

**CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHIỆP CAO SU MIỀN NAM**  
**ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2022**



# **BÁO CÁO**

**KẾT QUẢ SXKD 2021 &**  
**PHƯƠNG HƯỚNG SXKD 2022**



**THÁNG 04/2022**

## I. BÁO CÁO KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2021

### 1. Tình hình chung

**Nhìn chung trong năm 2021 Công ty đã gặp phải một số khó khăn chính như sau:**

- Dịch Covid -19 bùng phát với nhiều diễn biến phức tạp đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến các hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty:
- Thị trường tiêu thụ nội địa gặp nhiều khó khăn, các tỉnh thành phía Nam đều phải thực hiện các biện pháp giãn cách xã hội theo Chỉ thị của Chính Phủ. Có những giai đoạn dịch bệnh bùng phát mạnh, tất cả các nhà phân phối sản phẩm của Công ty hầu như ngừng hoạt động, các doanh nghiệp lắp ráp cũng giảm hoặc yêu cầu ngừng cung cấp do thiếu linh kiện lắp ráp đồng bộ, sản lượng tiêu thụ giảm mạnh, sản phẩm tồn kho cao.
- Vấn đề vận chuyển, lưu thông hàng hóa cũng gặp nhiều trở ngại. Các qui định nghiêm ngặt về thủ tục vận chuyển, giao nhận sản phẩm, thông qua nhiều chốt chặn đã làm chậm thời gian cung ứng sản phẩm. Việc gián đoạn về phương tiện vận chuyển đường biển của các Nhà cung cấp đã làm Công ty gặp khó khăn trong việc bố trí sản xuất và giao hàng xuất khẩu.
- Việc thực hiện giải pháp “3 tại chỗ” được Công ty triển khai đã mang lại hiệu quả tích cực đảm bảo ổn định sản xuất, cung ứng kịp thời sản phẩm cho thị trường. Tuy nhiên đã phát sinh chi phí khá lớn không được hoạch định trong ngân sách kế hoạch 2021 như: Chi phí xét nghiệm, chi phí trang thiết bị phục vụ ăn ở, chi phí ăn uống, chi phí hỗ trợ theo ngày làm việc ... tác động lớn đến hiệu quả SXKD của Công ty.
- Giá cả nguyên vật liệu đầu vào tăng cao, nguồn cung khan hiếm, thời gian vận chuyển giao nhận chậm trễ do ảnh hưởng dịch bệnh đã tác động đến hiệu quả SXKD của Công ty.

**Bên cạnh những khó khăn trên, Công ty có những thuận lợi sau:**

- Chính phủ Mỹ đã có kết luận chính thức không đánh thuế chống bán phá giá sản phẩm lớp xe du lịch từ Việt nam (biểu thuế chống trợ cấp chính phủ áp đặt từ 6,23%-7,89%) đã tạo điều kiện cho Công ty có lợi thế đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Mỹ.

- Công ty đã triển khai các giải pháp thực hiện sản xuất kinh doanh thích ứng với từng giai đoạn của dịch bệnh Covid - 19, bố trí sớm phương án sản xuất 3 tại chỗ, giúp người lao động vào nhà máy sớm, giảm lây nhiễm từ cộng đồng, nhờ đó duy trì sản xuất. Có chính sách hỗ trợ người lao động 3 tại chỗ hợp lý theo từng giai đoạn giúp có được số lượng lao động gần 70% để duy trì sản xuất và giữ được đơn hàng xuất khẩu.
- Công ty vẫn duy trì được thị phần đối với thị trường nội địa. Hệ thống phân phối trải rộng toàn quốc là một điều kiện thuận lợi để Công ty có thể triển khai nhanh, linh hoạt các chính sách bán hàng đem lại hiệu quả.
- Công ty đã triển khai các giải pháp thực hiện sản xuất kinh doanh thích ứng với từng giai đoạn của dịch bệnh Covid. Các hoạt động điều hành và triển khai SXKD được thực hiện nghiêm túc và có hiệu quả.

