



CÔNG TY CP XUẤT NHẬP KHẨU AN GIANG
AN GIANG IMPORT EXPORT COMPANY

KẾ HOẠCH KINH DOANH

CÔNG TY CP XUẤT NHẬP KHẨU AN GIANG

GIAI ĐOẠN 2016 - 2020

An Giang, tháng 03 năm 2016

NỘI DUNG



PHẦN I: Đánh giá hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011 - 2015

I. Kết quả kinh doanh

II. Đánh giá hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011 - 2015

1. Mục tiêu chung và kết quả
2. Đánh giá kết quả thực hiện
 - Đạt được
 - Chưa đạt được:

III. Tình hình thực hiện đầu tư giai đoạn 2011 – 2015

PHẦN II: Kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2016 – 2020

I. Nhận định tình hình

1. Thế giới
2. Việt Nam

II. Kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2016 - 2020

1. Định hướng
2. Mục tiêu đạt được đến năm 2020
3. Kế hoạch kinh doanh của Công ty giai đoạn 2016 – 2020
4. Kế hoạch kinh doanh chi tiết từng ngành hàng giai đoạn 2016 - 2020
 - 4.1 Ngành Lương thực
 - 4.1.1 Gạo xuất khẩu:
 - 4.1.2 Gạo nội địa:
 - 4.2 Ngành Thương mại - Dịch vụ
 - 4.3 Ngành giống và Vùng nguyên liệu
5. Kế hoạch đầu tư
6. Kế hoạch nguồn vốn
7. Kế hoạch nhân sự

III. Giải pháp thực hiện

1. Mô hình quản trị
2. Sản xuất:
3. Đầu tư công nghệ và cơ sở vật chất
4. Bán hàng
5. Marketing
6. Phát triển nguồn nhân lực
7. Tài chính
8. Nghiên cứu và phát triển
9. Các dự án phát triển sản phẩm mới

Công ty CP Xuất nhập khẩu An Giang tiền thân là Công ty nhà nước được thành lập từ năm 1976, chuyển đổi sang Công ty cổ phần vào đầu năm 2008 với vốn điều lệ ban đầu là 58,25 tỷ đồng, tăng vốn điều lệ vào năm 2010 lên 182 tỷ đồng cho đến nay.

PHẦN I: Đánh giá hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011-2015

I. Kết quả kinh doanh

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015
1. Sản lượng tiêu thụ					
- Gạo xuất khẩu (tấn)	195.489	172.695	132.952	114.098	149.000
+ Trong đó gạo CLC	25.761	57.585	37.281	31.962	43.717
+ Tỷ trọng	13%	33%	28%	28%	30%
- Gạo nội địa (tấn)	5.557	3.489	4.856	11.167	22.680
- Xe gắn máy (chiếc)	11.279	10.090	11.849	13.058	12.495
2. Doanh thu (tỷ đồng)	2.637,610	2.225,948	1.813,960	1.760,524	2.114,043
- Gạo XK	2.177,679	1.822,194	1.377,020	1.202,751	1.432,936
- Gạo ND	53,097	37,514	52,043	112,230	221,518
- TM-DV	308,368	300,281	383,577	445,543	459,589
- Khác	98,466	65,959	1,320		
3. Lợi nhuận trước thuế (tỷ đồng)	86,346	61,071	41,922	6,111	60,087

Doanh thu, lợi nhuận sụt giảm từ năm 2011 - 2014, năm 2015 có sự tăng trưởng trở lại, trong đó:

- Ngành gạo xuất khẩu giảm dần số lượng bán ra từ năm 2011 – 2014 do ngành hàng rơi vào chu kỳ suy thoái nên HĐQT chủ trương bảo toàn vốn, năm 2015 tăng trở lại.
- Gạo chất lượng cao tăng trưởng liên tục.
- Ngành gạo nội địa tăng mạnh về số lượng tiêu thụ trong năm 2014 và 2015.
- Ngành Thương mại – Dịch vụ có doanh số và lợi nhuận tăng.

