

Tp. HCM, ngày tháng 04 năm 2018

## **BÁO CÁO**

### **KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2017, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2018**

Thay mặt Hội đồng quản trị, Ban Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Bao bì Nhựa Sài Gòn (Saplastic) báo cáo Đại hội đồng cổ đông về tình hình hoạt động, kết quả sản xuất kinh doanh năm 2017, phương hướng và giải pháp sản xuất kinh doanh năm 2018 công ty như sau:

#### **I. KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2017**

##### **1. Đặc điểm tình hình:**

- Năm 2017 đánh dấu kỷ lục về tăng trưởng kinh tế, thu hút vốn đầu tư nước ngoài, kim ngạch thương mại hay khách du lịch đến Việt Nam. Lần đầu tiên sau nhiều năm, Việt Nam đạt và vượt toàn bộ 13 chỉ tiêu kinh tế - xã hội trong năm. Tăng trưởng kinh tế đạt 6,81%, vượt chỉ tiêu 6,7% do Quốc hội đề ra và là mức tăng trưởng cao nhất trong 10 năm qua. Lạm phát được kiểm soát ở mức 3,53%, thấp hơn mức trần là 4%. Quy mô nền kinh tế năm 2017 theo giá hiện hành đạt 5 triệu tỷ đồng, tương ứng hơn 220 tỷ USD, trong đó khu vực công nghiệp - xây dựng và dịch vụ tiếp tục là thành phần chủ lực, đóng góp 74% vào quy mô nền kinh tế. GDP đầu người năm 2017 đạt 53,5 triệu đồng/năm (2.385 USD), tăng 170 USD so với 2016. Ngoài ra, môi trường kinh doanh của Việt Nam được đánh giá tăng 14 bậc, lên thứ 68/190 quốc gia, vùng lãnh thổ (theo Báo cáo của Ngân hàng Thế giới) và năng lực cạnh tranh quốc gia tăng 5 bậc (theo diễn đàn Kinh tế thế giới). Tuy nhiên, bội chi ngân sách, năng suất lao động và thiên tai vẫn là điểm tối của nền kinh tế. Tổng thu ngân sách sau nhiều nỗ lực vẫn không đủ bù cho chi khi chỉ đạt hơn 1,1 triệu tỷ đồng, bằng 91,1% dự toán năm. Năng suất lao động người Việt thua Lào, bằng 7% Singapore, Tồn thất 60.000 tỷ đồng ngân sách vì thiên tai v.v...
- Ngành nhựa Việt Nam có quy mô 12,6 tỉ USD với hơn 2.000 doanh nghiệp. Trong đó, bao bì nhựa là phân khúc lớn nhất và tăng trưởng mạnh nhất với tổng quy mô vào khoảng 4,7 tỉ USD, chiếm 38% thị trường. Thị trường bao bì nhựa tại Việt Nam gồm 3 nhóm, trong đó nhóm 1 gồm 14 công ty lớn nhất, thống trị hầu hết thị trường và chiếm 53,9% thị phần, 336 công ty khác chia sẻ thị phần còn lại. Những tên tuổi lớn trong ngành bao bì dẻo ở Việt Nam là Bao bì Nhựa Tân Tiến, Liksin, Baticco và Bao bì Nhựa Sài Gòn. Công ty bao bì nhựa dẻo nước

ngoài như Huhtamaki (Phần Lan), J.S Packaging (Hàn Quốc), Tong Yuan (Đài Loan) và Ngai Mee (Singapore) thâm nhập thị trường Việt Nam từ năm 1996. Các công ty này là chi nhánh của những công ty bao bì nhựa dẻo toàn cầu đã phục vụ cho những công ty đa quốc gia như Unilever trong thời gian dài. Họ đang cạnh tranh quyết liệt với công ty nội địa, nâng cấp máy móc, thiết bị hiện đại, cũng như chuyên gia trong lĩnh vực bao bì dẻo. Điều này càng khiến các doanh nghiệp nội như Saplastic cần đẩy mạnh đổi mới công nghệ, thường xuyên đầu tư trang thiết bị, máy móc phục vụ sản xuất kinh doanh và chú trọng đào tạo con người nhằm giữ vững và phát triển thị phần.

