệm, hệ thống phân phối rộng khắp.... Tuy nhiên, nền kinh tế - xã hội luôn vận động, nhu cầu của thị trường và khách hàng luôn thay đổi, để nhanh hơn, hiệu quả hơn, lớn mạnh hơn, DHG Pharma phải vững vàng và linh hoạt hơn trong mọi hoàn cảnh để tiếp tục vững tiến xa hơn. Nhận thức được điều đó, DHG Pharma luôn coi những gì đạt được là thành quả khích lệ để tiếp tục gia tăng tốc độ phát triển của DHG Pharma trong những năm tới.

### Kính thưa Quý vị !

Năm 2022, DHG Pharma đánh dấu sự mở rộng quy mô phát triển, gia tăng chất lượng sản phẩm với sự kiện *chính thức khởi công xây dựng nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn JAPAN/EU\_GMP*. Đây là dự án đặc biệt có ý nghĩa quan trọng đối với kế hoạch phát triển các dòng sản phẩm chất lượng cao, mang lại cho người tiêu dùng nhiều dòng sản phẩm đủ tiêu chuẩn thay thế thuốc ngoại. Với việc sở hữu thêm nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn JAPAN/EU\_GMP, Dược Hậu Giang càng gia tăng thêm sức cạnh tranh trên thị trường dược phẩm trong nước, không chỉ giữ vững ngôi vị số 1 ngành Dược nước nhà mà còn vững bước vào thị trường dược phẩm thế giới. Lợi thế cạnh tranh này cũng góp phần vào sự phát triển của ngành dược nước nhà trên bản đồ dược phẩm thế giới.

Bứt phá trên nền tảng chắc chắn. Tăng trưởng tốc độ cao nhưng luôn đảm bảo tính ổn định và phát triển bền vững là tiêu chí xuyên suốt trên hành trình phát triển của DHG Pharma. Trên tinh thần ấy, DHG Pharma sẽ nỗ lực không ngừng, tiếp tục kiện toàn hệ thống, đổi mới tư duy để chuẩn bị nội lực mạnh mẽ hơn cho một hành trình khai phá và chinh phục những tầm cao mới. Và thành công của chúng tôi sẽ được viết tiếp cùng những giải thưởng danh giá qua năm từng năm tháng, sự nhân rộng đóng góp thiết thực cho xã hội và trách nhiệm chia sẻ cùng cộng đồng. Theo ước tính trong 3 năm 2020 - 2022,

DHG Pharma đã ủng hộ trên 36 tỷ đồng cho các hoạt động cộng đồng, an sinh xã hội trên cả nước bởi chúng tôi hiểu rằng trách nhiệm tối thượng của một doanh nghiệp là phải phát triển bền vững để có điều kiện đóng góp cao nhất cho sự phát triển của nền kinh tế, an sinh của cộng đồng và sự hưng thịnh của đất nước.

Chúng tôi đáp lại sự tin tưởng của tất cả Quý vị bằng những kết quả thực tế, những giá trị hữu hình, vô hình và không ngừng gia tăng. Và trên hết, chúng tôi rất mong nhận được sự ủng hộ, đồng hành của Quý vị trong thời gian tới.

Kính chúc Quý vị sức khỏe và thành công.

**Trân trọng.**

**Chủ tịch Hội đồng Quản trị**

Đặng Thị Thu Hà

## **CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN DHG PHARMA**

1. Tầm nhìn – Sứ mạng – Giá trị cốt lõi
2. Tổng quan tài chính 2018 – 2022
3. Giải thưởng tiêu biểu năm 2022
4. Các mốc son lịch sử
5. Bí quyết thành công năm 2020 – 2022
6. Ngành nghề và địa bàn kinh doanh
7. Mô hình hoạt động Công ty
8. Cơ cấu tổ chức
9. Giới thiệu Ban Quản trị Công ty

## I. TÂM NHÌN – SỨ MẠNG – GIÁ TRỊ CỐT LÕI

### **Tâm nhìn**

*"Vì một cuộc sống khỏe đẹp hơn"*

### **Sứ mạng**

"Được Hậu Giang luôn luôn cung cấp sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, thỏa mãn ước vọng vì một cuộc sống khỏe đẹp hơn."

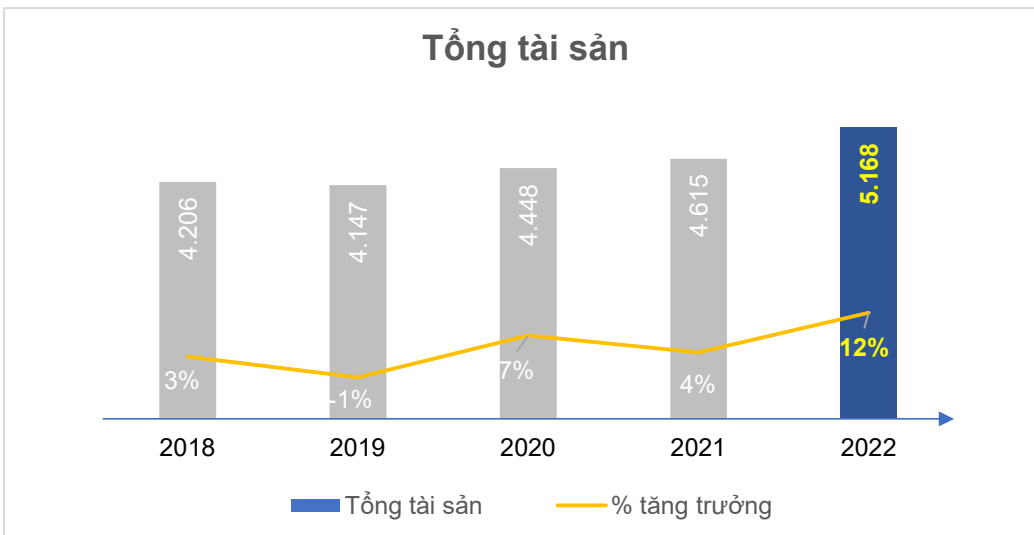
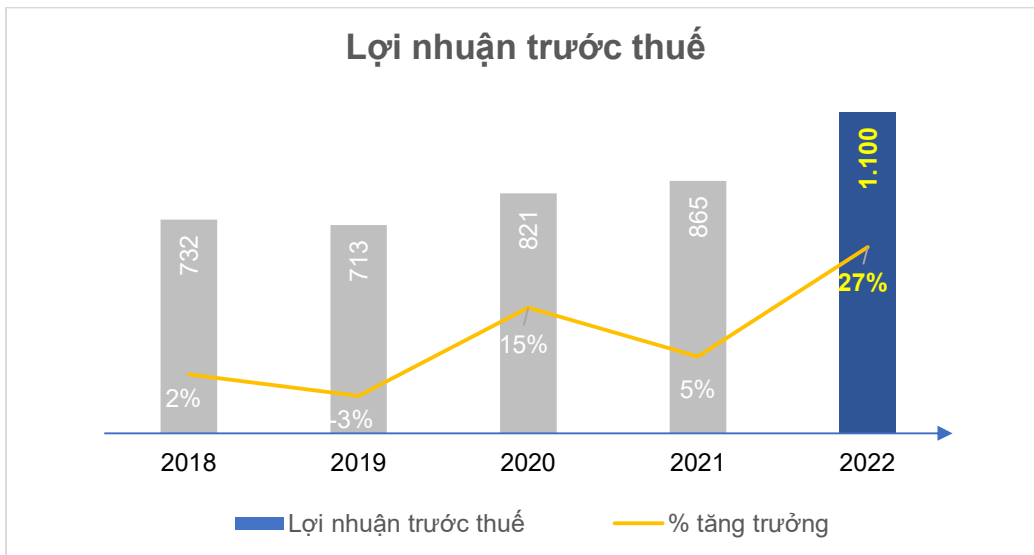
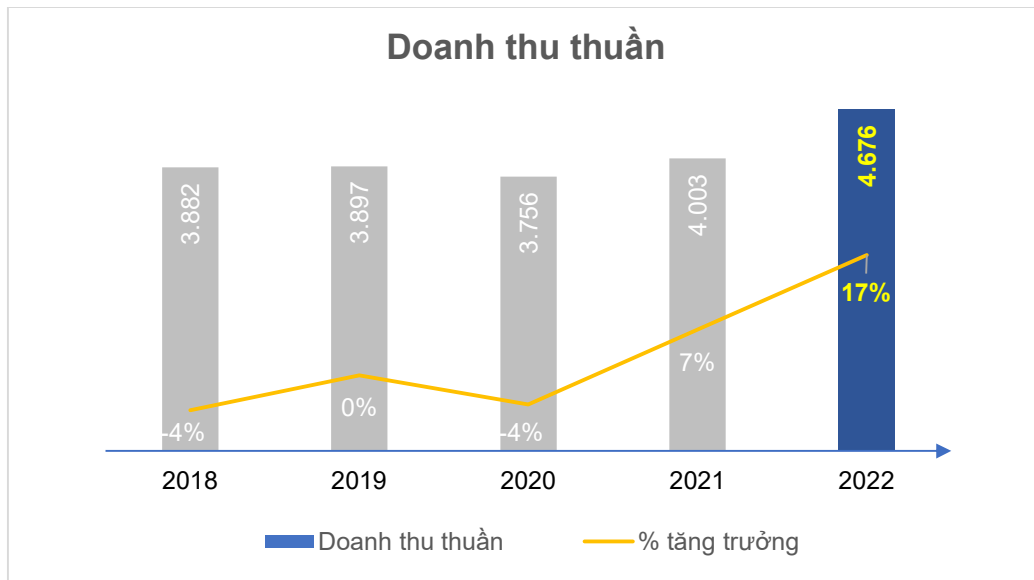
### **Các giá trị cốt lõi**

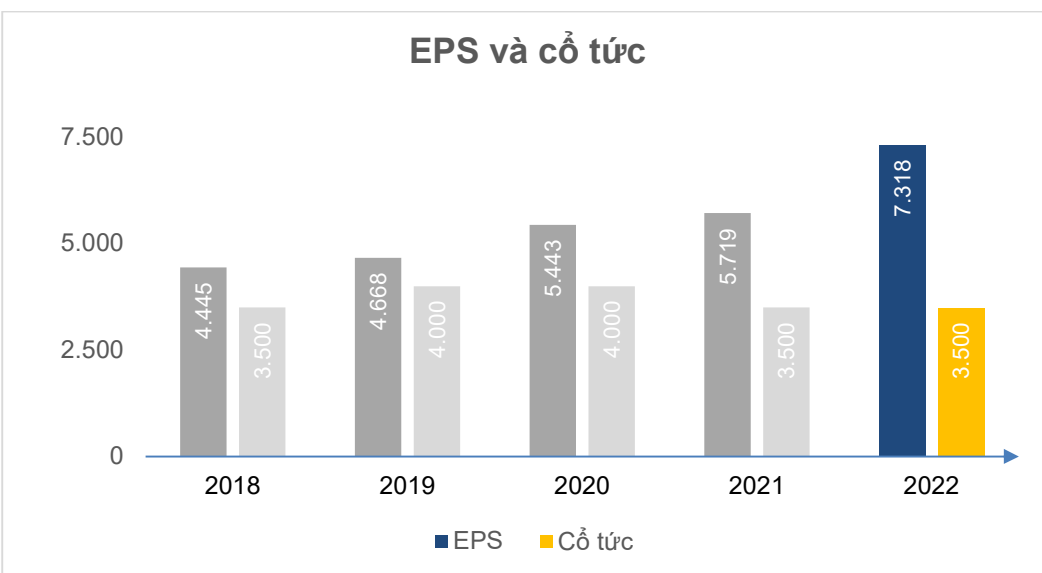
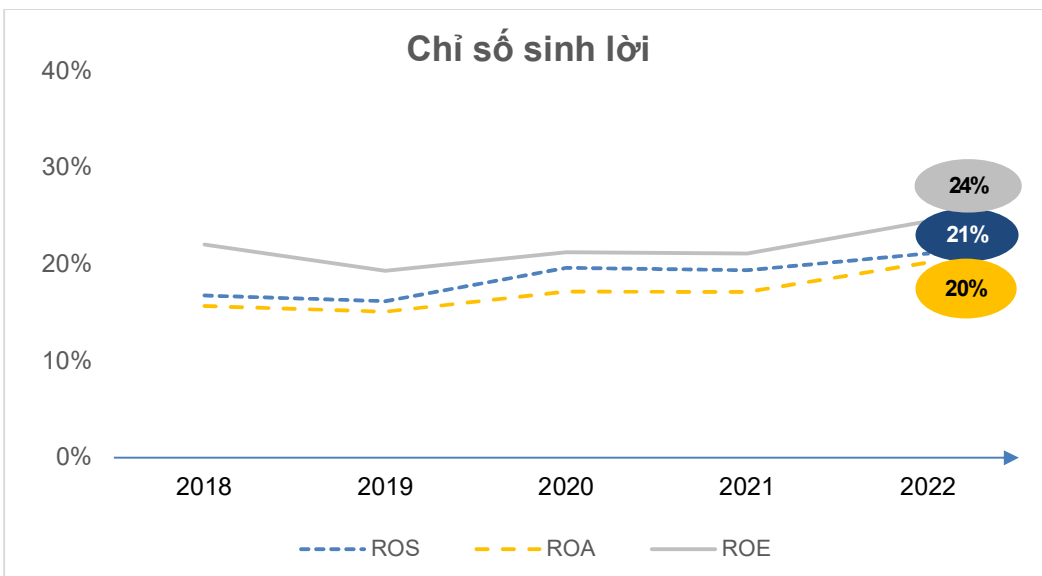
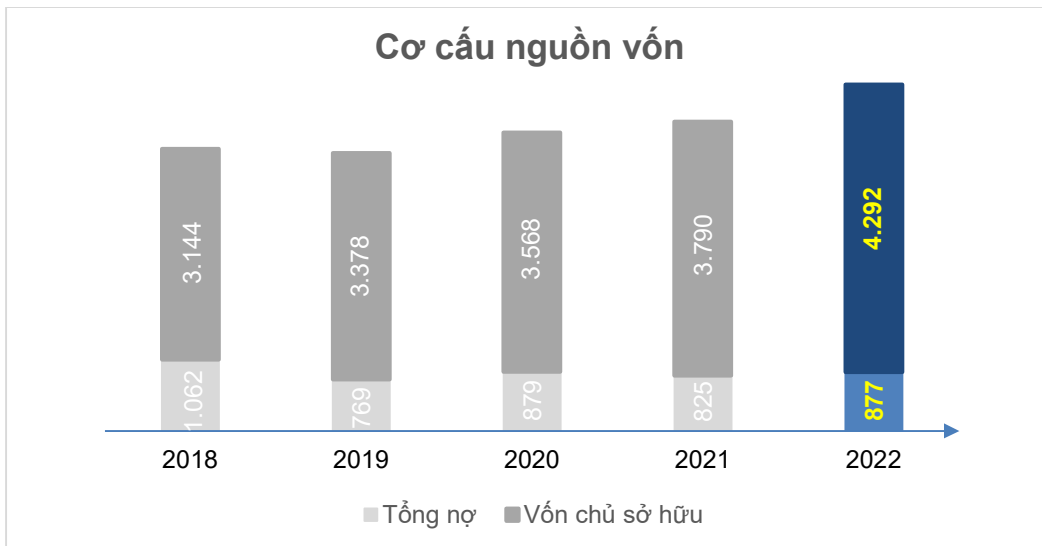
1. Lấy chất lượng, an toàn, hiệu quả làm cam kết cao nhất.
2. Lấy tri thức, sáng tạo làm nền tảng cho sự phát triển.
3. Lấy trách nhiệm, hợp tác, đăi ngộ làm phương châm hành động.
4. Lấy bản sắc Được Hậu Giang làm niềm tự hào Công ty.
5. Lấy sự thịnh vượng cùng đối tác làm mục tiêu lâu dài.
6. Lấy sự khác biệt vượt trội làm lợi thế trong cạnh tranh.
7. Lấy lợi ích cộng đồng làm khởi sự cho mọi hoạt động.