II. Đánh giá hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011-2015

1. Mục tiêu chung và kết quả đạt được.

Khoản mục	Mục tiêu năm 2015	Thực hiện 2015	Tỷ lệ thực hiện so mục tiêu
Doanh thu (tỷ đồng)	4.055,00	2.114,00	50%
Lợi nhuận (tỷ đồng)	158,00	60,00	38%
Tỷ trọng giữa GXK và GNĐ	90 / 10	69 / 31	69 / 31
+ Gạo xuất khẩu (tấn)	220.000 – 240.000	149.000	68%
+ Gạo nội địa (tấn)	25.000	22.680	91%
Tỷ lệ gạo CLC/tổng sản lượng tiêu thụ (%)	30%	31%	
Diện tích bao tiêu VNL (ha)	15.000 – 20.000	2.119	14%

2. Đánh giá kết quả thực hiện

2.1 Đạt được

- Về lĩnh vực kinh doanh: thực thi đúng chiến lược 2011 – 2015 đề ra, tập trung kinh doanh vào các lĩnh vực:
 - Ngành Lương thực là ngành hàng chủ lực (xuất khẩu và tiêu thụ nội địa), trong đó:
 - ✓ Tỷ trọng gạo xuất khẩu và gạo nội địa có sự chuyển dịch nhanh, cụ thể đến cuối năm 2015 đạt tỷ lệ 69/31 thay vì 90/10 như mục tiêu kế hoạch đã đề ra.
 - ✓ Tỷ trọng gạo chất lượng cao xuất khẩu/tổng sản lượng xuất khẩu ngày càng tăng, đạt 31%, vượt mục tiêu đề ra năm 2015.
 - ✓ Lượng gạo tiêu thụ nội địa đạt 91% mục tiêu kế hoạch đề ra là 25.000 tấn.
 - Ngành kinh doanh Xe gắn máy thương hiệu Honda, phụ tùng và dịch vụ sửa chữa thực hiện tốt các mục tiêu kế hoạch. Trong đó, tỷ trọng doanh thu phụ tùng tăng nhanh đạt 24% trong tổng doanh thu kinh doanh của ngành, vượt mục tiêu kế hoạch là 15% vào năm 2015.
- Về chuyển dịch cơ cấu sản xuất từ gạo nguyên liệu sang lúa

Khoản mục	2011	2012	2013	2014	2015
Sản lượng thu mua (quy thành phẩm)	229.098	193.727	136.798	134.387	159.439
Lúa mua trong kỳ	9.557	16.740	32.513	35.016	56.966
<i>Quy thành phẩm</i>	<i>4.893</i>	<i>8.571</i>	<i>16.647</i>	<i>17.928</i>	<i>27.344</i>
<i>Chiếm tỷ lệ</i>	<i>2,4%</i>	<i>4,4%</i>	<i>12,1%</i>	<i>13,3%</i>	<i>17,2%</i>

- Về kinh doanh lúa giống

Khoản mục	2011	2012	2013	2014	2015
Sản lượng kinh doanh (tấn)	260	1.100	1.222	1.950	2.505
Tỷ lệ tăng trưởng (%)		423%	111%	160%	129%

2.2 Chưa đạt được

- Doanh thu và lợi nhuận đến 2015 chỉ đạt lần lượt 50% và 38% so với mục tiêu kế hoạch đã đề ra đến 2015 là 4.055 tỷ đồng và 158 tỷ đồng.
- Diện tích bao tiêu Vùng nguyên liệu chỉ đạt 14% so với mục tiêu kế hoạch là 15.000 tấn.
- Về thực thi mục tiêu chiến lược 2011 – 2015 đối với các lĩnh vực khác: do không có lợi thế cạnh tranh, thị trường không thuận lợi và cân đối nguồn vốn, Công ty dừng triển khai kinh doanh các lĩnh vực khác (vật tư nông nghiệp, dầu mành gạo, gạo đồ, bất động sản, kinh doanh hàng nhập khẩu).