## 2. Thuận lợi:

- Kinh tế vĩ mô ổn định, tốc độ tăng trưởng đạt kỷ lục trong vòng 10 năm qua, lạm phát được kiểm soát chặt cùng các biện pháp khuyến khích xuất khẩu, hỗ trợ doanh nghiệp trong nước của Chính phủ là những thuận lợi giúp Saplastic có một năm kinh doanh khả quan.
- Ngành bao bì nhựa có tiềm năng phát triển mạnh mẽ đặc biệt là từ sự tăng trưởng tiêu dùng cả phê hoà tan (CAGR 2011 – 2016 là 12,2%), bánh mứt kẹo (9,0%), nước sốt và gia vị (7,7%) của Việt Nam. Ngoài ra, sự tăng trưởng mạnh mẽ của nhiều mặt hàng trong ngành phi thực phẩm, đặc biệt từ phân khúc sản phẩm Chăm sóc da (15,1%), Giặt giũ (13,0%) và Dung dịch vệ sinh bề mặt (12,2%) là những thị trường tiềm năng của các doanh nghiệp bao bì nói chung và Saplastic nói riêng
- Với vị thế thương hiệu là một trong những doanh nghiệp đầu ngành Bao bì nhựa tăng trưởng ổn định, Saplastic đã hình thành một lượng khách hàng chiến lược lớn tạo nền tảng phát huy việc kinh doanh trong thời gian tới.
- Máy móc, thiết bị công nghệ hiện đại đã được đầu tư khá đồng bộ. Là đơn vị đầu tiên tại Việt Nam sở hữu phòng thử nghiệm về lĩnh vực Bao bì đạt tiêu chuẩn quốc tế ISO 17025, khai thác hiệu quả trên cả ba lĩnh vực:
  - + Nghiên cứu và phát triển.
  - + Kiểm tra nguyên liệu đầu vào nhằm đảm bảo ổn định chất lượng sản xuất.
  - + Kiểm tra chất lượng sản phẩm trong quá trình sản xuất.
- Hội đồng quản trị và Ban điều hành luôn có những chiến lược sáng suốt kịp thời để đưa ra những biện pháp hoạt động hiệu quả, bên cạnh sự phấn đấu không ngừng của cán bộ công nhân viên đã tạo cho Saplastic trở thành một tập thể đoàn kết vững mạnh.
- Lực lượng cán bộ kỹ thuật có chuyên môn cao từ những đơn vị lớn đã về hợp tác với công ty, đủ khả năng để giải quyết các vấn đề về kỹ thuật cao.

### 3. Khó khăn:

- Giá dầu của Mỹ đã đóng cửa trên mức 60 USD/thùng vào ngày giao dịch cuối cùng của năm (30/12/2017), ngưỡng cao nhất kể từ năm 2015. Kết thúc năm 2017, vàng đen ghi nhận mức tăng 12% do nhu cầu mạnh mẽ và hàng tồn kho toàn cầu giảm. Giá dầu Brent trong khi đó chót năm tăng 17%, được hỗ trợ bởi sự cắt giảm cung cấp liên tục của các nhà sản xuất hàng đầu OPEC và Nga cũng như nhu cầu mạnh mẽ từ Trung Quốc. Việc giá dầu tăng tạo áp lực lên giá thu mua nguyên vật liệu của các doanh nghiệp sản xuất bao bì nhựa vốn sử dụng các chế phẩm từ dầu mỏ.
- Biến động tăng về thuế suất nhập khẩu sẽ gây khó khăn cho doanh nghiệp sản xuất nhựa, đặc biệt là lộ trình tăng thuế nhập khẩu đối với nhóm nguyên liệu nhựa PP từ 0% trong năm 2016 lên 3% từ 1/1/2017 tác động trực tiếp vào giá thành sản phẩm, làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước.
- Sự biến động của tỉ giá hối đoái tác động đến giá thành nguyên liệu đầu vào của Saplastic, từ đó gây ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh. Trong năm qua, tỉ giá USD tăng 1,28% (giá bán ra ngày 31/12/2017: 22.735 đồng/USD tại Vietcombank). Điều này ảnh hưởng đến chi phí nhập khẩu nguyên liệu, khiến tỉ lệ giá vốn hàng bán tăng nhẹ so với năm trước.
- Cần nguồn nhân lực chuyên sâu, đủ trình độ để phân tích và xử lý kịp thời các lỗi kỹ thuật xảy ra trong các dự án đầu tư mới cũng như nghiên cứu phát triển sản phẩm mới.
- Sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp trong nước tới các công ty FDI, công ty ngoại sẵn có trên thị trường với tiềm lực tài chính lớn, công nghệ hiện đại, mẫu mã sản phẩm đa dạng, chất lượng tốt và giá cả phù hợp.
- Do tiềm năng tăng trưởng của thị trường nhựa Việt Nam còn rất lớn, cùng với những ưu đãi từ các Hiệp định tự do thương mại mà Việt Nam gia nhập trong thời gian qua đã thu hút nhiều nhà đầu tư lớn từ nước ngoài đổ vốn đầu tư về Việt Nam với mục tiêu là tận dụng các lợi thế này, dẫn tới làn sóng mua bán - sáp nhập (M&A) lớn, đặc biệt là các nhà đầu tư Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản.
- Cơ sở hạ tầng của công ty đáp ứng được với yêu cầu của khách hàng trong vòng năm (05) năm tới, tuy nhiên để đáp ứng được những yêu cầu ngày càng khắt khe của một số khách hàng như một tất yếu, công ty cần phải cải tạo, nâng cấp hơn nữa.

