

# BÁO CÁO CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC

## I. TỔNG KẾT CÔNG TÁC SX-KD NĂM 2008

### 1. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

#### a) Khó khăn:

- Khủng hoảng tài chính thế giới, đặc biệt là tình hình kinh tế của Mỹ đã ảnh hưởng đến thị trường tài chính, thị trường hàng hóa tại Việt Nam.
- Chính sách thắt chặt tiền tệ của nhà nước, tình hình khó khăn chung của các doanh nghiệp trong ngành xây dựng, các nhà đầu tư cũng như người dân làm giảm đáng kể thị trường đầu ra của ngành dây cáp điện. Thị trường bất động sản đóng băng dẫn đến nhu cầu dây cáp điện bị giảm, ảnh hưởng đến doanh thu của Công ty.

Tình hình kinh tế thế giới trong năm 2008 diễn biến phức tạp với 2 giai đoạn có những đặc điểm khác nhau:

#### Trong 6 tháng đầu năm:

- Tình hình kinh tế thế giới bị ảnh hưởng bởi lạm phát, giá dầu leo thang dẫn đến tăng trưởng chậm, đặc biệt nền kinh tế Mỹ suy giảm, ảnh hưởng đến xuất khẩu của CADIVI.
- Giá kim loại màu tăng cao, giá đồng LME liên tục tăng từ 6.700 USD/tấn lên 8.900 USD/tấn. Công ty đã phải điều chỉnh tăng giá sản phẩm vào ngày 07/7/2008.
- Nền kinh tế nước ta lạm phát ở mức cao dẫn đến biến động về chi phí, lãi vay tăng cao, sự chênh lệch về tỷ giá đô la do ngân hàng công bố và giá thị trường làm cho giá vật tư nguyên liệu, chi phí vận chuyển tăng cao đã ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả SX-KD của Công ty.

#### Trong 6 tháng cuối năm:

- Khủng hoảng tài chính từ nước Mỹ đã ảnh hưởng đến tình hình kinh tế thế giới trong đó có Việt Nam. Nền kinh tế nước ta chuyển từ lạm phát ở mức cao sang thiếu phát, thị trường hàng hóa nói chung bị giảm sức mua, ảnh hưởng đến công tác bán hàng của CADIVI nói riêng.
- Giá kim loại màu giảm nhanh, giá đồng LME liên tục giảm từ 8.900 USD/tấn xuống 2.800USD/tấn. Công ty đã 2 lần phải điều chỉnh giảm giá, lần 1 (ngày 29/9) giảm 18% và lần 2 (ngày 03/11) giảm 16%, tuy nhiên tốc độ bán hàng vẫn rất chậm.

#### b) Thuận lợi:

- Công ty có sự đoàn kết và nhất trí cao về định hướng chiến lược, cũng như sự đồng thuận trong lãnh đạo, quản lý của Hội đồng Quản trị, Ban Tổng Giám đốc.
- Công ty có kinh nghiệm thị trường, có uy tín về chất lượng, thương hiệu.
- Công ty có chiến lược hợp lý, chủ động trong quản lý sản xuất kinh doanh, có nhiều mối quan hệ tốt và lựa chọn các nhà cung cấp phù hợp nên vẫn đảm bảo nguyên liệu, nguồn vốn cho SX-KD trong tình hình có nhiều khó khăn.
- Công ty có mạng lưới đại lý rộng khắp trong cả nước.

