



BIÊN BẢN HỌP HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội Đồng Quản Trị Công ty Cổ Phần Nhựa Tân Đại Hưng đã họp phiên thường lệ, từ lúc 09 giờ 00 ngày 19/08/2009, tại trụ sở công ty, số 414 lầu 5 Lũy Bán Bích P. Hòa Thạnh, Q. Tân Phú, TPHCM.

Tham dự:

- 1) Ông Phạm Trung Cang, Chủ Tịch HĐQT, **Chủ tọa cuộc họp.**
- 2) Ông Nguyễn Văn Hùng, PCTHĐQT & Tổng Giám Đốc.
- 3) Bà Nguyễn Thị Thanh Loan, thành viên HĐQT, GĐ Tài chính & Kế toán trưởng.
- 4) Chị Tôn Thị Hồng Minh, thành viên HĐQT, GĐ Kinh doanh.
- 5) Ông Phạm Văn Mẹo, thành viên HĐQT, GĐ công ty TNHH TĐH.
- 6) Ông Nguyễn Hữu Phú, thành viên HĐQT.
- 7) Chị Đào Thanh Tuyền, thành viên HĐQT, **thư ký cuộc họp.**

Mời tham dự:

- 1) Ông Nguyễn Văn Hòa, Trưởng Ban Kiểm Soát
- 2) Bà Lê thị Minh Trí, ủy viên BKS.
- 3) Bà Lê thị Mỹ Ngọc, ủy viên BKS.
- 4) Ông Lâm Nguyễn Quốc Nghĩa, KTT công ty TNHH TĐH.

Chương trình họp HĐQT:

- 1) Đánh giá kết quả hoạt động 6 tháng đầu năm 2009.
- 2) Thẩm định báo cáo tài chính sơ kết 6 tháng đã được soát xét bởi công ty kiểm toán A&C (đính kèm)
- 3) Xác lập phương hướng mục tiêu kế hoạch hoạt động 6 tháng cuối năm 2009.

Sau khi xem xét các báo cáo bổ sung, điều chỉnh các chi tiết, bàn bạc các nội dung liên quan từng phần trong chương trình họp, HĐQT đã thống nhất biểu quyết và ghi những kết luận vào biên bản cuộc họp như sau:

Phần thứ nhất: ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2009

I. Đặc điểm/tình hình môi trường kinh doanh:

- 1) **Khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu** làm mức cầu giảm, tiêu thụ sản phẩm khó khăn, giảm mạnh thương mại, xuất nhập khẩu, tiêu dùng và đầu tư tại các khu vực và quốc gia, đặc biệt là tại thị trường Mỹ.
- 2) **Chính sách ưu đãi cho vay lãi suất (kích cầu)** của nhà nước VN đã thể hiện tác dụng tích cực ngăn chặn được đà suy thoái kinh tế chung và an sinh xã hội trong nước, hỗ trợ các doanh nghiệp về vốn và góp phần giảm giá thành sản phẩm. **Từ cuối quý 2, tình trạng giảm phát và suy thoái của nền kinh tế VN** đã được ngăn chặn, bắt đầu có những dấu hiệu ổn định nhưng chưa thực sự vững chắc.
- 3) **Tỷ giá chính thức của USD** chỉ tăng nhẹ (nhưng độ lệch với thị trường khoảng 600 VNĐ/USD) do chính sách kèm chế của nhà nước. **Lãi suất huy động** ở mức thấp chưa thực sự kích thích việc huy động nguồn vốn xã hội, tiềm tàng nguy cơ lạm phát.
- 4) **Giá nguyên liệu tăng dần** (khoảng 30% so với cuối năm 2008), chủ yếu do hoạt động giá dầu và đầu cơ chứ không phải do mức cầu tăng. **Giá điện lưới tăng** và áp dụng chế độ giờ cao điểm mới làm chi phí điện thực tế tăng 14% so với giá cũ. **Giá xăng dầu tăng** làm tăng chi phí vận chuyển. **Giá cả sinh hoạt thiết yếu cũng tăng dần** (mức nhẹ).
- 5) **Tiếp tục dịch chuyển lao động** từ các trung tâm kinh tế về các tỉnh.

II. Những khó khăn:

- 1) **Xuất hiện thêm các “rào cản kỹ thuật” mới tại thị trường xuất khẩu**, thực chất là hình thức bảo hộ sản phẩm nội địa, (Châu Âu: tiêu chuẩn “REACH”, EU1994, bộ luật ỉng xir “BSCI”, tiêu chuẩn PAH; Mỹ: bộ luật “ARRA”).

- 2) **Một số khách hàng lớn của công ty trong cả hai thị trường xuất khẩu và nội địa** đã giảm khối lượng (do SX và thị phần thu nhỏ lại), thậm chí hủy bỏ một số đơn hàng đã ký kết và sản xuất xong, đề nghị đình hoãn nhận hàng vì tiêu thụ chậm và tồn kho quá lớn, các khách hàng (đặc biệt về xuất khẩu) ngày càng đưa ra thêm những đòi hỏi khắt khe về các kiểu dáng, tiêu chuẩn SP (từ đó rất dễ dàng khiếu nại đòi bồi hoàn, cũng xem như 1 biện pháp kỹ thuật để hạn chế đặt hàng trong khi vẫn có ý định duy trì quan hệ kinh doanh với công ty).
- 3) **Chi phí hoạt động tăng** (đây là đặc điểm chung của ngành nhựa nhưng đột biến trong tình hình suy giảm kinh tế), vòng quay vốn chậm.
- 4) **Tinh cạnh tranh** thị trường ngày càng quyết liệt, đặc biệt về giá cả (có ĐTCT bán dưới giá thành để duy trì hoạt động và dành khách hàng). Khách hàng chậm thanh toán.
- 5) **Lao động sản xuất không ổn định**, công ty phải giảm qui mô hoạt động từ đầu năm. Từ giữa quý 2/2009 việc tuyển dụng bổ sung gặp nhiều khó khăn, không kịp thời đáp ứng cho nhu cầu sử dụng (phải thông qua tiến trình đào tạo tay nghề ít nhất 1 tháng).
- 6) **Các hạng mục đầu tư dài hạn chưa sinh lợi theo dự kiến** (do dự án chậm triển khai hoặc gặp khó khăn trong hoạt động - điều này đã được dự báo từ đầu năm).

III. Những thuận lợi:

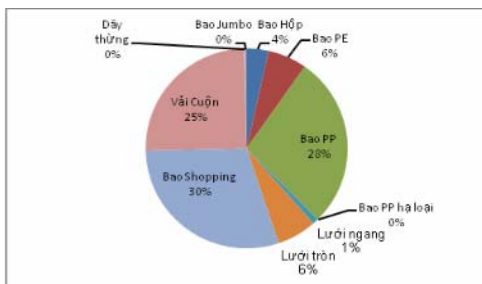
- 1) **Nhận thức về cạnh tranh** của cán bộ nhân viên và công nhân được củng cố, thể hiện qua thực thi đồng bộ, nhất quán những chủ trương, kế hoạch và đạt được những kết quả hoạt động đáng khích lệ trong 6 tháng qua.
- 2) **Uy tín của thương hiệu Tân Đại Hưng và sự tin cậy của những khách hàng then chốt** vẫn đem đến nhiều đơn hàng mặc dù SXKD của những khách hàng đã gặp những khó khăn trong giai đoạn suy thoái kinh tế chung.
- 3) **Giá tôn kho nguyên liệu** đã hạch toán giảm trừ cuối 2008 trong khi giá nguyên liệu tăng dần, giảm chi phí vốn (hưởng lãi suất vay kích cầu) tạo nên lợi thế cạnh tranh trong đàm phán giá cả đơn hàng.

