



CÔNG TY CỔ PHẦN BAO BÌ NHỰA SAIGON  
**SAPLASTIC. JSC**  
SAIGON PLASTIC PACKAGING JOINT-STOCK COMPANY



Đường số 10, KCN Tân Bình, Phường Tây Thạnh  
Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh  
ĐT: (84.8) 8155263 - 8162765 - 8162766 - 8162767  
Fax: (84.8) 8155262 - 8162768  
Email: saplastic@vnn.vn  
Website: saplastic.com.vn



**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

TP. HCM, ngày 11 tháng 04 năm 2011

## **BÁO CÁO**

### **HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VÀ TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC NGHỊ QUYẾT CỦA ĐHĐCĐ 2010. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2010 VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2011**

#### **PHẦN A: HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VÀ TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC NGHỊ QUYẾT CỦA ĐHĐCĐ 2010**

Năm 2010, kinh tế thế giới tuy có nhiều chuyển biến tích cực sau cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, song tình hình kinh tế vẫn chưa thực sự ổn định và có nhiều yếu tố bất lợi tác động đến nền kinh tế trong nước. Tuy nhiên, do Hội đồng Quản trị nhạy bén, thường xuyên có những cuộc họp định kỳ cũng như bất thường đưa ra chiến lược, sách lược kịp thời. Vì thế, doanh thu và lợi nhuận Công ty vượt mong muốn của cổ đông, vượt kế hoạch do Đại hội đồng cổ đông thường niên 2010 đề ra.

Năm 2010, Công ty đã tiến hành tăng vốn điều lệ từ 60 tỷ lên 90 tỷ đồng và từ 90 lên 125 tỷ đồng đã hoàn tất.

Chuyển sản: theo kế hoạch là 2010 cổ phiếu SPP sẽ chuyển từ sản HNX sang niêm yết tại HOSE. Công ty đã lựa chọn và ký hợp đồng roadshow với Công ty Chứng khoán Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam và ký hợp đồng tư vấn chuyển sản với Công ty Chứng khoán Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín. Tuy nhiên, do tình hình thị trường chứng khoán có nhiều diễn biến không thuận lợi, theo ý kiến đề xuất của các công ty tư vấn nêu trên, Hội đồng Quản trị quyết định tạm dừng kế hoạch chuyển sản. Dự kiến, nếu điều kiện thị trường thuận lợi, Hội đồng Quản trị sẽ tiếp tục triển khai kế hoạch này vào khoảng Quý 3 hoặc Quý 4/2011.

Đầu tư trang thiết bị: Trong năm, Công ty đã tiến hành đầu tư một dàn máy hiện đại nhất Việt Nam cũng như Đông Nam Á. Nhờ đó, trong năm 2011, Công ty cho ra đời một loạt các sản phẩm mới chất lượng cao cấp, chưa thông dụng trên thị trường Việt Nam và tiến tới sẽ đẩy mạnh việc xuất khẩu các sản phẩm này ra thị trường cao cấp trên thế giới như: EU, Nhật,...

Phát triển nguồn nhân lực: Công ty vẫn tiếp tục đẩy mạnh việc đào tạo trong và ngoài nước cho cán bộ công nhân viên. Trong năm 2010, Công ty đã xây dựng thành công Hệ thống đánh giá hiệu quả công việc (KPI) theo tiêu chuẩn của các tập đoàn lớn trên thế

giới. Công ty cũng đang tiếp tục xây dựng hệ thống lương nhằm thu hút nhân tài trong và ngoài ngành.

Năm 2010 đã cải tạo nhà xưởng và phòng thí nghiệm theo tiêu chuẩn quốc tế về sạch sẽ, vệ sinh an toàn thực phẩm và môi trường, môi trường làm việc, được tổ chức VILAS và Viện tiêu chuẩn Anh Quốc công nhận theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001 : 2008, ISO 14001 : 2004, HACCP, SA 8000 : 2008, OHSAS 18001 : 2007, ISO 17025. Hiện nay, các công ty sản xuất bao bì ở Việt Nam đều có phòng thí nghiệm nhưng chỉ có Saplastic là có phòng thí nghiệm đạt tiêu chuẩn quốc tế được công nhận.