Tuy có nhiều khó khăn, ít thuận lợi nhưng toàn Công ty đã có những kết quả khá khả quan về công tác sản xuất kinh doanh trong năm 2008 như sau:

## 2. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH SX-KD NĂM 2008

### a) Kết quả tổng hợp:

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	TH năm 2007	KH năm 2008	TH năm 2008	So với năm 2007 (%)	So với KH (%)
1	Giá trị TSL	Tr.Đồng	1.954.952	2.115.000	2.141.474	109,54	101,25
2	Doanh thu Trong đó XK	Tr.Đồng USD	1.572.609 5.004.577	1.640.000 7.000.000	1.699.798 6.547.982	108,09 130,84	103,65 93,54
3	Lợi nhuận trước thuế	Tr.Đồng	26.782	32.000	42.218	157,64	131,93
4	Thu nhập BQ	Tr.Đồng	5,002	5,165	5,385	107,66	104,26
5	EPS	Đồng			1.889		
6	Cổ tức	%		15	15	-	100,00

Do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính, dẫn đến suy thoái kinh tế thế giới, năm 2008 là năm có rất nhiều khó khăn đối nền kinh tế Việt Nam nói chung và với hoạt động SX-KD của Công ty CADIVI nói riêng. Mặc dù vậy, với việc dự kiến trước tình hình diễn biến về giá cả nguyên vật liệu đầu vào, thị trường sản phẩm dây cáp điện, lãnh đạo và CBCNV toàn Công ty đã nỗ lực khắc phục khó khăn, vượt qua nhiều trở ngại để thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ đặt ra. Trong đó:

- Giá trị tổng sản lượng đạt 101%, doanh thu đạt 104% so với kế hoạch; tăng 9,5% tổng sản lượng, 8,1% doanh thu so với năm 2007.
- Lợi nhuận trước thuế tăng 32% so với kế hoạch, tăng 58% so với năm 2007, đạt 42,218 tỷ đồng.

### b) Đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch SX-KD:

Kết quả thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2008 là một nỗ lực lớn của Công ty. Toàn Công ty đã nỗ lực vượt bậc trong tất cả các mặt để đạt các chỉ tiêu đề ra. Với kết quả này, chúng tôi có những đánh giá như sau:

#### Đánh giá chung:

- ☞ Trong năm 2008, hoạt động SX-KD của Công ty phải đối mặt với rất nhiều khó khăn: khủng hoảng thị trường tài chính thế giới ảnh hưởng đến Việt Nam; tỷ giá USD biến động phức tạp; trong 6 tháng đầu năm chi phí tài chính, giá nguyên vật liệu tăng mạnh, tỷ lệ lạm phát ở Việt Nam tăng cao... nhà nước thắt chặt tiền tệ...; trong 6 tháng cuối năm giá nguyên vật liệu giảm mạnh, thị trường Việt Nam chuyển sang thiếu phát, kinh tế thế giới bị suy thoái... Mặc dù vậy, lợi nhuận vẫn là chỉ tiêu hàng đầu của Công ty. Cho dù qua 2 đợt giảm giá, với lượng hàng tồn kho lớn, Công ty bị mất khoảng 80 tỷ đồng, nhưng nhờ có tính toán trước nên lợi nhuận vẫn vượt chỉ tiêu đề ra, đạt 42,218 tỷ đồng (đạt 131,93% trên kế hoạch 32 tỷ đồng)
- ☞ Doanh thu thị trường chính – khu vực miền Nam tăng 2,4%, thị trường miền Trung tăng 34,3% và miền Bắc tăng 48,2%. Điều này thể hiện đúng chiến lược “**Giữ vững, xâm lấn, mở rộng thị trường**” – giữ vững thị trường miền Nam, đẩy mạnh phát triển thị trường Miền Trung, Miền Bắc.
- ☞ Mặc dù tình hình kinh tế thế giới khó khăn, đặc biệt là nền kinh tế Mỹ - thị trường xuất khẩu chính của Công ty, nhưng với sự nỗ lực của mình, Công ty đã đạt doanh thu xuất khẩu trên 7 triệu USD, tăng hơn 40% so với năm 2007, đạt tỷ lệ 6,62% trong cơ cấu doanh thu toàn Công ty.
- ☞ Doanh thu từ hệ thống đại lý vẫn chiếm tỷ trọng chính trong cơ cấu doanh thu của Công ty (74,80%, tăng 15,84% so với năm 2007). Trong khi đó, phần doanh thu từ thị trường điện lực giảm mạnh do Công ty chủ động giảm vì thị trường này mang lại hiệu quả không cao trong năm 2008. Tuy nhiên, doanh thu từ thị trường dự án, công trình xây dựng chưa

có sự tăng trưởng như mong muốn thể hiện sự hạn chế trong việc tiếp cận, xâm nhập các dự án, các công trình xây dựng lớn của CADIVI.