III. Tình hình thực hiện đầu tư giai đoạn 2011 – 2015

Công ty đã thanh lý các kho Ba Thê (huyện Thoại Sơn), Bình Khánh (TP. Long Xuyên) không còn hiệu quả sử dụng và đã hết khấu hao, trị giá thanh lý là 43,350 tỷ đồng. Tổng trị giá đầu tư trong nhiệm kỳ là 189,408 tỷ đồng, trong đó có hai dự án đầu tư chính là xây dựng Nhà máy Chế biến lúa gạo tại An Giang, đã hoàn thành và đi vào hoạt động.

Hạng mục	2011	2012	2013	2014	2015
1. Đầu tư mới	39,54	66,81	28,79	10,02	45,35
2. Sửa chữa, nâng cấp	5,01	6,25	11,54	6,00	8,25
Tổng	44,55	73,06	40,33	16,02	53,60

PHẦN II: Kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2016 - 2020

II. Nhận định tình hình

1. Thế giới

- Vấn đề biến đổi khí hậu sẽ liên tục xảy ra làm ảnh hưởng đến sản lượng lương thực trên toàn thế giới.
- Bất ổn chính trị trong khu vực (Đông Á, Biển Đông...) sẽ ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu gạo.
- Theo dự báo của Bộ Nông nghiệp Mỹ, mật dịch gạo toàn cầu sẽ tăng 2,5%/năm đến 2020, chủ yếu bởi gia tăng dân số và tăng thu nhập ở những nước đang phát triển, trong khi một số nước nhập khẩu quan trọng không thể tăng mạnh sản lượng.
- Châu Phi, Trung Đông, Indonesia, Philippines, Trung Quốc, Malaysia... là những thị trường có khả năng tăng mạnh nhất về nhu cầu nhập khẩu gạo do khó tăng sản lượng bởi các yếu tố khí hậu hoặc hạ tầng.

2. Việt Nam

- Môi trường chính trị Việt Nam ổn định, và dự báo tăng trưởng kinh tế của Việt Nam ổn định ở mức 6,5% – 7,0%, ổn định vĩ mô tiếp tục được duy trì, lạm phát ở mức thấp là các điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh.
- Các hiệp ước thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết trong đó quan trọng nhất là TPP mở ra nhiều cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam, trong đó có ngành lương thực.
- Tình hình xuất khẩu gạo nhiều biến động, cạnh tranh trong ngành lương thực ngày càng tăng. Tuy nhiên, trong 5 năm tới, gạo Việt Nam vẫn có thể duy trì được mức xuất khẩu tương đương 7 triệu tấn như trong những năm qua.
- Thị phần thị trường gạo nội địa còn rất lớn mặc dù các doanh nghiệp kinh doanh lương thực đang mở rộng kinh doanh.
- Nhu cầu tiêu dùng sản phẩm sạch, chất lượng cao, an toàn cho sức khỏe ngày càng được chú trọng.
- Doanh số bán xe máy tại Việt Nam đã bắt đầu giảm và có dấu hiệu bão hòa do nhu cầu yếu. Tình trạng ùn tắc giao thông sẽ dẫn đến việc hạn chế xe gắn máy tại các thành phố lớn trong tương lai gần.
- Theo nhận định của các chuyên gia trong lĩnh vực ô tô đến 2020, khi thu nhập bình quân đầu người tăng, hệ thống giao thông đường bộ được cải thiện, Việt Nam bắt đầu ô tô hóa, thị trường này sẽ bùng nổ.
- Vận tải hàng hóa đa phương thức, trong đó vận chuyển bằng container là chủ yếu.

III. Kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2016 - 2020

1. Định hướng

Định hướng phát triển của Công ty giai đoạn 2016 – 2020 lấy khách hàng làm trọng tâm trong hoạt động kinh doanh với định hướng phát triển tập trung và mở rộng sản phẩm chủ lực là gạo chất lượng cao và gạo an toàn.

❖ *Tập trung phát triển ngành gạo, trong đó gạo chất lượng cao và gạo an toàn sẽ giữ vai trò chủ lực, với các định hướng cụ thể như sau:*

- Xây dựng vùng nguyên liệu lúa chất lượng cao, sạch và an toàn. Diện tích đến năm 2020 là 30.000 ha.

