



Tp. HCM, ngày 17 tháng 04 năm 2013

BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VỀ TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2012

Kinh tế - xã hội nước ta năm 2012 tiếp tục bị ảnh hưởng bởi sự bất ổn của kinh tế thế giới do khủng hoảng tài chính và khủng hoảng nợ công ở Châu Âu chưa được giải quyết. Suy thoái trong khu vực đồng euro cùng với khủng hoảng tín dụng và tình trạng thất nghiệp gia tăng tại các nước thuộc khu vực này vẫn đang tiếp diễn. Hoạt động sản xuất và thương mại toàn cầu bị tác động mạnh, giá cả hàng hóa diễn biến phức tạp. Tăng trưởng của các nền kinh tế đầu tàu suy giảm kéo theo sự sụt giảm của các nền kinh tế khác. Một số nước và khối nước lớn có vị trí quan trọng trong quan hệ thương mại với nước ta như: Mỹ, Trung Quốc, Nhật bản và EU đối mặt với nhiều thách thức nên tăng trưởng chậm. Những bất lợi từ sự sụt giảm của kinh tế thế giới ảnh hưởng xấu đến hoạt động sản xuất kinh doanh và đời sống dân cư trong nước. Thị trường tiêu thụ hàng hóa bị thu hẹp, hàng tồn kho ở mức cao, sức mua trong dân giảm. Tỷ lệ nợ xấu ngân hàng ở mức đáng lo ngại. Nhiều doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa phải thu hẹp sản xuất, dừng hoạt động hoặc giải thể.

Tốc độ tăng GDP năm 2012 chỉ đạt hơn 5,03% (thấp nhất trong nhiều năm trở lại đây). Tiếc rằng chủ trương chấp nhận giảm tốc độ tăng GDP để củng cố điều kiện kinh tế vĩ mô và triển khai cơ cấu lại toàn bộ nền kinh tế lại chưa được khẳng định mạnh mẽ nên mặc dù so với cùng kỳ GDP quý I chỉ tăng có 4,64%, quý II nhích lên 4,8% và quý III tăng 5,05% - đều là những quý có tốc độ tăng trưởng thấp hơn hẳn trong vòng 5 năm qua. Rõ ràng những bất ổn kinh tế vĩ mô tích tụ trong mấy năm gần đây đã buộc Việt Nam phải chuyển trọng tâm chính sách từ ưu tiên tăng trưởng kinh tế sang ưu tiên ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát. Năm 2012 tổng cầu tiêu dùng tuy có cải thiện hơn so với năm 2011 nhưng vẫn tăng thấp hơn so với những năm trước. Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng tăng 16% so với năm 2011 nhưng chỉ bằng một nửa so với giai đoạn 2007-2010.

Trong khi doanh nghiệp trong nước lao đao thì hệ thống siêu thị bán buôn, bán lẻ nước ngoài không ngừng mở rộng, bành trướng khắp nơi: Công ty Lotte Mart đã tăng đầu tư vào Việt Nam với số vốn lên đến 50 triệu USD. Còn từ đầu năm 2012 đến nay, Metro Cash&Carry mở thêm 7 trung tâm phân phối tại Việt Nam. Còn Parkson mở thêm 5 trung tâm mua sắm trong năm 2012. Big C mở thêm 13 trong số 18 đại siêu thị dự kiến đưa vào hoạt động... Ngoài ra còn rất nhiều tập đoàn bán lẻ chuẩn bị xâm nhập thị trường bán lẻ Việt Nam như: Takashimaya - Tập đoàn bán lẻ hàng đầu Nhật Bản, tập đoàn bán lẻ Aeon (Nhật Bản), Tập đoàn E- Mart (Hàn Quốc). Điều đáng nói là các Tập đoàn bán lẻ nước ngoài mở kênh phân phối tại Việt Nam nhưng hầu như các sản phẩm đóng gói bày bán trong hệ thống siêu thị đều được nhập từ nước ngoài về, điều này làm cho tỷ lệ tiêu thụ sản phẩm có sử dụng bao bì đóng gói tại Việt Nam (các nhà sản xuất sản phẩm tiêu dùng tại Việt Nam) sẽ giảm do sự chia sẻ thị phần vô hình chung sẽ ảnh hưởng lớn đến các nhà sản xuất bao bì trong đó có Tân Tiến. Bên cạnh đó trong những tháng đầu năm do chưa thống nhất về dự thảo thuế môi trường nên ảnh hưởng rất lớn đến sản lượng chung của ngành vì khách hàng chuyển hướng sang nhập khẩu bao bì.