Nguyên nhân:

- ☞ Hội đồng quản trị đã đề ra chiến lược và điều chỉnh chiến lược kịp thời. Sự điều hành của Ban Tổng Giám đốc linh hoạt, phù hợp theo từng thời điểm để thực hiện Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông cũng như HĐQT. Tính hiệu quả trong công việc của đội ngũ cán bộ quản lý và các nhân viên quan trọng có bước tiến bộ tích cực.
- ☞ Công ty liên tục duy trì tính ổn định, từng bước hoàn thiện công tác tổ chức quản lý sản xuất, đảm bảo tận dụng, phát huy năng lực máy móc thiết bị hiện có, đầu tư mới những hạng mục cần thiết, nâng cao năng lực sản xuất, đảm bảo chất lượng sản phẩm của Công ty luôn đạt tiêu chuẩn của Việt Nam và các tiêu chuẩn quốc tế.
- ☞ Bố trí sản xuất, điều độ có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận từ Công ty cho đến các XN trong tổ chức thực hiện, triển khai sản xuất, sử dụng lao động và thiết bị hợp lý, đảm bảo quy trình công nghệ, thực hiện nhiều giải pháp tiết kiệm vật tư nguyên - nhiên liệu trong sản xuất đã giúp giảm chi phí sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh.
- ☞ Chủ động trong việc thực hiện kế hoạch sản xuất, kinh doanh năm 2008 bằng những chiến lược hợp lý trong từng thời điểm, giai đoạn cụ thể.
- ☞ Tiến hành xây dựng công nghệ, sản xuất thử các sản phẩm mới như dây ô tô; tìm hiểu công nghệ sản xuất cáp chống cháy và các sản phẩm xuất khẩu với nguyên liệu cách điện TPE.
- ☞ Thực hiện tốt công tác chăm sóc khách hàng, tạo điều kiện để khách hàng ngày càng gần bó hơn với Công ty.
- ☞ Kết hợp đồng thời việc tăng lợi nhuận và phát triển thị trường, quảng bá thương hiệu nhằm mục tiêu phát triển Công ty theo hướng bền vững, lâu dài. Công ty đạt lợi nhuận cao là do giảm giá vốn hàng bán và chi phí tài chính; công tác kiểm soát chi phí, sử dụng vốn, tận dụng nguồn tiền nhàn rỗi... được cải thiện rõ nét.
- ☞ Công tác quản lý tài chính - kế toán luôn đảm bảo đúng luật pháp và chuẩn mực kế toán, tính toán nhu cầu vốn hợp lý, không để nợ quá hạn, sử dụng vốn vay đúng mục đích, được các ngân hàng thương mại ủng hộ và luôn được vay đủ, kịp thời, từng bước cải thiện công tác quản lý và thu hồi công nợ. Kiểm soát chặt chẽ dòng lưu chuyển tiền tệ. Việc áp dụng chương trình quản lý ERP trong toàn Công ty đã góp phần đẩy nhanh tiến độ và đảm bảo tính chính xác các báo cáo thống kê.
- ☞ Tổ chức lại công tác hạch toán kế toán, quyết toán Quý trong 30 ngày, quyết toán năm 2008 trong 40 ngày (trước đây là 50 ngày và 70 ngày). Thực hiện đúng và kịp thời Quy chế Công bố thông tin của Công ty đại chúng.
- ☞ Tăng cường các biện pháp quản lý công nợ, quy định đối với đại lý nếu vượt ký quỹ hoặc có công nợ quá hạn trên 20 ngày thì tạm ngưng giao hàng; nếu đại lý có nợ quá hạn thì thu lãi quá hạn.
- ☞ Đối với người lao động: Công ty luôn đảm bảo đời sống vật chất cũng như tinh thần của CBCNV, thực hiện đầy đủ các chính sách đối với người lao động, phát động các phong trào thi đua, tổ chức các khóa huấn luyện, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ... để người lao động đủ năng lực, tin tưởng và yên tâm làm việc, tăng tính sáng tạo trong SX-KD và vì sự phát triển chung của Công ty. Hợp tác với công ty tư vấn BCC để xây dựng thang bảng lương mới công bằng, hợp lý hơn.
- ☞ Bên cạnh đó, Công ty cũng tích cực tham gia công tác xã hội: nuôi bà mẹ VN anh hùng, thương binh nặng, xây nhà tình nghĩa, tình thương, ủng hộ các quỹ khuyến học, trợ giúp học sinh nghèo hiếu học...