IV. Hoạt động điều hành:

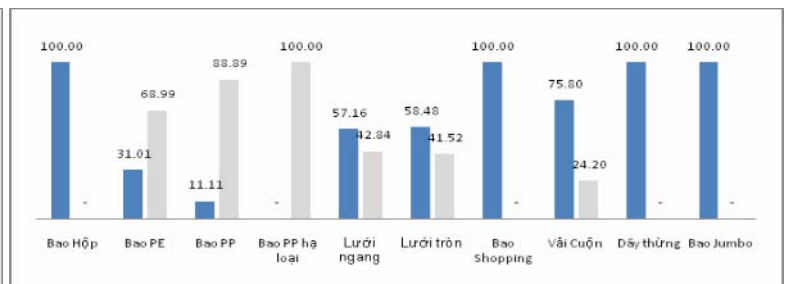
1) Tiếp thị và bán hàng:

- 1.1. **Thực hiện quảng bá** một cách hệ thống trên website của VCCI, Thương hiệu mạnh; các cầm nang danh bạ của VCCI, HEPZA, Bộ Công thương, danh bạ các Doanh nghiệp xuất khẩu của VN. (thực tế, các hình thức quảng bá này đều chưa mang đến hiệu quả trực tiếp và cụ thể, các đơn hàng đều từ các kênh tiếp thị khác!).
- 1.2. **Đẩy mạnh hoạt động tiếp xúc và liên lạc thường xuyên với khách hàng** (trong đó chú trọng tiếp thị vào thị trường nội địa để bù cho phần suy giảm của thị trường xuất khẩu), những nỗ lực đàm phán đã thuyết phục được khách hàng về giá bán có lợi và phương thức thanh toán khả thi, tìm kiếm được các đơn hàng hiệu quả phù hợp với chiến lược sản phẩm và năng lực sản xuất. Vì vậy, không những đáp ứng được yêu cầu đơn hàng trong 6 tháng đầu năm, tăng cả sản lượng và doanh thu so với cùng kỳ 2008, mà công ty đã có sẵn một số đơn hàng đến cuối năm cho bao hộp, bao lưới; quý 3 cho bao shopping... Một số khách hàng có nhu cầu đặt thêm sản lượng nhưng không khả thi do tính chất đặc thù của qui trình sản xuất những sản phẩm này và công ty phải điều phối năng lực sản xuất theo chiến lược sản phẩm
- 1.3. **Sản phẩm và sản lượng** (so sánh tăng giảm với cùng kỳ 6 tháng 2008):

- Cơ cấu sản lượng và tỷ trọng xuất khẩu/nội địa theo sản phẩm trong 6 tháng đầu năm 2009 như sau:



Cơ cấu sản lượng theo sản phẩm



Tỷ trọng sản lượng giữa xuất khẩu và nội địa

Trong đó:

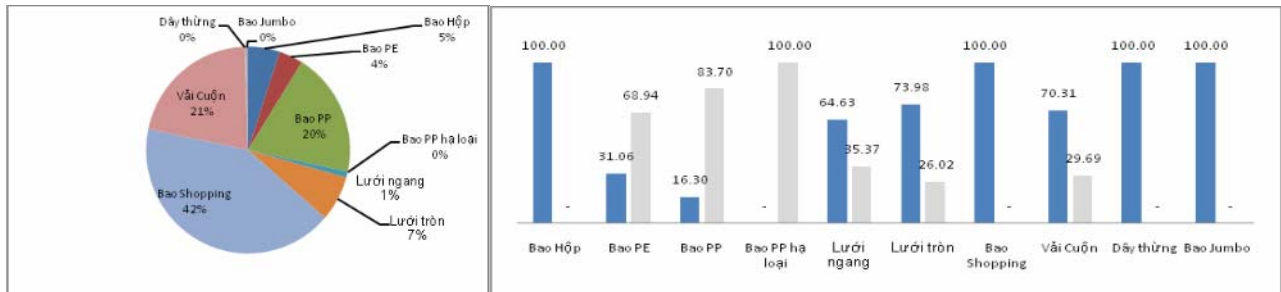
- Vải địa kỹ thuật (xuất khẩu và nội địa) tăng 24,7% (tuy nhiên, các đơn hàng xuất khẩu vào Mỹ chủ yếu do đặt hàng từ năm 2008 nên chưa phản ánh được tác động của suy giảm kinh tế, sẽ bộc lộ trong giai đoạn 6 tháng cuối năm).

- Bao shopping xuất khẩu: **tăng 14,3%**.
- Bao PP các loại (xuất khẩu và nội địa): **tăng 34,7%**.
- Lưới tròn: **tăng 49%** (dù công ty chủ động giảm năng lực theo chiến lược sản phẩm để tiết kiệm nhân lực nhưng đã có được những đơn hàng lớn và liên tục).
- Bao hộp xuất khẩu: **tăng 8,33%**

Công ty đã được Bộ Công Thương xét tặng danh hiệu “Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín năm 2008” (đạt liên tục từ năm 2003 đến nay).

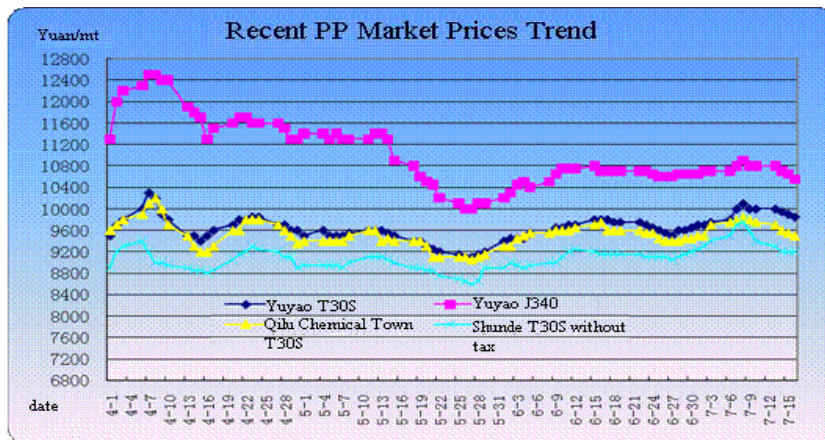
1.4. Khách hàng và doanh thu:

- Vẫn duy trì được **8 khách hàng xuất khẩu then chốt**, thân thiết.
- Có thêm được **2 khách hàng lớn nội địa**, đưa tổng số khách hàng chủ lực thành **14**.
- Cơ cấu doanh thu và tỷ trọng xuất khẩu/nội địa theo sản phẩm trong 6 tháng đầu năm 2009:



Cơ cấu doanh thu theo sản phẩm

Tỷ trọng doanh thu giữa xuất khẩu và nội địa



Ghi chú:
 Xuất khẩu
 Nội địa
 2) **Cung ứng và công:**
 chú:
 khâu
 ứng
 gia

- 1.1. Thường xuyên cập nhật thông tin từ nhiều nguồn, **nhận định sát đúng về xu hướng giá cả nguyên phụ liệu.**
- 1.2. Đã tiếp xúc trực tiếp với 1 số nhà sản xuất & cung cấp thiết bị và nguyên liệu (tại VN và quốc tế), qua đó đã **xác lập được những nguyên tắc** quan hệ, khối lượng hàng hóa vật tư, các thông số kỹ thuật, đặt mua một số thiết bị phụ tùng và nguyên liệu đạt các yêu cầu.
- 1.3. Mở rộng thêm hệ thống nhà cung cấp nguyên phụ liệu để chọn lựa, kiểm soát chặt chẽ giá mua và thời hạn & qui trình cung ứng nguyên liệu vật tư, **bảo đảm giá mua vào luôn có lợi (thấp hơn thị giá tại thời điểm mua vào) và mức tồn kho hợp lý (tồn trữ ít nhất 2,5 tháng).**
- 1.4. Phát triển mạnh mẽ lưới gia công (cả qui mô và cấp độ): in màng OPP, in bao PP, may bao shopping, các công đoạn hỗ trợ (tăng 30% khối lượng so với 2008), việc thực thi **hiệu quả một chiến lược quan trọng này** đã góp phần tăng sản lượng mà vẫn đảm bảo được thời hạn giao hàng, chất lượng thành phẩm trong điều kiện còn thiếu công nhân so với định biên cần thiết.



