

CHƯƠNG TRÌNH
HỘI NGHỊ TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH SXKD
& KÝ KẾT GIAO ƯỚC THI ĐUA NĂM 2026

1. Ổn định tổ chức.

2. Tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu.

3. Trình chiếu phim phóng sự:

“Tổng kết hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Yến sào Khánh Hòa năm 2025”.

4. Báo cáo tổng kết hoạt động SXKD năm 2025 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2026 của Trung tâm Kinh doanh YSKH.

5. Công bố các Quyết định:

+ Giao chỉ tiêu kế hoạch năm 2026 của Công ty.

+ Giao chỉ tiêu kế hoạch năm 2026 của Trung tâm Kinh doanh YSKH.

6. Phát biểu chỉ đạo của Lãnh đạo Công ty.

7. Phát biểu tiếp thu ý kiến chỉ đạo của Lãnh đạo Công ty.

8. Thông qua nội dung giao ước thi đua và tổ chức ký kết giao ước thi đua năm 2026.

9. Phát động phong trào thi đua năm 2026.

10. Công bố các Quyết định khen thưởng.

11. Bế mạc Hội nghị.

Khánh Hòa, ngày 15 tháng 01 năm 2026

**BÁO CÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2025
VÀ PHƯƠNG HƯỚNG, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN KẾ HOẠCH NĂM 2026**

Kính gửi: Hội đồng thành viên;
Ban Tổng Giám đốc Công ty.

Năm 2025, trong bối cảnh nền kinh tế thị trường nhiều biến động khó khăn, sức mua giảm rõ rệt, cạnh tranh ngày càng gay gắt, vấn nạn hàng giả, hàng nhái hàng kém chất lượng đã xói mòn niềm tin của người tiêu dùng, rủi ro thiên tai do thời tiết ngày càng biến đổi theo hình thái cực đoan.

Trong bối cảnh đó, nhận được sự chỉ đạo quyết liệt kịp thời và định hướng đúng đắn của HĐQT, Ban TGD Công ty, Trung tâm Kinh doanh đã cùng toàn hệ thống giữ vững thị trường, kiên toàn và ổn định hệ thống phân phối, từng bước đưa hoạt động kinh doanh về đúng thực chất và xử lý căn cơ bài toán tồn kho. Đây là nền tảng quan trọng. Tuy nhiên, năm 2026 không cho phép chúng ta hài lòng với sự ổn định, mà đòi hỏi phải bứt phá mạnh mẽ hơn về tư duy điều hành và hiệu quả thị trường.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định trong quản lý điều hành của Trung tâm như: chưa thật sự chủ động trong công việc tư duy chờ chỉ đạo vẫn còn tồn tại, công tác kiểm tra giám sát chưa mang tính thường xuyên liên tục, chưa khai thác hiệu quả công cụ DMS trong giám sát, sự phối hợp với các đơn vị sản xuất chưa thật sự chặt chẽ, nhịp nhàng...

Với tinh thần cầu thị thẳng thắn nhìn nhận những vấn đề còn tồn tại, hạn chế, trên cơ sở đó, Trung tâm Kinh doanh xác định các giải pháp đột phá trọng tâm năm 2026 như sau:

Thứ nhất: Đột phá trong thực hiện chức năng, nhiệm vụ, đổi mới tư duy và phương thức làm việc.

Trung tâm Kinh doanh phải thực sự là đơn vị đầu mối tổ chức và điều hành thị trường, chịu trách nhiệm trực tiếp về hiệu quả kinh doanh của toàn hệ thống Chi nhánh Thị trường và các bộ phận trực thuộc. Nâng cao năng lực quản lý điều hành: thực hiện quản lý cơ chế, chính sách doanh thu thực chất, độ phủ thị trường và tăng cường công tác kiểm tra giám sát là thước đo cao nhất của việc hoàn thành nhiệm vụ. chuyên trạng thái từ bị động sang chủ động; phát huy hết khả năng, làm hết việc chứ không hết giờ, làm đến nơi đến chốn, chỉ bàn làm chứ không bàn lùi, phong cách làm việc phải rõ người, rõ việc, rõ trách nhiệm và chịu trách nhiệm về kết quả cuối cùng.

Thứ hai: Đột phá về công tác marketing và xúc tiến thương mại.

Marketing năm 2026 phải gắn chặt với mục tiêu bán hàng và hiệu quả thị trường, không hình thức. Trung tâm tập trung marketing theo phân khúc khách hàng, khu vực thị trường và kênh bán hàng, kết hợp quảng bá thương hiệu với trải nghiệm

sản phẩm và giá trị văn hóa Yến sào Khánh Hòa. Mọi hoạt động xúc tiến thương mại phải đo lường được bằng doanh thu, độ phủ và hiệu quả thực tế.