## II. TỔNG QUAN TÀI CHÍNH 2018 – 2022

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020	2021	2022
<b>1</b>	<b>Kết quả hoạt động kinh doanh</b>						
1.1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	3.882	3.897	3.756	4.003	4.676
1.2	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	Tỷ đồng	718	715	830	884	1.112
1.3	Lợi nhuận khác	Tỷ đồng	14	-2	-9	-19	-12
1.4	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	732	713	821	865	1.100
1.5	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	651	631	739	777	988
<b>2</b>	<b>Bảng cân đối kế toán</b>						
2.1	Tổng tài sản	Tỷ đồng	4.206	4.147	4.448	4.615	5.168
2.2	Tài sản ngắn hạn	Tỷ đồng	3.148	3.134	3.481	3.721	4.219
2.3	Tài sản dài hạn	Tỷ đồng	1.058	1.013	967	894	949
2.4	Nợ phải trả	Tỷ đồng	1.062	769	879	825	877
2.5	Vốn chủ sở hữu	Tỷ đồng	3.144	3.378	3.568	3.790	4.292
<b>3</b>	<b>Các chỉ số tài chính cơ bản</b>						
<b>3.1</b>	<b>Chỉ tiêu về khả năng thanh toán</b>						
3.1.1	Hệ số thanh toán ngắn hạn	Lần	3,1	4,4	4,3	4,9	5,2
3.1.2	Hệ số thanh toán nhanh	Lần	2,3	3,4	3,3	3,5	3,7
3.1.3	Hệ số thanh toán tiền mặt	Lần	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
<b>3.2</b>	<b>Chỉ tiêu về cơ cấu vốn</b>						
3.2.1	Tỷ số nợ trên tổng tài sản	%	25,2%	18,6%	19,8%	17,9%	17,0%
3.2.2	Tỷ số nợ trên vốn chủ sở hữu	%	33,8%	22,8%	24,6%	21,8%	20,4%
<b>3.3</b>	<b>Chỉ tiêu về năng lực hoạt động</b>						
3.3.1	Vòng quay tổng tài sản	Vòng	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
3.3.2	Vòng quay vốn lưu động	Vòng	1,3	1,2	1,1	1,1	1,2
3.3.3	Vòng quay hàng tồn kho	Vòng	2,8	2,7	2,5	2,2	2,1
3.3.4	Vòng quay các khoản phải trả	Vòng	10,6	16,4	10,4	9,2	8,6
3.3.5	Vòng quay các khoản phải thu	Vòng	5,7	6,9	8,1	10,3	13,7
<b>3.4</b>	<b>Chỉ tiêu về khả năng sinh lời</b>						
3.4.1	Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trên doanh thu	%	18,5%	18,3%	22,1%	22,1%	23,8%
3.4.2	ROS	%	16,8%	16,2%	19,7%	19,4%	21,1%
3.4.3	ROA	%	15,7%	15,1%	17,2%	17,2%	20,2%
3.4.4	ROE	%	22,1%	19,4%	21,3%	21,1%	24,5%
<b>4</b>	<b>Thông tin về cổ phiếu</b>						
4.1	Lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS)	Đồng/CP	4.445	4.668	5.443	5.719	7.318
4.2	Cổ tức	Đồng/CP	3.500	4.000	4.000	3.500	3.500
4.3	Tỷ lệ lợi nhuận trả cổ tức	%	70,3%	82,8%	70,8%	58,9%	46,3%





### III. GIẢI THƯỞNG TIÊU BIỂU NĂM 2022

- 10 năm liên tiếp - Top 50 Công ty niêm yết tốt nhất do Forbes Việt Nam bình chọn.
- 07 năm liên tiếp – Top 10 Doanh nghiệp Dược uy tín do Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report) bình chọn.
- 11 năm liên tiếp - Top 50 Công ty kinh doanh hiệu quả nhất Việt Nam do Báo Nhịp cầu Đầu tư tổ chức & bầu chọn.
- 26 năm liền - Danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao do Người tiêu dùng bình chọn.
- 04 năm liên tiếp – Giải nhất Báo cáo quản trị công ty tốt nhất (Nhóm Midcap năm 2020, 2021 và 2022)
- Top 100 doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam và Top 5 doanh nghiệp đã có những cam kết và nỗ lực thúc đẩy bình đẳng giới tại nơi làm việc trong năm 2022 do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) bình chọn.
- Top 10 môi trường làm việc tốt nhất ngành Dược/Thiết bị y tế/Chăm sóc sức khỏe
- Top 100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam.

### IV. CÁC MỐC SON LỊCH SỬ

- Năm 1974: Thành lập Công ty, tiền thân của DHG Pharma là Xí nghiệp quốc doanh Dược phẩm 2/9.
- Năm 2004: Cổ phần hóa Xí nghiệp Liên hợp Dược Hậu Giang thành Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang.
- Năm 2006: Niêm yết cổ phiếu DHG Pharma trên sàn Giao dịch Chứng khoán TP. HCM (HOSE).
- Năm 2007: Khẳng định lại tầm nhìn, sứ mạng và 7 giá trị cốt lõi. Tăng vốn điều lệ từ 80 tỷ lên 200 tỷ đồng.
- Năm 2008: Thực hiện các công cụ quản trị hiện đại và hiệu quả: 10.5S, Balance Score Card.
- Năm 2009: Thực hiện thành công chiến lược 20/80 sản phẩm, khách hàng, nhân sự.
- Năm 2010: Thực hiện thành công chiến lược **“kiềng 3 chân”**: cổ đông, khách hàng và người lao động.
- Năm 2011: Triển khai thành công **“Dự án nâng cao năng suất nhà máy”** và **“Dự án nâng cao hiệu quả hoạt động Công ty con”**.
- Năm 2012: Chủ đề **“Giải pháp hôm nay là vấn đề ngày mai”** đã mang lại hiệu quả cao cho Công ty trong công tác kiểm soát chi phí, quản trị rủi ro và chính sách.
- Năm 2013: Hoàn tất xây dựng Nhà máy mới NonBetalactam và nhà máy In – Bao bì DHG 1 tại Khu Công nghiệp Tân Phú Thạnh.
- Năm 2014: Kỷ niệm 40 năm thành lập Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang và kỷ niệm 10 năm cổ phần hóa.

- Năm 2015: Năm bản lề Dược Hậu Giang thực hiện tái cấu trúc, củng cố lại mọi hoạt động của Công ty để chuẩn bị cho một chu kỳ tăng trưởng mới.
- Năm 2016: Năm khởi đầu của chiến lược 05 năm giai đoạn 2016 – 2020, khởi đầu cho sự phát triển bền vững và hiệu quả.
- Năm 2017: Chuyển tiếp nhịp nhàng đồng thời 2 vị trí nhân sự cấp cao của Công ty: Chủ tịch HĐQT và Tổng Giám đốc.
- Năm 2018: Điều chỉnh giới hạn tỷ lệ sở hữu của nhà đầu tư nước ngoài tại DHG Pharma từ 49% lên 100% vốn điều lệ. Đạt 2 tiêu chuẩn cao PIC/s – GMP và Japan-GMP cho các dây chuyền sản xuất.
- Năm 2019: Đánh dấu chặng đường lịch sử 45 năm và là năm đầu tiên trở thành thành viên của Công ty Dược đa quốc gia khi Taisho chính thức sở hữu 51,01% cổ phần.
- Năm 2020: Đạt tiêu chuẩn Japan-GMP dây chuyền viên nén bao phim và được tái cấp chứng nhận Japan-GMP dây chuyền viên nén.
- Năm 2021: Đánh dấu thập kỷ đổi mới, Dược Hậu Giang không ngừng nỗ lực vượt qua vòng vây đại dịch để cung cấp cho người tiêu dùng những sản phẩm chất lượng đạt chuẩn quốc tế.
- Năm 2022: Khởi công xây dựng nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn JAPAN/EU-GMP

## V. CÁC ĐIỂM NỔI BẬT NĂM 2022

- + 48 năm hình thành và phát triển
- + Doanh thu thuần: 4.676 tỷ đồng
- + Lợi nhuận sau thuế: 988 tỷ đồng
- + Nộp ngân sách nhà nước: 366 tỷ đồng
- + Tổng số lượng đơn vị lưu kho (SKU): > 300
- + Sản phẩm mới: 13 sản phẩm
- + Tổng thị phần ngành Dược nội địa: tăng 0,2%
- + Tổng số khách hàng: trên 30.000 khách hàng
- + Quốc gia xuất khẩu: 20 quốc gia
- + Giải I Báo cáo quản trị
- + Khởi công xây dựng nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn JAPAN/EU-GMP

## VI. BÍ QUYẾT THÀNH CÔNG NĂM 2020 – 2022

Đại dịch Covid-19 đã làm thay đổi thế giới, tác động tiêu cực trực tiếp tới kinh tế và thương mại quốc tế. Doanh nghiệp là đối tượng chịu ảnh hưởng nặng nề, nhiều doanh nghiệp phải tạm ngừng hoạt động hoặc phá sản, giải thể, thu hẹp quy mô sản xuất kinh doanh. Không thể phủ nhận dịch bệnh kéo dài đã bào mòn sức lực của rất nhiều doanh

nghiệp. Trong khi hầu hết doanh nghiệp “lao đao” vì dịch Covid-19 thì vẫn có những doanh nghiệp “ngược dòng” vượt khó nhờ vào thực lực để chiếm lĩnh thêm thị phần, trong đó có Dược Hậu Giang. Vậy những yếu tố nào đã giúp Dược Hậu Giang liên tiếp lập kỷ lục trong 3 năm qua? Thông qua quyển Báo cáo thường niên năm 2022, Dược Hậu Giang xin được chia sẻ bí quyết thành công của doanh nghiệp như là bài học kinh nghiệm cho thế hệ mai sau.

## **1. CHIẾN LƯỢC HỢP LÝ**

3 năm dịch Covid-19 bùng phát 2020 – 2021 – 2022, ngành dược đối mặt với những khó khăn như gián đoạn sản xuất, đứt gãy chuỗi cung ứng, nhu cầu kênh bệnh viện bị thu hẹp do các biện pháp giãn cách xã hội, lợi ngược dòng, Dược Hậu Giang vẫn đạt được kết quả kinh doanh khả quan 3 năm liên tục nhờ vào chiến lược đảm bảo nguồn nguyên vật liệu dự trữ, ổn định chuỗi cung ứng, vận chuyển và hoạt động sản xuất với sự hỗ trợ của hệ thống thông tin. Tận dụng lợi thế là doanh nghiệp Dược có hệ thống phân phối sâu và rộng nhất Việt Nam tại 34 tỉnh, thành trên toàn quốc và là doanh nghiệp sản xuất mặt hàng thiết yếu, các chi nhánh trên toàn quốc đã kịp thời dự trữ hàng hóa và lên kế hoạch logistics hợp lý ngay từ những ngày đầu dịch vừa bùng phát.

Dược Hậu Giang tiếp tục giữ vững vị trí dẫn đầu về doanh thu và lợi nhuận trong 26 năm liền và giữ vị trí Top 10 doanh nghiệp dược có thị phần lớn nhất Ngành Dược Việt Nam (theo thống kê của IQVIA Quý 3/2022).

## **2. ĐỘI NGŨ NHÂN SỰ ĐỒNG LÒNG VƯỢT KHÓ**

Khi tình hình dịch bệnh lan rộng khắp Việt Nam, ảnh hưởng đến đời sống, sức khỏe và sự an toàn của người dân. Các quy định về phòng dịch ngày càng nghiêm ngặt của địa phương, Ban lãnh đạo và nhân viên Dược Hậu Giang đồng lòng kích hoạt phương án 3 tại chỗ "vừa cách ly, vừa sản xuất" vì sự an toàn và phát triển của Dược Hậu Giang". Với bề dày lịch sử phát triển, Dược Hậu Giang đã xây dựng được một đội ngũ nhân viên lành nghề, tận tâm. Họ đã từng có kinh nghiệm trong việc ứng phó với sự thay đổi các mô hình sản xuất khi nhà máy liên tục nâng cấp hệ thống tiêu chuẩn chất lượng. Dẫu biết gian nan phía trước, nhưng hiểu được tầm quan trọng của viên thuốc mình làm ra, mỗi CBNV Dược Hậu Giang gác lại nỗi lo sợ đã nhanh chóng sắp xếp cuộc sống gia đình để sẵn sàng hành lý vào công ty thực hiện sản xuất.

