



BÁO CÁO TỔNG KẾT HOẠT ĐỘNG

Giai đoạn 2007-2011

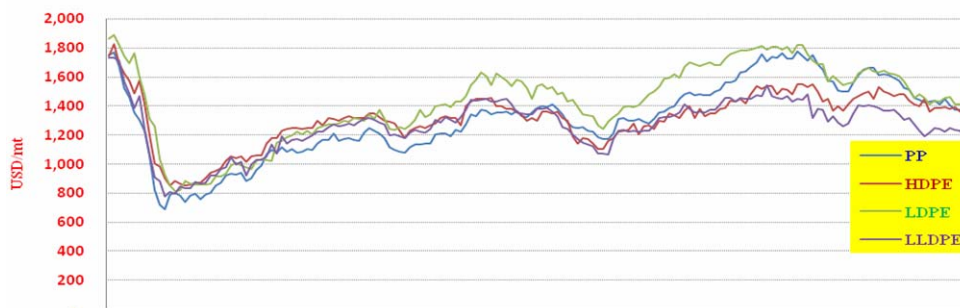
I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH GIAI ĐOẠN 2007-2011

Ngay sau khi công ty trở thành công ty đại chúng và niêm yết cổ phiếu lên sàn HOSE từ ngày 28/11/2007, những năm 2007- 2011 vừa qua là một giai đoạn cực kỳ biến động và khó khăn của môi trường kinh doanh của công ty.

Kinh tế thế giới:

- Bắt đầu suy giảm kinh tế toàn cầu từ cuối năm 2008, khủng hoảng tài chính từ Mỹ năm 2010, khủng hoảng nợ công tại châu Âu từ năm 2011.
- Hầu hết các thị trường xuất khẩu đều thu hẹp, các khách hàng xuất khẩu tuy có quy mô lớn nhưng tiêu thụ khó khăn và tồn kho tăng dần. Những rào cản kỹ thuật ngày càng tăng và khắt khe hơn.
- Giá các loại nguyên liệu nhựa “rớt” nhanh từ cuối năm 2008 (giảm 60%), đến giữa năm 2009 bắt đầu tăng, nhưng đến cuối năm 2011 lại xuống dần bất chấp hiệu ứng đầu cơ.

BIỂU ĐỒ THỊ GIÁ NGUYÊN LIỆU T8/2008-T 12/2011



- Đồng USD mất giá nhưng đồng Euro mất giá mạnh hơn từ 2010. Tỷ giá Euro/USD giảm hơn 17% trong giai đoạn vừa qua.

Kinh tế Việt Nam

- Là một nền kinh tế nhỏ với sức đề kháng thấp, lệ thuộc lớn vào xuất khẩu nhưng khá mở sau khi gia nhập WTO, nền kinh tế Việt Nam chịu tác động mạnh của tình hình kinh tế thế giới diễn biến ngày càng xấu dần.
- Lạm phát tăng nhanh làm các loại giá cả và chi phí tăng, nhập siêu tăng.
- Tỷ giá USD/VNĐ và lãi suất tăng cao dần đến cuối năm 2011 mới chững lại.
- Kinh tế vĩ mô không ổn định, các chính sách tài chính tiền tệ của nhà nước thay đổi nhanh nhưng mang tính đối phó & ngắn hạn.
- Thị trường chứng khoán bùng nổ trong 2 năm 2007-2008, sau đó suy thoái dần và rất sâu, dưới những tác động không lành mạnh và không kiểm soát được, TTCK mất dần chức năng và vai trò đối với nền kinh tế và từng doanh nghiệp, làm mất niềm tin của nhà đầu tư.

Tình hình nêu trên ảnh hưởng trực tiếp đến tổ chức, hoạt động và kết quả hoạt động của công ty CP Nhựa Tân Đại Hưng (là một doanh nghiệp thiên về xuất khẩu bao bì nhựa):