Đối với Công ty, năm 2012 vẫn là một năm khó khăn trong việc thực hiện chỉ tiêu do Đại hội cổ đông đề ra. Hội đồng quản trị và Ban điều hành Công ty đã chủ động đề ra những đưa ra những quyết sách phát triển nhưng do tình hình chung Công ty chỉ đạt được chỉ tiêu: về doanh số đạt 1.500 tỷ đạt 93,75% so với kế hoạch, lợi nhuận trước thuế đạt 55,67 tỷ đạt 69,59% so với kế hoạch đề ra.

Tuy chưa đạt chỉ tiêu nhưng để đạt được những kết quả trên Công ty đã tập trung rất nhiều vào các hoạt động chính của Công ty như:

1. Về thị trường

Với các khó khăn chung của nền kinh tế đất nước, của ngành sản xuất bao bì và cũng như khó khăn của các khách hàng trực tiếp, Tân Tiến gặp rất nhiều khó khăn trong sản xuất kinh doanh. Trong năm 2012, Công ty vẫn duy trì việc cung cấp cho các khách hàng lớn của Tân Tiến như: Unilever VN, Ajinomoto, Vedan, Miwon, Acecook, Trung Nguyên, Kinh đô; Bayer Vietnam; Vinamilk... Khách hàng luôn tin tưởng về năng lực sản xuất, tiến độ giao hàng, chất lượng sản phẩm do Công ty sản xuất. Ngoài việc duy trì sản lượng từ các khách hàng truyền thống, Tân Tiến cũng khai thác các thị trường mới tuy sản lượng chưa cao nhưng cũng được đánh giá là khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên do ảnh hưởng của nền kinh tế lên trực tiếp các khách hàng của Tân Tiến làm cho sản lượng đặt hàng của các khách hàng không đáp ứng kỳ vọng của Tân Tiến. Bên cạnh đó là sự phát triển nhanh chóng của hệ thống siêu thị bán buôn, bán lẻ nước ngoài làm ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động và sản lượng của chính khách hàng của Tân Tiến vô hình chung ảnh hưởng đến sản lượng của Công ty.

Đứng trước tình hình đó Hội đồng quản trị và Ban điều hành Công ty đã chủ động đề ra những đưa ra những quyết sách phát triển phù hợp với tình hình kinh tế như: tìm kiếm thị trường mới, tăng năng suất để đảm bảo doanh thu, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm phí hao trong sản xuất để tìm kiếm lợi nhuận, giảm giá bán để giữ thị trường... Ngoài ra Công ty cũng giám sát và thực hiện chiến lược xây dựng và quảng bá thương hiệu cùng với việc thực hiện tốt chính sách khách hàng, chính sách chất lượng sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng nên đã tạo nên uy tín của thương hiệu Tân Tiến. Tuy nhiên hệ thống bán hàng của Công ty không triển khai kịp các chiến lược kinh doanh để khai thác thị trường khác để bù đắp sản lượng cũng như doanh số bị giảm sút.

2. Công tác đầu tư và nghiên cứu phát triển

Công ty đã chú trọng đầu tư vào các thiết bị kiểm tra, nâng cao chất lượng sản phẩm, các hệ thống về đảm bảo môi trường sản xuất nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng về chất lượng, mức độ thân thiện với môi trường, mức độ an toàn của sản phẩm bao bì nhất là bao bì cho ngành thực phẩm...

Các máy móc, thiết bị mới đầu tư đã đưa vào vận hành và khai thác tốt góp phần tăng năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm của công ty, đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng cả về số lượng và chất lượng của khách hàng. Trong năm 2012 do tình hình sản lượng sản xuất giảm nên tỷ lệ khai thác năng lực sản xuất của Công ty chỉ đạt khoảng 75% so với năng lực hiện có.

Trong năm 2012, tập trung chuyển đổi sản xuất từ ghép đùn sang ghép khô để phù hợp xu hướng bao bì thân thiện với môi trường, giảm tiêu hao về tài nguyên hóa thạch, chi

phí năng lượng, giảm giá thành sản phẩm hướng đến sản phẩm dễ sử dụng và hướng tới cộng đồng.