Điều đặc biệt tạo nên sự khác biệt tại Dược Hậu Giang khi thực hiện 3 tại chỗ đó là kế hoạch sản xuất được xây dựng dựa trên những nguyên tắc của BCP (Business Continuity Plan – Kế hoạch kinh doanh liên tục). Các phân xưởng đã chủ động lựa chọn thiết bị, máy móc phù hợp đồng thời cũng chuẩn bị kỹ về nhân lực trong quá trình tổ chức sản xuất. Hiểu được sự khó khăn của CBNV, Ban Điều hành Công ty không chỉ liên tục đưa ra những chính sách kịp thời về chiến lược mà còn đưa ra những chính sách thể hiện sự quan tâm sâu sát cho từng CBNV và người thân của họ bằng sự tử tế và chân tình.

Với quyết tâm đảm bảo sản xuất kinh doanh, giữ vững chuỗi cung ứng, phân phối các sản phẩm dược tới người tiêu dùng trong thời điểm dịch bệnh, bảo vệ sức khỏe và thu

nhập cho người lao động, Dược Hậu Giang đã chinh phục mọi khó khăn để tiếp tục ghi dấu ấn của một doanh nghiệp hướng tới khát vọng Nâng tầm giá trị - Kết nối tương lai.

### **3. CHIA SẺ KHÓ KHĂN CÙNG CỘNG ĐỒNG**

Trải qua những ngày bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh, ai trong chúng ta đều cảm nhận được rủi ro vô thường, tình cảm gia đình, tình thương giữa người với người là điều quý giá không gì có thể đong đếm được. Cho đi là còn mãi, lòng nhân ái luôn được lan tỏa giữa mùa dịch tại khắp các tỉnh, thành của mảnh đất hình chữ S và xuyên suốt những năm qua tại Dược Hậu Giang.

Nhắc đến Dược Hậu Giang, người ta sẽ nghĩ ngay tới một công ty sản xuất dược phẩm uy tín hàng đầu Việt Nam. Nhưng còn hơn thế, một điều quan trọng khác góp phần tạo nên thương hiệu Dược Hậu Giang là tinh thần sẻ chia, trách nhiệm xã hội với hành trình bền bỉ 48 năm nhằm mang lại giá trị bền vững cho cộng đồng.

Trong suốt hành trình 3 năm vừa qua, Dược Hậu Giang tự hào vì đã tạo nên những giá trị tốt đẹp cho cộng đồng. Nó không chỉ là những giá trị được tạo nên từ bản sắc văn hóa riêng mà còn là những giá trị của khát khao vươn xa cống hiến, lấy lợi ích cộng đồng làm khởi sự cho mọi hoạt động.

Theo ước tính trong 3 năm 2020 - 2022, Dược Hậu Giang đã ủng hộ trên 36 tỷ đồng cho các hoạt động cùng cộng đồng vượt qua đại dịch Covid-19 và các hoạt động an sinh xã hội trên cả nước.

### **4. SẢN PHẨM CHẤT LƯỢNG CAO**

Từ năm 2019, Dược Hậu Giang đã đạt chứng nhận Japan-GMP dây chuyền viên nén. Tháng 10/2020, Dược Hậu Giang tiếp tục đạt chứng nhận Japan-GMP cho dây chuyền viên nén bao phim. Đến ngày 10/12/2020, Cục Quản lý Dược công bố chính thức Dược Hậu Giang đạt chứng nhận Japan-GMP cho cả hai dây chuyền. Tại Việt Nam, Dược Hậu Giang là một trong những đơn vị đầu tiên được cấp chứng nhận Japan-GMP. Tại thời điểm này, trên toàn quốc chỉ có ba dây chuyền sản xuất vượt qua được hàng rào kỹ thuật cao cấp để đạt được chứng nhận Japan-GMP, trong đó Dược Hậu Giang sở hữu hai dây chuyền.

Nhiều năm liền giữ vị trí doanh nghiệp dược hàng đầu Việt Nam, với chứng nhận Japan-GMP - tiêu chuẩn thực hành tốt sản xuất thuốc của Nhật Bản, tương đương với EU-GMP của châu Âu, US-FDA của Mỹ..., trước tiên với mạng lưới phân phối hơn 30.000 nhà thuốc trên cả nước, Dược Hậu Giang sẽ cung cấp cho người dùng trong nước cơ hội tiếp cận dược phẩm đạt chất lượng quốc tế với giá cả phải chăng. Sau đó, Dược Hậu Giang sẽ tiếp tục đưa sản phẩm của mình chinh phục thị trường quốc tế khó tính như Nhật Bản, các nước châu Á, lần lượt phủ sóng các thị trường quốc tế khác.

Với việc sở hữu thêm nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn Japan/EU-GMP, Dược Hậu Giang càng gia tăng thêm sức cạnh tranh trên thị trường dược phẩm trong nước, không chỉ giữ vững ngôi vị số 1 ngành Dược nước nhà mà còn vững bước vào thị

trường dược phẩm thế giới. Lợi thế cạnh tranh này cũng góp phần vào sự phát triển của ngành dược nước nhà trên bản đồ dược phẩm thế giới.

## VII. NGÀNH NGHỀ VÀ ĐỊA BÀN KINH DOANH

### NGÀNH NGHỀ KINH DOANH

Ngành nghề kinh doanh chính của DHG Pharma là sản xuất và kinh doanh dược phẩm, thực phẩm bảo vệ sức khỏe và dược mỹ phẩm.

Ngoài ra còn có một số ngành nghề kinh doanh khác như:

- In ấn và dịch vụ liên quan đến in;
- Sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu bao bì;
- Kinh doanh, xuất nhập khẩu nguyên liệu, thiết bị y tế;
- Chuyển giao công nghệ và dịch vụ chuyển giao công nghệ; Dịch vụ nghiên cứu và phát triển sản phẩm;
- Sản xuất đồ uống không cồn, nước khoáng;
- Bán buôn, bán lẻ nước đóng chai;
- Dịch vụ kiểm nghiệm nguyên liệu, bao bì, thành phẩm dược phẩm, thực phẩm chức năng.

Trong đó:

Dược phẩm: đóng góp 84% tổng doanh thu

Thực phẩm bảo vệ sức khỏe và Dược mỹ phẩm: đóng góp 11% tổng doanh thu

Lĩnh vực kinh doanh khác: đóng góp 5% tổng doanh thu

Tính đến 31/12/2022, DHG Pharma có hơn 300 số đăng ký. Trong đó: có gần 100 sản phẩm sản xuất trên 2 dây chuyền viên nén, viên nén bao phim đạt tiêu chuẩn Japan-GMP và 43 sản phẩm đạt tương đương sinh học.

### Cơ cấu doanh thu theo dược phẩm, thực phẩm bảo vệ sức khỏe (TPBVSK) và khác

*ĐVT: tỷ VNĐ*

Tên nhóm sản phẩm	2020	2021	2022
Dược phẩm	3.091	3.282	3.929
TPBVSK	484	502	528
Khác	180	219	219
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>3.756</b>	<b>4.003</b>	<b>4.676</b>
Dược phẩm	82,3%	82,0%	84,0%
TPBVSK	12,9%	12,5%	11,3%
Khác	4,8%	5,5%	4,7%
<b>Tỷ trọng</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Nguồn: Báo cáo tài chính đã kiểm toán của DHG Pharma*



## Biểu đồ cơ cấu doanh thu theo nhóm hàng kinh doanh

ĐVT: tỷ VNĐ

Tên nhóm sản phẩm	2020	2021	2022
Hàng trong nước	3.132	3.348	3.910
Xuất khẩu	108	86	117
Khác	516	570	649
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>3.756</b>	<b>4.003</b>	<b>4.676</b>
Hàng trong nước	83,4%	83,6%	83,6%
Xuất khẩu	2,9%	2,1%	2,5%
Khác	13,8%	14,2%	13,9%
<b>Tỷ trọng</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nguồn: DHG Pharma tự tổng hợp

### Xếp hạng thị trường toàn ngành

Thị phần Nhà sản xuất

Dựa trên dữ liệu VTMA Total Market 2022 Q3

# No.3

Năm 2022, ngành hàng Kháng sinh và Giảm đau - Hạ sốt có sự tăng trưởng mạnh nhất với tốc độ tăng trưởng bình quân 23%.

### Thị phần một số sản phẩm nổi bật

Nhóm Giảm đau – Hạ sốt



Hapacol  
17%

Nhóm Amoxicillin & Clavulicnic



Klaminin  
21%

Nhóm sủi bổ sung vitamin (có chứa vitamin C)



Bocalex  
15%

## ĐỊA BÀN KINH DOANH

### THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

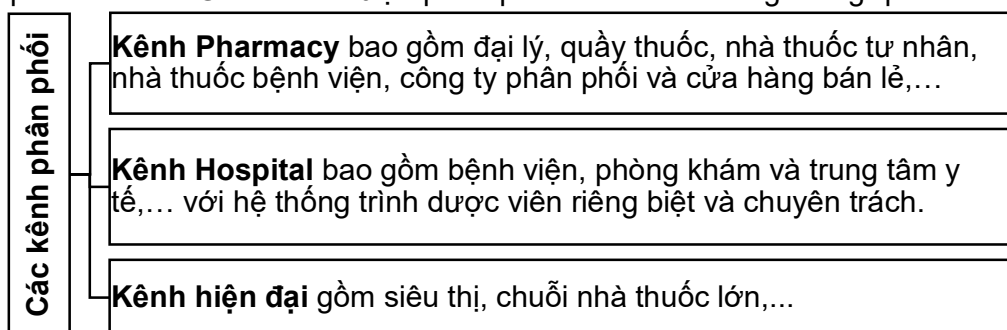
Doanh thu nội địa năm 2022: 3.910 tỷ đồng

Đóng góp: 84% tổng doanh thu

- Mạng lưới kinh doanh của DHG Pharma trải dài trên khắp các địa bàn cả nước và được biết đến như là một doanh nghiệp có hệ thống phân phối sâu rộng và lớn nhất Việt Nam. Tính đến đầu năm 2022, DHG Pharma có **34 chi nhánh phân phối** hàng hóa trên khắp cả nước từ thành thị đến nông thôn (phân phối đến 3 tầng: thành phố, huyện, xã).

- Một trong những hoạt động đáng chú ý của DHG Pharma chính là hỗ trợ nền tảng công nghệ cho nhân viên bán hàng và khách hàng giữa bối cảnh phải cạnh tranh trong Cuộc cách mạng công nghệ 4.0. Ứng dụng App Cùng Thịnh Vượng của DHG Pharma được thiết kế liên thông dữ liệu, giúp khách hàng hoàn toàn có thể chủ động theo dõi doanh số, công nợ, hóa đơn, thông tin sản phẩm, thông tin khuyến mãi,... qua thiết bị di động.
- Nhờ vào sự chuyên nghiệp và tận tâm của đội ngũ gần 500 nhân viên bán hàng, sản phẩm của DHG Pharma đã phủ kín khắp các nhà thuốc, bệnh viện trên toàn quốc với tổng số lượng khách hàng trên 30.000 người.

Sản phẩm của DHG Pharma được phân phối đến khách hàng thông qua các kênh sau:



- Danh sách 34 chi nhánh phân phối DHG Pharma: Thông tin chi tiết xem trang 40 – 42.

## THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

Doanh thu năm 2022: 117 tỷ đồng

Đóng góp: 2,5% tổng doanh thu

- Năm 2022 tiếp tục là một năm đầy khó khăn và thử thách với hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp và các quốc gia trên thế giới. Tình hình dịch bệnh Covid-19 tại Trung Quốc, chiến sự Nga – Ukraina tiếp tục là nguyên nhân chính dẫn tới sự đứt gãy của chuỗi cung ứng toàn cầu và sự gián đoạn trong hoạt động xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, thách thức đã tạo ra cơ hội cho DHG Pharma thể hiện năng lực của mình trong mảng kinh doanh quốc tế. Dù gặp một số trở ngại trong năm qua, hoạt động xuất khẩu của DHG Pharma vẫn đạt doanh thu 117 tỷ đồng, tăng trưởng 36% so với 2021, sản lượng xuất khẩu cũng tăng 36%, đạt khoảng 246 triệu đơn vị sản phẩm.
- Trong năm, Kinh doanh quốc tế (KDQT) đã phát triển được thêm 3 thị trường mới tại Trung Đông và Châu Á, nâng tổng số thị trường xuất khẩu lũy kế lên 20 quốc gia và 27 Nhà Phân phối với tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu lũy kế 5 năm hơn 20 triệu USD. Những thành quả trên đến từ những chiến lược linh hoạt và hiệu quả, chủ yếu tập trung qua những hoạt động sau:

- **Hoạt động tiếp thị & xúc tiến thương mại**

Năm 2022 hoạt động tiếp thị, xúc tiến thương mại được DHG Pharma chú trọng theo hình thức linh hoạt, đa chiều như các trang thương mại điện tử, hội thảo và gian hàng hội chợ giúp hỗ trợ tốt cho công tác tìm kiếm đối tác và thị trường mới.



- **Hoạt động tiếp cận & phát triển sản phẩm mới**

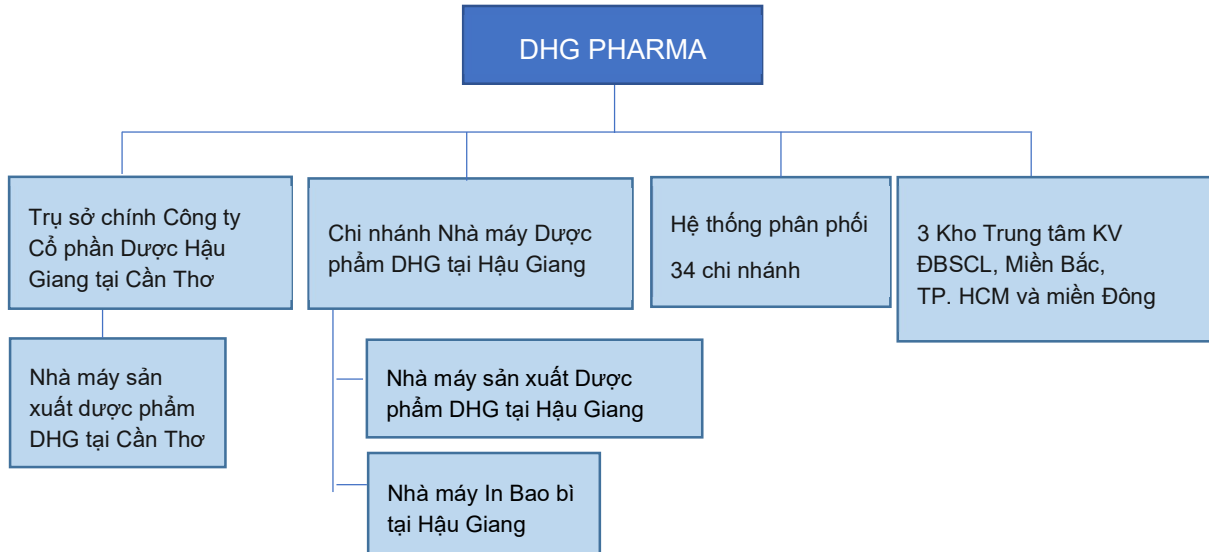
Tích cực phát triển các sản phẩm mới phù hợp xu hướng tiêu dùng để đáp ứng các thị trường. Trong năm 2022, DHG Pharma đã phát triển và xuất khẩu các Nhãn hàng Hapacol sủi và gói điều trị giảm đau – hạ sốt cho trẻ em nhằm thay thế thói quen sử dụng siro hạ sốt cho trẻ tại thị trường Malaysia, Indonesia, Philippines.