- Tiếp tục đầu tư thêm 01 cụm kho chứa lúa hiện đại với tổng sức chứa tối thiểu từ 20.000 – 30.000 tấn.
- Đẩy mạnh phát triển thương hiệu gạo nội địa và hệ thống bán lẻ.
- Đầu tư kho tại khu vực đóng hàng tại địa điểm cảng hoặc gần các cảng tại TP.HCM.
- ❖ *Mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, cụ thể:*
 - Mở rộng hoạt động kinh doanh phụ tùng và dịch vụ của ngành Thương mại – Dịch vụ trên cơ sở thế mạnh hiện có.
 - Mở rộng hoạt động sản xuất, kinh doanh mặt hàng lúa giống. Sản lượng tiêu thụ đến năm 2020 đạt 10.000 tấn.
 - Tiếp tục nghiên cứu, đầu tư và đi vào sản xuất kinh doanh sản phẩm bột gạo.

2. Mục tiêu đạt được đến năm 2020

Khoản mục	Sản lượng	Doanh thu (Tỷ đồng)	Lợi nhuận (Tỷ đồng)
1. Ngành Lương thực (tấn)	249.000	2.693,00	30,50
- Gạo xuất khẩu	196.000	2.121,00	20,00
* Gạo chất lượng cao & gạo an toàn	98.000		
- Gạo nội địa	53.000	572,00	10,50
* Bán lẻ	16.500		
2. Ngành Thương mại – Dịch vụ (xe)	18.000	706,00	16,50
3. Ngành giống (tấn)	4.000	48,00	5,00
TỔNG		3.447,00	52,00

3. Kế hoạch kinh doanh của Công ty giai đoạn 2016 – 2020

Năm 2016 là năm chú trọng thực hiện việc củng cố hệ thống quản trị Công ty, tạo nền tảng vững chắc để các năm tiếp theo phát triển bền vững.

Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
1. Sản lượng gạo (tấn)	190.000	203.000	216.000	230.000	250.000
Tốc độ tăng	12%	7%	6%	7%	8%
2. Số lượng xe bán (xe)	13.500	14.000	15.000	16.000	18.000
Tốc độ tăng trưởng	8,0%	5,0%	5,0%	5,0%	10,0%
3. Doanh thu (tỷ đồng)	2.358,00	2.554,00	2.778,00	3.059,00	3.447,00
Tốc độ tăng doanh thu	12%	8%	9%	10%	13%
4. Lợi nhuận (tỷ đồng)	24,80	30,00	36,00	43,00	52,00
Tốc độ tăng lợi nhuận		21%	20%	19%	21%
Tỷ suất LN/DT	1,05%	1,17%	1,30%	1,41%	1,51%
5. Vốn chủ sở hữu (tỷ đồng)	349,28	355,88	367,28	384,28	399,38
Tỷ suất LN/VCSSH	7%	8%	10%	11%	13%
6. Vốn đầu tư (tỷ đồng)	46,00	202,00	73,00	14,00	14,00

4. Kế hoạch kinh doanh chi tiết từng ngành hàng giai đoạn 2016 - 2020

4.1 Ngành Lương thực

4.1.1 Gạo xuất khẩu

Tập trung vào gạo chất lượng cao, gạo an toàn và mở rộng thị trường bằng cách thâm nhập, mở rộng thị trường, hướng đến xuất khẩu gạo thương hiệu theo 02 dòng sản phẩm: (1) gạo chất lượng cao, gạo an toàn và (2) gạo trắng thông dụng.

Tiếp tục mở rộng sản xuất, chế biến từ lúa, xây dựng vùng nguyên liệu đảm bảo nguồn cung, đầu tư khu vực đóng hàng tại cảng.