Trong năm 2012 Công ty tiến hành đầu tư các trang thiết bị cụ thể như sau:

Đơn vị tính: tỷ đồng

<i>Stt</i>	<i>Tên dự án</i>	<i>Tổng mức đầu tư thực hiện</i>
1.	Máy móc thiết bị	13,83
2.	Thiết bị, dụng cụ quản lý, nhà cửa kiến trúc	26,86
3.	Phương tiện vận tải, thiết bị truyền dẫn	1,90
4.	Các đầu tư khác	1,10
	Tổng cộng	43,69

3. Công tác quản lý

Trong những năm qua, thành công trong công tác quản lý là Ban lãnh đạo đã định hướng được mục tiêu hoạt động và phát triển Công ty trong giai đoạn 2011-2016 đó là phát triển theo định hướng tự động hoá, tập trung nâng cao năng suất lao động.

Trong điều kiện hiện khó khăn do ảnh hưởng của nền kinh tế hiện nay việc thực hiện các thay đổi trong nội bộ cũng là một trong những công cụ nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của Công ty với các đối thủ cạnh tranh. Công ty tiếp tục duy trì các công cụ quản lý như KPI, Balance Score Card... tập trung vào nâng cao năng lực quản lý, giám sát của đội ngũ cán bộ từ cấp trưởng ca đến cán bộ lãnh đạo, thay đổi hành vi và phương pháp làm việc của cán bộ công nhân viên trong Công ty.

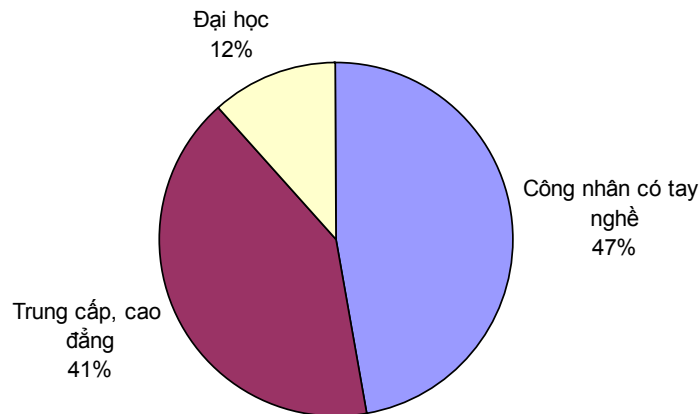
Công ty đã từng bước thực hiện hệ thống quản lý LEAN vào trong công việc, Công ty đã triển khai được một phần các công cụ của hệ thống quản lý LEAN trong toàn Công ty, đã từng bước đánh giá và nhận định được các lãng phí trong hệ thống của Công ty.

Các cấp chính quyền trong Công ty như Đảng bộ, BCH Công đoàn, Đoàn thanh niên cũng đã tổ chức phối hợp tổ chức các chương trình hoạt động, các phong trào thi đua giảm tỷ lệ phí hao trong sản xuất... qua tổng kết các phong trào thi đua đã đạt được những kết quả đáng khích lệ góp một phần vào kết quả đạt được của Công ty.

4. Tình hình nhân sự, đào tạo và thu nhập của người lao động

Tổng số lao động của Công ty đến cuối năm 2012 là 864 người, trong đó

- Trình độ đại học và cao học : 102 người chiếm 11,81%.
- Trung cấp, công nhân kỹ thuật : 354 người chiếm 40,97%.
- Tốt nghiệp PTTH, có tay nghề : 408 người chiếm 47,22%.



Công tác đào tạo luôn được Công ty quan tâm đặt lên hàng đầu trong chiến lược phát triển nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực nhằm tạo lợi thế trong quá trình cạnh tranh và ổn định chất lượng trong sản xuất. Công ty thường xuyên tổ chức các chương trình huấn luyện đào tạo: đào tạo tại chỗ cho đội ngũ công nhân và các chương trình đào tạo ngắn hạn nâng cao kỹ năng làm việc cho đội ngũ nhân viên, cán bộ quản lý cấp trung, cán bộ chủ chốt của Công ty, ngoài ra Công ty còn tổ chức các chương trình đào tạo và học tập các Công ty cùng lĩnh vực sản xuất ở nước ngoài.