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

3) Sản xuất

- 3.1. Đã khảo sát và thiết lập lại toàn bộ hệ thống **định mức sản lượng** của từng loại máy móc thiết bị sản xuất và các công đoạn trong qui trình công nghệ/sản xuất, làm sơ sở xây dựng kế hoạch sản xuất.
- 3.2. **Điều độ sản xuất hợp lý** theo thứ tự ưu tiên của đơn hàng, cân đối được năng lực sản xuất nội tại với gia công để bảo đảm thời hạn giao hàng, hạn chế lãng phí thời gian chuyển đổi đơn hàng và tiết kiệm chi phí điện (*giảm tối đa thời gian tăng ca, sản xuất cao điểm và sử dụng máy phát điện dự phòng.*)
- 3.3. **Năng suất lao động** đạt và vượt định mức, phản ánh trình độ tay nghề và phong cách làm việc của công nhân đáp ứng được yêu cầu (*dù có 15% công nhân mới vào nghề chưa tròn năm.*)
- 3.4. Mở rộng phạm vi sử dụng phần mềm (*tự thiết kế*) trong **thống kê** sản lượng, quản lý kho bán thành phẩm, theo dõi tiến độ sản xuất của từng đơn hàng và mỗi công đoạn.
- 3.5. Đặc biệt, trong 6 tháng qua, công ty đã thực hiện liên tục những giải pháp đồng bộ, liên tục, triệt để nhằm **giảm dần phế liệu tại các phân xưởng**, trọng điểm đột phá là tại các PX kéo sợi, dệt, cắt, in. Kết quả đạt chỉ tiêu (*bước 1*) tại các PX này và đã giảm hơn 30% mức phế so với năm 2008. Đang tiếp tục bước 2 và tại các PX khác.

4) Quản trị chất lượng:

- 4.1. Duy trì hệ thống quản lý chất lượng ISO, cập nhật các qui trình thủ tục và nâng cấp theo tiêu chuẩn **ISO9001:2008**, đã được công ty DNV đánh giá đạt.
- 4.2. Với **nhận thức chất lượng SP** là một yếu tố và lợi thế cạnh tranh có ý nghĩa đặc biệt trong giai đoạn hiện nay và sắp tới, **trách nhiệm về CLSP** của từng cán bộ, công nhân trong mỗi công đoạn đã chuyển biến rõ nét cùng với việc thay đổi một số qui trình qui định kiểm soát CLSP trong **quan hệ “khách hàng nội bộ”** giữa các bộ phận và vị trí công việc trong quá trình sản xuất, từ đó tạo ra kết quả giảm 31% biên bản sự cố chất lượng tiến trình so với cùng kỳ 2008, cho phép giảm bớt số nhân viên KCS tiến trình, không để xảy ra những trường hợp khách hàng phàn nàn khiếu nại về CLSP, góp phần làm giảm phế liệu phế phẩm và giảm giá thành.
- 4.3. Các thông số kỹ thuật và yêu cầu chất lượng sản phẩm được **thông tin rộng rãi** trước khi triển khai sản xuất để định hướng và cảnh báo. Trong quá trình sản xuất, các trưởng bộ phận và mỗi CN đều nhận được đầy đủ các thông tin về sự cố, nguyên nhân, các biện pháp khắc phục phòng ngừa và yêu cầu cải tiến.

5) Công nghệ kỹ thuật:

- 5.1. **Tư vấn hiệu quả** cho một số khách hàng (*bao shopping, DHL, Leno, Lưới lan...*) trong thiết kế sản phẩm có lợi cho cả 2 phía.
- 5.2. Hoạt động **tạo mẫu, duyệt mẫu** đáp ứng được yêu cầu thời hạn, mẫu sản phẩm được khách hàng duyệt được bảo đảm sử dụng trong qui trình kiểm soát CLSP tại các công đoạn, kể cả gia công.
- 5.3. Sử dụng nguyên liệu và tìm ra **tỷ lệ sử dụng hiệu quả** để giảm giá thành mà vẫn bảo đảm chất lượng của từng loại phẩm/đơn hàng.
- 5.4. Đã khảo sát, nghiên cứu, trải nghiệm **“công nghệ sản xuất bao xếp dán hông”** thành công từ những thiết bị hiện có, sẵn sàng cho áp dụng khi có đơn hàng của loại sản phẩm này.
- 5.5. Sử dụng công nghệ SX bao Raschel (*lưới ngang*) để SX **“Lưới lan”**, đã có đơn hàng nội địa đầu tiên.
- 5.6. Triển khai đồng bộ hệ thống quản lý an toàn vật liệu (*Materials safety data sheets/MSDS*) tại các bộ phận và phân xưởng, được tổ chức do khách hàng chỉ định đánh giá kiểm tra thừa nhận.

6) Cơ khí và bảo trì sửa chữa:

- 6.1. **Thanh lý một số máy** (*đều đã cũ, khấu hao gần hết, năng suất thấp, tiêu thụ điện nhiều, không có nhu cầu sử dụng*), đang khảo sát và tiếp xúc một số nhà cung cấp MMTB mới, đang thử nghiệm loại máy dệt và máy cắt mới, đã đặt mua 2 máy in mới có công suất lớn hơn.
- 6.2. **Cải tiến một số chi tiết máy** kéo sợi và máy tráng làm tăng năng suất, ổn định chất lượng; cải tiến đưa máy tráng 3 vào ghép màng bao trái tim, làm mới 1 giàn thau, máy lộn bao, chế tạo thiết bị **cơ giới hóa hầu hết công đoạn cắt**; đặc biệt, phòng cơ điện đã xác định được nguyên nhân, **thay thế toàn bộ vòng dệt mới**, mang đến hiệu quả giảm 90% sự cố giao động khổ vải và giảm 30% phế dệt/tráng do dao động khổ vải.
- 6.3. Đã hình thành việc **phân cấp quản lý, bảo trì, sửa chữa MMTB** giữa phòng cơ điện với các phân xưởng, triển khai đồng bộ kế hoạch BTSC và hiệu chỉnh đến tất cả MMTB tại các phân xưởng (*đang triển khai đại tu toàn bộ máy dệt, tiến độ mới đạt ¼*).
- 6.4. **Chế tạo, gia công** được hầu hết các chi tiết máy dệt, đáp ứng được yêu cầu thay thế sửa chữa.



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

- 6.5. Bảo đảm **kiểm soát được hoạt động cung ứng, sử dụng, tồn kho vật tư kỹ thuật** đúng các định mức kỹ thuật, giảm 10% chi phí này so với giai đoạn 2008.
- 6.6. Cải tiến **hệ thống chiếu sáng** và sử dụng các **moteurs, biến tần** phù hợp để tiết kiệm điện, lắp đặt điện kế từng khu vực, từng máy (kéo sợi, tráng, taical) để theo dõi thống kê công suất tiêu thụ và làm cơ sở xây dựng định mức tiêu thụ điện cho từng công đoạn, máy trong thời gian tới.