❖ Lộ trình thực hiện

Gạo Xuất khẩu	Năm	Năm	Năm	Năm	Năm
	2016	2017	2018	2019	2020
1. Sản lượng (tấn)	160.000	168.000	176.000	185.000	196.000
- Tốc độ tăng trưởng	8%	5%	5%	5%	6%
<i>Trong đó: Gạo Chất lượng cao</i>	<i>60.000</i>	<i>65.000</i>	<i>72.000</i>	<i>80.000</i>	<i>98.000</i>
- Tỷ trọng gạo Chất Lượng cao	38%	39%	41%	43%	50%
2. Doanh thu (tỷ đồng)	1.553,00	1.664,00	1.778,00	1.925,00	2.121,00
- Tốc độ tăng trưởng	10%	7%	7%	8%	10%

4.1.2 Gạo nội địa

Tăng trưởng liên tục, tập trung phát triển song song thị trường doanh nghiệp và bán lẻ bằng cách tiếp tục đẩy mạnh mở rộng thị trường mới, khách hàng mới, ổn định chất lượng sản phẩm, kiểm soát chất lượng từ vùng nguyên liệu, phát triển hệ thống phân phối,...

❖ Lộ trình thực hiện

Gạo Nội địa	Năm	Năm	Năm	Năm	Năm
	2016	2017	2018	2019	2020
1. Sản lượng (tấn)	30.000	35.000	40.000	46.000	53.000
Tốc độ tăng trưởng	32%	15%	15%	15%	15%
2. Doanh thu (tỷ đồng)	285,00	339,00	399,00	477,00	572,00
Tốc độ tăng trưởng	29%	19%	18%	20%	20%

4.2 Ngành Thương mại - Dịch vụ

Duy trì tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận với định hướng tập trung vào kinh doanh phụ tùng, dịch vụ sửa chữa xe gắn máy và phát triển sản phẩm mới bằng cách mở rộng thêm thị trường mới trong, ngoài tỉnh và xuất nhập khẩu, phát huy thế mạnh hiện có đối với các sản phẩm mang thương hiệu Honda, hướng đến phát triển kinh doanh xe ô-tô, xe mô-tô phân khối lớn.

❖ Lộ trình thực hiện

Ngành TM-DV	Năm	Năm	Năm	Năm	Năm
	2016	2017	2018	2019	2020
1. Số lượng xe bán (xe)	13.500	14.000	15.000	16.000	18.000
Tốc độ tăng trưởng	8,0%	5,0%	5,0%	5,0%	10,0%
2. Doanh thu (tỷ đồng)	489,00	517,00	565,00	615,00	706,00
Tốc độ tăng trưởng	6%	6%	9%	9%	15%

4.3 Ngành giống và Vùng nguyên liệu

Mở rộng hoạt động kinh doanh, mở thêm sản phẩm mới là giống rau, màu.

❖ *Lộ trình thực hiện*

Ngành Giống	Năm	Năm	Năm	Năm	Năm
	2016	2017	2018	2019	2020
1. Sản lượng (tấn)	3.000	3.150	3.310	3.640	4.000
Tốc độ tăng trưởng	20%	5,0%	5,0%	10,0%	10,0%
2. Doanh thu (tỷ đồng)	31,00	34,00	36,00	42,00	48,00
Tốc độ tăng trưởng	18%	10%	6%	17%	14%

5. Kế hoạch Đầu tư

Khoản mục	Vốn đầu tư (tỷ đồng)					Tổng
	2016	2017	2018	2019	2020	
1. Đầu tư mới 01 kho lúa		100,00				100,00
2. Xây dựng kho tại khu vực cảng		78,00				78,00
3. Cải tạo phân xưởng Thoại Sơn	1,50					1,50
4. Cải tạo phân xưởng Hòa An	5,00					5,00
5. Sửa chữa, xây mới TT Honda	2,00	16,00	14,00	9,00	9,00	50,00
6. Nhà máy bột gạo			31,00			31,00
7. Đầu tư nhà máy cho ngành giống			15,00			15,00
8. Cải tạo, mở rộng NMGAT	11,00	5,00	10,00			26,00
9. Nâng cấp nhà máy Đa Phước	2,00					2,00
10. Cải tạo phân xưởng Bình Thành	21,50					21,50
11. Xây dựng cơ bản + thiết bị	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	19,00
Tổng vốn	46,00	202,00	73,00	14,00	14,00	349,00