## **PHẦN B: BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2010**

### **1. Đặc điểm tình hình**

Năm 2010, kinh tế thế giới có nhiều chuyển biến tích cực sau cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu song tình hình kinh tế vẫn chưa thực sự ổn định và có nhiều yếu tố bất lợi tác động đến kinh tế trong nước. Tuy nhiên, dưới tác động của các chính sách hỗ trợ kích thích tăng trưởng kinh tế của chính phủ, kinh tế Việt Nam năm 2010 đã đạt mức tăng trưởng 6,78%. Cùng với sự phục hồi tăng trưởng kinh tế của cả nước, hoạt động kinh doanh của Công ty đã có những bước tiến đáng kể so với năm 2009. Doanh thu và lợi nhuận của Công ty đều tăng qua từng Quý của năm 2010 và đạt mức tăng cao so với hoạt động kinh doanh của Công ty trong cùng Quý của năm 2009. Đóng góp vào sự thành công của năm 2010 là sự nỗ lực và sự cống hiến của toàn thể cán bộ công nhân viên của Công ty, đặc biệt là các Cán bộ lãnh đạo. Với chiến lược và tầm nhìn phát triển đúng đắn, Ban lãnh đạo cùng toàn thể cán bộ công nhân viên đã kiên định, bám sát mục tiêu và kế hoạch đã đề ra ngay cả trong thời điểm khó khăn nhất. Đó chính là nền tảng cho sự phát triển vững chắc của Công ty trong tương lai.

Tháng 6 năm 2010, Công ty đã tiến hành tăng vốn điều lệ từ 60 tỷ lên 90 tỷ đồng thông qua hình thức thưởng cổ phiếu. Hoạt động tăng vốn này được Hội đồng quản trị thực hiện theo kế hoạch tăng vốn điều lệ từ 35 tỷ lên 90 tỷ đã được Đại hội cổ đông thông qua vào tháng 11 năm 2009 nhằm bổ sung vốn kinh doanh, giảm áp lực huy động vốn từ các nguồn vốn khác và đưa Saplastic tiến tới đủ điều kiện để niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh. Sự thành công của cả đợt phát hành cũng đã góp phần vào sự tăng trưởng của doanh thu và lợi nhuận của Công ty, đặc biệt là trong các tháng cuối năm năm 2010. Nhằm đẩy mạnh hơn nữa hoạt động kinh doanh, Công ty đã tiến hành đầu tư thêm một dây chuyền sản xuất mới với công suất ước tính bằng công suất của cả hai dây chuyền đang hoạt động vào tháng 10 năm 2010. Dây chuyền đã được nghiệm thu và đi vào hoạt động, hứa hẹn mang lại nhiều hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của Công ty và nâng cao hơn nữa giá trị của các cổ đông.

Năm 2010, Công ty cũng đã hoàn tất việc tăng vốn điều lệ từ 90 tỷ lên 125 tỷ đồng.

### **2. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2010**

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD) của Công ty thể hiện tóm tắt tại bảng chi tiết như sau:



## BẢNG BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2010

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Thực hiện 2009	Thực hiện 2010	Tăng trưởng 2010 so với 2009
1	Doanh thu thuần	Đồng	239.107.899.987	336.513.928.163	40,74%
2	Tổng chi phí	Đồng	232.188.406.700	307.357.065.372	32,37%
3	Lợi nhuận trước thuế	Đồng	9.411.416.415	30.830.772.128	227,59%
4	Lợi nhuận sau thuế	Đồng	8.916.627.838	28.486.070.843	219,47%
5	Tài sản ngắn hạn / Tổng tài sản	%	64,65	58,27	-
6	Tài sản dài hạn / Tổng tài sản	%	35,35	41,73	-
7	Nợ phải trả/Tổng nguồn vốn	%	56,66	64,73	-
8	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế / Doanh thu thuần	%	3,73	8,74	-
9	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế / Tổng tài sản	%	2,79	6,28	-
10	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế / Vốn chủ sở hữu	%	6,44	17,8	-

Năm 2010, hoạt động kinh doanh của Công ty đạt kết quả ấn tượng so với năm 2009. Doanh thu thuần năm 2010 đạt 336,5 tỷ đồng tăng 40,74% so với năm 2009. Lợi nhuận trước thuế và lợi nhuận sau thuế năm 2010 đạt lần lượt là 30,8 tỷ đồng và 28,48 tỷ đồng và có mức tăng trưởng vượt bậc so với năm 2009. Lợi nhuận của Công ty năm 2010 có mức tăng trưởng mạnh mẽ là do Công ty đã thực hiện các biện pháp quản lý chi phí hiệu quả hơn nên tổng chi phí của Công ty năm 2010 chỉ tăng 32,37% thấp hơn so với mức tăng trưởng doanh thu trong năm. Với kết quả này, cả doanh thu và lợi nhuận của công ty đều đã vượt so với kế hoạch từ 12% đến 18%. Thành quả này một lần nữa minh chứng cho chiến lược phát triển đúng đắn và sự nỗ lực không ngừng của toàn thể cán bộ công nhân viên và Ban lãnh đạo Công ty.