- **Hoạt động về quan hệ khách hàng**

Đảm bảo được nguồn cung cấp hàng hóa ổn định về sản lượng & chất lượng, chú trọng công tác xây dựng quan hệ khách hàng bằng các chương trình chăm sóc, hỗ trợ kịp thời các hoạt động huấn luyện sản phẩm, các hoạt động POSM là một trong 3 chiến lược xuất khẩu mũi nhọn mà KDQT DHG Pharma đã thực hiện. Đồng thời xây dựng và củng cố nhóm khách hàng truyền thống nhằm xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài, đồng hành, hỗ trợ & hướng đến sự phát triển bền vững.



## VIII. MÔ HÌNH HOẠT ĐỘNG CÔNG TY



**CÁC THAY ĐỔI LỚN CỦA CÔNG TY TRONG NĂM 2022:** không có

### THÔNG TIN CÔNG TY CON

**CÔNG TY CÓ TRÊN 50% VỐN CỔ PHẦN, VỐN GÓP DO DHG PHARMA NẤM GIỮ CÔNG TY TNHH FUJI MEDIC (Fuji Medic)**

Ngày chính thức hoạt động: 27/07/2016

Trụ sở chính: TP. Cần Thơ

Vốn điều lệ: 26,946 tỷ đồng

Ngành nghề kinh doanh: Phòng khám đa khoa, chuyên khoa và nha khoa

Tỷ lệ góp vốn DHG Pharma: 51%

*Ghi chú: Các thủ tục giải thể Fuji Medic đã được hoàn tất vào ngày 14/11/2022. Theo đó, Công ty không cần lập báo cáo tài chính hợp nhất cho năm tài chính kết thúc ngày 31/12/2022.*

### THÔNG TIN CHI TIẾT CÔNG TY MẸ

**CÔNG TY NẤM GIỮ TRÊN 51% VỐN CỔ PHẦN/VỐN GÓP CỦA DHG PHARMA**

**TAISHO PHARMACEUTICAL CO., LTD.**

Taisho Pharmaceutical Co., Ltd. là công ty dược phẩm hàng đầu Nhật Bản chuyên sản xuất dược phẩm và thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Với lịch sử hình thành trên 100 năm, Taisho Pharmaceutical Co., Ltd. luôn thực hiện nguyên lý doanh nghiệp “**Đóng góp cho sức khỏe và phúc lợi người tiêu dùng**”.

Ngày thành lập: 12/10/1912

Trụ sở chính: Tokyo, Nhật Bản

Taisho nâng tỷ lệ sở hữu tại DHG Pharma lên 51,01%: ngày 17/05/2019

## Đặc điểm kinh doanh:

Hoạt động kinh doanh cốt lõi của Tập đoàn Taisho là dòng thuốc OTC. Không giống như sản phẩm thuốc kê toa được kê cho bệnh nhân sau khi được bác sĩ thăm khám, đặc trưng của thuốc OTC chính là được người tiêu dùng trực tiếp lựa chọn.

Hiện nay, Tập đoàn Taisho là doanh nghiệp dẫn đầu thị trường thuốc OTC tại Nhật Bản. Tập đoàn cung cấp hơn 50 nhãn hàng được phân loại theo chức năng điều trị, trong đó Lipovitan, Pabron và RiUP là những nhãn hàng chiếm thị phần hàng đầu trong lĩnh vực điều trị tương ứng.

Tập đoàn có nhiều sản phẩm thuốc OTC chiếm trọn lòng tin của người tiêu dùng qua nhiều thập kỷ như: Sê-ri Pabron đã có mặt trên thị trường hơn 90 năm và dòng Lipovitan ra mắt hơn 60 năm giành được sự ủng hộ của khách hàng qua nhiều thế hệ, duy trì doanh thu và thu nhập ổn định.

Nhu cầu của người tiêu dùng trong lĩnh vực liên quan đến sức khỏe đã được mở rộng trong những năm gần đây. Nhu cầu không chỉ dừng lại ở các sản phẩm thuốc OTC, mà hiện đang mở rộng ra các danh mục như thực phẩm bảo vệ sức khỏe và chăm sóc da. Tận dụng chuyên môn trong lĩnh vực sản xuất dược phẩm để tiến hành kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt và triển khai công nghệ sản xuất tiên tiến nhất, Tập đoàn đã tạo ra sự tin cậy, an toàn và sản phẩm hiệu suất cao đáp ứng yêu cầu của người dùng. Taisho đang mở rộng kinh doanh các sản phẩm liên quan đến sức khỏe và đáp ứng với nhu cầu thay đổi của người tiêu dùng.

Khi thói quen mua sắm của người tiêu dùng phát triển, thị trường đang dịch chuyển sang các kênh mua sắm trực tuyến. Tập đoàn đang nỗ lực mở rộng các kênh mua sắm trực tuyến mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng, chẳng hạn như Taisho Pharmaceutical Direct và Taisho Beauty Online, tối đa hóa sự tiện lợi cho người tiêu dùng.

### Xếp hạng Công ty Toàn cầu

Xếp hạng doanh thu toàn cầu  
Công ty chăm sóc sức khỏe người tiêu dùng (CHC)

Thị phần Nhà sản xuất

No.7

Dựa trên dữ liệu MAT Q4 2021 cơ sở dữ liệu doanh thu CHC của Nicholas Hall, DB6.

### Thị phần nội địa Nhật Bản

Thị trường thuốc  
OTC tại Nhật Bản  
Thị phần NSX

No.1

Taisho Pharmaceutical

Company A	6.7%
Company B	6.7%
Company C	5.4%

12.1%

100ml nước tăng lực

Điều trị cảm cúm

Mọc tóc/ Chăm sóc tóc

Thị phần

Thị phần

21/43





## Mạng lưới của Tập đoàn Taisho

### NHẬT BẢN

#### Taisho Pharmaceutical Co., Ltd. Tokyo

Research, development, manufacture and sales of OTC drugs, quasi-drugs, foods, prescription pharmaceuticals and other products

#### Taisho Pharma Co., Ltd. Tokyo

Promotion of prescription pharmaceuticals

#### Biofermin Pharmaceutical Co., Ltd. Hyogo

Development, manufacture and sales of OTC drugs, prescription pharmaceuticals and other products

#### TOKUHON Corporation Tokyo

Development, manufacture and sales of OTC drugs, prescription pharmaceuticals and other products

#### Taisho Pharmaceutical Logistics Co., Ltd. Saitama

Management and operation of transport services for Taisho Pharmaceutical Group

#### Taisho M.T.C. Co., Ltd. Tokyo

Manufacture and sales of raw materials for medicines and quasi-drugs

#### MEJIRO KOSAN Co., Ltd. Tokyo

Leasing, management, possession and operation of real estate, provision of employee welfare and benefit services, etc.

#### TAISHO ACTIVE HEALTH Co., LTD. Tokyo

Supply of health foods, quasi-drugs and skincare products

#### Taisho Okinawa Co., Ltd. Okinawa

Sales of OTC drugs and other products in Okinawa Prefecture

1 other company

### NƯỚC NGOÀI

#### UPSA SAS France

Manufacture and sales of OTC drugs

#### UPSA Switzerland A.G. Switzerland

Commissioned sales activities for OTC drugs

#### UPSA Italy S.r.l. Italy

Commissioned sales activities for OTC drugs

#### UPSA Belgium S.A. Belgium

Commissioned sales activities for OTC drugs

#### Compañía Internacional de Comercio, S.A.P.I. de C.V. Mexico

Manufacture and sales of OTC drugs and other products

#### Taisho Pharmaceutical R&D Inc. U.S.A.

Development of prescription pharmaceuticals

#### Taisho Pharmaceutical California Inc. U.S.A.

Sales of OTC drugs, energy drinks and other products

#### Duoc Hau Giang Pharmaceutical JSC Vietnam

Manufacture and sales of OTC drugs and other products

#### Osotspa Taisho Pharmaceutical Co., Ltd. Thailand

Sales of energy drinks and other products

#### Taisho Pharmaceutical Thailand Co., Ltd. Thailand

Sales of OTC drugs and other products

#### PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk Indonesia

Manufacture and sales of OTC drugs and other products

#### Taisho Pharmaceutical Singapore Private Limited Singapore

Sales of OTC drugs

#### Hoepharm Holdings Sdn. Bhd. Malaysia

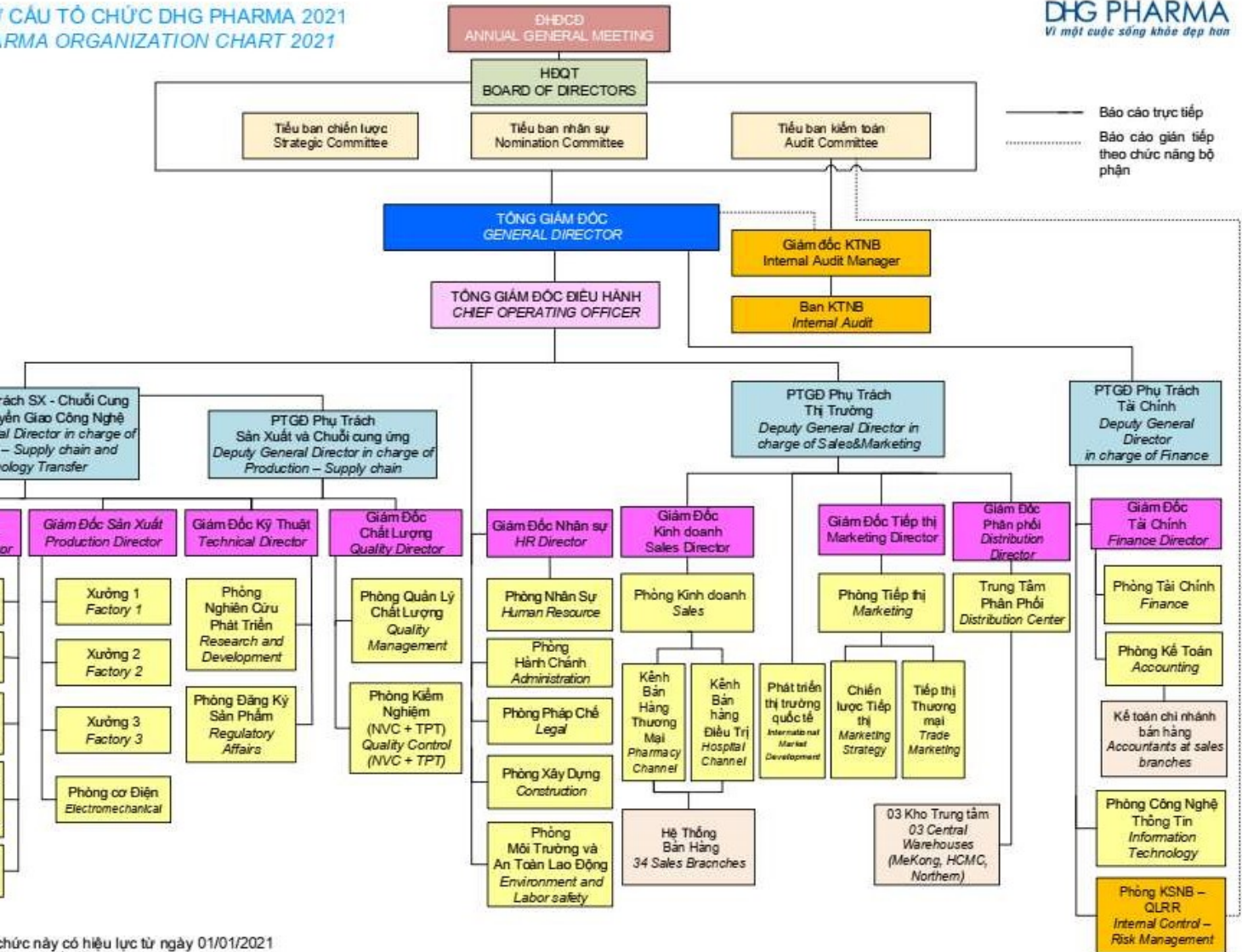
Management of a subsidiary that conducts pharmaceutical

Europe and America

Asia

# U TỔ CHỨC

CẤU TỔ CHỨC DHG PHARMA 2021  
DHG PHARMA ORGANIZATION CHART 2021



Biểu đồ này có hiệu lực từ ngày 01/01/2021  
January 01<sup>st</sup>, 2021

## X. GIỚI THIỆU BAN QUẢN TRỊ CÔNG TY



**Bà: ĐẶNG THỊ THU HÀ**  
*Chủ tịch Hội đồng Quản trị*  
*Thành viên HĐQT không điều hành*  
*Thành viên Ủy ban Kiểm toán*



**Ông: JUN KURODA**  
*Thành viên HĐQT không điều hành*  
*Chủ tịch Ủy ban Chiến lược*



**Ông: ĐOÀN ĐÌNH DUY KHƯƠNG**  
*Thành viên HĐQT điều hành*  
*Thành viên Ủy ban Chiến lược*  
*Thành viên Ủy ban Nhân sự*  
*Tổng Giám đốc Điều hành (COO)*