7) **Nguồn nhân lực và hành chính**

- 6.1. Hoàn tất việc **tái cấu trúc bộ máy quản lý sản xuất và tinh gọn biên chế** theo hướng giảm bớt trung gian và chi phí quản lý, nhằm tăng cường điều hành trực tiếp tại mỗi phân xưởng. Đào tạo phát triển thay thế thành công một số các bộ quản lý và kỹ thuật.
- 6.2. Linh hoạt trong **tuyển dụng đào tạo công nhân** cho các phân xưởng, điều chuyển kết hợp với tái đào tạo tay nghề (*đa năng hóa*) giữa các công đoạn sản xuất; duy trì và khai thác được năng lực của một khối lượng công nhân phù hợp với tình hình đơn hàng.
- 6.3. Triển khai **lớp đào tạo quản lý sản xuất** cho tất cả các cấp quản lý và 1 số nhân viên chủ chốt theo nội dung đã được chọn lựa và đặt hàng (*phối hợp Hiệp hội Nhựa VN*), tổ chức theo giờ giấc phù hợp để hạn chế tối đa ảnh hưởng đến hoạt động SXKD của công ty và trách nhiệm công việc.
- 6.4. Đã được đánh giá theo bộ **"tiêu chuẩn ứng xử BSCI" (SA.8000)** theo yêu cầu của khách hàng Châu Âu, kết quả đạt, từ đó có thêm một số đơn hàng xuất khẩu.
- 6.5. Chính sách đãi ngộ:
 - Công ty vẫn bảo đảm **duy trì đầy đủ các chính sách đãi ngộ** (*Lương "net", thưởng, phúc lợi, phụ cấp, đãi thọ ăn ở và trích đóng thay bảo hiểm, khu lưu trú miễn phí, xe đưa đón, khám sức khỏe định kỳ...*).
 - Đã **nâng quỹ lương lên hơn 20%** so với cuối năm 2008 để duy trì và thu hút lao động, áp dụng **hệ thống cơ cấu thu nhập mới** cho tất cả hệ thống vị trí công việc, trong đó điều chỉnh lại đơn giá lương sản phẩm mới, ban hành các phụ cấp (*thưởng*) gắn liền với đánh giá kết quả theo mục tiêu quản lý của mỗi loại công việc. Kết quả cho thấy tâm lý người lao động phấn khởi, số lượng nghỉ việc và vi phạm nội qui qui trình giảm hẳn, CBCN quan tâm thực sự đến các kết quả công việc thuộc trách nhiệm của mình (*vì gắn liền với lợi ích/thu nhập*).
- 6.6. Duy trì tốt các **quan hệ với các cơ quan thẩm quyền** chức năng; đảm bảo **thông tin liên lạc, quan hệ lao động ANTT, PCCC, vệ sinh ATLĐ** trong nội bộ công ty.

8) **Tài chính và kế toán**

- 7.1. Quản lý điều phối tốt **dòng tiền** bảo đảm cân đối tài chính cho các hoạt động theo kế hoạch tài chính/chi phí đã duyệt, chưa để xảy ra bất cập nào về ngân sách và thanh toán.
- 7.2. Kiểm soát chặt chẽ **thu chi, thanh toán; theo dõi công nợ** và thường xuyên thu thập tình hình tài chính của khách hàng. Kiểm soát chặt chẽ **tồn kho**, không phát sinh tồn kho ngoài định mức.
- 7.3. Loại bỏ hầu hết các **lãng phí** đã nhận diện được, **tiết kiệm** thêm các chi phí thấp sáng, vận chuyển, giao hàng, vật tư văn phòng phẩm, giảm được phế liệu phế phẩm, qua đó làm giảm giá thành và các chi phí hoạt động.
- 7.4. Cập nhật **giá thành kế hoạch theo chi phí thực tế** (*nguyên vật liệu, điện, nhân công*) làm cơ sở xây dựng **giá bán cạnh tranh** và phân tích giá thành thực tế để đánh giá hiệu quả đơn hàng và khách hàng (*nội địa và xuất khẩu*).
- 7.5. **Kết quả hoạt động SXKD 6 tháng đầu năm cho thấy:**
 - Giảm (-39%) giá trị tồn kho đầu kỳ.
 - So sánh với 2008: Tỷ lệ giá vốn/doanh thu giảm nhẹ (-2%), chi phí bán hàng/doanh thu giảm (-68% do xuất khẩu giảm), chi phí tài chính/doanh thu giảm (-82%), chỉ số thanh toán nhanh và hiện hành đều tăng là những **kết quả tốt**, phản ánh được nỗ lực và hiệu quả quản lý điều hành (*để nghị xem chi tiết trong BCTC 6 tháng đã soát xét*).

8. **Quản lý điều hành chung:**

- 8.1. **Đội ngũ chủ chốt** được thông tin chính xác đầy đủ kịp thời về thị trường và khách hàng, về tổ chức và kết quả hoạt động của công ty, làm cơ sở để tạo ra sự đồng tâm hiệp lực, phát triển tầm nhìn, chiến lược chiến thuật SXKD, mục tiêu kế hoạch hoạt động, hội tụ được các nguồn lực.
- 8.2. **Mục tiêu kế hoạch, nhiệm vụ trọng tâm và chương trình hành động** của công ty, của từng bộ phận được xây dựng và triển khai theo tháng/tuần, tổ chức đánh giá đúc kết thường xuyên, kịp thời và nghiêm túc.



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

- 8.3. **Quyết định** theo tình huống trong tiến trình PDCA được thực hiện khách quan kịp thời trên cơ sở tuân thủ những định hướng và chiến lược thị trường/sản phẩm, chiến lược quản lý điều hành, sử dụng tiết kiệm và phát huy hiệu quả các nguồn lực cơ hữu, tận dụng được những cơ hội thị trường trong bối cảnh rất khó khăn.
- 8.4. Có sự chuyển biến rõ nét về **phong cách làm việc**: sâu sát thực tiễn, kiên trì đeo bám, chủ động thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ trọng tâm của các cán bộ quản trị, nhất là cấp trưởng bộ phận và quản lý phân xưởng. Sự phối hợp giữa các bộ phận chức năng đã nhuần nhuyễn hơn.
- 8.5. **Hoạt động điều hành tại các phân xưởng/công đoạn sản xuất**: các Giám đốc phân xưởng đã nắm vững kế hoạch sản xuất và những yêu cầu, nhiệm vụ trọng tâm; quen dần với điều độ sản xuất của PX, bám sát tiến trình, chủ động xử lý các vấn đề thuộc trách nhiệm PX/công đoạn SX, kiểm soát tương đối chặt chẽ lao động, MMTB, nguyên phụ liệu, bán thành phẩm, tiến trình SX... tạo ra hiệu quả rõ nét về năng suất, sản lượng, chất lượng, phế, sử dụng điện và MMTB, trật tự vệ sinh và an toàn lao động trong PX và phối hợp giải quyết những vấn đề chung trong qui trình sản xuất (*tiến độ, chất lượng, điều phối nhân lực...*).

6. Kết quả Thực hiện những chỉ tiêu chủ yếu 6 tháng đầu năm 2009:

- 1) **Sản lượng bao bì**: **3.130** tấn, đạt 60,6% kế hoạch năm 2009, *(Tăng 25,3% so với cùng kỳ 2008).*
- 2) **Doanh thu**: **208** tỷ đồng, đạt % kế hoạch năm 2009,
Trong đó: doanh thu SXKD bao bì: **126** tỷ *(Tăng 25,8% so với cùng kỳ 2008)*
- 3) **Lợi nhuận**: **15,1** tỷ đồng, đạt 103 % kế hoạch năm.
(đề nghị xem chi tiết trong báo cáo tài chính 6 tháng 2009 đã soát xét bởi công ty kiểm toán A&C)