Thứ ba: Đột phá trong công tác đẩy mạnh xuất khẩu.

Năm 2026, Trung tâm kinh doanh xác định Xuất khẩu là hướng đột phá quan trọng để mở rộng dư địa tăng trưởng và nâng tầm thương hiệu Yến sào Khánh Hòa, Trung tâm chủ động tham mưu chiến lược xuất khẩu có trọng tâm, trọng điểm, tập trung vào các thị trường phù hợp, xây dựng đối tác phân phối bền vững, chuyển từ bán hàng đơn lẻ sang phát triển thị trường lâu dài. Ứng dụng chuyển đổi số trong quản lý đơn hàng và thị trường xuất khẩu để chủ động kiểm soát rủi ro, nâng cao hiệu quả. Gắn trách nhiệm xuất khẩu với chỉ tiêu cụ thể, gắn tham mưu với kết quả thực hiện, từng bước đưa xuất khẩu trở thành trụ cột tăng trưởng của Công ty.

Thứ tư: Đột phá trong chuyển đổi số và ứng dụng phần mềm DMS.

Năm 2026, DMS là công cụ điều hành bắt buộc, không hình thức, không đối phó. DMS được sử dụng để quản lý doanh thu, độ phủ, tồn kho, giá bán và hoạt động điểm bán; kịp thời phát hiện rủi ro thị trường. Song song đó, Trung tâm sẽ tăng cường kiểm tra trực tiếp tại các Chi nhánh Thị trường, gắn kiểm tra trên DMS với kiểm tra thực tế; xử lý nghiêm các vi phạm, không để sai phạm nhỏ tích tụ thành rủi ro lớn.

Thứ năm: Đột phá về vai trò tham mưu và chủ động điều hành.

Trung tâm Kinh doanh phải chủ động tham mưu thị trường trực tiếp, hiệu quả cho Ban Lãnh đạo Công ty. Mọi đề xuất về chính sách giá, cơ cấu sản phẩm, mô hình phân phối, marketing phải xuất phát từ dữ liệu bán hàng và thực tiễn thị trường, gắn với trách nhiệm tổ chức thực hiện; không tham mưu chung chung, không né tránh trách nhiệm.

*** KHỐI CÁC BP CÓ CHỈ TIÊU DOANH THU**

1. Đánh giá kết quả thực hiện năm 2025

Tình hình thực hiện kế hoạch doanh thu năm 2025.

Stt	Bộ phận	Kế hoạch 2025	Thực hiện 2025
1	Du lịch Sanest Tourist	12.000.000.000	16.144.972.646
2	Quảng bá sản phẩm và Nhà hàng Yến sào KH	30.000.000.000	24.339.000.000
3	Nông trường dừa Cam Thịnh	2.500.000.000	10.113.912.004
4	Dịch vụ tuyến Bắc Nam	75.000.000.000	17.800.310.518
5	Nuôi trồng Thủy sản Fishsan	13.500.000.000	18.600.000.000
6	Kinh doanh Yến nguyên chất	20.000,000,000	22.011.737.912
	Tổng cộng	153.000.000.000	109.009.933.080

Năm 2025, khối các BP trực thuộc Trung tâm Kinh doanh đã có những điểm sáng nhất định, đặc biệt các BP Kinh doanh Yến nguyên chất, Du lịch, Nuôi trồng thủy sản và Nông trường có tăng trưởng tốt, từng bước khẳng định vai trò trong chuỗi giá trị chung.

Tuy nhiên, kết quả chung cho thấy hiệu quả chưa đồng đều, bên cạnh những nguyên nhân khách quan vẫn tồn tại nhiều vấn đề mang tính chủ quan, một số bộ phận chưa đạt doanh thu, chưa thật sự chưa quyết liệt trong công tác quản lý điều hành, tư duy lối mòn cũ, thụ động trong công việc, chưa khai thác hết tiềm năng, công tác quản trị và phối hợp còn hạn chế, đòi hỏi năm 2026 phải có cách làm mới, tư duy mới và giải pháp đột phá rõ ràng.

2. Các giải pháp thực hiện năm 2026

Kế hoạch doanh thu năm 2026.

Stt	Bộ phận	Kế hoạch 2026 (tỷ đồng)
1	Kinh doanh: + Xuất khẩu	1.6000.000 USD
	+ Online	4.500.000.000
2	Du lịch Sanest Tourist	7.500.000.000
3	Quảng bá sản phẩm và Nhà hàng Yến sào	25.000.000.000
4	Nông trường dừa Cam Thịnh	1.150.000.000
6	Dịch vụ tuyến Bắc Nam	35.000.000.000
6	Nuôi trồng Thủy sản Fishan	12.00.000.000
7	Kinh doanh Yến nguyên chất	24.500.000.000
	Tổng cộng	111.150.000.000

Thứ nhất, đối với BP Du lịch Sanest Tourist

Trong năm 2026 Du lịch Sanest Tourist phải xác định là gắn du lịch với ẩm thực và trải nghiệm thương hiệu. Trọng tâm là khai thác tour đặc thù đảo Yến Hòn Nội, tổ chức dịch vụ chuyên nghiệp, đúng phân khúc khách hàng. Tìm kiếm và làm việc với các đơn vị lữ hành du lịch về các chương trình hợp tác kinh doanh sản phẩm và dịch vụ du lịch.