### 3. Các hoạt động khác

#### a. Hoạt động của Hội đồng Quản trị

Trong năm, HĐQT đã tổ chức các buổi họp thường kỳ để chỉ đạo kịp thời kế hoạch thực hiện quản lý điều hành đơn vị trên cơ sở chỉ đạo, thảo luận và biểu quyết thông qua các kế hoạch, tờ trình liên quan đến hoạt động SXKD của Công ty.

Bên cạnh đó, HĐQT còn tổ chức các cuộc họp nhằm để giải quyết các sự kiện cấp bách liên quan đến hoạt động SXKD. Khi cần thiết, HĐQT tổ chức lấy ý kiến các Thành viên bằng văn bản và bảo đảm tuân thủ đúng thể thức quy định về việc lấy ý kiến của Thành viên HĐQT bằng văn bản.

Đối với các Thành viên HĐQT không trực tiếp điều hành SXKD của Công ty, việc quản lý điều hành được thực hiện thông qua các báo cáo thường xuyên bằng văn bản hoặc điện thoại từ Ban điều hành và các kỳ họp HĐQT, các lần lấy ý kiến biểu quyết của các Thành viên HĐQT bằng văn bản.



### ***b. Hoạt động của Công đoàn***

Công đoàn đã vận động thực hiện hoàn thành các kế hoạch được giao và hăng say lao động sản xuất dựa vào những ngày Công đoàn và những ngày lễ lớn trong năm, phát động đến toàn thể Công đoàn viên tham gia thực hiện tốt các mục tiêu cụ thể nằm trong kế hoạch năm như cải tiến kỹ thuật, hợp lý hóa sản xuất nhằm tăng năng suất lao động.

Công đoàn tham gia bảo vệ quyền lợi cho người lao động, thực hiện nội dung Thỏa ước Lao động Tập thể, quan tâm trong việc chăm lo đời sống cho người lao động, thăm hỏi, động viên, giúp đỡ kịp thời các cán bộ công nhân viên (CBCNV) gặp khó khăn hoạn nạn.

### ***c. Các chế độ chính sách đối với người lao động***

Năm 2010, Công ty thực hiện chế độ BHXH, BHYT cho 100% CBCNV, Công ty tổ chức đi tham quan, nghỉ mát, tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho người lao động; giải quyết chế độ cho người lao động vào các dịp lễ tết như: 08/03, 30/04, 01/05, 02/09 Tết dương lịch, Tết nguyên đán.

## **4. Đánh giá chung**

Nhìn chung, hoạt động kinh doanh của Công ty năm 2010 đạt kết quả tốt trong bối cảnh kinh tế Việt Nam đang dần hồi phục tuy vẫn còn nhiều vấn đề tồn tại và nền kinh tế vẫn còn dễ bị tổn thương trước những tác động của kinh tế thế giới. Công tác quản lý của Công ty cũng có những bước tiến nhất định. Bên cạnh việc tạo động lực cho toàn thể cán bộ công nhân viên phấn đấu thi đua hoàn thành kế hoạch sản xuất kinh doanh, công tác quản lý chi phí cũng đạt hiệu quả trong tình hình lạm phát tăng cao. Trong năm, Công ty với sự dẫn dắt của Ban Điều hành đã triển khai nhiều chương trình, kế hoạch nhằm đẩy mạnh tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận trong năm và tạo tiền đề cho sự phát triển của Công ty trong những năm tiếp theo.

## **PHẦN C : KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2011**

### **1. Nhận định tình hình kinh doanh năm 2011**

Những tháng đầu năm 2011, tình hình kinh tế trong nước gặp rất nhiều khó khăn do tình trạng lạm phát tăng cao và chính phủ phải dùng các biện pháp thắt chặt tiền tệ để nhằm kiểm soát lạm phát. Song song với các biện pháp thắt chặt tiền tệ, quyết định về việc điều chỉnh tỷ giá đồng đô la cũng đã tác động tiêu cực đến hoạt động của các doanh nghiệp có giao thương với nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp có sử dụng nguyên liệu nhập khẩu. Hơn nữa, các diễn biến phức tạp về kinh tế, chính trị thế giới và các tác động của thiên tai, hiểm họa cũng sẽ gây những ảnh hưởng tiêu cực đến sự hồi phục kinh tế của Việt Nam. Tất cả các yếu tố trên sẽ tác động đến hầu hết các doanh nghiệp, gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc duy trì và mở rộng hoạt động kinh doanh.