7. Hoạt động của Hội đồng quản trị trong 6 tháng đầu năm:

- 1) **Qui chế quản trị nội bộ**: được thực hiện HĐQT thực hiện chủ động và nghiêm túc.
- 2) **Công ty đã tuân thủ nghiêm túc các qui định và hướng dẫn** của các cơ quan thẩm quyền đối với tổ chức và hoạt động của Công ty Đại chúng đã niêm yết, bảo đảm các chế độ báo cáo đến UBCKNN và Sở GD&ĐT, và công bố thông tin rộng rãi đến các cổ đông *(qua website, đăng báo ĐTCK)*.
- 3) **Chủ tịch HĐQT** đã điều hành các hoạt động của HĐQT đúng theo thẩm quyền, các mục tiêu chương trình đã được ĐHCĐ và HĐQT quyết định.
- 4) **Các thành viên HĐQT và BKS** được chia sẻ đầy đủ kịp thời các thông tin nội bộ; sâu sát nắm vững tình hình; tư vấn, tham gia trong hoạch định, quyết định các chủ trương kế hoạch và giám sát các hoạt động của công ty.
- 5) **HĐQT đã**:
 - 4.1. **Tổ chức ĐHCĐ thường niên 25/03/2009** đúng theo kế hoạch và những qui định chung. *(tuy nhiên, việc tổ chức gặp khó khăn và hạn chế do nhiều cổ đông cư ngụ tại các địa phương khác nhau nên không đến dự đầy đủ nhất là cổ đông sở hữu ít cổ phiếu, gây lãng phí trong công tác tổ chức), HĐQT chưa có biện pháp khắc phục hiệu quả vì phải tuân thủ quyền cổ đông đã được pháp luật và điều lệ xác lập).*
 - 4.2. Triển khai toàn diện, nghiêm túc và hiệu quả **ngụ quyết ĐHCĐ** năm 2009 về sản xuất kinh doanh.
 - 4.3. **Hoàn chỉnh cơ cấu quản lý mới**, bổ nhiệm các trưởng bộ phận chức năng kiêm nhiệm Giám đốc phân xưởng. Hiệu quả của cơ cấu mới thể hiện: các các bộ chủ chốt đều phát huy vai trò trách nhiệm cá nhân gắn liền với những mục tiêu chung, phát triển năng lực và phong cách làm việc. Sáp nhập Tổ kho bán thành phẩm vào tổ thống kê, qua đó kiểm soát chặt được sản lượng, tiến độ, tồn kho, phế của từng Phân xưởng, từng đơn hàng.
 - 4.4. **Cân nhắc và ban hành chính sách đãi ngộ mới**: điều chỉnh nâng lương, quyết định cơ cấu thu nhập mới gắn liền với kết quả thực hiện các mục tiêu quản trị SXKD của công ty và từng bộ phận, tạo được lực đẩy đối với CBCN.
- 7.1. **Có những quyết định đúng và kịp thời** về chiến lược sản phẩm, chính sách kinh doanh đối với khách hàng, chính sách giá, chính sách mua hàng và chiến lược gia công.
- 6) **Giám sát toàn diện hoạt động của công ty**, nắm vững tình hình tổ chức hoạt động của công ty, hỗ trợ tích cực cho hoạt động điều hành mà không can thiệp sâu vào hoạt động của Ban Giám Đốc.
- 7) **Tham gia hoạt động của HĐQT, hỗ trợ BGD các dự án** mà công ty đã đầu tư vốn; trong 6 tháng đầu 2008, Công ty Đại Hưng Thịnh kinh doanh khá hiệu quả, Công ty Đại Hưng Phát đã đi vào SXKD thực tế nhưng còn gặp nhiều khó khăn do nhu cầu sử dụng hạt tái sinh giảm *(các doanh nghiệp giảm qui mô, giá nhựa chính phẩm giảm có lúc bằng giá nhựa tái sinh tồn kho)*.

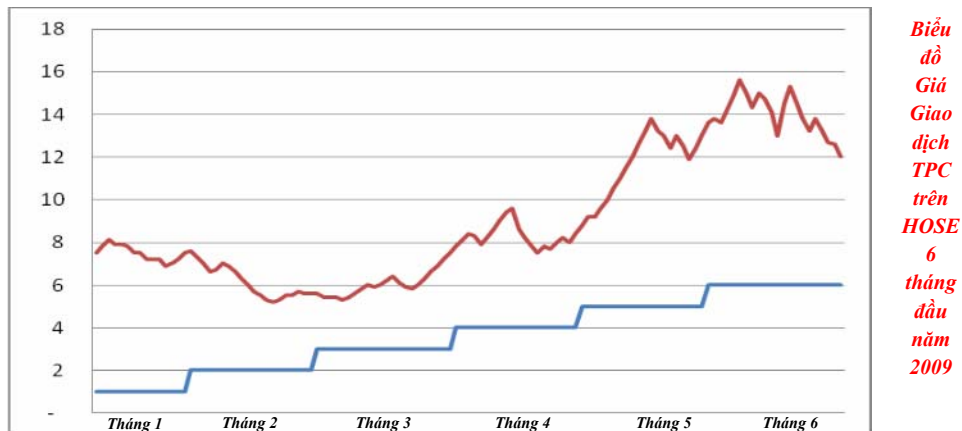
8) Quản lý cổ phiếu:

8.1. Các loại cổ phiếu do công ty đang sở hữu:

- Tổng số cổ phiếu công ty (TPC) đang lưu hành: **20.546.000 cp.**
- Tổng số cổ phiếu quỹ: **661.640 cp.**
- Tổng số cổ phiếu chuyển thành đầu tư dài hạn: EIB = (311.083 cp gốc + 68.438 CP thưởng) = **379.521 cp**, ALTA = **177.960 cp.**

8.2. Quá trình giao dịch TPC:

Tháng	Giá bình quân GQ	Khối lượng Giao dịch		Giá trị giao dịch (VND)	
		Tổng Số CP	Trung bình/phiên	Tổng giá trị	Trung bình/phiên
Tháng 1	7.48	782,730	52,182	5,816,279,000	387,751,933
Tháng 2	6.12	1,304,570	65,229	7,710,521,000	385,526,050
Tháng 3	6.03	1,481,079	67,321	9,527,004,000	433,045,936
Quý I	6.54	3,568,379	62,603	23,053,804,000	404,402,752
Tháng 4	8.28	3,083,030	154,152	25,498,165,000	1,274,908,250
Tháng 5	11.65	6,422,930	321,147	78,210,096,000	3,910,504,800
Tháng 6	13.97	8,365,950	398,236	125,474,299,000	5,703,377,277
Quý II	11.38	17,871,910	292,933	229,182,560,000	3,696,492,903
6 tháng	8.97	21,440,289	180,170	252,236,364,000	2,119,633,311



8.3. Nhận định:

- Thị trường chứng khoán có những chuyển động mạnh từ cuối quý 1, các chỉ số VN index đã tăng dần lên gần 50% so với đầu năm (nhưng chưa thể nói là niềm tin của nhà đầu tư đã hồi phục và TTCK đã ổn định, ngược lại, những dao động của các chỉ số chứng khoán, dòng tiền giữa thị trường này với thị trường bất động sản & vàng & ngoại tệ tự do và là bất định và thực tế là không kiểm soát được, ẩn chứa những nguy cơ “bong bóng”)
- **Khối lượng giao dịch:** TPC là một cổ phiếu có khối lượng giao dịch lớn, thể hiện tính thanh khoản cao trên thị trường. (Ngày 3/2 giao dịch ít nhất=9.150 CP, ngày 18/6 giao dịch nhiều nhất = 1.145.240 CP).
- **Giá giao dịch:** thấp nhất là 5.2 (ngày 19/2), cao nhất là 15.6 (ngày 08/6); biên độ giá rất cao (3 lần) trong 6 tháng; từ tháng 5 trở đi tương đối ổn định.
- Có 2 giao dịch thỏa thuận vào các ngày 25/5 và 29/6, tổng số 60.000 CP trị giá 772.000.000 đồng
- Tâm lý “đám đông, bày đàn” thể hiện rõ trong giao dịch; hoạt động “cắt lỗ” tập trung trong quý 1 (đặc biệt sau khi công bố BCTC năm 2008, trước khi họp ĐHĐCĐ thường niên) và “chốt lời” tập trung trong quý 2.
- Công ty không thể tác động gì đến giao dịch của TPC, ngoại trừ việc công bố thông tin và thực hiện quan hệ cổ đông theo pháp luật và qui chế quản trị nội bộ qui định.



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

9. Nguyên nhân thành tựu và những bài học đúc kết được:

- 1) **HDQT công ty đã nhận diện đúng tình hình và xu thế thị trường**, từ đó đã có những định hướng và chính sách đúng, có những quyết định đúng và trúng trong quản lý và điều hành.
- 2) **Thực thi một chiến lược thị trường, cơ cấu sản phẩm và chiến lược giá bán phù hợp**, chọn lựa những sản phẩm/đơn hàng có hiệu quả nhất để tổ chức SXKD.
- 3) **Đội ngũ cán bộ chủ chốt** luôn bình tĩnh trước những biến động, linh hoạt thực hiện những biện pháp trong điều hành và các nhiệm vụ trọng tâm để ổn định sản xuất và giữ gìn thị trường khách hàng.
- 4) **Ban Giám Đốc** thể hiện đoàn kết, trách nhiệm; tuân thủ những định hướng và chủ trương của HĐQT, đeo bám thực hiện các mục tiêu, chương trình, kế hoạch.
- 5) **Trong quá trình đương đầu với những thách thức khó khăn**, đã vận dụng các điều kiện để tái cấu trúc công ty, củng cố nội lực, phát triển gia công liên kết, thúc đẩy năng lực và hiệu quả quản lý điều hành SXKD chung và của từng chức năng chuyên môn.