Thứ hai, đối với BP Quảng bá sản phẩm và Nhà hàng Yến sào Khánh Hòa

Triển khai sửa chữa chỉnh trang cơ sở vật chất, chú trọng khâu an toàn vệ sinh thực phẩm, chuyển trạng thái từ kinh doanh thụ động sang chủ động. Bên cạnh đó Nhà hàng chuẩn hóa thực đơn, phát triển combo – set menu, các món ăn phải đặc sắc, đa dạng, lấy sự hài lòng của khách hàng là thước đo đánh giá sự thành công của Nhà hàng.

Phối hợp Bộ phận Du lịch Sanest Tourist trong công tác phục vụ ẩm thực mới và đa dạng cho Tour Đảo Yến Hòn Nội và các đoàn tour khi đến tham quan Nha Trang, Khánh Hòa.

Thứ ba, đối với BP Nuôi trồng thủy sản Fishsan

Bộ phận nuôi trồng thủy sản chuyển sang sản xuất theo hướng công nghiệp, an toàn và hiệu quả dài hạn; đầu tư lồng HDPE, nuôi gối vụ, kiểm soát chặt chi phí và

rủi ro. Gắn chặt sản xuất với thị trường tiêu thụ, đảm bảo sản lượng ổn định và doanh thu bền vững.

Thứ tư, đối với BP Nông trường dừa Cam Thịnh

Với thế mạnh là cây dừa, Nông trường cần tăng cường chăm sóc, vệ sinh toàn bộ vườn dừa, tối ưu thu hoạch theo thời điểm giá tốt; mở rộng tìm kiếm khách hàng mới giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm mùng dừa.

Phối hợp với Ban vận hành nhà Yến chăm sóc và thu hoạch đúng thời điểm mang lại hiệu quả.

Thứ năm, đối với BP Dịch vụ tuyến Bắc Nam

Theo dõi bám sát tình hình biến động của giá xăng dầu, linh hoạt nhập – xuất, kiểm soát chi phí. Trọng tâm là giữ khách truyền thống, mở rộng khách lẻ, khách vắng lai, xây dựng các chương trình hấp dẫn cho các khách hàng mua với số lượng lớn, phát triển dịch vụ phụ trợ, tăng doanh thu trên mỗi điểm bán. Cải tạo lại khu bán hàng cho khang trang sạch sẽ tạo tâm lý thoải mái cho khách hàng đến sử dụng dịch vụ của BP.

Thứ sáu, đối với BP Kinh doanh yến nguyên chất

Xác định Yến nguyên chất là nhóm doanh thu chiến lược, phân bổ doanh thu xuống cho từng nhân viên gắn với trách nhiệm, kiểm soát giá bán theo định hướng chiến lược về giá của sản phẩm, mở rộng tìm kiếm các đối tượng khách hàng lập danh sách khách hàng mua định kỳ và khách hàng các kênh khác, Ứng dụng các phần mềm quản lý bán hàng chuyên nghiệp. Tăng cường công tác chăm sóc khách hàng, đề xuất các lớp đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ bán hàng.

Trên nền tảng đã được định hướng, chỉ đạo quyết liệt từ Ban lãnh đạo Công ty mà đặc biệt là đồng chí Trịnh Thị Hồng Vân, Chủ tịch HĐQT Công ty, Trung tâm Kinh doanh quyết tâm đoàn kết một lòng, nâng cao năng lực quản lý điều hành, là cầu nối giữa các CNTT với Công ty và các đơn vị sản xuất, Siết chặt quản trị, gắn chỉ tiêu doanh thu – chi phí – hiệu quả với trách nhiệm người đứng đầu từng Bộ phận. Không ngại khó ngại khổ; làm thật – số liệu thật – hiệu quả thật, không chạy theo chỉ tiêu hình thức đáp ứng được kỳ vọng của Ban Lãnh đạo Công ty.

Với tinh thần đổi mới, kỷ luật và quyết tâm cao, Trung tâm Kinh doanh Yến sào Khánh Hòa sẽ quyết tâm hoàn thành và phấn đấu vượt các chỉ tiêu được giao, đóng góp xứng đáng vào kết quả chung và sự phát triển bền vững của Công ty.