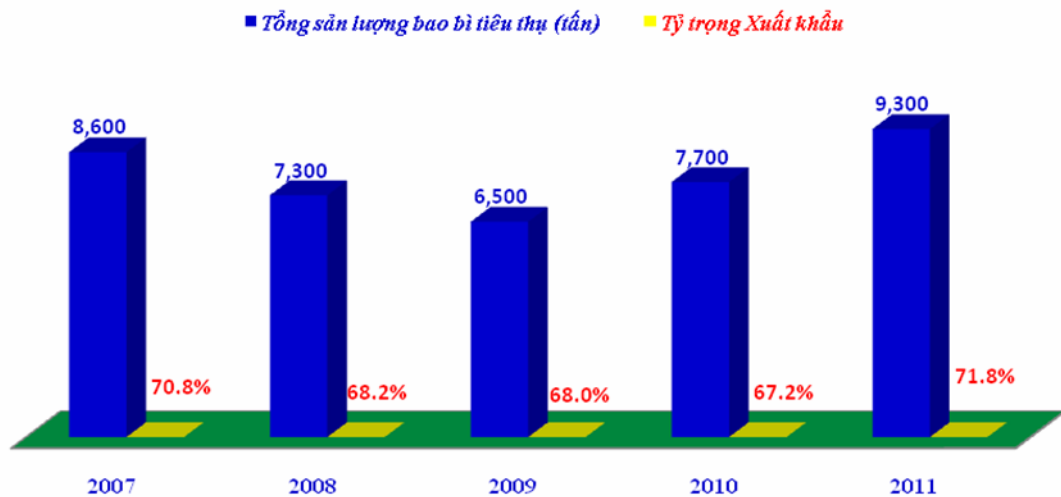
- Chi phí sản xuất và giá thành ngày càng tăng, tỷ suất lợi nhuận/doanh số ngày càng giảm.
- Cạnh tranh gay gắt về giá bán để giữ thị phần.
- Công nợ bán hàng lớn, ẩn chứa những rủi ro tiềm năng về thanh toán.
- Thiếu hụt lao động, đặc biệt là lao động đã qua đào tạo (cũng là khó khăn chung của ngành)
- Thị giá cổ phiếu TPC suy giảm, những khoản đầu tư tài chính không sinh lợi như dự định.
- Đặc biệt, do thị giá nguyên liệu rớt nhanh vào cuối năm 2008, dẫn đến hệ quả là công ty bị lỗ do trích lập dự phòng giảm giá tồn kho lớn, cổ phiếu TPC bị đưa vào diện “kiểm soát” (*nhưng ngay năm 2009 tiếp theo, công ty đã phục hồi và có lãi lớn*).

II. TÓM LƯỢC NHỮNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG 2007-2011

1. Tiếp thị và bán hàng:

- Mặc dù công ty chỉ quảng bá định kỳ thông qua website và những đặc san của Ngành Nhựa, VCCI, Bộ Công thương..., nhưng các quan hệ trực tiếp với khách hàng được tăng cường, qua đó thực thi chiến lược giá cạnh tranh và phương thức thanh toán linh hoạt, chú trọng thường xuyên nắm bắt thông tin thị trường-khách hàng và xu hướng sản phẩm.
- Kết quả trong suốt thời kỳ biến động 5 năm qua, công ty vẫn duy trì được hệ thống khách hàng chủ lực/thân thiết, có thêm được một số khách hàng mới bù lại phần sút giảm do khó khăn của các khách hàng cũ, công ty luôn có đủ đơn hàng để khai thác năng lực sản xuất và phát triển mạng lưới gia công, tăng dần sản lượng, tỷ trọng xuất khẩu luôn $\geq 65\%$, giữ vững thị phần (và có những phát triển nhất định trong 1 số thị trường mục tiêu).

TỔNG SẢN LƯỢNG BAO BÌ TIÊU THỤ



2. Sản phẩm:

- Trong suốt quá trình hoạt động, công ty đã tuân thủ và phát huy sở trường & kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh các loại sản phẩm đặc trưng, mặt khác, nâng cao dần sản lượng sản xuất vải địa kỹ thuật và bao shopping để xuất khẩu.
- Với quan điểm xem chất lượng sản phẩm là một lợi thế cạnh tranh, cùng với việc giữ đúng thời hạn giao hàng, công ty luôn kiểm soát chặt chẽ đầu vào và suốt quá trình sản xuất, đảm bảo các yêu cầu về thông số kỹ thuật, định lượng và chất lượng sản phẩm, được khách hàng thừa nhận sự khác biệt về năng lực này so với hầu hết các nhà sản xuất khác tại Việt Nam.
- Công ty cũng đáp ứng được các yêu cầu chuẩn mực đối với nhà cung cấp và đối với các hệ thống kiểm soát chất lượng (ISO, BSCI, MSDS, REACH, ASTM...), được các tổ chức độc lập (do khách hàng chỉ định) đánh giá đạt yêu cầu nhiều lần.