Bao bì là sản phẩm không thể thiếu trong tất cả các ngành công nghiệp phụ trợ (thực phẩm, nông sản, hóa mỹ phẩm, tiêu dung,...). Cùng với sự gia tăng của nhu cầu tiêu dùng, các sản phẩm của ngành công nghiệp sản xuất và chế biến thực phẩm ngày càng đa dạng và phong phú đòi hỏi ngành công nghiệp sản xuất bao bì phải đáp ứng ngày càng cao về mẫu mã và chất lượng sản phẩm. Tại thị trường Việt Nam, sự phát triển sôi động của ngành công nghiệp chế biến thực phẩm cùng nhiều hoạt động công nghiệp khác trong thời gian qua đã thúc đẩy hoạt động sản xuất bao bì phát triển. Xu hướng sử dụng các sản phẩm bao bì chất lượng cao và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trong ngành sản xuất

và chế biến thực phẩm để nâng cao giá trị thương hiệu diễn ra ngày càng mạnh mẽ. Đây chính là điều kiện vô cùng thuận lợi để các doanh nghiệp hoạt động trong phân khúc thị trường này phát triển.

Tuy tình hình kinh tế gặp nhiều khó khăn, nhưng với vai trò là ngành tiêu dùng thiết yếu, ngành công nghiệp chế biến thực phẩm vẫn sẽ được duy trì và phát triển trong năm nay. Bên cạnh đó, ngành sản xuất Bao bì nhựa mềm – Bao bì màng ghép phức hợp vẫn đang chịu sự cạnh tranh gắt gao từ các tập đoàn lớn trong và ngoài nước. Do đó, để giữ vững và từng bước nâng cao thị phần đòi hỏi Saplastic phải có chiến lược đầu tư nâng cao công nghệ, năng lực sản xuất của công ty vào đào tạo nâng cao trình độ của nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe về kỹ thuật và quản lý trong thời kỳ mới. Hơn nữa, trong từng giai đoạn, Ban điều hành Saplastic sẽ phải đưa ra những kế hoạch cụ thể phù hợp với tình hình để đưa Công ty hoạt động đúng theo định hướng chiến lược đã đề ra.

Với đội ngũ lãnh đạo và nhân lực chủ chốt có bề dày kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực sản xuất bao bì, hiện nay Saplastic đã xây dựng được mạng lưới khách hàng thân thiết là những đơn vị lớn và có uy tín trên thị trường sản xuất và chế biến thực phẩm. Đây chính là tiền đề để công ty đầu tư nâng cao công nghệ và nhân lực cho sự phát triển vững mạnh của Công ty.

## 2. Mục tiêu

Mục tiêu năm 2011 của Công ty như sau :

- Bảo toàn, sử dụng có hiệu quả và phát triển nguồn vốn của Công ty;
- Hoạt động sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao nhất trong sự kiện phát huy tối đa nguồn nhân lực;
- Tăng doanh thu và lợi nhuận so với năm 2010;
- Tăng thị phần sản lượng bao bì, đa dạng hóa sản phẩm ngành, nâng tầm thương hiệu;
- Duy trì và khai thác tối đa mạng lưới khách hàng đã có;
- Phát triển khách hàng, khai thác các khách hàng tiềm năng;
- Phát triển sản phẩm và tham gia vào nhiều lĩnh vực mới theo yêu cầu khách hàng của năm 2011;

## 3. Các chỉ tiêu cụ thể năm 2011

Dựa trên cơ sở nhận định thị trường năm 2011 và các lợi thế cũng như khó khăn của Công ty, Hội đồng quản trị Saplastic đề nghị một số chỉ tiêu cụ thể cho kế hoạch kinh doanh năm 2011 như sau:

Chỉ tiêu	Đơn vị	Kế hoạch năm 2011
Vốn điều lệ	Đồng	125.000.000.000
Tổng doanh thu	Đồng	420.000.000.000
Lợi nhuận trước thuế	Đồng	34.400.000.000
Lợi nhuận sau thuế	Đồng	32.000.000.000
Tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu	%	7,62



Chỉ tiêu	Đơn vị	Kế hoạch năm 2011
Tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế/Vốn điều lệ	%	25,60
Tỷ lệ cổ tức /Vốn điều lệ	%	Tối thiểu 15%