Ban Tổng Giám đốc công ty cũng rất chú trọng việc giữ những CB.CNV có tay nghề, được đào tạo. Trong năm qua Công ty đã cố gắng trong việc đảm bảo thu nhập cho người lao động nhằm tạo sự an tâm cho CB.CNV trong việc đóng góp công sức vào sự ổn định của Công ty, tổng quỹ lương trong năm 2012 của Công ty là 130 tỷ, thu nhập bình quân của người lao động khoảng: 10 triệu/người/tháng, tuy nhiên trước tình hình các đối thủ cạnh tranh lôi kéo nhân lực của Công ty bằng chính sách lương nên Công ty cũng gặp không ít khó khăn trong việc hạn chế việc chảy máu chất xám. Trong năm 2012, Công ty cũng đã tổ chức lại định biên nhân sự rất nhiều bộ phận để tự động hóa sản xuất, nâng cao năng suất lao động: có nhiều bộ phận sau khi sắp xếp, áp dụng tự động hóa thì lực lượng nhân sự giảm từ 10%-15%.

Lực lượng lao động trong công ty được tuyển dụng thông qua: các trung tâm, trường dạy nghề, cao đẳng, Đại học trong cả nước. Người lao động được ký hợp đồng lao động theo quy định của pháp luật và luôn được công ty bảo đảm về vật chất lẫn tinh thần. Ngoài việc giữ nhân lực bằng chính sách về thu nhập và các chế độ đãi ngộ, Công ty đã chú trọng hơn vào việc phát triển các kỹ năng, ý thức làm việc của đội ngũ CB.CNV và nhất là đội ngũ quản lý cấp trung và cấp giám sát. Đội ngũ cán bộ công nhân viên đã được trang bị các công cụ để quản lý hoạt động hiệu quả, người lao động đã nhận thức được trách nhiệm của mình, kết quả phải đạt được khi bắt đầu tiến hành công việc.

Mặt khác nhằm tạo sự an tâm của người lao động cống hiến cho Công ty, Ban lãnh đạo Công ty tiếp tục thực hiện các điều khoản về hệ thống tiêu chuẩn Trách nhiệm xã hội (SA 8000) và tiêu chuẩn An toàn sức khỏe nghề nghiệp (OHSAS 18000), đây là 02 chứng chỉ có lợi cho người lao động nhất là tiêu chuẩn Trách nhiệm xã hội (SA 8000).

5. Các hoạt động xã hội

Kinh doanh hiệu quả được xác định là một nhiệm vụ quan trọng tuy nhiên việc động viên tinh thần nhân viên chuyên tâm trong công việc cũng không kém phần quan trọng, Công ty luôn có những chương trình chăm lo đời sống tinh thần cho CB.CNV như:

- Tổ chức các chương trình thể thao tăng cường sức khỏe, các hoạt động ngoại khoá: tham gia các giải thể thao, giao lưu thể thao với các công ty bao bì tại Tp. HCM.
- Tổ chức ngày hội truyền thống Công ty nhân dịp kỷ niệm 46 năm ngày thành lập Công ty 20/06
- Tổ chức nghỉ mát cho toàn thể CB.CNV Công ty
- Thăm hỏi động viên đối với những trường hợp khó khăn.
- Hỗ trợ con em CB.CNV nhân dịp khai giảng năm học mới,
- Tổ chức đêm hội trăng rằm cho con em CB.CNV nhân dịp Tết Trung Thu
- Tổ chức các hoạt động cho chị em phụ nữ nhân dịp 8/3, 20/10.

Trong năm qua Ban lãnh đạo kết hợp với BCH Công đoàn Công ty tiến hành các hoạt động từ thiện, các hoạt động xã hội như: Phụng dưỡng 05 Mẹ VN Anh hùng... Số tiền tham gia hoạt động xã hội từ thiện khác của Công ty trong năm trên 300 triệu đồng.

Ngoài các thành tích đã đạt được thông qua các số liệu cụ thể, trong năm 2012 Công ty cũng đã đạt được một số bằng khen và thành tích về các hoạt động quảng bá thương hiệu như: Giải thưởng “Thương hiệu Chứng khoán uy tín” & “Công ty Cổ phần hàng đầu Việt Nam”, TOP 500 Doanh nghiệp Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam và nhiều giải thưởng có giá trị khác.

Trên đây là những kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần bao bì nhựa Tân Tiến đã đạt được trong năm 2012.

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH

LÊ MINH CƯỜNG