3. Cung ứng và Gia công:

- Hệ thống các nhà cung cấp (nhập khẩu và nội địa) được củng cố và duy trì, chính sách giá thầu cạnh tranh được áp dụng, việc theo dõi chặt tình hình thị giá đã giúp cho việc ra quyết định phù hợp trong mua nguyên phụ liệu và tồn kho trong tình hình thị giá thường xuyên thay đổi.
- Mạng lưới gia công (dệt vải, dệt quai, In bao PP, In màng OPP, may bao shopping, các công đoạn lao động hỗ trợ gián đơn) được phát triển mạnh trong từng bước đi với chính sách phù hợp, góp phần quan trọng để tăng sản lượng tiêu thụ trong khi không phải đầu tư thêm máy móc thiết bị và duy trì tổng số lao động cơ hữu trong định biên đã chọn.

4. Công nghệ và kỹ thuật sản xuất:

- Hoạt động nghiên cứu phân tích sản phẩm cạnh tranh được chú trọng, giúp cho việc cải tiến mẫu mã và qui trình sản xuất theo kịp xu hướng và nhu cầu khách hàng; việc nghiên cứu phát triển những sản phẩm mới, nguyên phụ liệu mới được thực hiện theo từng dự án, và thử nghiệm đạt trước khi áp dụng; công ty tận



dụng hầu hết các loại nguyên liệu từ phế mà vẫn bảo đảm được các yêu cầu chất lượng, **tiết kiệm khá lớn chi phí nguyên liệu hàng năm.**

- Đã lần lượt thay thế một số thiết bị cũ, hoàn tất cơ giới hóa các công đoạn sản xuất (*trừ khâu lao động phổ thông*), công tác bảo trì sửa chữa và hiệu chuẩn được hoạch định và triển khai nề nếp, kiểm soát chặt chẽ thời gian ngừng máy, thực hiện các hội thảo chuyên đề (*seminar*) về bảo trì sửa chữa để chuẩn hóa những kinh nghiệm kỹ thuật. **Những hoạt động này góp phần quan trọng để bảo đảm các thông số kỹ thuật và công suất máy móc thiết bị, tăng dần năng suất (từ năm 2011 tất cả các khâu/công đoạn đều đạt và vượt định mức), đáp ứng tiến độ sản xuất và thời hạn giao hàng.**

5. Kiểm soát tiết kiệm chi phí, loại bỏ lãng phí

- Là một nhiệm vụ trọng tâm thường xuyên, đã được triển khai đồng bộ và xuyên suốt đến tất cả bộ phận/phân xưởng sản xuất và các hoạt động giao nhận giao dịch của công ty, với các chương trình mục tiêu cụ thể của từng bộ phận/phân xưởng của từng năm, quý.
- Thông qua các hoạt động thường xuyên cải tiến các công thức sử dụng nguyên liệu, kiểm soát tiết kiệm điện/nhiên liệu, kiểm soát tiết kiệm vật tư kỹ thuật, giảm lỗi và chống sót lỗi, tiết giảm chi phí giao nhận, giảm tỷ lệ phế/sản lượng (*từ gần 10% của 2007 xuống đến 4,5% vào cuối năm 2011*),**góp phần quan trọng để kìm chế bớt chi phí sản xuất và giá thành, và vào lợi nhuận của công ty.**

6. Quản trị rủi ro

- Hoạt động quản trị rủi ro được chú trọng toàn diện, nhưng tập trung vào một số lĩnh vực trong suốt thời gian qua là: **công nợ bán hàng, giá cả và thời hạn mua hàng, chất lượng sản phẩm.**
- Hệ thống kiểm soát nội bộ hoạt động có sự tham gia của tất cả các phòng ban chức năng đã tạo ra kết quả tốt trong suốt những năm qua: **chưa phát sinh trường hợp nợ khó đòi, điều chỉnh kịp thời số lượng và giá bình quân tồn kho nhiên liệu theo hướng có lợi nhất, không có khiếu nại đáng kể về chất lượng sản phẩm mà phải bồi thường.**