10. Những hạn chế và tồn đọng:

1. Về điều hành:

- 1.1. **Tổng công nợ bán hàng và nợ quá hạn tăng**, đặc biệt là khách hàng xuất khẩu, ẩn chứa rủi ro thanh toán. Một số khách hàng xuất khẩu lớn có những biểu hiện áp lực chi phối công ty về giá, điều kiện thanh toán (*do hiểu tình hình khó khăn chung về thị trường xuất khẩu và cạnh tranh về giá của các đơn vị sản xuất, nhà cung cấp*).
- 1.2. **Một số đơn hàng nội địa tuy lớn** nhưng thường yêu cầu giao hàng nhanh, nhiều mẫu mã (*in*) làm năng suất giảm hơn so với định mức bình thường, và khó khăn trong điều độ sản xuất để tránh hiệu ứng “thất cổ chai” (*trong khi công ty không chủ trương SX trước để tăng tồn kho trong giai đoạn vừa qua*).
- 1.3. **Chất lượng các công đoạn gia công** còn thường xuyên phát sinh khiếm khuyết trong khi Công ty đòi hỏi rất chuẩn mực, phải tốn nhiều công sức và thời gian để kiểm tra, chấn chỉnh, xử lý và giúp đơn vị gia công nâng cao khả năng quản lý, khắc phục các lỗi CLSP.
- 1.4. **Hiệu suất sử dụng MMTB** chỉ đạt 80% do 2 nguyên nhân chủ yếu: thiếu đơn hàng trong quý 1 và thiếu lao động trong quý 2. Hoạt động bảo trì sửa chữa còn nhiều bất cập, cần phải cải tiến để bảo đảm các thông số vận hành chuẩn và giảm sự cố hư hỏng, làm giảm công suất và sản lượng định mức. Chậm xác định định mức điện sản xuất theo các loại thiết bị/công đoạn/đơn hàng.
- 1.5. **Hoạt động tuyển dụng** chưa đáp ứng kịp nhu cầu bổ sung & khôi phục; chưa triển khai được cơ cấu tổ chức mới của phòng công nghệ.
- 1.6. **Trong điều hành**, các TBP và Giám đốc PX chưa chủ động triển khai được các chỉ tiêu cụ thể đến từng tổ SX và từng nhân viên từ mục tiêu chung của công ty và của Bộ phận/PX, phong cách chưa thực sự nhất quán, hệ thống theo kế hoạch và qui trình mà còn thiên về sự vụ. Cấp tổ trưởng dù có chuyên môn nhiều về năng lực và phong cách nhưng còn thụ động, ỷ lại vào cấp trên và BGD, đặc biệt là về lãnh đạo và quản lý nhân viên, công nhân. Từ đó, hạn chế những kết quả thực hiện các mục tiêu lẽ ra có thể đạt được cao hơn.
- 1.7. **Về tài chính kế toán**: chưa phân bổ hợp lý các chi phí chung, chưa thể hiện được vai trò của kế toán kho và thống kê sản xuất, tiến độ cung cấp các báo cáo tài chính và kế toán còn rất chậm so với yêu cầu.

2. HDQT đã không thể thực hiện được 2 hạng mục mà Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên 2009 đã đề ra:

- 2.1. Không được phép sử dụng vốn thặng dư để bù các khoản lỗ năm 2008,
- 2.2. Không được mua thêm CP quỹ.

Nguyên nhân: các cơ quan thẩm quyền (*UBCKNN, Sở GD&ĐT, Bộ Tài Chính*) đã xác định công ty bị lỗ năm 2008 nên không được phép thực hiện những hạng mục trên theo những qui định hiện hành.

Phần thứ hai:

THẨM ĐỊNH BÁO CÁO TÀI CHÍNH 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2009 ĐÃ SOÁT XÉT BỞI CÔNG TY KIỂM TOÁN A&C

- 1) HDQT nhất trí thông qua báo cáo tài chính 6 tháng đầu năm 2009 của công ty, đã soát xét bởi công ty kiểm toán A&C và chứng thư soát xét BCTC do công ty A&C ban hành (*đính kèm*).
- 2) HDQT đề nghị BGD cải tiến qui trình lập báo cáo, chuẩn bị hồ sơ chứng từ và phối hợp công ty kiểm toán A&C thực hiện việc soát xét, kiểm toán sao cho phù hợp với thời hạn báo cáo do cơ quan thẩm quyền qui định, **không để chậm trễ thời hạn báo cáo, chậm công bố thông tin cho cổ đông**, phát sinh thêm những việc không cần thiết.



Phần thứ ba:

PHƯƠNG HƯỚNG MỤC TIÊU KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG 6 THÁNG CUỐI NĂM 2009.

I. Nhận định và dự báo ngắn hạn về môi trường kinh doanh trong 6 tháng cuối năm:

- 1) **Khủng hoảng tài chính được ngăn chặn** (tuy vẫn còn diễn ra những hệ lụy và các nước lớn còn lâu mới có thể thống nhất cơ chế và thiết lập được nền công nghệ tài chính toàn cầu mới để phòng tránh khủng hoảng theo hệ thống cũ); **suy thoái kinh tế dần chậm đậy** và bắt đầu đi lên trước hết là thị trường nội địa của mỗi quốc gia (dù mô hình U, V, L), thị trường xuất khẩu phục hồi dần nhưng chậm, đặc biệt là tại Mỹ (ảnh hưởng lớn đến mục tiêu KH xuất khẩu vào thị trường này trong 6 tháng cuối năm của công ty).
- 2) Các quốc gia tiếp tục kéo dài và có thêm những hình thức mới để **bảo hộ sản xuất nội địa**.
- 3) **Giá nguyên liệu nhập khẩu** sẽ tăng dần thêm đến mức 10%-20% so với tháng 7/2009 (do ảnh hưởng của nhiều tác nhân), nhưng sẽ không tăng đột biến.
- 4) Nhà nước VN sẽ ban hành những **chính sách vĩ mô ngắn hạn** sao cho vừa kích thích tăng trưởng, vừa kiềm chế lạm phát, trong đó, cơ chế điều hành và **tỷ giá USD** có thể thay đổi theo hướng khuyến khích xuất khẩu; tiếp tục kích cầu vào những lĩnh vực ngành nghề sử dụng nhiều lao động (**đặc biệt là xây dựng cơ sở hạ tầng**) và tiêu dùng tại nông thôn.
- 5) Ngành SX thức ăn gia súc, ngành chăn nuôi (sử dụng bao bì) và **ngành SX bao bì VN** sẽ tiếp tục gặp khó khăn (cả thị trường nội địa và xuất khẩu).
- 6) Tiếp tục **cạnh tranh khốc liệt (đặc biệt là giá)** để giành thị phần (cả phạm vi quốc gia và doanh nghiệp).

II. Định hướng:

- 1) Theo dõi cập nhật thường xuyên thông tin về chính sách tài chính kinh tế của các quốc gia và của nhà nước VN, về giá cả thị trường (đầu vào và đầu ra), về khách hàng của công ty, từ đó có những quyết định cụ thể phù hợp với điều kiện khách quan/chủ quan và hiệu quả nhất.
- 2) Tiếp tục khai thác và dựa vào thị trường nội địa để duy trì qui mô sản xuất, nhưng ưu tiên dùng năng lực sản xuất để xuất khẩu (nhằm giữ được thị phần doanh thu và nguồn thu ngoại tệ).
- 3) Linh hoạt trong tìm kiếm và ký kết đơn hàng, sao cho vừa đáp ứng chỉ tiêu lợi nhuận, vừa giành lại thị phần, vừa làm nên tăng thúc đẩy tăng dần năng lực sản xuất, khai thác hết công suất MMTB hiện có (**đặc biệt là năng lực in sau khi đầu tư thêm 2 máy in mới**).
- 4) Tiếp tục nâng cao kiến thức & kỹ năng quản lý điều hành, đặc biệt là cấp Tổ trưởng, lấy kết quả thực hiện mục tiêu kế hoạch để đánh giá hiệu quả quản lý.
- 5) Tác động hỗ trợ, thúc đẩy các dự án đã đầu tư hoạt động theo kế hoạch.