### 3. NHỮNG TÒN TẠI CẦN KHẮC PHỤC

Bên cạnh những thành công, năm 2008 cũng còn những điểm mà Công ty cần lưu ý, khắc phục để làm tốt hơn trong năm 2009 và những năm sau.

- Vẫn chưa thoát hẳn ra khỏi cách tư duy, làm việc cũ dẫn đến tình trạng sai lỗi vẫn còn nhiều, làm tăng đáng kể chi phí cho Công ty.
- Chưa hoàn toàn tư duy theo cách suy nghĩ của người quản lý để tìm ra giải pháp tối ưu trong việc tổ chức, triển khai công việc.
- Tình trạng chấp hành kỷ luật lao động còn chưa thực sự tốt, còn lãng phí thời gian, lãng phí trong việc bố trí, sử dụng lao động.
- Việc kiểm tra giám sát việc thực hiện các Quy chế, Quy định của Công ty tại các phòng chức năng Công ty chưa được thường xuyên.
- Các chế độ thông kê, báo cáo chưa thực hiện tốt để Lãnh đạo Công ty có thông tin đưa ra quyết sách đúng đắn, kịp thời; chưa có phân tích đánh giá số liệu để tìm nguyên nhân bản chất của các thành công cũng như thiếu sót để rút ra các bài học kinh nghiệm.
- Việc thực hành tiết kiệm chưa được áp dụng triệt để, toàn diện.
- Kiểm soát tồn kho vẫn chưa tốt, lượng sản phẩm, nguyên vật liệu tồn kho còn cao, nhất là vào cuối Quý 3.
- Thị trường nền chưa được phát huy đúng mức ở khu vực tư vấn thiết kế, các dự án, công trình xây dựng lớn.
- “Tính đồng đội”, sự hợp tác hỗ trợ trong nội bộ mỗi đơn vị và giữa các đơn vị trong Công ty chưa thực sự hiệu quả.
- Việc xây dựng văn hóa Công ty còn chậm, chưa hoàn thiện xong tiêu chuẩn, chuẩn mực, quy tắc ứng xử trong nội bộ và với bên ngoài.

Năm 2008, tuy điều kiện nền kinh tế thế giới và nền kinh tế Việt Nam nói riêng có rất nhiều khó khăn phức tạp, nhưng nhờ có hướng đi đúng, lấy thị trường nền làm cơ sở, với quyết tâm của toàn thể CB-CNV Công ty CADIVI, với sự chỉ đạo trực tiếp của Hội đồng quản trị Công ty, sự tận tình của các nhà phân phối, sự tin tưởng của người tiêu dùng nên kết quả SX-KD năm 2008 đạt được có thể coi là một thắng lợi của Công ty dù vẫn còn những điểm cần khắc phục, hoàn thiện hơn nữa.