7. Cơ cấu tổ chức và phát triển nguồn nhân lực

- Hoàn tất mô hình các Giám đốc phân xưởng, sáp nhập thành lập Phòng kinh doanh & Cung ứng, sáp nhập thành lập Phòng điều độ sản xuất & gia công, **kết quả phát huy được khả năng & trách nhiệm của các cán bộ nhân viên, làm cho công việc trôi chảy và hiệu quả hơn giai đoạn cũ.**
- Hoạt động tuyển dụng đáp ứng được nhu cầu bổ sung thay thế (*trong định biên đã xác định, không có chủ trương tăng thêm tổng số lao động*), cải tiến hoạt động đào tạo, trong đó chú trọng việc **hướng dẫn (coaching)** thông qua đánh giá kết quả công việc đối với tất cả cấp độ lao động.
- Công ty cũng chú trọng xây dựng **Đội ngũ kế cận** thông qua việc chọn lựa, bổ nhiệm, thử thách và hướng dẫn. Đến nay, hầu hết cán bộ được thăng tiến đều đáp ứng được yêu cầu năng lực, các cấp trưởng đều có sẵn một cấp phó là người dự bị để phát triển.
- Với phương châm: **“chăm lo lợi ích của người lao động”** là nền tảng để tạo ra lợi ích của công ty và cổ đông”, công ty đều tăng thu nhập hàng năm của cán bộ công nhân thông qua việc điều chỉnh lương và các khoản thưởng hợp lý, duy trì đầy đủ những chính sách đãi ngộ, đặc biệt là tiếp tục trích đóng thay các khoản bảo hiểm (*Xã hội, thất nghiệp, Y tế*) cho tất cả người lao động. Công ty cũng đã đầu tư thêm 10 phòng ở khang trang để cung cấp đủ cho người lao động đăng ký ở lại miễn phí.

Cơ cấu Lao động	NĂM					Cơ cấu tuổi nghề	NĂM				
	2007	2008	2009	2010	2011		2007	2008	2009	2010	2011
1 BGD	2%	2%	3%	2%	2%	1 Dưới 01 năm	30%	5%	22%	27%	24%
2 CBQL trung gian	4%	4%	7%	4%	4%	2 Từ 01 đến 03 năm	41%	58%	35%	26%	29%
3 Nhân viên NV & KT	15%	17%	15%	17%	17%	3 > 3 năm đến 05 năm	9%	11%	14%	18%	16%
4 Công nhân TTSX	79%	77%	75%	77%	76%	4 Trên 05 năm	21%	26%	29%	29%	32%

Cơ cấu Trình độ	NĂM				
	2007	2008	2009	2010	2011
1 Cấp 1	5.6%	6.0%	5.9%	6.2%	6.8%
2 Cấp 2	60.1%	59.2%	57.8%	58.2%	59.3%
3 Cấp 3	25.9%	25.8%	26.6%	26.2%	21.4%
4 TCấp & CDưỡng	5.0%	5.5%	5.9%	5.8%	7.4%
6 Đại Học	3.3%	3.5%	3.7%	3.6%	4.6%
7 Trên ĐH	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

Địa chỉ: 414 Lầu 5, Lũy Bán Bích, P. Hòa Thạnh, Q. Tân Phú, TPHCM.
 Điện thoại: (08) 39737277 – 39737278 Fax: (08) 39737276 - 39737279
 Website: <http://www.tandaihungplastic.com> Email: daihungplastic@hcm.vnn.vn

Thu nhập	2007	2008	2009	2010	2011
Tổng số lao động	1,081	988	657	725	732
BQ Thu nhập trực tiếp/tháng của CN (ngàn đồng)	2,188	2,675	2,955	3,510	4,110
BQ Thu nhập trực tiếp/tháng của Nhân viên (ngàn đồng)	2,700	3,350	3,700	4,250	4,900