### 4. Kết quả sản xuất kinh doanh đã đạt được năm 2017:

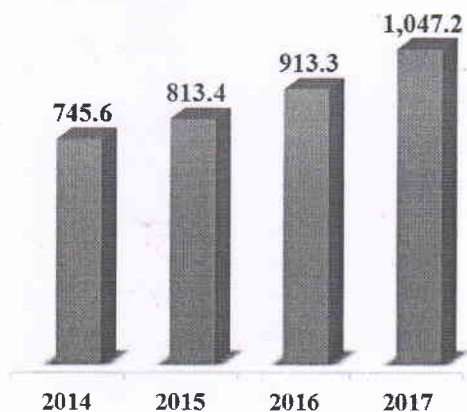
Các chỉ tiêu tài chính cơ bản:

STT	Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2016	Thực hiện năm 2017	Kế hoạch năm 2017	% TH 2017 so với TH 2016	% TH so với KH
1	Vốn điều lệ	135.766	174.887	174.887	128,81%	100%

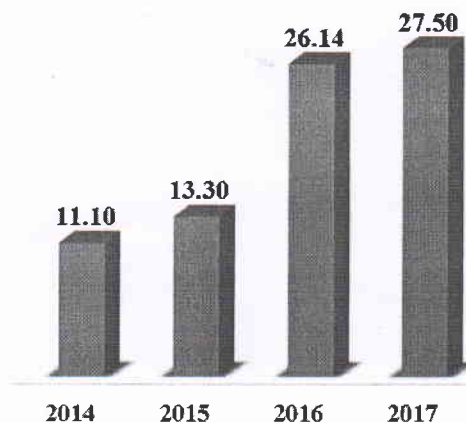
STT	Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2016	Thực hiện năm 2017	Kế hoạch năm 2017	% TH 2017 so với TH 2016	% TH so với KH
2	Doanh thu thuần	913.262	1.047.185	1.000.000	114,66%	104,72%
3	Lợi nhuận trước thuế	26.143	27.504	27.500	105,20%	100,01%
4	Lợi nhuận sau thuế	20.622	21.572	22.000	104,61%	98,05%
5	Tỷ lệ chi trả cổ tức		10%		-	-

*ĐVT: Triệu Đồng*

**Doanh thu qua các năm (tỷ đồng)**



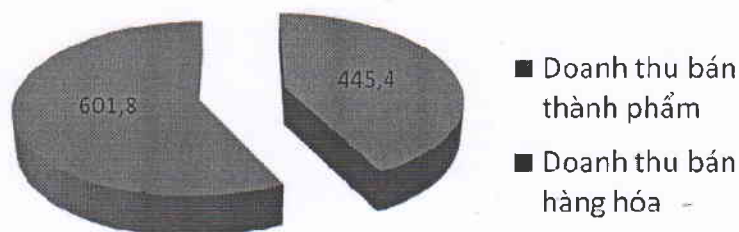
**Lợi nhuận trước thuế (tỷ đồng)**



Với sự cố gắng không ngừng nghỉ của Ban Tổng giám đốc cùng tập thể cán bộ công nhân viên Saplastic trong năm 2017, Công ty đã đạt được những thành quả nhất định như sau:

- Doanh thu thuần năm 2017 đạt 1.047 tỷ đồng, đạt 104,7% kế hoạch đề ra và tăng trưởng 14,6% so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận trước thuế đạt 27,5 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt hơn 21,57 tỷ đồng, đạt 98,05% kế hoạch và vượt 4,61% so với năm 2016. Doanh thu của Công ty tiếp tục tăng trưởng nhờ duy trì sản lượng tiêu thụ của khách hàng cũ và phát triển thêm khách hàng mới.

### **Cơ cấu doanh thu thuần năm 2017**

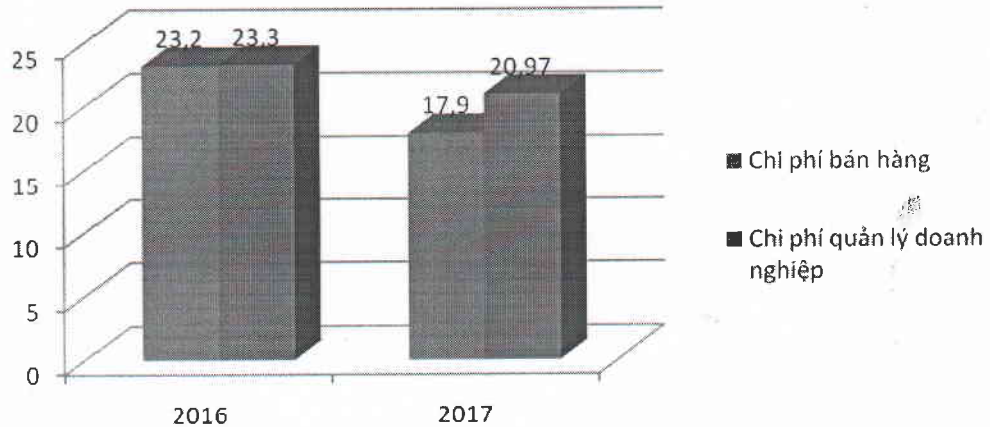


- Chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp giảm lần lượt 22,7% và 9,7% xuống còn 17,9 tỷ và 20,97 tỷ. Đây là một sự cố gắng nỗ lực của Hội đồng quản trị và Ban lãnh đạo điều hành trong việc tiết giảm chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt

động doanh nghiệp và tăng mức lợi nhuận biên cho Saplastic.

### Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp 2 năm gần nhất

Đơn vị: tỷ đồng



#### 5. Một số kết quả khác đạt được:

##### a. Về phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh:

- Đội ngũ kỹ thuật và bộ phận R&D đã nghiên cứu thành công những cấu trúc cao cấp, cung cấp gần như hầu hết các sản phẩm bao bì trên thị trường từ bao được phẩm, mỹ phẩm, dầu gội, tả lót, băng vệ sinh đến bao bì trà, cà phê, bao bì thịt tươi, hải sản, mì ăn liền, bánh kẹo v.v..... Đặc biệt là cải tiến một số cấu trúc Bao bì mới có giá thành sản xuất thấp hơn nhiều so với cấu trúc cũ tăng sức cạnh tranh với các đối thủ khác.
- Ngoài những khách hàng chiến lược hiện nay như Vinacafe, Acecook, Masan, Vifon, Nestle, Ajinomoto, Uni-President, Trung Nguyên, Sữa Ba Vì... Công ty đã trở thành nhà cung cấp bao bì cấp 1 cho : Trung Nguyên, Nestle.