## 2. Kết quả sản xuất kinh doanh 2021

Stt	Chỉ tiêu	Đvt	Năm 2020	Năm 2021			
				KH	TH	%/2020	%/KH
<b>1</b>	<b>Giá trị SXCN</b>	<b>Tr đồng</b>	<b>4,350,745</b>	<b>4,381,833</b>	<b>4,473,013</b>	<b>103</b>	<b>102</b>
<b>2</b>	<b>Doanh thu</b>	<b>Tr đồng</b>	<b>4,692,034</b>	<b>4,503,573</b>	<b>4,839,507</b>	<b>103</b>	<b>107</b>
2.1	Doanh thu SXCN	"	4,384,198	4,483,573	4,458,099	102	99
2.1.1	- Nội địa	"	2,314,678	2,599,355	2,483,190	107	96
2.1.2	- Xuất khẩu	"	1,939,106	1,884,218	1,974,908	102	105
2.2	Doanh thu KD	"	438,520	20,000	381,408	87	1,907
<b>3</b>	<b>Lao động &amp; thu nhập</b>						
3.1	Lao động bình quân	Người	2,350	2,350	2,308	98	98
3.2	Thu nhập bình quân	1.000 đ	10,642	10,631	10,910	103	103
<b>4</b>	<b>Nộp ngân sách</b>	<b>Tr đồng</b>	<b>184,069</b>	<b>230,035</b>	<b>237,613</b>	<b>129</b>	<b>103</b>
<b>5</b>	<b>Kim ngạch XNK</b>	<b>1.000 usd</b>	<b>137,872</b>	<b>147,271</b>	<b>182,816</b>	<b>133</b>	<b>124</b>
<b>6</b>	<b>Đầu tư XDCB</b>	<b>Tr đồng</b>	<b>4,741</b>	<b>25,380</b>	<b>18,743</b>	<b>395</b>	<b>74</b>
<b>7</b>	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>Tr đồng</b>	<b>113,541</b>	<b>100,000</b>	<b>55,192</b>	<b>49</b>	<b>55</b>
<b>8</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	<b>Tr đồng</b>	<b>90,661</b>	<b>84,965</b>	<b>42,015</b>	<b>46</b>	<b>49</b>
<b>9</b>	<b>Lãi cơ bản trên CP</b>	<b>Đồng</b>	<b>794</b>	<b>744</b>	<b>396</b>	<b>50</b>	<b>53</b>

**Nhận xét:**

- Tổng doanh thu bằng 103% so với năm 2020, tăng 7% so với kế hoạch 2021. Doanh thu có mức tăng trưởng 3% so với cùng kỳ, Công ty đã nỗ lực đưa ra nhiều giải pháp đẩy mạnh công tác bán hàng, nhưng đứng trước áp lực cạnh tranh ngày càng cao, đặc biệt các tác động tiêu cực từ dịch bệnh Covid-19 đã ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động SXKD của Công ty.
- Lợi nhuận trước thuế là 55 tỷ đồng: Chỉ tiêu lợi nhuận sụt giảm so với thực hiện năm 2020 và không đạt kế hoạch đề ra do ảnh hưởng các nguyên nhân sau: 1) Phát sinh chi phí bố trí sản xuất “3 tại chỗ” và một số chi phí phòng chống dịch bệnh Covid; 2) Giá nguyên vật liệu đầu vào tăng cao ; 3) Nhóm lớp TBR chưa đạt đến điểm hòa vốn, đã tác động đến hiệu quả chung của toàn Công ty.

**3. Tình hình hoạt động năm 2021****3.1 Công tác điều hành sản xuất**

- Công tác điều hành sản xuất: Mặc dù gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng dịch bệnh Covid 19, Công ty đã kịp thời bố trí sớm phương án sản xuất “3 tại chỗ”, cân đối hợp lý giữa sản xuất và bán hàng, đảm bảo được khả năng cung ứng sản phẩm cho thị trường. Kiểm soát chặt tồn kho thành phẩm nhằm làm giảm áp lực về chi phí tồn kho và tăng vòng quay tồn kho.
- Công tác vật tư, nguyên liệu: Có chính sách dự trữ vật tư hợp lý, kiểm soát chặt chẽ chất lượng nguyên vật liệu đầu vào. Tìm kiếm và hợp tác với các Nhà cung cấp mới có giá thành cạnh tranh và đảm bảo chất lượng, đáp ứng kịp thời cho sản xuất.
- Công tác quản lý chất lượng sản phẩm: Công tác kiểm tra chất lượng sản phẩm được thực hiện nghiêm ngặt trong từng công đoạn sản xuất, dưới sự giám sát chặt chẽ của bộ phận quản lý chất lượng Công ty.