## II. PHƯƠNG HƯỚNG - MỤC TIÊU NĂM 2009

### 1. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

#### a) **Khó khăn:**

- Tình hình kinh tế thế giới đang diễn biến phức tạp và có nhiều khó khăn, đặc biệt là nền kinh tế Mỹ đang lâm vào khủng hoảng, suy thoái chưa có điểm dừng nên ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam. Điều này sẽ tác động tiêu cực đến Công ty nhất là thị trường đầu ra cho sản phẩm, kể cả trong nước cũng như thị trường xuất khẩu.
- Do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế toàn cầu, các sản phẩm từ Trung Quốc – công trường sản xuất giá rẻ của thế giới sẽ tràn qua Việt Nam và các nước lân cận trong khu vực.
- Sau 2 năm Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO, tính cạnh tranh trên thị trường sản phẩm dây và cáp điện ngày càng gay gắt.
- Giá cả vật tư chủ yếu cho sản xuất dây và cáp điện tiếp tục biến động khó lường.

- Tình hình khó khăn chung của các doanh nghiệp trong ngành xây dựng, các nhà đầu tư cũng như người dân làm giảm đáng kể thị trường đầu ra của ngành dây cáp điện.
- Môi trường pháp lý có nhiều thay đổi (chính sách thuế VAT, TNDN, TNCN mới), ảnh hưởng trực tiếp đến Công ty cũng như khách hàng.
- Thị trường bất động sản tiếp tục đóng băng dẫn đến nhu cầu dây cáp điện bị giảm, ảnh hưởng đến doanh thu của Công ty. Thị trường hàng hóa nói chung bị giảm sức mua, ảnh hưởng đến công tác bán hàng của CADIVI nói riêng.

#### b) **Thuận lợi:**

- Công ty đã hoạt động theo mô hình mới - công ty cổ phần - một cách ổn định, đi vào hiệu quả, tạo cho CBCNV toàn Công ty tâm lý an tâm, toàn tâm toàn ý tập trung cho công việc.
- Các công trình của ngành điện có kế hoạch được đầu tư nhiều hơn năm qua về mặt phát triển lưới điện tạo cơ hội cho CADIVI tham gia cung cấp sản phẩm.

## 2. MỤC TIÊU, KẾ HOẠCH SX-KD NĂM 2009

Chiến lược của Công ty là luôn kết hợp đồng thời việc tăng lợi nhuận và phát triển thị trường, quảng bá thương hiệu nhằm mục tiêu phát triển bền vững, lâu dài.

Mục tiêu cụ thể đặt ra cho Công ty trong năm 2009:

Stt	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Thực hiện năm 2008	Kế hoạch năm 2009	So sánh với năm trước (%)
1	Giá trị TSL	Triệu Đồng	2.141.474	2.341.079	109,32
2	Doanh thu Trong đó XK	Triệu Đồng USD	1.699.798 6.547.982	1.200.150(*) 5.259.335	70,61 80,32
4	Thu nhập bình quân	Triệu Đồng	5,385	5,405	100,37
5	Lợi nhuận trước thuế	Triệu Đồng	42.218	35.186(**)	83,34
6	Cổ tức	%	15	13	86,67

(\*) Doanh thu trong năm 2009 dự kiến thấp hơn năm 2008 (mặc dù sản lượng tăng 10%/năm) vì:

- Giá kim loại màu, nhựa tăng cao trong 7 tháng đầu năm 2008 và giảm giá mạnh trong thời điểm cuối năm 2008, đầu năm 2009.
- Giá đồng trong năm 2008 (tính trung bình trong cả năm) là 7.381USD/tấn, trong khi đó, giá đồng trên thị trường hiện nay đang giảm mạnh (xuống mức xấp xỉ 3.700USD/tấn), kế hoạch doanh thu năm 2009 được xây dựng trên cơ sở giá đồng trung bình là 5.000USD/tấn, giảm 32% so với giá năm 2008, vì vậy, kế hoạch doanh thu năm 2009 (1.200 tỷ) tương ứng 70% so với mức thực hiện trong năm 2008 nhưng thực tế sẽ tăng khi tính trên cùng một mặt bằng giá nguyên liệu.