III. Xác lập Mục tiêu/chỉ tiêu chủ yếu 6 tháng cuối năm:

- 1) **Sản lượng (bao bì):** 3.200 tấn, trong đó xuất khẩu không thấp hơn 50%.
- 2) **Doanh thu (bao bì):** 125 tỷ
- 3) **Lợi nhuận (bao bì):** 9 tỷ
- 4) **Tổng số CBCN:** 720 người tại thời điểm cuối năm 2009
- 5) **Năng lực sản xuất:** tăng 25% so với 6 tháng đầu năm 2008.
- 6) **Hiệu suất sử dụng MMTB bình quân:** $\geq 80\%$ (do đầu tư thêm MMTB không thể cùng lúc).
- 7) **Tổng phế** (của công ty và của từng công đoạn): giảm 30% so với 6 tháng đầu năm.
- 8) **Không để xảy ra bất cứ khiếu nại nào của khách hàng về CLSP và thời hạn giao hàng.**
- 9) **Không để xảy ra bất cứ rủi ro nào (nợ không đòi được) trong công nợ khách hàng.**

IV. Những biện pháp và nhiệm vụ trọng tâm:

1) Về tiếp thị và bán hàng:

- 1.1. Tiếp cận để chọn lựa khách hàng tiềm năng (tập đoàn phân phối) nhằm xuất khẩu bao shopping và vải địa kỹ thuật vào thị trường Mỹ (trong đó phải vượt qua được rào cản chính sách "ARRA"/"Buy American"); tìm thêm khách hàng mới để tăng xuất khẩu các loại sản phẩm vào Châu Âu (và tránh sự lệ thuộc nhiều về thị phần, doanh thu, thanh toán vào một số ít khách hàng chủ yếu hiện tại).



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HƯNG

- 1.2. Tiến hành một chương trình gặp gỡ, khảo sát, trao đổi, đánh giá tình hình cụ thể của từng khách hàng nội địa nhằm đạt được thỏa thuận cụ thể về đơn hàng cuối năm; qua đó xác lập được **chiến lược sản xuất kinh doanh cụ thể đối với từng khách hàng (và của công ty) trong giai đoạn từ 2010 trở đi (thời kỳ hậu suy thoái)**, xây dựng kênh tiếp thị và phân phối sản phẩm “Vải địa kỹ thuật” và “Ông chống lờ” (*đê mềm*).
- 1.3. Linh hoạt trong đàm phán về **giá bán (cạnh tranh) và phương thức thanh toán có thể hạn chế thấp nhất được rủi ro**, cung cấp được những đơn hàng phù hợp với công nghệ sản xuất, khai thác được năng lực sản xuất của các công đoạn trong từng tháng/quí.
- 1.4. Tăng cường hoạt động **chăm sóc khách hàng**, chú trọng thu thập thông tin về **đối thủ cạnh tranh** để có các chính sách thị trường phù hợp và hiệu quả.

2) Về Chất lượng sản phẩm:

- 2.1. Trong mọi tình huống, luôn bảo đảm các **tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và những cam kết đối với khách hàng là một yếu tố cạnh tranh**; tìm hiểu và đáp ứng được để vượt qua các “rào cản kỹ thuật” tại thị trường xuất khẩu (*các tiêu chuẩn “REACH”, “PAH”..*).
- 2.2. Duy trì cơ chế hoạt động tuân thủ đúng hệ thống đã xây dựng, đã được đánh giá thừa nhận theo tiêu chuẩn **ISO 9001:2008, BSCI, MSDS**.
- 2.3. Tăng cường hệ thống **kiểm soát chất lượng gia công** đáp ứng yêu cầu chiến lược phát triển gia công, đảm bảo **chỉ có thành phẩm đạt các thông số kỹ thuật và yêu cầu** mới chuyển giao cho khách hàng.

3) Về Cung ứng/gia công:

- 3.1. Chọn lựa, **mở rộng hệ thống nhà cung cấp** nguyên nhiên phụ liệu, phụ gia đầu vào, thỏa thuận ký kết được các hợp đồng nguyên tắc để xác lập và ổn định nguồn cung cấp và chất lượng hàng hóa; đàm phán hiệu quả để có được **giá mua và chi phí mua hàng thấp nhất** trong từng thương vụ,
- 3.2. Tận dụng khả năng vốn, **mua thêm các loại nguyên liệu chủ yếu để tăng tồn kho và kinh doanh nguyên vật liệu** một cách linh hoạt để tăng hiệu quả sử dụng vốn.
- 3.3. Phát triển thêm các vệ tinh để **mở rộng gia công thêm 1 số công đoạn khác (kéo sợi, dệt)**.

4) Về Công nghệ & kỹ thuật:

- 4.1. Thường xuyên cải tiến công thức phối trộn, tăng tỷ lệ sử dụng các loại nguyên liệu và phụ gia có chi phí thấp hơn mà vẫn đảm bảo CLSP, xem đây là **1 biện pháp trọng tâm để hạ giá thành và tăng cạnh tranh giá bán** trong khi giá NLVT tăng dần.
- 4.2. Cải tiến qui trình phối hợp, **cung cấp mẫu** cho khách hàng trong thời hạn nhanh nhất; phát huy hoạt động **tư vấn cho khách hàng** về kiểu dáng và chất liệu sử dụng sao cho hai bên cùng có lợi.
- 4.3. Triển khai sản xuất một số đơn hàng để tích tụ kinh nghiệm công nghệ sản xuất **bao “xếp dãn hông”**.
- 4.4. Tiếp tục đầu tư **đổi mới MMTB sản xuất (máy kéo sợi, dệt, tráng)** có công suất lớn hơn, tiêu thụ điện ít hơn, phù hợp với qui trình công nghệ và chiến lược sản phẩm. Lắp đặt thêm 2 máy In, đảm bảo vận hành đạt các thông số kỹ thuật và chất lượng sản phẩm trong thời hạn ngắn nhất.
- 4.5. Khắc phục những bất cập trong **bảo trì, hiệu chuẩn**. Hoàn tất kế hoạch đại tu tất cả máy dệt. **Xác lập các định mức: tiêu thụ điện/máy/PX, sử dụng vật tư kỹ thuật, thời gian sửa chữa sự cố MMTB và điện làm cơ sở kiểm soát và đánh giá trình độ kỹ thuật và kết quả công việc của đội ngũ kỹ thuật**. Bảo đảm khối lượng, chất lượng **gia công cơ khí** và không lãng phí vật tư.

5) Về sản xuất:

- 5.1. **Điều phối hợp lý hoạt động** giữa các phân xưởng, giữa năng lực nội tại và gia công bảo đảm phát huy được năng suất của từng công đoạn, đúng tiến độ sản xuất và lịch giao hàng.
- 5.2. **Kiểm soát chặt chẽ** : NLVT, định lượng/định mức sử dụng và trọng lượng BTP theo từng công đoạn, khối lượng BTP và thành phẩm của từng đơn hàng trong suốt tiến trình, không để phát sinh tồn kho ngoài kế hoạch, phế liệu phế phẩm làm cơ sở đánh giá kết quả đánh giá hiệu quả sản xuất và trách nhiệm của cán bộ công nhân.
- 5.3. **Tổ chức sản xuất dự phòng** trước 1 số bán thành phẩm, chấp nhận tăng tồn kho theo số lượng được duyệt.
- 5.4. Phát huy đầy đủ vai trò **thông kê sản xuất** là một công cụ thông tin và tham mưu trong điều hành sản xuất của từng phân xưởng.
- 5.5. Thiết lập các **mục tiêu, chỉ tiêu để định hướng hoạt động của từng cán bộ quản lý và công nhân**, làm cơ sở đánh giá kết quả sản xuất của từng phân xưởng và cá nhân và thực hiện chính sách khen thưởng.