**Ông: MAKI KAMIJO**  
*Thành viên HĐQT không điều hành*  
*Thành viên Ủy ban Kiểm toán*



**Bà: NGUYỄN THỊ VIỆT THANH**  
*Thành viên độc lập HĐQT*  
*Chủ tịch Ủy ban Nhân sự*



**Ông: ĐỖ LÊ HÙNG**  
*Thành viên độc lập HĐQT*  
*Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán*





**Ông: TOSHIYUKI ISHII**  
*Tổng Giám đốc*



**Ông: TOMOYUKI KAWATA**  
*Phó Tổng Giám đốc Phụ trách Sản xuất,  
Chuỗi cung ứng và Chuyển giao Công nghệ  
Thành viên Hỗ trợ Ủy ban Chiến lược*



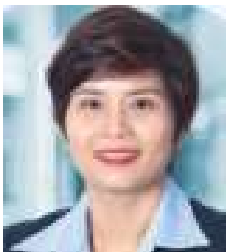
**Bà: NGUYỄN NGỌC DIỆP**  
*Phó Tổng Giám đốc phụ trách Sản xuất  
và Chuỗi Cung ứng*



**Ông: TRẦN DUY HƯNG**  
*Giám đốc Tiếp thị  
Thành viên Hỗ trợ Ủy ban Chiến lược*



**Bà: LÊ THỊ HỒNG NHUNG**  
*Giám đốc Tài chính  
Thành viên Hỗ trợ Ủy ban Chiến lược*



**Bà: VŨ THỊ HƯƠNG LAN**  
*Giám đốc Nhân sự  
Thành viên Hỗ trợ Ủy ban Nhân sự*



**Ông: HỒ BỬU HUÂN**  
*Kế toán trưởng*

## **CHƯƠNG 2: CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN**

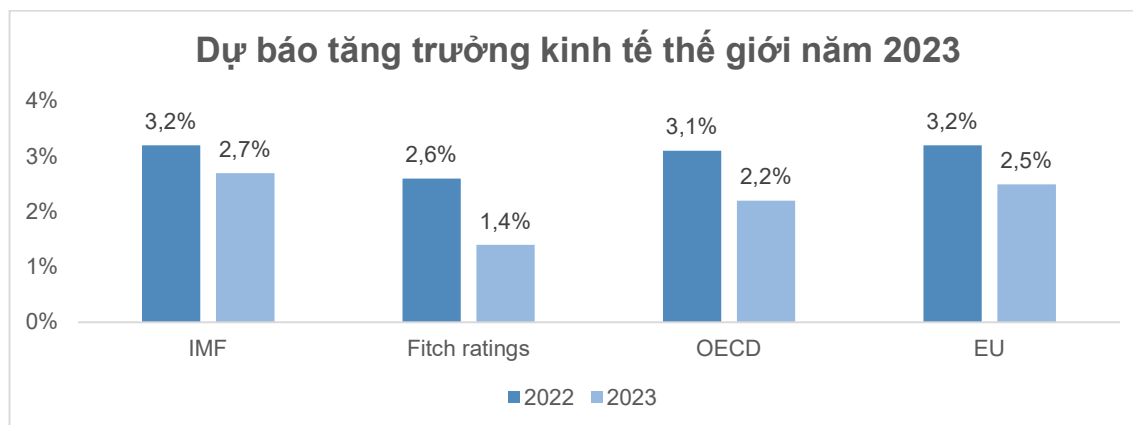
1. Môi trường vĩ mô và ngành Dược Việt Nam
2. Phân tích S.W.O.T
3. Chiến lược phát triển ngắn hạn, trung/dài hạn

## I. MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ VÀ NGÀNH DƯỢC VIỆT NAM

### 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH TẾ VIỆT NAM 2022 VÀ TRIỂN VỌNG NĂM 2023

2022 là năm mà kinh tế toàn cầu đã thấm thía hơn về các khái niệm "bất định", "phức tạp" và "khó lường". Lạm phát đã tăng lên mức cao nhất trong nhiều thập niên làm cho hộ gia đình thắt chặt chi tiêu trong bối cảnh hỗ trợ tài chính liên quan đến đại dịch giảm dần. Đồng thời, xung đột giữa Nga và Ukraine gia tăng đáng kể nguy cơ bất ổn chính trị toàn cầu. Mặc dù tác động của đại dịch đã giảm ở hầu hết các quốc gia, nhưng những làn sóng kéo dài vẫn tiếp tục làm gián đoạn hoạt động kinh tế, đặc biệt là ở Trung Quốc.

Bối cảnh kinh tế toàn cầu năm 2023 cũng không mấy khả quan với việc các nền kinh tế lớn bước vào trạng thái suy thoái. Xung đột quân sự và cuộc chiến công nghệ cao giữa các cường quốc cùng những biến động không thể lường trước theo kiểu các sai lầm về chính sách cũng sẽ khiến cho tâm lý thận trọng còn kéo dài và ít nhất trong nửa đầu năm 2023. Lạm phát sẽ từng bước "hạ nhiệt" trong năm 2023 dù vẫn còn ở mức cao, song sẽ từng bước ổn định vào năm 2024. Đầu tư và tiêu dùng cá nhân trong năm 2023 sẽ suy yếu ở hầu hết các quốc gia, do vấn đề thu nhập và lãi suất tăng cao. Ba nền kinh tế lớn nhất là Mỹ, Trung Quốc và khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone) sẽ tiếp tục đình trệ. Tăng trưởng kinh tế khu vực châu Á trong bối cảnh lãi suất tăng buộc nhiều ngân hàng trung ương phải siết chặt chính sách tiền tệ và xuất khẩu giảm do tình hình kinh tế tại các đối tác thương mại chính của khu vực này, trong đó có Mỹ. Điểm sáng duy nhất là Trung Quốc mở cửa lại nền kinh tế năm 2023. Trong ngắn hạn, các tổ chức đều đưa ra dự báo không thực sự lạc quan đối với tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Theo Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2022 đạt 3,2% và đạt 2,7% năm 2023. Fitch Ratings (FR) dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2022 đạt 2,6% trước khi giảm xuống còn 1,4% trong năm 2023. Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2022 đạt 3,1% và sẽ chậm lại ở mức 2,2% vào năm 2023. EU dự báo tăng trưởng GDP thế giới đạt 3,2% năm 2022 và 2,5% năm 2023.

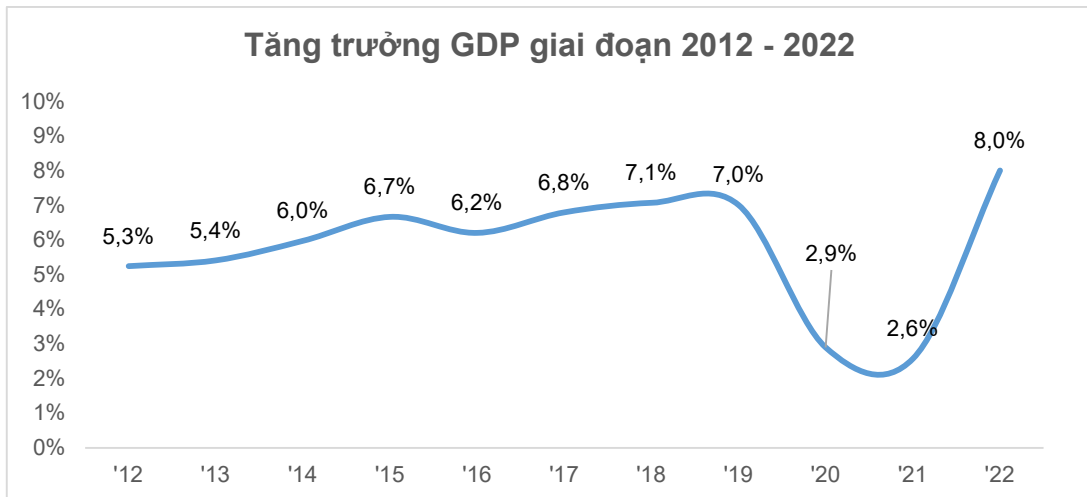


*Nguồn: IMF, Fitch Ratings, OECD và EU*

Vượt qua các thách thức của nền kinh tế thế giới, kinh tế Việt Nam năm 2022 được đánh giá phục hồi ngoạn mục và tăng trưởng mạnh mẽ. Động lực tăng trưởng kinh tế Việt Nam gồm bốn yếu tố chính. Thứ nhất, hoạt động xuất khẩu tăng trưởng mạnh mẽ mặc dù nhu cầu toàn cầu có dấu hiệu suy yếu. Thứ hai, tiêu dùng trong nước và

doanh số bán lẻ phục hồi mạnh mẽ. Nhu cầu trong nước dự kiến sẽ bị ảnh hưởng bởi lạm phát trong nước gia tăng trong thời gian tới nhưng sẽ đóng góp tích cực vào tăng trưởng trong năm 2023. Thứ ba, đầu tư tư nhân đóng vai trò quan trọng, dòng vốn đầu tư nước ngoài (FDI) thực hiện ổn định đã góp phần duy trì việc làm và tăng trưởng thương mại ổn định. Cuối cùng, tăng trưởng mạnh mẽ của nền kinh tế trong năm 2022 là kết quả của xuất phát điểm thấp của năm 2021 do ảnh hưởng bởi dịch bệnh và các đợt giãn cách kéo dài.

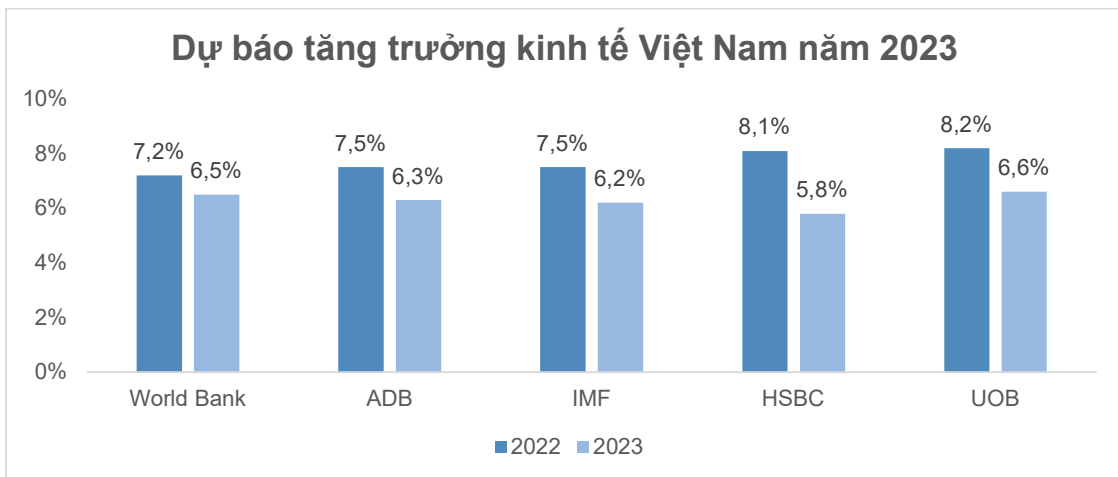
Nhờ những động lực trên, Việt Nam đã tăng trưởng mạnh, vượt qua những thách thức của giai đoạn hậu Covid-19 với một vài nét nổi bật như sau: (1) GDP đạt mức tăng trưởng cao 8%, đây là mức tăng cao nhất trong giai đoạn 2012 – 2022 và thuộc nhóm tăng trưởng cao của khu vực và thế giới; (2) Dự trữ ngoại hối vượt mức 100 tỷ USD và tiếp tục tăng trưởng bền vững; (3) Kim ngạch xuất nhập khẩu đạt khoảng 732,5 tỷ USD - tăng 9,5%, cán cân thương mại hàng hóa thặng dư 12,4 tỷ USD. Việc ký kết các hiệp định thương mại tự do với các nước trên thế giới đã thúc đẩy tăng trưởng hoạt động xuất khẩu của Việt Nam; (4) Lạm phát bình quân chỉ ở mức 3,2% phù hợp với mục tiêu được Quốc hội đề ra; (5) Hệ thống tài chính được kiểm soát và ổn định ở mức an toàn; (6) Việt Nam chi khoảng 6% GDP cho cơ sở hạ tầng - một trong những mức cao nhất trong khu vực Asean; (7) Việt Nam có tốc độ tăng trưởng kinh tế số nhanh thứ hai thế giới (12,3%) năm 2022 chỉ sau Ấn Độ.