(\*\*) Lợi nhuận trước thuế năm 2009 dự kiến thấp hơn năm 2008 vì các nguyên nhân sau:

- Suy thoái kinh tế thế giới ảnh hưởng đến Việt Nam làm cho thị trường dây cáp điện nói riêng bị thu hẹp đáng kể.
- Trong điều kiện khó khăn chung về thị trường, các đối thủ (cả trong và ngoài nước) của CADIVI sẽ cạnh tranh quyết liệt bằng chính sách giá. Trong tình hình đó, CADIVI buộc phải có chính sách, chiến lược hợp lý – chấp nhận mức lợi nhuận vừa phải để giữ và phát triển thị phần, làm cơ sở cho việc phát triển trong những năm tiếp theo, khi nền kinh tế thế giới vượt qua cuộc khủng hoảng.

**Về phát triển thị trường:** Giữ vững thị trường miền Nam, tiếp tục đẩy mạnh công tác xâm lấn, mở rộng thị trường miền Trung và miền Bắc. Đối với thị trường xuất khẩu, giữ vững thị

trường hiện tại như Mỹ, Campuchia... tìm cơ hội xâm nhập các thị trường tiềm năng khác như Úc, châu Âu, Nhật...

### **3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP CHIẾN LƯỢC**

#### **3.1 Định hướng**

Thực hiện theo định hướng chiến lược, mục tiêu do Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị Công ty đề ra.

#### **3.2 Các giải pháp**

Với diễn biến phức tạp của nền kinh tế thế giới và tình hình khó khăn của nền kinh tế Việt Nam nói riêng, mục tiêu đạt 35 tỷ lợi nhuận trước thuế trong năm 2009 thực sự là một thách thức to lớn cho lãnh đạo và CBCNV toàn Công ty CADIVI. Công ty cần tập trung mọi nguồn lực, phát huy tinh thần làm việc chuyên nghiệp, chủ động, sáng tạo... để đạt được mục tiêu này. Các giải pháp chiến lược để hiện thực hóa mục tiêu trong năm 2009 bao gồm:

##### **3.2.1 Công tác thị trường và xây dựng thương hiệu**

- Quán triệt mục tiêu “**Giữ vững, xâm lấn, mở rộng thị trường**” trên cơ sở “**Giữ vững sân nhà để vươn ra sân người**”. Tiếp tục thực hiện các chính sách để xâm lấn, mở rộng thị trường miền Trung, miền Bắc.
- Có chính sách tốt nhất cho việc phát triển thị trường nền, đặc biệt là chính sách đối với khách hàng. Tổ chức lại, hoàn thiện hệ thống phân phối trên nguyên tắc Công ty chỉ quản lý những nhà phân phối, đại lý cấp 1. Tổ chức đội ngũ tiếp thị giám sát hoạt động của nhà phân phối và đại lý cấp 1 để ổn định tình hình, đảm bảo bán đúng giá; phòng, chống tình trạng bán phá giá.
  - + Tổ chức huấn luyện các nhà phân phối và đại lý cấp 1 để họ cùng đội ngũ tiếp thị của Công ty giới thiệu sản phẩm cho khách hàng dự án, chủ đầu tư các công trình, các công ty tư vấn thiết kế xây dựng;
  - + Tập trung phát triển tại mỗi tỉnh thành đến nay chưa có đại lý CADIVI ít nhất một đại lý phân phối;
  - + Nghiên cứu, xây dựng lại Quy chế đại lý cho phù hợp với tình hình thị trường mới.
  - + Phối hợp với đơn vị tư vấn tổ chức xây dựng lại lực lượng bán hàng, đội ngũ tiếp thị phù hợp với tình hình cạnh tranh mới.
- Tăng cường công tác quảng bá thương hiệu, tiếp thị sản phẩm thông qua các chương trình “Sản phẩm công nghiệp chủ lực” của TP HCM; “Hàng Việt Nam chất lượng cao”; hợp tác với Cục xúc tiến thương mại Bộ Công Thương, VCCI để đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước... Thực hiện chương trình “Thương hiệu quốc gia” do Bộ Công Thương chủ trì;
- Xây dựng nhóm chuyên trách dự án để phối hợp với các đại lý thâm nhập vào thị trường dự án, tư vấn thiết kế, xây lắp, xây dựng công nghiệp.
- Giữ vững, phát triển các thị trường xuất khẩu hiện tại như Mỹ, Campuchia. Phối hợp với Good Hill để đẩy mạnh việc phân phối dây dân dụng tại thị trường Campuchia. Tìm cơ hội xâm nhập các thị trường tiềm năng khác như Úc, Nhật Bản... Đẩy mạnh công tác xuất khẩu tại chỗ.
- Đăng ký tham gia “Giải thưởng chất lượng quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương”