#### 4. Các giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch năm 2011

##### 4.1. Khai thác tối đa nguồn khách hàng sẵn có:

- Tiếp tục thực hiện tốt các đơn hàng năm 2010 và chuẩn bị đàm phán để ký kết các hợp đồng mới trong năm 2011;
- Tổ chức giải quyết hiệu quả các khiếu nại của khách hàng: Phối hợp đồng bộ giữa các bộ phận để khi có bất kỳ sự phản ánh đều phải có những phản hồi, phúc đáp cho khách hàng về các vấn đề khách hàng đang gặp phải. Phản hồi có thể được thực hiện theo hình thức bằng văn bản trong đó phải nêu rõ nguyên nhân và đưa ra hướng khắc phục nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng;
- Nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường công tác hậu mãi nhằm tạo mối quan hệ tốt với khách hàng:
  - + Phối hợp giữa bộ phận sales, bộ phận kế hoạch và các phân xưởng nhằm đảm bảo thực hiện đúng cam kết với khách hàng về chất lượng sản phẩm và thời gian giao hàng;
  - + Các hoạt động thăm hỏi và tặng quà cho khách hàng được thực hiện thường xuyên trên cơ sở tăng cường tìm hiểu thông tin về khách hàng,...

##### 4.2. Tiếp thị, tìm kiếm và phát triển khách hàng mới

- Các khách hàng tiềm năng mục tiêu được nhắm tới chủ yếu là các đơn vị sử dụng màng PA/LLD;
- Đối với nhóm mặt hàng được sản xuất từ dây chuyền mới, sản phẩm túi có sử dụng van, zipper (bao bì phục vụ cho các sản phẩm như: Bột giặt, tã lót, dược phẩm, thuốc trừ sâu,...), Công ty sẽ tập trung nguồn lực để tiếp thị cho các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực này.

##### 4.3. Biện pháp nhằm kích thích tăng doanh số

- Hoàn thiện chế độ hoa hồng dành cho người môi giới, tiếp thị. Việc thanh toán hoa hồng sẽ được thanh toán nhanh chóng nhất nhằm khuyến khích các đối tượng môi giới, tiếp thị hoạt động tích cực;
- Khoán doanh số và khoản thu nhập cho nhân viên kinh doanh: Trên cơ sở kế hoạch kinh doanh đã được thiết lập, các chỉ tiêu về doanh số sẽ được khoán cho khối kinh doanh. Tùy vào tình hình cụ thể, các chỉ tiêu khoán này sẽ là cơ sở để xét thưởng, phạt doanh số cho khối kinh doanh.

##### 4.4. Nghiên cứu đầu tư công nghệ để không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm

Đây là hoạt động mang tính lâu dài và được thực hiện hàng năm. Trên cơ sở tìm hiểu các yêu cầu của khách hàng, nhân định xu hướng thị trường và tình hình tài chính của Công ty, Công ty sẽ tiến hành đầu tư các dây chuyền sản xuất mới phù hợp với từng giai đoạn phát triển.

##### 4.5. Đào tạo và bổ sung nguồn nhân lực cho sự phát triển của Công ty

Hiện nay, lực lượng kỹ thuật của Công ty còn mỏng. Theo kế hoạch phát triển, lực lượng này phải không ngừng được bổ sung để phân tích và xử lý các lỗi kỹ thuật

xảy ra nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm. Hơn nữa, lực lượng này là điều kiện đủ để Công ty thực hiện thành công hoạt động nghiên cứu, đầu tư công nghệ và phát triển sản phẩm mới. Bên cạnh đó, lực lượng Kinh doanh và Quản lý sẽ được tăng cường để đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng cao của Công ty. Ngoài ra, Công ty cũng đẩy mạnh các hoạt động đào tạo để nâng cao trình độ của nguồn nhân lực sẵn có và tiềm năng mới (thu hút nhân tài).

**4.6. Quản lý hiệu quả nguồn nguyên vật liệu của Công ty**

Hiện nay, Công ty đã thiết lập được hệ thống các nhà cung cấp nguyên liệu trên thế giới và hoàn toàn có khả năng chủ động được nguồn nguyên liệu nhập khẩu để phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Với lợi thế này, Công ty có thể trở thành nhà cung cấp nguyên vật liệu cho các đơn vị khác khi giá nguyên vật liệu thị trường trong nước có những diễn biến thuận lợi. Hoạt động này cũng góp phần vào việc nâng cao doanh thu và lợi nhuận cho công ty.

Trên đây là Báo cáo kết quả hoạt động SXKD năm 2010 và Kế hoạch SXKD năm 2011 của Công ty, chúng ta tin tưởng rằng với uy tín và thương hiệu Saplastic, với sự đoàn kết và nhất trí trong lao động sản xuất, Công ty Cổ phần Bao bì nhựa Sài Gòn sẽ phát triển ngày càng lớn mạnh. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp hơn nữa của Quý cổ đông và các nhà đầu tư.

Trân trọng kính chào.



C.P \*