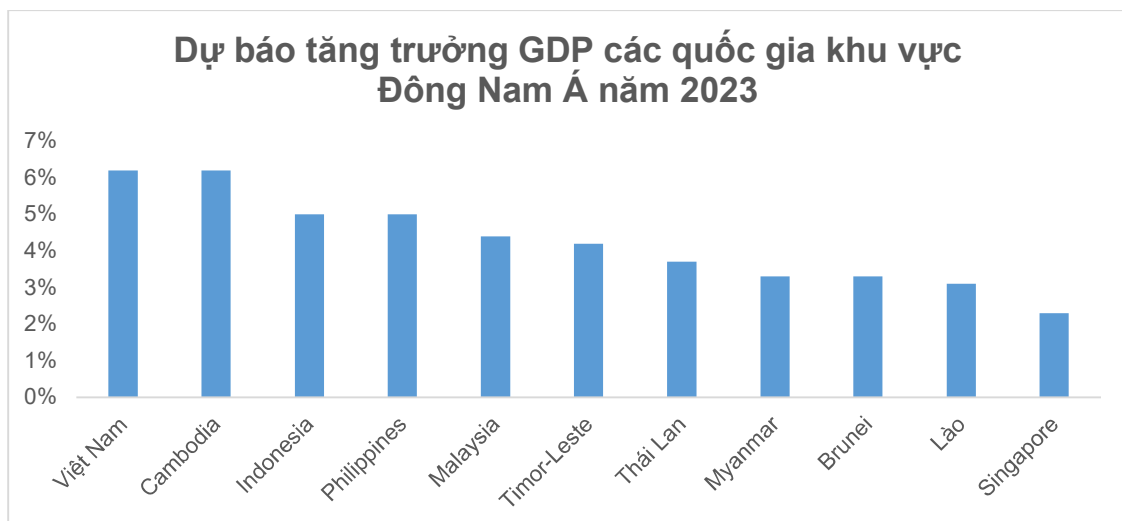
*Nguồn: Tổng Cục thống kê*

Nhìn về năm 2023, nền kinh tế Việt Nam gặp nhiều thách thức hơn nhưng nhiều tổ chức đưa ra dự báo về tăng trưởng kinh tế Việt Nam khá lạc quan và tích cực. Cụ thể, World Bank dự báo kinh tế Việt Nam năm 2023 sẽ tăng trưởng 6,5%, ADB đưa ra mức tăng trưởng 6,3%, IMF dự báo tăng 6,2%, HSBC dự kiến tăng 5,8% và UOB nhận định mức tăng 6,6%. Chính phủ Việt Nam đặt ra một số mục tiêu trọng tâm cần hoàn thành gồm tăng trưởng GDP khoảng 6,5%, GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4.400 USD, lạm phát tiêu dùng bình quân 4,5%, tốc độ tăng năng suất lao động xã hội bình quân khoảng 5 - 6%, .... Đây là thách thức lớn đối với Việt Nam khi nền kinh tế đối mặt với nhiều rủi ro tiềm ẩn bên trong lẫn bên ngoài. Rủi ro bên trong gồm lạm phát cao hơn, nhu cầu tiêu dùng trong nước chững lại và sự không chắc

chấn liên quan đến rủi ro cao trong lĩnh vực tài chính. Đối với rủi ro bên ngoài, Việt Nam có thể bị ảnh hưởng bởi lạm phát toàn cầu tiếp tục kéo dài dai dẳng, chính sách tiền tệ được thắt chặt và suy thoái kinh tế xảy ra nghiêm trọng hơn dự kiến đối với các đối tác thương mại chính như Mỹ, EU. Việc hoàn thành các chỉ tiêu trên khá thách thức song vẫn có thể nhìn thấy một số động lực góp phần vào tăng trưởng kinh tế như thị trường lao động phục hồi, các dịch vụ du lịch hoạt động trở lại, thị trường nội địa lớn còn nhiều tiềm năng khai thác, kinh tế số và hoạt động thương mại điện tử có xu hướng phát triển mạnh, dòng vốn FDI vào Việt Nam dự báo tăng khá khi một số dự án lớn đang hoàn thành thủ tục đầu tư, dự kiến đăng ký và thực hiện trong Quý 1/2023, hoạt động xuất khẩu có thể được bù đắp ở các thị trường Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, Trung Quốc khi nước này mở cửa trở lại và sự phối hợp hài hòa giữa chính sách tài khóa và chính sách tiền tệ.



*Nguồn: World Bank, ADB, IMF, HSBC và UOB*

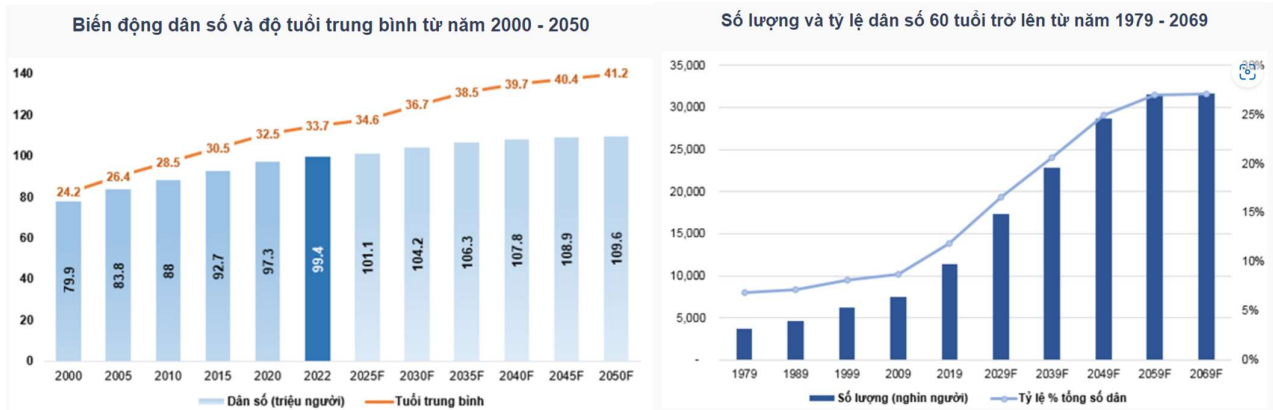


*Nguồn: IMF*

## 2. TỔNG QUAN NGÀNH DỊCH VIỆT NAM NĂM 2022 VÀ TRIỂN VỌNG NĂM 2023

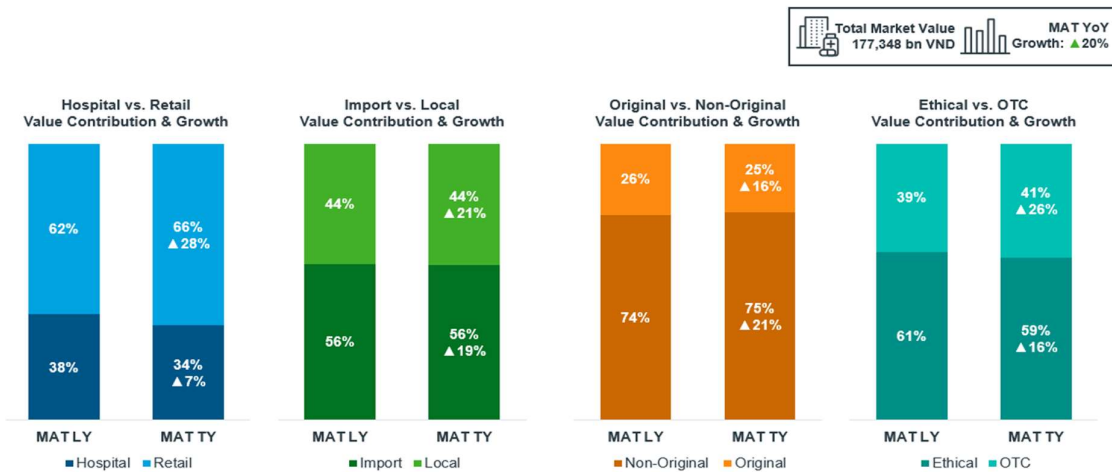
Việt Nam là quốc gia có tốc độ già hóa dân số nhanh chóng, thu nhập ngày càng tăng cao và người dân ngày càng quan tâm đến các dịch vụ y tế. Cùng với đó, nỗ lực của

Chính phủ khiến cho dịch vụ chăm sóc sức khỏe dễ dàng tiếp cận hơn với giá cả phải chăng là những động lực chính thúc đẩy tăng trưởng của ngành dược Việt Nam.



Nguồn: Tổng cục Dân số - Kế hoạch hóa gia đình, Tổng cục Thống kê và Liên hiệp quốc

Việt Nam được tổ chức IQVIA xếp vào nhóm Pharmerging Market – nhóm 17 nước có tốc độ tăng trưởng ngành dược phẩm cao nhất toàn cầu. Nhóm Pharmerging Market được phân thành 3 nhóm nhỏ, Việt Nam xếp vào nhóm thứ 3 gồm 12 quốc gia – với mức tăng trưởng 14%, Việt Nam chỉ xếp sau Argentina, Pakistan. Theo báo cáo Quý 3/2022 của IQVIA, giá trị thị trường dược phẩm Việt Nam đạt 177.348 tỷ đồng, tăng 20% so với cùng kỳ. Trong đó, kênh Pharmacy tăng trưởng 28%, chiếm tỷ trọng 66% và kênh Hospital tăng trưởng 7%, chiếm tỷ trọng 34%. Kênh Pharmacy đã gia tăng thị phần đáng kể từ kênh Hospital do các bệnh viện công thận trọng hơn trong hoạt động đấu thầu thuốc.



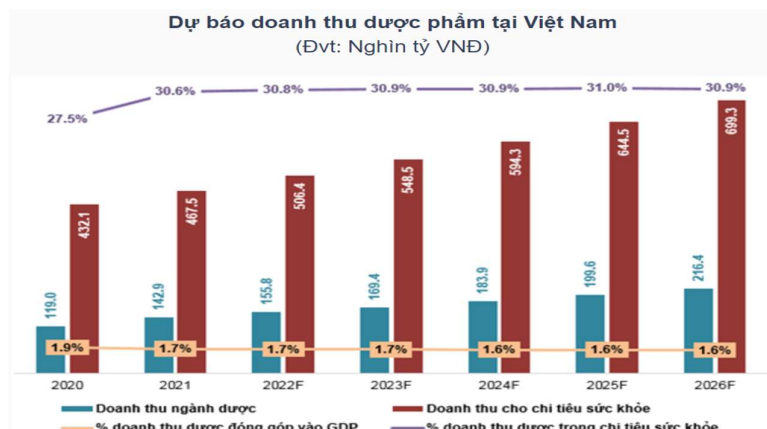
Nguồn: IQVIA Quý 3/2022

Bức tranh kinh doanh của các doanh nghiệp dược Việt Nam năm 2022 tươi sáng và lạc quan hơn với trên 80% doanh nghiệp có sự tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận. Các doanh nghiệp dược đã gia tăng chi tiêu cho hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm, đầu tư xây dựng phòng thí nghiệm phục vụ nghiên cứu thuốc và tăng cường chuyển giao công nghệ sản xuất nguyên liệu (mua bằng phát minh, sáng chế, hợp tác, ...). Đây cũng là năm các doanh nghiệp dược tăng tốc trong cuộc đua nâng cấp và xây dựng nhà máy theo tiêu chuẩn quốc tế. Điển hình như, DHG Pharma khởi công

xây dựng Nhà máy Betalactam đạt tiêu chuẩn Japan-GMP/EU-GMP, Dược Cửu Long đầu tư Dự án Nhà máy Dược phẩm theo tiêu chuẩn EU-GMP, nhà máy IMP4 của IMP đã nhận được chứng nhận EU-GMP. Việc xây dựng các nhà máy đạt tiêu chuẩn cao hứa hẹn sẽ gia tăng khả năng cạnh tranh cho nhiều doanh nghiệp dược nội địa tại những gói thầu có giá trị cao. Ngoài ra, các chuỗi nhà thuốc hiện đại cũng có sự tăng trưởng mạnh mẽ cả về số lượng lẫn chất lượng khi chiếm thêm thị phần từ các hiệu thuốc truyền thống do Chính phủ đưa ra các quy định khắt khe hơn đối với các nhà bán lẻ dược phẩm, thuốc kê đơn và triển khai hình thức đơn thuốc điện tử và nhu cầu tiêu thụ đối với các sản phẩm vitamin, thực phẩm chức năng, sản phẩm chăm sóc cá nhân, dược mỹ phẩm ngày càng cao. Theo kế hoạch, tổng số nhà thuốc của ba chuỗi bán lẻ lớn gồm Long Châu, Pharmacity và An Khang có thể lên đến 7.300 cửa hàng trong năm 2025, tương đương 16% thị phần.

Tuy nhiên, ngành dược Việt Nam năm 2022 vẫn còn phụ thuộc nhiều vào các nhà cung cấp nguyên liệu nước ngoài, nhất là từ Trung Quốc và Ấn Độ. Theo Tổng Cục Hải quan, kim ngạch nhập khẩu nguyên phụ liệu dược phẩm đạt 461 triệu USD, tăng 9,9% so với năm trước. Kim ngạch nhập khẩu dược phẩm về Việt Nam năm 2022 đạt 3,5 tỷ USD, giảm 11% so với cùng kỳ. Thị trường cung cấp dược phẩm tương đối phong phú, trong đó các doanh nghiệp nhập khẩu chủ yếu từ Pháp, Mỹ, Đức, Ấn Độ và Bỉ. Điểm yếu của doanh nghiệp trong nước chính là thị trường manh mún, quy mô nhỏ lẻ và năng lực tài chính khá yếu. Khả năng tăng đầu tư vào nghiên cứu và trang bị công nghệ sản xuất bị hạn chế, khó khăn trong đầu tư dự án quy mô lớn, trong việc mua các bản quyền sở hữu trí tuệ về dược, thiếu đội ngũ nhân sự chất lượng cao phục vụ công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm. Phần lớn các doanh nghiệp nội địa đều tập trung sản xuất các loại thuốc thông dụng, trong khi đó các loại thuốc chuyên khoa, đặc trị, đòi hỏi công nghệ bào chế hiện đại lại không được quan tâm. Từ đó gây nên tình trạng sản xuất chông chéo, tranh giành phân khúc thị trường nhỏ của đại đa số những doanh nghiệp trong nước. Phân khúc thuốc chuyên khoa, đặc trị với chất lượng cao hoàn toàn do các doanh nghiệp nước ngoài thống lĩnh.

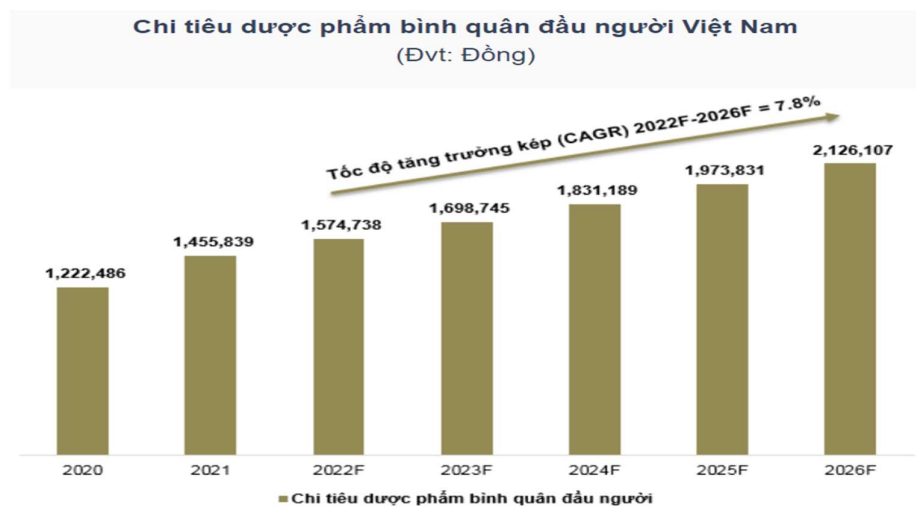
IQVIA dự báo đến năm 2025, thị trường dược phẩm thế giới đạt 1,7 nghìn tỷ USD (theo giá nhà sản xuất). Fitch Solutions ước tính doanh thu từ dược phẩm trong nước sẽ đạt 169,4 ngàn tỷ đồng vào năm 2023 và 216,4 ngàn tỷ đồng vào năm 2026.