##### **3.2.2 Tổ chức quản lý sản xuất**

- Kiểm soát chặt chẽ chi phí bảo dưỡng thiết bị, nhà xưởng, phương tiện vận tải; Quản lý chặt hàng tồn kho, việc sử dụng vật tư, mức tiêu hao sản phẩm... Tổ chức quyết toán vật tư toàn Công ty theo Quý;
- Xây dựng quy chế thưởng - phạt trong định mức sử dụng vật tư;

- Theo dõi chặt chẽ tình hình và diễn biến giá nguyên vật liệu chủ yếu để có những quyết sách kịp thời mang lại hiệu quả SX-KD cho Công ty;
- Tận dụng các nguồn bán thành phẩm từ các doanh nghiệp khác có chi phí sản xuất thấp hơn để giảm chi phí sản xuất trên mỗi đơn vị sản phẩm;
- Phối hợp tổ chức sản xuất 1 cách hiệu quả trên cơ sở quản lý chặt hàng tồn kho theo quy định, đảm bảo vòng quay hàng tồn kho 45 ngày;
- Cân đối tình hình thực tế sản xuất để bố trí sử dụng lao động hiệu quả. Rà soát và sắp xếp lại lực lượng lao động hiện có từ quản lý đến lao động trực tiếp cho phù hợp với tình hình SX-KD phức tạp trong năm 2009;
- Triển khai đồng bộ giữa nhu cầu khách hàng - nguồn cung ứng vật tư - bố trí máy móc thiết bị nhằm đảm bảo đúng hạn giao hàng, giảm chi phí, tăng hiệu quả sản xuất
- Triệt để tiết kiệm trong mọi hoạt động SX-KD.
- Thực hiện nghiêm túc các chế độ báo cáo – nhanh, định kỳ – có phân tích đánh giá để lãnh đạo Công ty kịp thời có những quyết sách đúng đắn..

### **3.2.3 Công tác Kỹ thuật, Công nghệ, Chất lượng sản phẩm**

- Rà soát, cập nhật lại định mức lao động, xây dựng định mức trả lương phù hợp với thiết bị và công nghệ đã được cải tiến;
- Áp dụng phương pháp sợi độn thay cho bọc lót đối với những loại cáp có tiết diện nhỏ hơn 16mm<sup>2</sup>.
- Tiếp tục sản xuất thử và hoàn thiện công nghệ để đưa vào sản xuất các sản phẩm mới: dây ô tô, cáp chống cháy, các sản phẩm xuất khẩu dùng vật liệu cách điện TPE;
- Tiếp tục phát triển các loại khí cụ điện để cung cấp đồng bộ với sản phẩm dây cáp điện;
- Tiếp tục thực hiện xuyên suốt mục tiêu “Chất lượng sản phẩm tốt là nền tảng cho sự tồn tại và phát triển của Công ty”. Hệ thống quản lý chất lượng cần tiếp tục được nâng cao, kiểm soát chặt chẽ theo các quy trình sản xuất cũng như tuân thủ hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001. Triển khai áp dụng hệ thống TQM tại Xí nghiệp Long Biên, chương trình 5S tại Xí nghiệp Thành Mỹ;