##### b. Về công tác tổ chức và nhân sự:

- Từ những ngày đầu thành lập, số lượng cán bộ công nhân viên chỉ khoảng hơn 10 người. Đến năm 2009, con số này tăng lên 280 người, tăng số lượng đáng kể và giải quyết việc làm cho người lao động không những trên địa bàn TP.HCM mà còn ở hầu hết các tỉnh thành trong cả nước. Hiện nay, số lượng cán bộ công nhân viên toàn Công ty là 357 người, trong đó nhiều cán bộ nhân viên đạt trình độ trên đại học, đại học. Lực lượng công nhân kỹ thuật phần lớn là những công nhân lành nghề, có phẩm chất đạo đức và kỷ luật tốt.
- Trong quá trình phát triển của cả tập thể, Saplastic không ngừng đào tạo nhân sự, nâng cao trình độ của cán bộ kỹ thuật và công nhân có tay nghề cao, đồng thời, cấp quản lý, lãnh đạo cũng được khuyến khích bồi dưỡng, hoàn thiện kiến thức, kỹ năng, phẩm chất lãnh đạo nhằm đưa Công ty ngày càng tiến lên.
- SAPLASTIC chủ trương xây dựng và áp dụng một chính sách “Đúng người – Đúng việc và đạt hiệu quả”. Với sự giám sát và quan tâm sát sao, kịp thời của Ban Lãnh đạo, cùng chính sách nhân sự linh hoạt, mềm dẻo, quan tâm đến cả lợi ích và những

nhu cầu nhỏ nhất của từng cán bộ, nhân viên lao động.

c. *Về Công tác tuyển dụng:*

- Công ty luôn đề cao năng lực của từng cán bộ nhân viên và chào đón những ứng viên muốn đóng góp và gắn bó lâu dài với Công ty, có kiến thức, năng lực trình độ cũng như tác phong làm việc chuyên nghiệp, năng động.
- Để thu hút nhân tài, Công ty có chính sách lương, thưởng rõ ràng, hợp lý, đặc biệt là đối với những nhân viên xuất sắc, có đóng góp lớn. Chú trọng công tác đào tạo, phát triển con người đồng thời có đường hướng phát triển sự nghiệp rõ ràng.
- Saplastic sẽ đầu tư, trao học bổng cho các sinh viên xuất sắc đang theo học những chuyên ngành phù hợp với nhu cầu của Công ty. Bên cạnh đó không ngừng đào tạo, nâng cao tay nghề của lực lượng lao động của Saplastic nhằm từng bước hoàn thiện về nhân sự.

d. *Về đào tạo:*

- Công ty rất coi trọng công tác đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên, luôn tạo môi trường học tập và phát triển nguồn nhân lực. Giới thiệu và tổ chức cho CBCNV dự các lớp tập huấn, các khóa học ngắn hạn cũng như hỗ trợ học phí và thời gian.
- Công ty thường xuyên mời các đơn vị tư vấn, các Công ty có chức năng đến Saplastic để hướng dẫn, tập huấn những kiến thức cần thiết.
- Đối với một số vị trí chủ chốt Công ty tài trợ học phí và những chi phí khác với những khóa học/chương trình phục vụ cho nhu cầu công việc.
- Nhân viên khi làm việc tại Saplastic được luân chuyển nhiều vị trí để hiểu rõ công việc khi đứng từ nhiều góc độ, sẽ giúp nhân viên hiểu rõ hơn mục tiêu của công việc mình làm và yêu cầu của công đoạn sau trong chuỗi chất lượng.

e. *Về lương thưởng, phúc lợi, đãi ngộ:*

- Chính sách trọng nhân tài, lương thưởng, đề bạt cũng được Ban Lãnh đạo xem xét cẩn thận. Từ đầu năm 2006, Công ty bắt đầu áp dụng hình thức trả lương theo kết quả công việc (Key Performance Index).. Sau mỗi lần đánh giá, KPI được cập nhật cho phù hợp với thực tế công việc cũng như mặt bằng lương của xã hội, đảm bảo chính sách đãi ngộ tốt theo phương châm “Đúng người – Đúng việc và đạt hiệu quả”.
- Các chính sách về lương thưởng, phúc lợi và đãi ngộ người lao động tại Công ty:
  - Ngoài tham gia BHXH và BHYT bắt buộc, Công ty còn đài thọ toàn bộ chi phí Bảo hiểm sức khỏe tai nạn con người cho CBCNV toàn Công ty.
  - Hỗ trợ vật chất hoặc trợ cấp toàn bộ chi phí hoặc từng phần chỗ ở cho hầu hết CBCNV ngoại tỉnh làm việc tại Saplastic.
  - Hàng năm, Saplastic đều áp dụng Thưởng lương thứ 13 nhằm cải thiện đời sống vật chất của CBCNV. Ngoài ra, Công ty còn tổ chức xếp hạng CBCNV theo bậc

để thưởng thêm vào các ngày Lễ hoặc cuối năm, thưởng thâm niên.