- Cấu trúc lại hệ thống sản xuất, quy mô và năng lực kho chứa, sau khi cấu trúc lại, quy mô của hệ thống sản xuất như sau:

STT	Tên dự án	Quy mô kho chứa và máy móc thiết bị				
		Sấy lúa (tấn/ ngày)	Xay xát (tấn/h)	Năng suất (tấn/ ngày)	Diện tích kho chứa (m2)	Sức chứa kho (tấn) quy gạo TP
A. Cụm kho đóng hàng gạo chất lượng cao và an toàn						
	Kho tại cảng TP				10.000	16.000
B. Cụm kho sản xuất gạo chất lượng cao và an toàn						
1	Cụm kho Long Xuyên		24	400	10.000	16.000
2	Kho Hòa An		10	160	3.800	6.000
3	Kho Đa Phước (chứa lúa)	240	12	200	8.600	5.000
4	Kho Bình Thành (chứa lúa)	500	20	320	10.200	10.000
5	Kho lúa 1 (chứa lúa)	480	20	320	12.000	10.000
C. Cụm kho sản xuất gạo trắng thông dụng						
1	Kho Thoại Sơn		12	200	4.500	8.000
2	Kho Công Vong		10	160	2.900	4.500

C. Cụm kho sản xuất gạo trắng thông dụng						
1	Kho Thoại Sơn		12	200	4.500	8.000
2	Kho Cống Vong		10	160	2.900	4.500
3	Kho Hòa Lạc		10	160	2.400	4.000
D. Cụm kho lúa Giống Vùng nguyên liệu						
1	Kho chứa Lúa giống	30			5.000	3.000
Tổng cộng quy mô sản xuất gạo		1.220	118	1.920	69.40	82.500

- Quy mô của hệ thống phân phối ngành Thương mại – Dịch vụ vào năm 2020 sẽ bao gồm 5 Head Honda, 4 cửa hàng tổng hợp, 1 trung tâm bảo dưỡng và 2 Cửa hàng ô tô.

6. Kế hoạch Nguồn vốn (tỷ đồng)

STT	Khoản mục	2016	2017	2018	2019	2020
A	Tài sản dài hạn	176.532	360.532	415.532	411.532	407.532
	Tài sản dài hạn hiện có	130.532	158.532	342.532	397.532	393.532
	Tài sản đầu tư mới	46.000	202.000	73.000	14.000	14.000
B	Nguồn vốn	349.281	435.881	457.281	444.281	429.381
1	Vốn CSH dự kiến	349.281	355.881	367.281	384.281	399.381
2	Vốn huy động trung hạn	-	80.000	90.000	60.000	30.000
	Phân loại					
	Nguồn vốn ngắn hạn	172.749	75.349	41.749	32.749	21.849
	Nguồn vốn dài hạn	176.532	360.532	415.532	411.532	407.532

Dựa vào tình hình thực tế khi thành lập dự án, công ty sẽ chọn hình thức huy động vốn phù hợp: Vay trung hạn, phát hành cổ phiếu, trái phiếu doanh nghiệp.

7. Kế hoạch Nhân sự

- Tổng số nhân sự vào năm 2020 là 506 người.
- ❖ *Lộ trình tuyển dụng*

STT	Chỉ tiêu	Nhân sự 2015	Lộ trình tuyển dụng					Tổng đến 2020
			2016	2017	2018	2019	2020	
1	Ban Điều hành & các Phòng ban	33	-	-	-	-	-	33
2	Ngành Lương Thực	165	10	10	8	5	12	210
	- Gạo xuất khẩu	115	10	10	8	5	-	148
	- Gạo nội địa	50	-	-	-	-	12	62
3	Ngành Thương mại – Dịch vụ	124	24	24	12	12	-	196
4	Ngành giống & Vùng nguyên liệu	13	8	9	11	16	10	67
	Tổng cộng	335	42	43	31	33	22	506

IV. Giải pháp thực hiện

1. Mô hình quản trị

- Cơ cấu lại mô hình quản lý phù hợp theo định hướng và mục tiêu kinh doanh.
- Củng cố hệ thống quản trị Công ty.