**3.2 Hoàn thiện hệ thống quản lý**

- Công ty tiếp tục duy trì hệ thống quản lý theo ISO: chất lượng (ISO 9001), môi trường (ISO 14001), hệ thống quản lý Phòng thí nghiệm (ISO 17025) . Tiếp tục gửi hồ sơ, sản phẩm mẫu đến các tổ chức có chức năng xin tái cấp giấy chứng nhận có giá trị khu vực và quốc tế đối với ngành sấm lốp như: DOT, E-mark, Inmetro, BIS, MS... Đồng thời gửi sản phẩm xin cấp giấy chứng nhận

theo QCVN 36:2010/BGTVT, QCVN 34: 2017/BGTVT, Nghị định 46 về quy chuẩn chất lượng, để cung cấp sản phẩm cho các đơn vị lắp ráp ô tô và xe máy.

### **3.3 Công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, áp dụng KHKT vào sản xuất**

Công ty luôn chú trọng công tác nghiên cứu và áp dụng nhiều giải pháp công nghệ tiên tiến vào sản xuất nhằm nâng cao chất lượng, đa dạng dãy sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường xuất khẩu và nội địa.

- Đối với lớp xe máy: Tiếp tục nghiên cứu cải tiến đơn pha chế, nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng mẫu mã gai, đáp ứng cho từng phân khúc khách hàng.
- Đối với lớp ô tô: Duy trì chất lượng đối với nhóm lớp ô tô Bias, tiếp tục nâng cao chất lượng đối với nhóm lớp TBR, PCR.

### **3.4 Công tác tiêu thụ**

- *Công tác thị trường*

- Thực hiện các chính sách bán hàng linh hoạt, xây dựng các giải pháp thích ứng với tình hình thực tế, phù hợp với từng giai đoạn diễn biến của dịch bệnh Covid 19.
- Thiết lập hệ thống phân phối theo hướng chuyên biệt, đặc thù đối với dòng lớp radial bán thép thương hiệu Advenza. Thành lập các trung tâm dịch vụ chăm sóc lớp xe Advenza Tire spa nhằm thực hiện tốt công tác hậu mãi cho khách hàng.
- Đối với thị trường xuất khẩu: Trong điều kiện dịch bệnh diễn biến phức tạp ở các nước là thị trường chủ yếu của Công ty như: Các nước Đông Nam Á, Mỹ, Châu Âu... Công ty đã tổ chức họp qua mạng. Thực hiện trao đổi, hợp tác chặt chẽ và đàm phán về các điều kiện thực hiện đơn hàng, giá bán và cách thức vận chuyển nhằm giảm thiểu tổn thất khi chi phí xuất khẩu tăng cao.
- Thúc đẩy việc tìm kiếm khách hàng, duy trì mức tăng trưởng của thị trường xuất khẩu. Tăng cường hợp tác đối với những khách hàng tiềm năng.

- *Phương thức bán hàng*

- Đối với nhóm sản phẩm truyền thống xe đạp, xe máy: Triển khai hệ thống DMS sâu rộng, nắm bắt nhanh thông tin thị trường, đánh giá năng lực của các quản lý vùng nhằm tăng cường chất lượng đội ngũ bán hàng và tăng tính phối hợp giữa nhà phân phối và Công ty.
- Đối với lớp Bias: Hợp tác chặt chẽ với các khách hàng truyền thống, các doanh nghiệp lắp ráp, hộ tiêu thụ lớn. Đồng thời, xây dựng các chính sách bán hàng linh