- Saplastic cũng thường xuyên tổ chức và đài thọ chi phí cho CBCNV toàn Công ty đi tham quan, du lịch, nghỉ mát ít nhất 1-lần/năm, tối thiểu 02 ngày/lần.

*f. Về môi trường làm việc:*

- Các nhân viên được tiếp cận với môi trường làm việc hiện đại, công bằng, năng động và lành mạnh. Người lao động làm việc 8 tiếng/ngày hoặc làm theo ca 8 tiếng.
- Các cuộc họp giao ban được diễn ra định kỳ để phổ biến công việc cũng như giải quyết kịp thời, nhanh chóng những vấn đề phát sinh.
- Các hoạt động nội bộ của doanh nghiệp được Ban Lãnh đạo xem xét kỹ lưỡng hàng tháng, hàng quý để đánh giá cũng như đưa ra những điều chỉnh kịp thời.
- Bên cạnh đó, Công ty đã áp dụng việc đánh giá nội bộ theo tiêu chuẩn quản lý chất lượng ISO 9001:2008 để đảm bảo tính khách quan, trung thực. Những đóng góp, chia sẻ và cống hiến của cán bộ nhân viên trong Công ty đều được ghi nhận và đánh giá kịp thời.

*g. Về công tác xã hội*

- Dù tập trung cho các chiến lược, hoạt động sản xuất kinh doanh, phát triển nguồn nhân lực Công ty nhưng SAPLASTIC không quên xây dựng trách nhiệm cộng đồng trong kế hoạch phát triển. Cụ thể, Saplastic luôn đặt mục tiêu kinh doanh đi đôi với trách nhiệm đối với môi trường, xã hội và cộng đồng, chăm lo cải thiện đời sống CBCNV, không làm những việc tổn hại đến môi trường và góp phần xây dựng một xã hội tốt hơn.
- Công ty thường xuyên liên hệ với địa phương, khu công nghiệp, Hội chữ thập đỏ để tìm hiểu thông tin về những hoạt động xã hội, cũng như tổ chức những chương trình khám chữa bệnh cho cán bộ nhân viên, xây dựng nhà tình thương, vận động toàn Công ty đóng góp “Quỹ Vì Người nghèo”, cứu trợ lũ lụt, ủng hộ các hộ dân nghèo...

## **6. Kết luận**

Năm 2017 là một năm kinh tế có nhiều khởi sắc, môi trường kinh doanh được cải thiện, các chỉ số kinh tế, đời sống, xã hội đều phát triển. Đi liền với những điểm sáng là mảng tranh tối khi nền kinh tế Việt Nam vẫn còn những tồn tại cần giải quyết.

Với sự cố gắng không ngừng nghỉ của cán bộ công nhân viên Saplastic cùng Ban lãnh đạo và Ban điều hành, Công ty đã đạt được những thành công nhất định: Doanh thu thuần năm 2017 đạt 1047 tỷ đồng, vượt hơn 104,7% kế hoạch đề ra và tăng trưởng 114,6% so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận trước thuế đạt 27,5 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt hơn 21,57 tỷ đồng, đạt và vượt kế hoạch mà ĐHCĐ đề ra và giao phó.

Ngoài hoạt động kinh doanh, Công ty cũng chú trọng đến đào tạo nhân sự, cải thiện môi trường làm việc, chính sách đối với cán bộ công nhân viên công ty đồng thời chăm lo cho phúc lợi xã hội và môi trường.

Điều này cho thấy những tiến bộ sáng tạo trong hoạt động sản xuất, những cải tiến trong công nghệ khoa học kỹ thuật đã đem lại hiệu quả cao và trong tương lai sẽ còn phát

triển hơn nữa. Với đà phát triển như vậy, tập thể Saplastic càng có niềm tin trong tương lai sẽ đưa Công ty phát triển không ngừng, xứng đáng với tên tuổi và niềm tin của các cổ đông.