### **3.2.4 Công tác quản lý tài chính - kế toán**

- Xây dựng kế hoạch tài chính sát với thực tế sản xuất, chọn các ngân hàng cho vay với lãi suất thấp nhất, tranh thủ các nguồn vay có chi phí rẻ, như nguồn hỗ trợ xuất khẩu của Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- Sử dụng hợp lý nguồn vốn chủ sở hữu và vốn vay để giảm chi phí lãi vay;
- Kiểm soát tiền mặt thường xuyên để giảm mức vay ngắn hạn, thanh toán nợ ngay khi có tiền trong tài khoản, không đợi hết thời gian vay. Cân đối nhu cầu thu – chi, tận dụng khoản tiền nhàn rỗi để gửi ngắn hạn để tăng nguồn thu;
- Sản xuất, giao hàng và hoàn tất thủ tục thanh toán nhanh để thu hồi vốn;
- Tổ chức thu hồi nợ sau bán hàng theo quy định quản lý công nợ của Công ty. Định kỳ phân loại công nợ phải thu, tích cực thu hồi nợ quá hạn theo hợp đồng;
- Quản lý chặt các khoản chi phí, phân đầu giảm các chi phí chưa định mức;
- Đối với các khoản ký quỹ dài hạn của khách hàng - sẽ thường xuyên cập nhật các quy định về lãi suất của ngân hàng nhằm có chính sách trả lãi hợp lý để khuyến khích khách hàng.

### **3.2.5 Công tác xây dựng đội ngũ**

Xây dựng đội ngũ xuất phát từ tầm nhìn chiến lược và mục tiêu của Công ty. Đổi mới tư duy về nguồn nhân lực từ quản lý nhân sự sang quản trị nhân sự và quản lý tài năng. Do vậy Công ty cần phải:

- Xây dựng đội ngũ cán bộ công nhân viên tinh nhuệ, nhiệt tình, đoàn kết. Tổ chức các khóa huấn luyện, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, nâng bậc...
- Từng bước bổ sung chính sách thu hút và sử dụng nhân tài, đảm bảo yêu cầu phục vụ sản xuất kinh doanh, phát triển Công ty;
- Thông suốt mục tiêu của Công ty từ các cấp quản lý cao nhất đến từng CBCNV;
- Xây dựng văn hóa doanh nghiệp một cách rõ nét, mang đặc trưng riêng của CADIVI để tạo môi trường, động lực làm việc cho CBCNV.

### 3.2.6 Công tác đầu tư

- Tạm hoãn những dự án đầu tư cần nguồn vốn lớn và chưa thực sự cấp thiết.
- Nghiên cứu bổ sung thêm một số chủng loại khí cụ điện để cung cấp đồng bộ với sản phẩm dây cáp điện cho khách hàng;
- Xây dựng kho, di dời Chi nhánh miền Trung về hoạt động tại KCN Hòa Cầm;
- Chuẩn bị các điều kiện cho việc di dời các Xí nghiệp trong thành phố HCM;
- Lập phương án xây dựng tòa nhà 70-72 Nam Kỳ Khởi Nghĩa thành cao ốc văn phòng cho thuê. Chuẩn bị phương án sử dụng phần đất tại Phú Lâm;
- Lập dự án đầu tư dây chuyền sản xuất cáp ngầm trung thế đến 66KV để tranh thủ chương trình hỗ trợ lãi suất đầu tư theo Quyết định số 20/2009/QĐ-UBND của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh.

Với sự đoàn kết, thống nhất của toàn thể CB-CNV Công ty, CADIVI tin tưởng sẽ vượt qua khó khăn, hoàn thành các mục tiêu nhiệm vụ đã đề ra cho năm 2009.

TỔNG GIÁM ĐỐC



HOÀNG NGHĨA ĐÀN