Nguồn: WHO và Fitch Solutions



Động lực tăng trưởng của ngành dược trong dài hạn là nhân khẩu học cả nước, sự đầu tư của các công ty dược phẩm đa quốc gia, mở rộng bảo hiểm y tế và thu nhập bình quân đầu người tăng lên. Đầu tiên, đối với nhân khẩu học cả nước, số người trên 60 tuổi ngày càng gia tăng, các vấn đề về sức khỏe sẽ xuất hiện nhiều và nhu cầu sử dụng các sản phẩm thuốc đối với người cao tuổi sẽ cao hơn đối với người ở độ tuổi lao động. Thứ hai, các tên tuổi hàng đầu trong ngành dược phẩm quốc tế đã đầu tư vào hầu hết các doanh nghiệp dược phẩm nội địa trong những năm gần đây và các hoạt động mua bán và sáp nhập (M&A) này dự kiến sẽ tiếp tục diễn ra sôi nổi trong tương lai. Thứ ba, tỷ lệ bao phủ bảo hiểm y tế tính đến 31/12/2022 đạt 92% dân số và đặt mục tiêu đạt 95% vào năm 2025. Cuối cùng, theo Fitch Solutions, chi tiêu bình quân đầu người dành cho dược phẩm có xu hướng tăng lên từ mức 1,5 triệu đồng năm 2021 lên 2,1 triệu đồng vào năm 2026, tương đương với mức tăng trưởng kép 7,8% trong vòng 5 năm tới, chiếm tỷ trọng trung bình 5% thu nhập bình quân đầu người mỗi năm.



Nguồn: WHO và Fitch Solutions

Trong năm 2023, tăng trưởng doanh thu kênh Pharmacy được dự báo sẽ chững lại do dịch bệnh Covid-19 đã lắng xuống nên nhu cầu tiêu thụ tại kênh này không còn tăng đột biến như trước, Chính phủ đang nỗ lực khơi thông kênh Hospital, sự phát triển nhanh chóng của thuốc biệt dược gốc, thuốc generics đã được cấp giấy phép sản xuất và mở rộng độ bao phủ bảo hiểm y tế toàn dân thúc đẩy tăng trưởng kênh Hospital.

Về cơ cấu, thuốc kê đơn được kỳ vọng sẽ chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng doanh số dược phẩm trong những năm tới, nhờ nhu cầu chữa bệnh tăng cao, việc triển khai bảo hiểm y tế quốc gia, thu nhập tăng, cơ sở hạ tầng chăm sóc sức khỏe tốt hơn và sự phát triển của thuốc gốc.

Về lĩnh vực điều trị, nhu cầu đối với hai nhóm sản phẩm tăng cường hệ miễn dịch, tăng sức đề kháng và điều trị, hỗ trợ điều trị ung thư có xu hướng gia tăng lớn nhất trong tối thiểu một năm tới. Trong khi đó, nhóm sản phẩm vaccine và chống đông máu có xu hướng gia tăng thấp hơn.



Theo Khảo sát của Vietnam Report, Top 3 chiến lược mà doanh nghiệp được dự kiến sẽ tập trung trong giai đoạn bình thường tiếp theo bao gồm: (1) Nghiên cứu các sản phẩm thuốc mới, phát triển các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên; (2) Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhân sự chất lượng cao; (3) Đầu tư mở rộng dây chuyền sản xuất thuốc đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Nguồn cung hoạt chất (API) và tá dược vẫn là một vấn đề đáng quan ngại trong năm 2023. Trên 70% API được sử dụng sản xuất thuốc tại Việt Nam có nguồn gốc từ Trung Quốc, quốc gia đã mở cửa trở lại nhưng sẽ mất không ít thời gian để các hoạt động trở lại bình thường như trước nên tình trạng thiếu hàng vẫn có thể xảy ra. Cuộc chiến Nga – Ukraine vẫn đang tiếp diễn nên nguồn hàng nhập khẩu từ Châu Âu có nguy cơ bị thiếu hụt.

## II. PHÂN TÍCH S.W.O.T

### **PHÂN TÍCH S.W.O.T VỀ NGÀNH DƯỢC VIỆT NAM**

#### **ĐIỂM MẠNH**

1. Chính phủ Việt Nam đang đẩy mạnh đầu tư vào ngành y tế, dược phẩm góp phần tăng tiềm lực của những doanh nghiệp dược phẩm trong nước cũng như đảm bảo chất lượng thuốc chăm lo cho người dân.
2. Các doanh nghiệp dược phẩm trong nước có kinh nghiệm sản xuất các sản phẩm thuốc thông dụng, có thể đáp ứng nhu cầu của thị trường trong điều kiện khó khăn.
3. Các doanh nghiệp dược phẩm trong nước đang có nhiều cải tiến về chất lượng sản phẩm, công nghệ sản xuất và quản lý chất lượng giúp tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.
4. Thị trường dược phẩm Việt Nam có chi phí sản xuất và giá cả của thuốc generic thấp hơn nhiều so với các nước phát triển khác.

#### **ĐIỂM YẾU**

1. Ngành dược phẩm Việt Nam dựa trên nguyên vật liệu nhập khẩu với tỷ trọng nhập khẩu lớn.
2. Các sản phẩm dược phẩm còn khá đơn điệu và cạnh tranh kém. Các thuốc biệt dược, thuốc chuyên khoa đặc trị với dạng bào chế phức tạp phải nhập khẩu từ nước ngoài với mức giá cao.
3. Trình độ kỹ thuật công nghệ còn hạn chế, chưa có cơ hội tiếp cận và học hỏi các công nghệ tiên tiến trên thế giới, công tác nghiên cứu áp dụng kỹ thuật bào chế mới và phát triển sản phẩm mới chưa được chú trọng triển khai.
4. Công tác mua sắm đấu thầu đang gặp nhiều vướng mắc như thủ tục mua sắm đấu thầu phức tạp và chậm trễ, sản phẩm chưa đảm bảo chất lượng, vướng mắc về tài chính, ... làm ảnh hưởng đến việc đảm bảo cung ứng thuốc.

## **CƠ HỘI**

1. Dân số gia tăng với xu hướng già hóa nhanh, thu nhập cùng với mặt bằng dân trí tăng, ô nhiễm môi trường tạo ra nhu cầu lớn về sản phẩm y tế và dược phẩm.
2. Thị trường dược phẩm Việt Nam là một thị trường tiềm năng với tỷ lệ tăng trưởng cao khoảng 10% - 12% mỗi năm và tiềm năng lớn để phát triển thêm các sản phẩm và dịch vụ mới. Điều này mang đến cơ hội cho các công ty dược phẩm trong nước mở rộng thị trường và phát triển sản phẩm mới để đáp ứng nhu cầu khách hàng.
3. Các doanh nghiệp dược phẩm trong nước có thể tìm kiếm cơ hội hợp tác, đầu tư nghiên cứu và phát triển sản phẩm cùng các đối tác quốc tế, từ đó tăng cường năng lực và cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

## **THÁCH THỨC**

1. Các công ty dược phẩm nước ngoài thâm nhập thị trường Việt Nam và cạnh tranh với các công ty dược phẩm trong nước đang ngày càng gia tăng. Các công ty này thường có thương hiệu lớn, kinh nghiệm và công nghệ tiên tiến hơn, từ đó đe dọa đến thị phần và lợi nhuận của các công ty dược phẩm trong nước.
2. Đầu tư vào ngành dược phẩm đòi hỏi chi phí đầu tư cao, đòi hỏi nhiều thời gian và nhân lực. Nếu các chính sách đầu tư kinh tế không ổn định, đó là một mối đe dọa cho sự phát triển của ngành dược phẩm.
3. Các quy định pháp lý và kiểm soát chất lượng sản phẩm dược phẩm đang được siết chặt, yêu cầu các công ty dược phẩm phải tuân thủ các tiêu chuẩn và quy định mới.

## **PHÂN TÍCH S.W.O.T VỀ DHG PHARMA**

### **ĐIỂM MẠNH**

1. Là Công ty Dược Generic lớn nhất Việt Nam với nền tảng tài chính vững mạnh, kinh doanh hiệu quả tạo nhiều điều kiện thực thi các chiến lược phát triển. Nhờ sự nỗ lực không ngừng nghỉ và tầm nhìn chiến lược dài hạn, DHG Pharma đã có những bước phát triển đáng kể trong thị trường nội địa và xác lập được vị thế vững chắc trong ngành dược phẩm Việt Nam.
2. Với sự kết hợp giữa tâm huyết với nghề, kinh nghiệm chuyên môn, sẵn sàng hội nhập quốc tế và trách nhiệm xã hội, đội ngũ nhân sự là một nguồn lực vô giá cho sự phát triển bền vững của DHG Pharma.
3. Nền tảng sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng toàn cầu và hệ thống quản trị hiện đại giúp DHG Pharma tiến những bước tiến xa hơn, vươn tầm khu vực và thế giới.
4. Hệ thống phân phối sâu, rộng nhất Việt Nam so với cả đối thủ trong nước và nước ngoài. Quản lý bán hàng, phương pháp bán hàng và hoạt động Marketing ngày càng chuyên nghiệp đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng và thị trường.
5. DHG Pharma đã xây dựng được thương hiệu vững chắc và được khách hàng, người tiêu dùng tin tưởng qua nhiều năm. Sự tin tưởng này được đạt được nhờ vào cam kết của DHG Pharma đối với chất lượng sản phẩm và dịch vụ khách hàng tốt nhất.

Thương hiệu này không chỉ mang tính thương mại mà còn thể hiện trách nhiệm xã hội và đóng góp tích cực cho cộng đồng.

## **ĐIỂM YẾU**

1. DHG Pharma hiện tập trung nghiên cứu và phát triển các sản phẩm generic và sản phẩm hết hạn bảo hộ độc quyền, trong khi chưa đầu tư nhiều ngân sách cho các sản phẩm mới bao gồm nguyên liệu và công thức mới do ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam còn bị hạn chế.
2. Công ty đã thiết lập các quy định, quy chế và chính sách phù hợp với quy định hiện hành về quản trị Công ty và đáp ứng các yêu cầu thông lệ quốc tế, tuy nhiên vẫn còn nhiều khía cạnh cần được hoàn thiện để đạt hiệu quả cao trong quản trị và phù hợp với nhu cầu phát triển của Công ty.
3. Hầu hết các nguyên liệu sản xuất chính của DHG Pharma cũng như các doanh nghiệp trong ngành đều phải nhập khẩu (tỷ lệ khoảng 80% - 90%), do đó chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố đầu vào như biến động giá nguyên liệu, chính sách thuế nhập khẩu và tỷ giá ngoại tệ.

## **CƠ HỘI**

1. Nhu cầu sử dụng các sản phẩm y tế đang tăng lên trên toàn cầu, điều này tạo ra cơ hội để mở rộng thị trường cho các sản phẩm của DHG Pharma.
2. Sự phát triển nhanh chóng của kinh tế Việt Nam, dân số đông, tốc độ già hóa nhanh, mức sống cùng với mặt bằng dân trí tăng, ô nhiễm môi trường, tỷ lệ bệnh tật tăng cùng với chi tiêu cho thuốc và thực phẩm chức năng tăng mở ra nhiều cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp dược phẩm, trong đó có DHG Pharma.
3. Nhà nước quản lý chặt chẽ, khoa học, chuyên nghiệp hơn tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp có uy tín thương hiệu và sản phẩm chất lượng cao phát huy lợi thế. Chính sách Nhà nước, Luật Dược mới mở ra cho doanh nghiệp nhiều cơ hội tự chủ trong sản xuất kinh doanh.
4. Cơ hội phát triển R&D từ các mối quan hệ hợp tác, liên doanh liên kết, nhận chuyển giao công nghệ, mua các đề tài khoa học, thuê nghiên cứu.
5. Nền kinh tế hội nhập, nhiều tập đoàn dược phẩm tham gia vào thị trường Việt Nam tạo điều kiện cho nguồn nhân lực DHG Pharma tiếp cận nhanh khoa học kỹ thuật, nghiên cứu và phát triển thêm sản phẩm mới hiện đại hơn.

## **THÁCH THỨC**

1. Chính sách điều hành tỷ giá của nền kinh tế vĩ mô ưu tiên xuất khẩu ảnh hưởng bất lợi đến các doanh nghiệp có tỷ trọng nhập khẩu lớn (về nguyên liệu, thiết bị, công nghệ).

2. Doanh nghiệp Dược nước ngoài với công nghệ hiện đại, kinh nghiệm quốc tế, tiềm lực tài chính mạnh cùng với tâm lý chuộng hàng ngoại là những nguyên nhân mà thuốc trong nước chỉ chiếm gần 50% thị phần cả nước. Con số này vừa thể hiện cơ hội, tiềm năng nhưng cũng là thách thức không nhỏ cho các doanh nghiệp dược trong nước để phấn đấu đưa giá trị thuốc sản xuất trong nước chiếm 70% thị phần theo chủ trương của Chính Phủ.
3. Các quy định về an toàn và chất lượng trong ngành dược phẩm thường được cập nhật liên tục, dẫn đến việc DHG Pharma phải thường xuyên đáp ứng các yêu cầu mới và đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Điều này đòi hỏi DHG Pharma phải đầu tư một lượng lớn tài nguyên và nỗ lực để đáp ứng những thay đổi và tiến bộ trong ngành.