## II. PHƯƠNG HƯỚNG, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2018

### 1. Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 của SAPLASTIC:

Hiện nay thị trường Bao bì tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung cạnh tranh gay gắt từ những doanh nghiệp có tiềm lực lớn ở trong nước và nước ngoài. Công ty Cổ phần Bao bì Nhựa Sài Gòn cũng không nằm ngoài quy luật cạnh tranh đó. Để giữ vững và không ngừng mở rộng thị phần, phát triển Công ty ngày một vững chắc, Ban lãnh đạo đã đề ra kế hoạch sản xuất và kinh doanh cụ thể trong năm 2018 như sau:

- ✓ Chi tiêu hoạt động kinh doanh năm 2018:

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2017	Kế hoạch năm 2018	(+/-) % so với KH
1	Vốn điều lệ	174,887	227,353	30%
2	Doanh thu thuần	1.047	1.250	19,39%
3	Lợi nhuận trước thuế	27,504	33,005	20%
4	Lợi nhuận sau thuế	21,572	26,404	22,4%
5	Tỷ lệ chi trả cổ tức	10%	Tối thiểu 10%	

- ✓ Cung cấp những giá trị gia tăng, sản phẩm khác biệt cho thương hiệu Saplastic để khác biệt với các đối thủ cạnh tranh và được khách hàng nhớ tới đầu tiên.
- ✓ Phát triển đội ngũ nhân sự, máy móc thiết bị, công nghệ.

### 2. Giải pháp sản xuất kinh doanh năm 2018:

Để thực hiện thành công mục tiêu kế hoạch năm 2018, Ban Tổng giám đốc đã đề ra các giải pháp cụ thể sau:

#### 3.1. Giải pháp đối với mục tiêu doanh số và lợi nhuận

##### ✚ Mở rộng quy mô sản xuất kết hợp với nâng cao năng suất hoạt động của nhà máy hiện hữu nhằm đáp ứng nhu cầu tăng sản lượng của khách hàng

Hội đồng quản trị đang lập kế hoạch và sẽ sớm trình Đại hội đồng cổ đông cụ thể về Dự án xây dựng nhà máy mới ở Khu công nghiệp Tân Đô với tổng mức đầu tư 800 tỷ đồng. Đối với nhà máy sản xuất hiện tại, thực hiện bố trí sản xuất một cách hợp lý, đảm bảo máy móc thiết bị luôn ở điều kiện sẵn sàng mở hoạt động khi có nhu cầu sản xuất để thực hiện sản xuất đáp ứng theo kế hoạch đã đề ra. Kiểm tra chặt chẽ quá trình sản xuất để đảm bảo chất lượng sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng và hạn chế tối đa tỷ lệ phế liệu. Mặt khác cũng cải tiến năng suất các máy móc thiết bị nhằm đáp ứng nhu cầu tăng sản lượng của khách hàng.