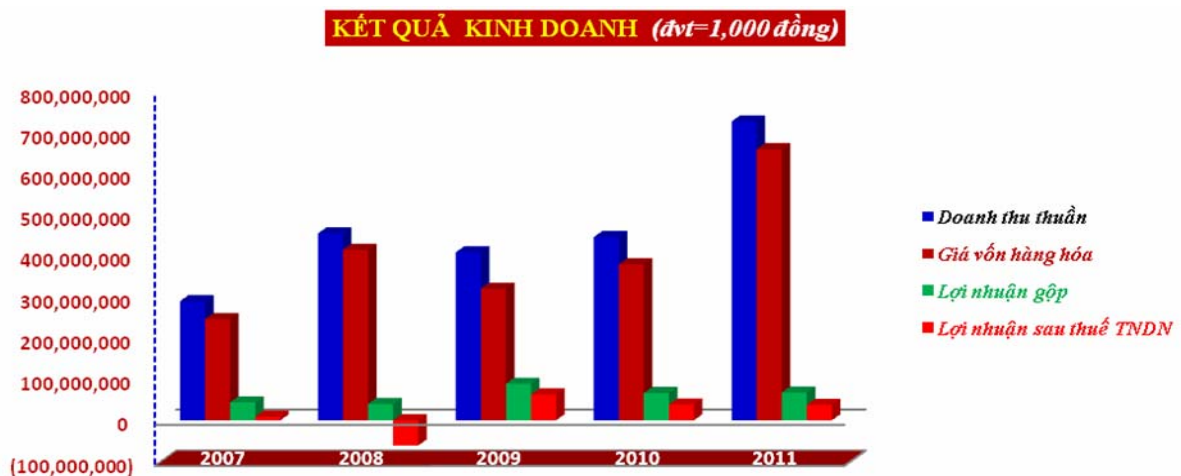
8. Đầu tư

- Ngoài việc đầu tư thay thế nhiều máy móc thiết bị sản xuất, phương tiện hoạt động hàng năm, từ năm 2009, công ty đã đầu tư vào 02 chứng khoán EIB và ALT, góp vốn vào Cty CP Đầu tư và DV Hạ tầng Á Châu, góp vốn vào Cty CP Đầu tư Xây dựng Tân Đô, góp vốn vào Cty CP Đại Hưng Thịnh (kinh doanh nguyên liệu nhựa) và Công ty Cổ phần ĐHP (tái sinh nhựa). **Trừ việc đầu tư vào chứng khoán, các khoản đầu tư khác đều có hiệu quả nhưng không cao so với mong đợi vì tình hình kinh tế kinh doanh khó khăn chung.**
- Năm 2011, đã đầu tư **mua lại nhà xưởng đang thuê** để tạo tài sản cố định (chủ trương này là phù hợp vì chi phí thuê tương đương với mức khấu hao, và giá thuê ngày càng tăng).

9. Quản lý và điều hành:

- Hệ thống **mạng nội bộ** được triển khai đến tất cả phòng ban phân xưởng phục vụ thông tin liên lạc, ngoài phần mềm chuyên nghiệp về kế toán, đã tự thiết kế **phần mềm quản lý sản xuất** tuy chưa có tính chuyên nghiệp cao nhưng cũng có kết quả ứng dụng nhất định. **Hệ thống thống kê** được củng cố, qua đó cung cấp thông tin kịp thời cho việc điều hành và lưu trữ thông tin cần thiết. Áp dụng mô hình **“Ban dự án”** đối với một số hoạt động chuyên đề (tiết kiệm, kiểm soát thời gian ngừng máy, giảm lỗi và chống sót lỗi...), hiệu quả đã có sự tập trung điều hành vào một số mục tiêu trọng tâm.
- **Mục tiêu, kế hoạch, chương trình hành động** được xây dựng, trình duyệt, triển khai và đánh giá kết quả thực hiện nghiêm túc hàng năm/quý/tháng/tuần, các Trưởng bộ phận đã thể hiện tốt sự hợp tác mật thiết trong quan hệ/thông tin giữa các chức năng theo cơ cấu tổ chức và kế hoạch hoạt động & sản xuất, đảm bảo **kiểm soát được các quá trình (nội bộ và gia công)**, xử lý những phát sinh kịp thời.
- **Các quyết định** đều tuân thủ đúng qui trình và kịp thời, có sự phân biện nên tránh được những hạn chế rủi ro.
- **Năng lực và phong cách quản lý** của bộ máy điều hành đã có sự tiến bộ rõ nét, **cơ chế đánh giá kết quả công việc** đối với các cán bộ quản lý, NV nghiệp vụ kỹ thuật được BGD thực hiện ngày càng nghiêm túc hơn, góp phần thúc đẩy hiệu quả chung của công ty

10. Kết quả sản xuất kinh doanh:



11. Các chỉ số tài chính

CƠ CẤU VỐN & NGUỒN VỐN	2007	2008	2009	2010	2011
Tổng Tài Sản					
Tài sản ngắn hạn/Tổng Tài Sản (%)	52.6%	65.0%	73.8%	77.5%	77.5%
Tài sản Dài hạn/Tổng Tài Sản (%)	47.4%	35.0%	26.2%	22.5%	22.5%
Nợ phải trả					
Nợ phải trả/Tổng nguồn vốn (%)	21.4%	20.1%	10.9%	10.5%	65.1%
Vốn chủ sở hữu/Tổng nguồn vốn (%)	78.6%	79.9%	89.1%	89.5%	34.9%
Nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu (%)	27.3%	25.2%	12.3%	11.7%	186.4%



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

Địa chỉ: 414 Lầu 5, Lũy Bán Bích, P. Hòa Thạnh, Q. Tân Phú, TPHCM.
 Điện thoại: (08) 39737277 – 39737278 Fax: (08) 39737276 - 39737279
 Website: <http://www.tandaihungplastic.com> Email: daihungplastic@hcm.vnn.vn