- hoạt, đẩy mạnh công tác tiêu thụ sản phẩm, trong điều kiện thị trường nội địa suy giảm do nhu cầu vận chuyển gặp nhiều khó khăn.
- Đối với lớp TBR: Nhóm lớp này đã được cải thiện về chất lượng sản phẩm, đáp ứng được nhu cầu vận chuyển theo những cung đường khác nhau là một điều kiện thuận lợi để Công ty đẩy mạnh sản lượng tiêu thụ.
  - Đối với lớp PCR: Triển khai hệ thống phân phối đối với nhóm lớp thương hiệu Advenza ở thị trường nội địa. Nhóm lớp này bước đầu đã thâm nhập khá tốt thị trường và nhận được phản hồi tốt từ khách hàng về chất lượng.
- *Công tác quảng bá và xúc tiến*
    - Triển khai thực hiện các chương trình quảng bá tại điểm bán, hỗ trợ cung cấp biển biểu quảng cáo, vật phẩm trưng bày tại các điểm bán và Nhà phân phối trên toàn quốc.
    - Quảng bá thương hiệu bằng các phương tiện truyền thông truyền thống: Quảng cáo ngoài trời, xe bus, tạp chí, báo, website, Fanpage ...
    - Tham gia các hội chợ và chương trình triển lãm uy tín, qua các chương trình này Công ty đã tiếp cận được thị hiếu của khách hàng, cải tiến chất lượng, mẫu mã sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng.
    - Đối với thị trường xuất khẩu: Công ty đã xúc tiến chương trình nhận diện thương hiệu, hỗ trợ hoạt động Marketing của các nhà phân phối tại khu vực Đông Nam Á. Hỗ trợ cho đại lý tham gia hội chợ: Nam Mỹ, Malaysia, Campuchia.
    - Năm 2021, Công ty cũng tiếp tục giữ vững danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt nam lần thứ 8 (Vietnam Value). Công ty luôn giữ vững các danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao 24 năm liền và là một trong năm đơn vị có doanh thu cao nhất Tập đoàn Hóa chất Việt Nam (Vinachem).

## **II. PHƯƠNG HƯỚNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022**

### **1. Đặc điểm tình hình chung năm 2022**

#### **✓ Khó khăn**

- Tình hình dịch bệnh Covid -19 vẫn còn nhiều diễn biến phức tạp. Mức độ gia tăng ca nhiễm ở hầu hết các tỉnh thành vào đầu năm 2022 dự báo sẽ tác động tiêu cực đến nhiều mặt của nền kinh tế Việt Nam. Các doanh nghiệp nội địa tiếp tục gặp nhiều

khó khăn trong việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, đặc biệt là việc cung ứng sản phẩm cho thị trường xuất khẩu.

- Thị trường nguyên vật liệu sản xuất sảm lốp xe có nhiều biến động, giá cả các nguyên vật liệu chính tiếp tục tăng cao, nguồn cung khan hiếm, việc vận chuyển đường biển cũng gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng dịch bệnh.
- Tình trạng gian lận thương mại vẫn chưa được Nhà nước kiểm soát triệt để, việc bán phá giá của lốp nhập khẩu từ các nước như: Trung quốc, Thái lan đối với các loại sản phẩm lốp ô tô diễn ra ngày càng gay gắt.

### ✓ Thuận lợi

- Công ty đã triển khai ra mắt thành công lốp Advenza, thiết lập được mạng lưới trung tâm dịch vụ lốp xe Advenza toàn quốc với 70 cửa hàng độc quyền. Đồng thời, triển khai phần mềm dùng QR code cho quản lý lốp du lịch nội địa, bảo hành online và sẵn sàng cho việc triển khai áp dụng thương mại điện tử trong năm 2022.
- Hệ thống phân phối nhóm sản phẩm truyền thống được triển khai và kiểm soát tốt, sẽ là một yếu tố thuận lợi để công ty duy trì thị phần tiêu thụ trong nước.
- Nhóm lốp TBR đã cải thiện đáng kể về chất lượng, đáp ứng được điều kiện vận tải đặc thù trong nước và xuất khẩu sang các thị trường khác.
- Công tác cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm được thực hiện tốt. Việc bảo trì, bảo dưỡng máy móc thiết bị được thực hiện đúng định kỳ. Công tác tiết kiệm được duy trì, thực hiện xuyên suốt nhằm giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm.