### III. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGẮN HẠN, TRUNG/DÀI HẠN

#### 1. Chiến lược phát triển trung/dài hạn:

Tại ĐHĐCĐ thường niên 2020 ngày 19/04/2021, ĐHĐCĐ đã thông qua chủ đề, mục tiêu và kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2021 – 2025 như sau:

Chủ đề	Mục tiêu	Kế hoạch kinh doanh
Phát triển hội nhập – Phát triển khoa học – Phát triển bền vững - <b>Phát triển hội nhập</b> (Hội nhập về văn hóa, Hội nhập về công nghệ, Hội nhập về tiêu chuẩn sản xuất toàn cầu) - <b>Phát triển khoa học</b> (Nâng tầm giá trị sản phẩm, Chất lượng nghiên cứu sản phẩm, Chuyển giao công nghệ và sản phẩm) - <b>Phát triển bền vững</b> (Quy trình quản trị chuyên nghiệp, Tuân thủ nguyên tắc, Trách nhiệm với cộng đồng của doanh nghiệp)	<b>I. Nội dung được ĐHĐCĐ thường niên thông qua</b>	
	Tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh để Dược Hậu Giang luôn giữ vững vị trí doanh nghiệp dược Generic lớn nhất Việt Nam.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng trưởng bình quân 2022-2025: 8% – 10%/năm.</li> <li>- Phấn đấu đến năm 2025: đạt 5.500 tỷ đồng doanh thu thuần và 1.000 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế.</li> <li>- Chính sách cổ tức mỗi năm: duy trì ổn định từ 30%/vốn điều lệ trở lên.</li> </ul>
	<b>II. Đánh giá tiến độ thực hiện 2021 – 2022</b>	
	DHG Pharma tiếp tục giữ vững vị trí dẫn đầu Ngành Công nghiệp Dược Việt Nam 26 năm liền về doanh thu và lợi nhuận.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Năm 2022, doanh thu thuần đạt 4.676 tỷ đồng, tăng trưởng 17%. Lợi nhuận trước thuế đạt 1.100 tỷ đồng, tăng trưởng 27%. <b>DHG Pharma đã vượt qua mốc 1.000 tỷ đồng phê duyệt bởi ĐHĐCĐ và đạt trước thời hạn 3 năm.</b></li> <li>- Mức chi trả cổ tức năm 2021 là 35% và dự kiến 35% cho năm 2022, <b>cao hơn mức do ĐHĐCĐ đề ra.</b></li> </ul>
<b>III. Cập nhật cho giai đoạn 2023 – 2025</b>		
Tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh để Dược Hậu Giang luôn giữ vững vị trí doanh nghiệp dược Generic lớn nhất Việt Nam.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng trưởng bình quân 2022-2025: 8% – 10%/năm.</li> <li>- Phấn đấu đạt 5.500 tỷ đồng doanh thu thuần đến năm 2025. Duy trì tăng trưởng lợi nhuận trước thuế ở mức tốt.</li> <li>- Chính sách cổ tức mỗi năm: duy trì ổn định từ 30%/vốn điều lệ trở lên.</li> </ul>	

## 2. Kế hoạch kinh doanh năm 2023:

- Doanh thu thuần: 5.000 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế: 1.130 tỷ đồng

### Các giải pháp trọng tâm:

- ❖ Nâng cấp các dây chuyền sản xuất theo tiêu chuẩn GMP toàn cầu và duy trì tiêu chuẩn trong nước.
- + Tiếp tục nâng cấp các dây chuyền sản xuất còn lại theo tiêu chuẩn GMP toàn cầu và duy trì tiêu chuẩn trong nước.
- + Nâng cao năng lực sản xuất thông qua triển khai sản xuất trên các máy tự động công suất cao được đầu tư mới tại các xưởng.
- + Cải thiện chuỗi cung ứng, đảm bảo cung ứng hàng hóa ổn định bằng cách kiểm soát sản xuất đảm bảo tồn kho phù hợp, đảm bảo sức chứa phù hợp của mỗi kho chứa, mua nguyên liệu và bao bì một cách ổn định, bổ sung nguồn cung cấp cho các nguyên liệu chính.
- + Tăng cường chuyển giao các sản phẩm mới và hợp tác toàn diện.
- ❖ Nâng cao vị thế & năng lực cạnh tranh của DHG Pharma với vai trò là Công ty Dược đa quốc gia.
- + Tăng cường đầu tư nghiên cứu phát triển các sản phẩm Generic có tiềm năng, chất lượng và giá trị cao.
- + Mở rộng mạng lưới, gia tăng các khách hàng trung thành và nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại các thành phố lớn.
- + Tập trung xây dựng thương hiệu, chiến lược danh mục sản phẩm và các sản phẩm chủ lực.
- + Xây dựng các kênh mới dành cho các sản phẩm thực phẩm chức năng và chăm sóc sắc đẹp.
- + Đẩy mạnh và phát huy hiệu quả các chính sách bán hàng, chương trình hỗ trợ bán hàng.
- ❖ Tăng cường tổ chức và phát triển nền tảng quản trị nội bộ.
- + Xây dựng đội ngũ lao động, ổn định tổ chức, đánh giá chất lượng nhân sự và sàng lọc; đào tạo, huấn luyện, thăng tiến cho người lao động có thành tích hiệu quả công việc nổi bật; đào tạo nhân sự kế thừa.
- + Tối ưu hóa hệ thống quản lý trên tiêu chí 4C: Thay đổi – Cơ hội – Thách thức – Trách nhiệm.
- + Tăng cường đào tạo tuân thủ trong toàn Công ty. Xây dựng các phương pháp, dấu hiệu nhận biết để kịp thời nhận diện các rủi ro có thể xảy ra nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh.

- + Xây dựng lộ trình và thực hiện chuyển đổi Báo cáo tài chính theo chuẩn mực quốc tế (IFRS).
- + Ứng dụng công nghệ thông tin để nâng cao hiệu quả hoạt động của Công ty.
- + Quản lý hiệu quả các khoản phải thu và nợ quá hạn, tối ưu hóa chính sách hỗ trợ cho việc thu nợ.
- ❖ Là biểu tượng mang tính nhân văn trong việc đóng góp cho cộng đồng - xã hội, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống.
- + Với địa phương: luôn đồng hành cùng địa phương bằng các chương trình tài trợ thiết thực, đặc biệt là trong lĩnh vực y tế và giáo dục.
- + Với người dân: luôn quan tâm chăm sóc, hỗ trợ người dân chủ động nâng cao nhận thức chăm sóc sức khỏe cho bản thân và gia đình một cách khoa học và kinh tế.

## CÁC ĐIỂM PHÂN PHỐI – VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN

STT	Tên đơn vị	Địa chỉ	Điện thoại	Fax
<b>CÁC ĐIỂM PHÂN PHỐI</b>				
1	Vị Thanh	Số 82 Lê Quý Đôn, khu vực 1, Phường III, Thành phố Vị Thanh, Tỉnh Hậu Giang	0293. 3876 409	0293. 3580 432
2	Cà Mau	Số 5 – 7, Đường số 14, Phường 5, Thành phố Cà Mau, Tỉnh Cà Mau	0290 3831 908	0290 3811 587
3	Kiên Giang	Số G08-09, Đường Huỳnh Thúc Kháng, Phường Vĩnh Quang, Thành phố Rạch Giá, Tỉnh Kiên Giang	0297. 3867 625	0297. 3946 344
4	Đồng Tháp	Số 14C, Đường Nguyễn Văn Trỗi, Phường 2, Thành phố Cao Lãnh, Tỉnh Đồng Tháp	0277. 3854 837	0277. 3854 837
5	Sóc Trăng	Số 649, Đường Trần Hưng Đạo, Phường 3, Thành phố Sóc Trăng, Tỉnh Sóc Trăng	0299. 3625 151	0299. 3625 150
6	Long Xuyên	Số 267, Đường Phạm Cự Lượng, Tổ 1A, Khóm Tân Phú, Phường Mỹ Quý, Thành phố Long Xuyên, Tỉnh An Giang	0296. 3841 438	0296. 3944 664
7	Tiền Giang	Số 436A, Đường Nguyễn Thị Thập, Phường 6, Thành phố Mỹ Tho, Tỉnh Tiền Giang	0273. 6255 177	0273. 6255 176
8	Mekong	13, Đường Cách Mạng Tháng 8, Phường An Thới, Quận Bình Thủy, Thành phố Cần Thơ	0292. 6253 579	0292. 6253 539
9	Bạc Liêu	Số 67 Nguyễn Thị Định, Khóm 10, Phường 1, Thành phố Bạc Liêu, Tỉnh Bạc Liêu	0291. 3822 290	0291. 3956 156
10	Bến Tre	Số 34Đ, Đường số 3, Khu phố Mỹ Tân, Phường 7, Thành phố Bến Tre, Tỉnh Bến Tre	0275. 381.8529	0275.381.8529
11	Vĩnh Long	Số 327C/23 ấp Phước Ngươn A, xã Phước Hậu, Huyện Long Hồ, Tỉnh Vĩnh Long	0270.385.3179	0270. 3853 179
12	Trà Vinh	Số 77A, Nguyễn Đăng, Khóm 1, Phường 7, Thành phố Trà Vinh, Tỉnh Trà Vinh	0294. 3850 950	0294. 3850 950
13	Hà Nội	Số 30 Phố Đinh Núp, Phường Trung Hòa, Quận Cầu Giấy, Thành Phố Hà Nội, Việt Nam	024. 36687 064	024. 36648 272
14	Hải Phòng	Số 91B đường Máng Nước, xã An Đồng, huyện An Dương, TP. Hải Phòng	0225. 391 3638	0225. 391 3839



STT	Tên đơn vị	Địa chỉ	Điện thoại	Fax
15	Hải Dương	Số 229, Đường Bùi Thị Xuân, Phường Lê Thanh Nghị, TP. Hải Dương, Tỉnh Hải Dương	0220. 3550 079	0220. 3550 039
16	Thái Bình	Lô 243 M2, Tổ 34, Phường Trần Lãm, Tp. Thái Bình, tỉnh Thái Bình	0227. 3847 231	0227. 3641 433
17	Bắc Ninh	Số 39, Lý Đạo Thành, Phường Ninh Xá, TP. Bắc Ninh, Tỉnh Bắc Ninh	0222. 3812 281	0222. 3812 281
18	Vĩnh Phúc	Số nhà 189, Phan Chu Trinh, P. Khai Quang, TP. Vĩnh Yên, Tỉnh Vĩnh Phúc	0211. 3860 088	0211. 3721 052
19	Ninh Bình	Khu Tái Định Cư Nhà máy điện, Phố Trung Sơn, Phường Bích Đào, TP. Ninh Bình, Tỉnh Ninh Bình	0229. 3896 772	0229. 3899 884
20	Thái Nguyên	Số 91 - 93, phố Nguyễn Thái Học, Phường Túc Duyên, TP. Thái Nguyên, Tỉnh Thái Nguyên	0208. 3652 299	0208. 3652 209
21	Thanh Hóa	Lô 461, Khu tái định cư đại lộ Đông Tây, P. Đông Vệ, TP. Thanh Hóa, Tỉnh Thanh Hóa	0237. 3853 120	0237.37222 213
22	Nghệ An	Số 06, Ngõ 146B, Đường Nguyễn Sỹ Sách, Phường Hưng Phúc, Thành Phố Vinh, Tỉnh Nghệ An	0238. 3843 015	0238. 3523 363
23	Huế	153A Phạm Văn Đồng, Phường Vỹ Dạ, Thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế	0234. 3813 479	0234. 3816 084
24	Đà Nẵng	36-38 Trịnh Đình Thảo, phường Khuê Trung, quận Cẩm Lệ, thành phố Đà Nẵng	0236. 2242 406	0236. 6257 008
25	Quảng Ngãi	Số 09 Lê Thánh Tôn, Phường Nghĩa Chánh, TP Quảng Ngãi, tỉnh Quảng Ngãi	0255. 3823 266	0255. 3831 357
26	Quy Nhơn	Lô số 1, Đường số 3, Khu QHDC Bắc Sông Hà Thanh, P. Đống Đa, Tp. Quy Nhơn, Tỉnh Bình Định	0256. 3793 768	0256. 3791 768
27	Gia Lai	Số 179B, Cách Mạng Tháng 8, P. Hoa Lư, TP. Pleiku, Tỉnh Gia Lai	0269. 3887 071	0269. 3887 080
28	Đắk Lắk	Số 23A, Cống Quỳnh, P. Tân An, TP. Buôn Ma Thuột, T. Đắk Lắk	0262. 3851 175	0262. 3843 084
29	Nha Trang	10A, Mê Linh, P. Phước Tiến, TP. Nha Trang, Tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam	0258. 3513 137	0258. 3513 217
30	Bình Thuận	Số 103A, Thôn Phú Khánh, Xã Hàm Mỹ, Huyện Hàm Thuận Nam, Tỉnh Bình Thuận	0252. 222 0879	0252. 3898 050

<b>STT</b>	<b>Tên đơn vị</b>	<b>Địa chỉ</b>	<b>Điện thoại</b>	<b>Fax</b>
31	Đồng Nai	P73-P78, KP7, Võ Thị Sáu, phường Thống Nhất, thành phố Biên Hòa, tỉnh Đồng Nai	0251. 3825 167	0251. 3819 161
32	Bình Dương	Ô 32-33, Đường D11, KDC Chánh Nghĩa, Phường Chánh Nghĩa, TP. Thủ Dầu Một, Tỉnh Bình Dương	0274. 3897 316	0274. 3842 351
33	Vũng Tàu	Số 60 Nguyễn Mạnh Hùng, P. Long Toàn, TP. Bà Rịa, Tỉnh Bà Rịa -Vũng Tàu	0254. 3741 888	0254. 3741 968
34	Hồ Chí Minh	Lô số 18A, KCN Tân Tạo, Đường số 7, P. Tân Tạo A, Q. Bình Tân, TP. HCM	028. 3771 8799	028. 3771 8779
<b>VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN</b>				
35	Văn phòng đại diện ở HCM	Phòng 404-405, Lầu 4, The Landmark: 5B Tôn Đức Thắng, P. Bến Nghé, Q.1, TP.HCM	0901 891 433 - Ext: 217	N/A

## PHỤ LỤC: CÁC BÁO CÁO ĐÃ CÔNG BỐ THÔNG TIN

- 1) Báo cáo tình hình quản trị năm 2022:  
<https://www.dhgpharma.com.vn/vi/quan-he-co-dong/2013-10-19-14-03-18/bao-cao-quan-tri-cong-ty/2022/3185-bcqt-2022-dhg>
- 2) Báo cáo tài chính đã kiểm toán năm 2022:  
<https://www.dhgpharma.com.vn/vi/quan-he-co-dong/bao-cao-tai-chinh/2022/3198-bctc-kiem-toan-2022>
- 3) Báo cáo bền vững năm 2022