CÁC CHỈ SỐ TÀI CHÍNH	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Tỷ số khả năng thanh toán (Thanh Khoản)</i>					
Tỷ số khả năng thanh toán nhanh	1.38	2.33	5.41	4.95	1.25
Tỷ số khả năng thanh toán bằng tiền mặt	0.03	0.51	0.73	1.23	0.75
<i>Tỷ Số Lợi nhuận</i>					
Tỷ Số Lợi nhuận/Doanh thu thuần (LN biên)	3.0%	-13.5%	15.4%	8.6%	5.2%
Tỷ Số Lợi nhuận/ tổng tài sản (ROA)	2.0%	-18.7%	17.2%	10.2%	3.8%
Tỷ Số Lợi nhuận/ Vốn chủ sở hữu (ROE)	2.6%	-23.5%	19.3%	11.4%	10.8%
EPS	843	(3,098)	3,163	1,658	1,765

TÀI SẢN	SỐ DƯ CUỐI KỲ				
	2007	2008	2009	2010	2011
A-TÀI SẢN NGẮN HẠN	227,829,608,122	213,669,932,303	270,194,300,030	290,355,611,624	768,469,974,487
I.Tiền và các khoản tương đương tiền	2,426,249,696	32,594,593,815	27,493,626,686	45,242,516,003	374,470,274,341
II.Các khoản đầu tư ngắn hạn	-	-	67,390,245,000	10,903,500,000	712,000,000
III.Các khoản phải thu ngắn hạn	96,029,486,994	103,610,803,785	96,994,094,921	107,887,189,557	201,907,035,792
IV.Hàng tồn kho	101,648,042,482	65,059,848,689	65,519,784,267	108,654,108,502	148,528,200,507
V.Tài sản ngắn hạn khác	27,725,828,950	12,404,686,014	12,796,549,156	17,658,186,450	42,852,463,847
B.TÀI SẢN DÀI HẠN	205,174,671,955	115,109,896,112	96,152,216,187	84,149,991,498	222,897,805,471
I.Các khoản phải thu dài hạn	-	-	-	-	-
II.Tài sản cố định	66,403,092,512	56,221,923,360	50,992,898,319	42,220,147,042	35,009,252,218
I.Tài sản cố định hữu hình	66,403,092,512	56,221,923,360	50,992,898,319	42,220,147,042	35,009,252,217
- Nguyên giá	77,316,129,695	75,518,126,671	74,074,753,379	72,643,793,309	72,824,891,369
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(10,913,037,183)	(19,296,203,311)	(23,081,855,060)	(30,423,646,267)	(37,815,639,152)
III. Bất động sản đầu tư	-	-	-	-	147,147,409,185
IV.Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	136,420,826,120	56,751,599,480	45,109,945,964	41,114,082,845	40,378,564,878
V.Tài sản dài hạn khác	2,350,753,323	2,136,373,272	49,371,904	815,761,611	362,579,190
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (A+B)	433,004,280,077	328,779,828,415	366,346,516,217	374,505,603,122	991,367,779,958
A.NỢ PHẢI TRẢ	92,848,100,626	66,240,211,366	40,110,574,327	39,161,387,442	645,255,766,403
I.Nợ ngắn hạn	91,292,811,197	63,749,692,203	37,800,598,490	36,738,879,927	497,245,936,021
II.Nợ dài hạn	1,555,289,429	2,490,519,163	2,309,975,837	2,422,507,515	148,009,830,382
B.VỐN CHỦ SỞ HỮU	340,156,179,451	262,539,617,048	326,235,941,889	335,344,215,679	346,112,013,555
I.Vốn chủ sở hữu	340,068,958,451	262,539,617,048	326,235,941,889	335,344,215,679	346,112,013,555
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN (A+B)	433,004,280,077	328,779,828,414	366,346,516,216	374,505,603,121	991,367,779,958

CÓ PHIẾU TPC	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Số lượng CP phát hành</i>	10,400,000	20,546,000	20,546,000	24,430,596	24,430,596
<i>Số CP quỹ nắm giữ</i>	-	661,640	661,640	3,161,640	3,161,640
<i>Cổ phiếu đang lưu hành bình quân</i>	10,400,000	19,884,360	19,884,360	21,268,956	21,268,956
<i>Giá trị sổ sách</i>	32,707	13,203	16,407	15,767	16,273

III. THÀNH TỰU VÀ NGUYÊN NHÂN

Nhìn lại tổng thể suốt 5 năm qua, công ty đã vượt qua được một giai đoạn cực kỳ khó khăn và vẫn ổn định, phát triển đúng hướng: “Chuyên nghiệp, Kỷ cương, Minh bạch, Cạnh tranh, Hiệu quả”, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng cao, năng lực quản trị luôn ngang tầm với yêu cầu.