## 2. Các chỉ tiêu chủ yếu năm 2022

Từ những khó khăn - thuận lợi trên, Công ty đề ra phương hướng SXKD năm 2022 như sau:

### KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2022

STT	Chỉ tiêu	Đvt	TH 2021	KH 2022	
				Giá trị	%/2021
<b>1</b>	<b>Giá trị SXCN</b>	Tr đồng	<b>4,473,013</b>	<b>4,727,682</b>	<b>106</b>
<b>2</b>	<b>Doanh thu</b>	Tr đồng	<b>4,839,507</b>	<b>4,954,101</b>	<b>102</b>
2.1	Doanh thu SXCN	"	<b>4,458,099</b>	4,997,453	<b>112</b>
2.1.1	- Nội địa	"	2,483,190	2,607,187	104
2.1.2	- Xuất khẩu	"	1,974,908	2,390,266	121
2.2	Doanh thu KD	"	381,408	20,000	5
<b>3</b>	<b>Sản lượng hiện vật</b>				
3.1	Lốp xe máy	1.000 Ch	3,061	3,405	111
3.2	Săm xe máy	"	12,525	15,300	122
3.3	Lốp xe đạp	"	1,844	2,250	122
3.4	Săm xe đạp	"	3,495	3,880	111
3.5	Lốp công nghiệp	"	902	1,210	134
3.6	Lốp ô tô, máy kéo	"	2,041	2,649	130
3.6.1	Trong đó: Lốp TBR	"	249	348	140
3.6.2	Lốp PCR	"	1,089	1,620	149
3.6.3	Lốp Bias	"	664.56	681	102
3.7	Săm ô tô	"	452	445	98
3.8	Yếm ô tô	"	240	235	98
3.1	Ống cao su dân dụng	Tấn	58	70	120
3.11	Cao su bán thành phẩm	Tấn	23,956	20,000	83
<b>4</b>	<b>Lao động &amp; thu nhập</b>				
4.1	Lao động bình quân	Người	2,308	2,350	102
4.2	Thu nhập bình quân	1000 đ	10,910	11,663	107
<b>5</b>	<b>Nộp ngân sách</b>	Tr đồng	<b>237,613</b>	<b>238,500</b>	<b>103</b>
<b>6</b>	<b>Kim ngạch XNK</b>	1000 usd	<b>182,816</b>	<b>197,618</b>	<b>108</b>
<b>7</b>	<b>Đầu tư XDCB</b>	Tr đồng	<b>18,743</b>	<b>10,360</b>	<b>55</b>
<b>8</b>	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	Tr đồng	<b>55,192</b>	<b>101,000</b>	<b>183</b>
<b>9</b>	<b>Cổ tức</b>	%	<b>3%</b>	(*)	

#### Ghi chú:

(\*): Tỷ lệ tạm ứng cổ tức 2022 sẽ được trình bày và lấy biểu quyết tại Đại hội cổ đông theo tờ trình “Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2022”.



### 3. Một số giải pháp thực hiện

#### • Quản trị Công ty và điều hành sản xuất

- Tiếp tục duy trì trạng thái phòng chống dịch hiệu quả cho đến khi tình hình dịch bệnh được kiểm soát. Nâng cao công tác quản trị và điều hành sản xuất theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp, thích ứng nhanh và nhạy bén với tình hình diễn biến của thị trường.
- Đảm bảo triển khai duy trì sản xuất đáp ứng nhu cầu thị trường bao gồm cả nội địa và xuất khẩu. Bằng mọi giải pháp đáp ứng các khách hàng lớn đã và đang đàm phán, đặc biệt là đối với nhóm lớp TBR và PCR.
- Xây dựng các giải pháp hợp lý về chế độ lương, thưởng nhằm ổn định thu nhập cho người lao động, đồng thời thực hiện các chế độ đãi ngộ tốt để giữ được người lao động. Rà soát lại toàn bộ lực lượng lao động và có chính sách phù hợp đối với từng nhóm lao động trong điều kiện dịch bệnh chưa được kiểm soát.
- Chú trọng công tác thực hiện tiết kiệm, sử dụng nguồn vốn hiệu quả trong SXKD, tăng cường công tác quản lý chi phí, công tác kiểm soát chi phí của các bộ phận, phòng ban trong Công ty và các xí nghiệp thành viên.
- Tiếp tục duy trì hệ thống quản lý chất lượng theo ISO 9001, môi trường ISO 14001 và các chứng nhận có giá trị khu vực và quốc tế đối với ngành sẫm lốp.