#### **✦ Duy trì và phát triển các khách hàng cũ**

- Tiếp tục khai thác tối đa nguồn hàng từ những nhóm khách hàng có sẵn nhưng chưa hoàn toàn chọn Saplastic là đối tác cung cấp bao bì nhựa toàn diện nhằm độc quyền cung cấp sản phẩm cho các đối tác chưa khai thác hết tiềm năng này.
- Công ty thực hiện kiểm soát chặt chẽ hơn nữa chất lượng sản phẩm và cung cách phục vụ khách hàng nhằm tăng cường uy tín của Công ty.
- Duy trì những chính sách hậu mãi đối với những khách hàng lâu năm và có sản lượng lớn.
- Liên tục cải tiến Bao bì nhằm giảm giá thành, tư vấn cho khách hàng sử dụng để đi đầu dẫn dắt thị trường, tăng tính cạnh tranh. Đẩy nhanh việc cải tiến các mặt hàng đang triển khai để sớm cung cấp hàng trong năm 2018.
- Thực hiện phân loại các khách hàng theo từng nhóm để tập trung nghiên cứu phát triển các dòng sản phẩm nhằm mang lại sự thoả mãn cao nhất cho khách hàng.
- Cơ cấu các ngành hàng nhằm đảm bảo doanh số và sản lượng cho Công ty:
  - Tập trung phát triển các nhóm hàng có tỷ suất lợi nhuận cao như : Cà phê (Vinacafe, Trung Nguyên, Nestle...); Sữa (Vinamilk, Mộc Châu, TH True-milk, IDP...); Bột giặt (Unilever, P&G...); Thuốc trừ sâu, nông dược (Bayer, BTVT An Giang, Syngenta...), túi PA thủy hải sản, đông lạnh...
  - Có những chính sách ưu đãi đối với những mặt hàng mà Công ty còn dư năng suất sản xuất nhằm đảm bảo các máy móc đều hoạt động.
- Phối hợp với các bộ phận liên quan giải quyết khiếu nại của khách hàng nhanh chóng và hiệu quả: Khi có yêu cầu, phản hồi từ khách hàng thì phải lập tức cử cán bộ Công ty đến làm việc trực tiếp với khách hàng để tìm hiểu, phân tích nguyên nhân và hướng khắc phục nhằm hỗ trợ khách hàng một cách tối ưu và iệu quả nhất...

#### **✦ Xây dựng các khách hàng mới**

- Nghiên cứu toàn diện tất cả các khía cạnh về khách hàng mới như: Yêu cầu của khách hàng, sản lượng của từng sản phẩm, khả năng thanh toán, đối thủ cạnh tranh...
- Phát triển khách hàng, khai thác các khách hàng tiềm năng có sẵn mối quan hệ.
- Tập trung khai thác các ngành hàng, khách hàng có tiềm năng về Bao bì và khả năng thanh toán tốt như:
  - + Bột giặt: Công ty Unilever, Unza, LG, Đại Việt Hương, Colgate Palmolive.
  - + Nông nghiệp: Công ty Giống Miền Nam, Trung tâm Giống Rau Hoa.
  - + Thuốc bảo vệ thực vật và Dược: Công ty Sygneta, ADC, Traphaco, Công ty Dược Miền Nam, Công ty Thuốc sát trùng Miền Nam...
  - + Thực phẩm: Nestle (bao bì cấp I), Pepsi (Snack POCA), Công ty Thực phẩm

Nhà Bè, Công ty thực phẩm Bốn Mùa, Công ty Nissin Food VN.

- + Thủy hải sản: Công ty Thủy sản Út Xi, Công ty Seaprodex, Công ty Thủy sản Cà Mau, Công ty Thủy Sản Nha Trang, Công ty Vĩnh Hoàn.

3.2. Giải pháp đối với mục tiêu phát triển hình ảnh thương hiệu Saplastic:

- Thực hiện các chương trình hỗ trợ bán hàng, đẩy mạnh công tác truyền thông, tham gia hội chợ triển lãm...
- Chuẩn hóa bộ nhận diện thương hiệu gồm: Thư báo giá, Catalogue, Brochure...

3.3. Mục tiêu chuyên nghiệp hóa dịch vụ khách hàng và đội ngũ nhân viên bán hàng:

- Tăng cường tăng suất gặp gỡ, chăm sóc khách hàng. Quy định các nhân viên kinh doanh mỗi tháng ít nhất 3 lần phải đi gặp gỡ khách hàng để tìm kiếm cơ hội đồng thời duy trì mối quan hệ, kết nối.
- Tìm hiểu những sự kiện quan trọng của khách hàng như ngày thành lập công ty, sinh nhật để có phương pháp chăm sóc khách hàng tốt nhất...
- Đào tạo, kiểm tra thường xuyên về kiến thức sản phẩm để đảm bảo nhân viên kinh doanh thông thạo kiến thức sản phẩm giúp cho việc tư vấn khách hàng đạt được hiệu quả cao nhất.

Trên đây là tình hình hoạt động, kết quả sản xuất kinh doanh năm 2017 và phương hướng, giải pháp thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 của Công ty. Kính trình Đại hội đồng cổ đông thông qua.

  
**TỔNG GIÁM ĐỐC**  
  
**ĐƯƠNG QUỐC THÁI**