Nguyên nhân của những thành tựu:

- 1) Chú trọng xây dựng thương hiệu và uy tín của công ty trên thương trường trong từng mối liên hệ giao dịch, từng đơn hàng.
- 2) Xây dựng và phát huy được sự hợp tác và tin cậy của các đối tác (nhà cung cấp, các đơn vị gia công, các khách hàng).
- 3) Lãnh đạo công ty đã có những định hướng và quyết định đúng, đặc biệt trong những thời điểm khó khăn.
- 4) Duy trì và phát huy được khả năng của đội ngũ cán bộ nhân viên nòng cốt.
- 5) Phát huy được lợi thế về thương hiệu, về khả năng tài chính.



CHIẾN LƯỢC HOẠT ĐỘNG

Giai đoạn 2012-2016

I. NHẬN ĐỊNH VÀ DỰ BÁO VỀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

- Kinh tế toàn cầu vẫn trì trệ và diễn biến phức tạp, các khu vực thị trường xuất khẩu tiếp tục khó khăn, tiếp tục bộc lộ các hệ lụy của suy giảm kinh tế, khủng hoảng tài chính tiền tệ, khủng hoảng nợ công.
- Kinh tế quốc gia tiếp tục khó khăn, đòi hỏi phải giảm đầu tư công và tái cơ cấu nhiều lĩnh vực; các chính sách kinh tế (*trọng tâm là tài chính tiền tệ*) được ban hành theo hướng kèm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, chấp nhận giảm tăng trưởng.
- Cạnh tranh gay gắt giữa các nhà sản xuất để duy trì thị phần trong bối cảnh nhu cầu tiêu thụ giảm

II. PHÂN TÍCH ĐÁNH GIÁ

Những điểm mạnh:

- Công ty có Thương hiệu mạnh, có hệ thống khách hàng và thị phần ổn định.
- Có khả năng tài chính lớn để vượt qua những khó khăn về đột biến giá cả, sẵn sàng đầu tư.
- Quản trị công ty có năng lực chuyên môn cao, có nhiều kinh nghiệm ngành nghề và quản lý điều hành.

Những điểm yếu:

- Máy móc thiết bị cũ dần, cần thay thế để duy trì năng suất và tiết kiệm năng lượng vật tư.
- Chi phí sản xuất và giá thành ngày càng tăng.
- Đội ngũ Tổ trưởng sản xuất phần lớn đều đã lớn tuổi, trình độ thấp, năng lực chủ yếu dựa vào kinh nghiệm.
- Lực lượng công nhân thay đổi nhanh, đường cong kinh nghiệm xuống thấp; tỷ suất luân chuyển (công nhân) còn khá cao (26%).

Những Cơ hội:

- Nhu cầu sử dụng nhựa sẽ còn tăng cao (*theo chiến lược phát triển ngành nhựa Việt Nam*), tiềm năng thị phần (*cả xuất khẩu và nội địa*) của một số sản phẩm của công ty (*vải địa kỹ thuật, bao hộp, bao shopping*) còn rất lớn, sẽ tăng trưởng mạnh khi kinh tế phục hồi.
- Giá mua máy móc thiết bị rẻ, tiết kiệm chi phí đầu tư đổi mới.

Những đe dọa:

- Thị phần thu hẹp do ngày càng nhiều nhà cung cấp có cùng loại sản phẩm và thị trường mục tiêu, cạnh tranh về giá quyết liệt để dành thị phần.
- Những rào cản kỹ thuật chất lượng ngày càng khắt khe, dễ phát sinh tranh chấp bồi hoàn.
- Chính sách Thuế bảo vệ môi trường đối với “túi nylon” sẽ hạn chế việc sản xuất và sử dụng một số sản phẩm (*bao đựng phân bón, thức ăn chăn nuôi thủy sản có sử dụng bao PE bên trong...*).

III. NHỮNG MỤC TIÊU TỔNG THỂ CỦA GIAI ĐOẠN 2012-2016:

1. Sản lượng bao bì tiêu thụ $\geq 8,000$ tấn/năm, trong đó xuất khẩu $\geq 65\%$.
2. Doanh thu tăng trưởng $\geq 10\%$ mỗi năm trên cơ sở chọn lựa những sản phẩm có giá trị gia tăng nhiều hơn, đơn hàng có hiệu quả hơn.
3. Tiếp tục thực thi cơ cấu sản phẩm chủ yếu hiện tại, tổ chức sản xuất vải địa kỹ thuật không dệt đưa ra thị trường từ đầu năm 2013, tổ chức sản xuất một số sản phẩm bao bì mới từ vải không dệt từ năm 2012.
4. Duy trì tổng số lao động 735-750 người, tỷ số luân chuyển nhân viên mỗi năm $\leq 20\%$.
5. Thu nhập bình quân của cán bộ công nhân tăng mỗi năm $\geq 20\%$ so với năm trước.
6. Cổ tức hàng năm $\geq 2,000$ đồng/cổ phiếu.