#### ✓ Công tác đầu tư XDCB

- Đối với Lớp TBR: Công ty sẽ chủ động đầu tư chiều sâu vào thời điểm thích hợp, từng bước tăng công suất phù hợp với yêu cầu thị trường.
- Tùy theo tình hình thực tế, đầu tư mở rộng, nâng công suất sản xuất lớp PCR, đáp ứng nhu cầu nội địa và xuất khẩu.
- Tiếp tục thực hiện đầu tư thiết bị nhỏ lẻ nhằm tự động hóa các công đoạn quan trọng nhằm nâng cao năng suất và chất lượng đối với nhóm sản phẩm xe đạp, xe máy và ô tô bias.
- Lập phương án quy hoạch lại các cụm nhà máy sản xuất theo chủ trương của chính quyền các địa phương mà Công ty đang đặt nhà máy.

#### ✓ Chiến lược sản phẩm

- Tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm lớp TBR đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường trong nước và xuất khẩu.
- Phát triển thêm các quy cách cho dòng lớp PCR Advenza đáp ứng trong nước và phù hợp cho từng thị trường xuất khẩu.
- Tiếp tục công tác kiểm soát công nghệ, nghiên cứu ứng dụng công nghệ mới trong sản xuất.
- Tiếp tục đẩy mạnh hoạt động quảng bá, phát triển thị phần đối với các dòng sản phẩm, tham gia các Hội chợ và các chương trình triển lãm có uy tín để giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm khách hàng mới, mở rộng thị trường tiêu thụ.

#### ✓ Công tác tiếp thị và bán hàng

- Tập trung nguồn lực duy trì thị phần tại thị trường nội địa. Có chính sách bán hàng linh hoạt, phù hợp với điều kiện thực tế của từng Nhà phân phối khi thị trường phục hồi sau khi dịch bệnh được kiểm soát.
- Tập trung phát triển thương hiệu Advenza một cách chuyên nghiệp. Mở các Nhà phân phối khắp cả nước, đầu tư hình ảnh tại các trung tâm dịch vụ, phát triển các kho hàng tại các thành phố lớn như Hà Nội, Tp.HCM và Đà Nẵng.
- Tiếp tục công tác tìm kiếm khách hàng xuất khẩu có nhiều tiềm năng, mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời khai thác tốt thị trường xuất khẩu đối với nhóm lớp Radial toàn thế giới.
- Tăng cường công tác chăm sóc khách hàng. Thực hiện các chính sách khuyến mãi cho từng dòng sản phẩm, điều chỉnh giá bán cho phù hợp với thị trường cạnh tranh.
- Tiếp tục duy trì hệ thống nhận diện thương hiệu theo hướng hiện đại, đồng bộ. Tập trung vào công tác quảng bá sản phẩm mới theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại.

### III. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC DỰ ÁN ĐẦU TƯ

- Dự án đầu tư lớp TBR nâng công suất lên 600 nghìn chiếc/năm: Tạm dừng nội dung này trong điều kiện sản lượng tiêu thụ chưa đạt đến công suất giai đoạn 1 là 350 nghìn chiếc/ năm. Tuy nhiên, sẽ tùy thuộc vào diễn biến thị trường để làm việc với đơn vị chủ quản (Tập đoàn Công nghiệp hóa chất Việt Nam) về dự án trên.

- Đầu tư, tăng năng suất lao động đối với các nhóm sản phẩm hiện có. Tiếp tục đầu tư các thiết bị nhỏ, lẻ để hoàn thiện một số công đoạn trong dây chuyền sản xuất lốp xe máy, sảm xe máy, lốp tô tô Bias, sảm ô tô.

**TỔNG GIÁM ĐỐC**  
**(Đã ký)**

**Phạm Hồng Phú**