- Hệ thống thông tin nội bộ đáp ứng được yêu cầu nhanh và thông suốt để xử lý giải quyết kịp thời và hạn chế sai sót.

2. Sản xuất

- Kiểm soát chất lượng sản phẩm.
- Quản lý sản xuất trên cơ sở giá thành sản phẩm.
- Tăng tỷ lệ mua, dự trữ và sản xuất từ lúa.
- Xây dựng vùng nguyên liệu lúa chất lượng cao, sạch và an toàn. Định hướng đến năm 2020 là 30.000 ha.

3. Đầu tư công nghệ và cơ sở vật chất.

- Đầu tư 01 cụm kho chứa lúa với tổng sức chứa tối thiểu từ 20.000 – 30.000 tấn.
- Đầu tư và xây dựng khu vực đóng hàng tại địa điểm cảng hoặc gần các cảng ở TP.HCM (ngoài cụm kho Long Xuyên).
- Đầu tư mới các Cửa hàng Thương mại – Dịch vụ.

4. Bán hàng

- Tập trung nhiều hơn vào việc phát triển khách hàng, xác định nhu cầu của khách hàng mục tiêu và nhu cầu riêng biệt của từng thị trường.
- Đảm bảo bán hàng, cung cấp dịch vụ đúng chất lượng đã cam kết nhằm khẳng định thương hiệu.

5. Marketing

- Chú trọng công tác dự báo, xây dựng hệ thống thu thập và xử lý thông tin có độ tin cậy cao, xây dựng hệ thống quản lý bán hàng hoàn chỉnh.
- Chú trọng PR, Marketing nhằm tăng cường quảng bá hình ảnh Công ty,.
- Tăng cường xúc tiến thương mại, phát triển thị trường và chú trọng phát triển sản phẩm mới.

6. Phát triển nguồn nhân lực

- Cần có chính sách lương, đãi ngộ, thưởng đặc biệt để giữ chân, thu hút và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phù hợp với định hướng phát triển của Công ty theo lộ trình đã đặt ra.
- Duy trì và phát huy công tác đào tạo nội bộ kết hợp với đào tạo bên ngoài. Đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý đảm bảo mạnh, năng động, có đủ tâm và tầm trong công tác quản lý điều hành.
- Duy trì hệ thống đánh giá hiệu quả làm việc và xây dựng lại phương thức trả lương, thưởng gắn với hiệu quả công việc, có chính sách (giá trị hữu hình) và CSR (giá trị vô hình thể hiện trách nhiệm của Công ty với nhân viên) để thu hút và giữ chân người tài.

7. Tài chính

- Đa dạng các kênh huy động vốn nhằm đảm bảo nguồn vốn cho kế hoạch và sử dụng vốn có hiệu quả.
- Tập trung quản trị rủi ro tài chính, quản lý dòng tiền.
- Đảm bảo tỉ lệ nợ vay trên vốn chủ sở hữu không vượt quá 4 lần.

8. Nghiên cứu và phát triển

- Cải tiến, hoàn thiện quy trình sản xuất, kinh doanh.
- Không ngừng nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, sản phẩm có giá trị gia tăng cao, Các sản phẩm tích hợp với sản phẩm từng ngành hàng.

- Liên kết với các Trung tâm giống, các nhà khoa học phục tráng và sản xuất các loại giống đặc sản có tính thương mại cao nhằm phục vụ cho chiến lược phát triển sản phẩm của Công ty.

9. Các dự án phát triển sản phẩm mới

- Phát triển và sản xuất các sản phẩm tích hợp từ gạo, mở rộng ngành hàng thương mại dịch vụ.
- Phát triển các dự án đầu tư dài hạn nhằm mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty với các hình thức như xây dựng mới, liên kết hoặc đầu tư vào một doanh nghiệp hiện hữu.
- Hoàn thành dự án bột gạo vào năm 2018

TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

CHỦ TỊCH



CAO MINH LÂM