IV. NHỮNG NHÓM GIẢI PHÁP CHỦ YẾU:

- Tiếp thị và bán hàng:** Nhảy bèn tiếp cận thông tin thị trường; xây dựng và duy trì quan hệ mật thiết với khách hàng; chào hàng & chào giá linh hoạt và cạnh tranh để có đủ đơn hàng cho sản xuất nội bộ và gia công; ưu tiên cho khách hàng thân thiết, đơn hàng lớn và xuất khẩu.
- Cung ứng và gia công:** kiểm soát chặt giá cả, khối lượng, thời hạn mua/nhận hàng, bảo đảm mức tồn kho đã xác định với giá bình quân tồn kho không cao hơn thị giá quá 5% kể cả khi rớt giá đột biến; sàng lọc và sắp xếp hệ thống gia công với các chính sách hỗ trợ & đầu tư phù hợp để hợp tác bền vững.
- Công nghệ và kỹ thuật:** tìm kiếm lựa chọn nhà cung cấp phù hợp để thay thế dần các máy móc thiết bị cũ, đầu tư thêm các thiết bị sản xuất sản phẩm mới; tổ chức tốt việc bảo trì sửa chữa; kiểm soát thời gian ngừng máy; tiết kiệm vật tư kỹ thuật; giảm dần định mức tiêu thụ điện/đơn vị sản phẩm. Bảo đảm việc sử dụng nguyên liệu phụ gia tiết kiệm và hiệu quả, phân tích kịp thời các sản phẩm mới làm cơ sở cải tiến công nghệ và qui trình sản xuất, tiếp cận và làm chủ công nghệ sản xuất đối với các sản phẩm mới, thiết bị mới.
- Bảo đảm chất lượng sản phẩm:** kiểm soát chất lượng chặt chẽ suốt quá trình (kể cả gia công), đảm bảo đáp ứng đúng các yêu cầu của khách hàng, không để xảy ra tranh chấp bồi hoàn
- Kiểm soát chi phí hoạt động và giá thành:** tiếp tục các chương trình kiểm soát tiết kiệm chi phí, loại bỏ lãng phí, giảm phế phẩm phế liệu, bảo đảm giá thành thực tế \leq giá thành kế hoạch.
- Quản trị rủi ro:** chú trọng kiểm soát phát hiện sớm các nguy cơ tiềm ẩn để có những quyết sách phù hợp, tập trung vào 3 lĩnh vực: công nợ bán hàng, chất lượng sản phẩm và các hạng mục đầu tư.
- Tuyển dụng và đào tạo:** có chương trình và chính sách để thu hút tài năng và đào tạo nâng cấp liên tục về chuyên môn và về quản trị, tạo ra đội ngũ kế cận các cấp; trong đó chú trọng việc đào tạo thay thế hiệu quả đội ngũ tổ trưởng sản xuất.
- Theo dõi chính sách của nhà nước và tình hình kinh tế chung, kinh tế** ngành để có những bước đi phù hợp trong thị trường, tìm kiếm và khai thác các cơ hội đầu tư, kể cả việc đầu tư liên doanh liên kết hay mua lại doanh nghiệp khác cùng ngành..
- Quản trị công ty:** đảm bảo tuân thủ pháp luật và điều lệ công ty, tiếp tục thực hiện phương châm “ chuyên nghiệp-kỷ cương-minh bạch-cạnh tranh-hiệu quả” để xây dựng và phát triển công ty bền vững; quyết định và có những chủ trương chính sách linh hoạt theo từng giai đoạn/tình huống nhằm đạt kết quả hiệu quả cao.

Các kế hoạch hàng năm sẽ cụ thể hóa các mục tiêu chỉ tiêu và biện pháp thực hiện.

**TM HĐQT CÔNG TY
CHỦ TỊCH HĐQT**

Nơi nhân:

- Các TVHĐQT, BKS, BGD.
- Tải lên website công ty.
- Đưa vào bộ tài liệu hợp ĐHĐCĐ 2012.
- Lưu HĐQT.

PHẠM TRUNG CANG