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HÙNG

6) Về Nguồn nhân lực:

- 6.1. Có những biện pháp tuyển dụng hiệu quả để **cung cấp đủ nguồn nhân lực** (kể cả lao động đã đào tạo trong ngành và phổ thông). Tăng phụ cấp đào tạo và giám sát chặt chẽ tiến trình và kết quả đào tạo CN mới & tái đào tạo đa dạng hóa tay nghề CN cũ, tổ chức đánh giá phân loại trình độ tay nghề CN trong thời điểm cuối năm. Điều phối linh hoạt lao động giữa các PX theo yêu cầu kế hoạch và tiến độ sản xuất..
- 6.2. Duy trì và phát huy tác dụng của **chế độ đánh giá kết quả công việc** theo cơ cấu thu nhập mới, tiếp tục xem xét cải tiến đơn giá lương sản phẩm 1 số công đoạn để **tăng thu nhập công nhân**; xây dựng **chính sách khen thưởng thành tích 6 tháng cuối năm và cả năm 2009** theo các định hướng của công ty và chương trình mục tiêu cá nhân và bộ phận đã được phê duyệt.
- 6.3. Hoàn tất chương trình **đào tạo quản lý sản xuất**, hướng dẫn **đăng ký chương trình áp dụng** nội dung đã đào tạo cho từng cán bộ quản lý và phân xưởng. Tạo điều kiện thuận lợi về thời gian và chi phí để chọn/cử một số cán bộ tham dự các **khóa đào tạo quản trị (cao cấp)**, nâng cao dần khả năng sử dụng **anh ngữ**.

7) Về cơ cấu tổ chức:

- 7.1. Sáp nhập phòng KCS và Phòng công nghệ, đặt tên là **Phòng Công nghệ & QA** (gồm cả 2 chức năng nhiệm vụ cũ, nhưng chỉ trực tiếp quản lý KCS gia công và thành phẩm). Bổ sung nhân sự có khả năng đảm nhiệm và phát triển.
- 7.2. Chuyên **kế toán lương** về trực thuộc phòng HCNS để kiểm soát và linh hoạt hơn trong thực hiện chế độ chính sách.
- 7.3. **Thử nghiệm mô hình** sáp nhập thống kê với kế toán kho để phát huy thêm vai trò thông tin và tham mưu cho điều hành sản xuất.

8) Về tài chính kế toán:

- 2.3. Hoàn chỉnh **bộ khung “Giá thành kế hoạch”** cho từng loại sản phẩm làm cơ sở để xác định giá bán và kiểm soát bảo đảm **chi phí sản xuất** trong hạn mức.
- 2.4. Cải tiến qui trình, **qui định thời hạn hoàn thành báo cáo**, phân công hợp lý nhân viên để lập các báo cáo kịp thời.
- 2.5. Kiểm soát chặt chẽ **thu chi/công nợ/thanh toán**, không để nợ vượt định mức, không để xảy ra bất cứ rủi ro nào trong công nợ khách hàng.
- 2.6. Thực hiện **cân đối thu chi/thanh toán hàng tuần** để quản lý chặt chẽ dòng tiền và cân đối tài chính, không để xảy ra những bất cập về thanh toán, đặc biệt là **lịch chi trả USD** cho ngân hàng.

9) Về quản lý điều hành chung:

- 9.1. Đảm bảo thực hiện **qui chế quản trị** công ty, thực hiện thắng lợi **ng nghị quyết ĐHĐCĐ** và các **ng nghị quyết** của HĐQT; tìm kiếm các **cơ hội đầu tư mới** có tiềm năng và hiệu quả.
- 9.2. **Đảm bảo** nhất quán về nhận thức và hành động đúng theo định hướng và mục tiêu kế hoạch; thông tin, phối kết hợp giữa các bộ phận; **quyết định** linh hoạt trên cơ sở khách quan thực tiễn; đề cao tính tiên phong về **trách nhiệm và phong cách** sâu sát & chủ động của các trưởng bộ phận; duy trì nghiêm **kỷ cương điều hành**.
- 9.3. Tiếp tục phát triển **mô hình quản lý sản xuất mới** (trọng điểm tại PX tráng ghép và PX In); hoàn chỉnh **qui chế hoạt động của từng phân xưởng**; hướng dẫn đào tạo nâng cao khả năng, phát huy vai trò trách nhiệm và tăng quyền hạn các **Giám đốc phân xưởng** trong điều hành sản xuất, xem đây là môi trường để thử thách chọn lựa phát triển đội ngũ chủ chốt kế cận trong thời gian tới.
- 9.4. **Xây dựng và trình duyệt kế hoạch hoạt động 2010** theo hướng: **“dựa vào nguồn lực cơ hữu và mở rộng liên kết gia công, phát huy năng lực cốt lõi và sở trường, cân đối giữa mục tiêu trước mắt và trung hạn, nâng cao hình ảnh thương hiệu và khả năng cạnh tranh sản phẩm, mở rộng thị phần, phát triển tính chuyên nghiệp”**.

HĐQT trân trọng thừa nhận và biểu dương nỗ lực & kết quả hoạt động của đội ngũ điều hành và tất cả cán bộ nhân viên công nhân trong 6 tháng đầu năm 2009.

HĐQT cảnh báo:

- **Không thể chủ quan với kết quả 6 tháng đầu năm, lợi nhuận 6 tháng đầu là bất thường (so với chỉ tiêu) do những nguyên nhân bất thường (thị giá nguyên liệu tăng dần trong khi giá tôn kho đã giảm trừ dự phòng, hưởng lãi vay kích cầu...), những tác nhân này sẽ không còn hiệu quả trong thời gian tới.**
- **Giai đoạn 6 tháng cuối năm sẽ còn nhiều khó khăn thách thức phải vượt qua với sự cẩn trọng cần thiết và quyết tâm cao hơn nữa, vì vậy công ty cần phát triển và phát huy những giải pháp/biện pháp marketing hiệu quả, tiếp tục kiểm soát nội bộ tốt, triệt tiêu mọi lãng phí, tăng năng suất, giảm CPSX và giá thành.**



CÔNG TY CỔ PHẦN NHỰA TÂN ĐẠI HÙNG

HDQT sẽ tạo mọi thuận lợi để cán bộ nhân viên và công nhân hoạt động với mong muốn và tin tưởng:

“Với tâm huyết, khả năng và trách nhiệm của mọi người, chiến lược sản xuất kinh doanh công ty sẽ đạt hiệu quả, phát huy được nội lực, tận dụng được thời cơ thị trường; Công ty không những sẽ vượt qua giai đoạn đặc biệt khó khăn của năm 2009, hoàn thành xuất sắc các nhiệm vụ trọng tâm đã đề ra, đạt vượt các chỉ tiêu kế hoạch, mà còn tạo ra nền tảng để phát triển bền vững trong giai đoạn từ 2010 trở đi”.

HDQT Giao trách nhiệm cho Ông Phạm Trung Cang, Chủ tịch HDQT, trực tiếp triển khai thực hiện nghị quyết của HDQT và báo cáo lại kết quả trong kỳ họp kế tiếp.

Phiên họp đã kết thúc lúc 12giờ 30 cùng ngày, biên bản họp đã đọc lại cho các thành viên nghe và nhất trí ký tên.

<p><i>Phó Chủ Tịch HDQT</i></p> <p>NGUYỄN VĂN HÙNG</p> <p><i>Thành viên dự họp</i></p>	<p><u>Chủ Toạ cuộc họp</u> Chủ Tịch HDQT</p> <p>PHẠM TRUNG CANG</p> <p><i>Thành viên Dự họp</i></p> <p>NGUYỄN THỊ THANH LOAN</p> <p><i>Thành viên dự họp</i></p> <p>PHẠM VĂN MỆO</p> <p><i>Thành viên dự họp & <u>Thư ký cuộc họp</u></i></p> <p>ĐÀO THANH TUYỀN</p>
<p><i>Thành viên dự họp</i></p> <p>TÔN THỊ HỒNG MINH</p> <p><i>Thành viên dự họp</i></p> <p>NGUYỄN HỮU PHÚ</p>	

Nơi nhận:

- Các Thành viên HDQT, BKS, BGĐ.
- Lưu HDQT.
- Các cơ quan thẩm quyền liên quan (UBCKNN, SGDCK).
- Công bố thông tin (tải lên website).