TỔNG CÔNG TY **THƯƠNG MẠI HÀ NỘI**	**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**
Số: 25./2018/TTr-Hapro	*Hà Nội, ngày 11 tháng 6 năm 2018*

TỜ TRÌNH

(V/v thông qua Kế hoạch sản xuất kinh doanh 03 năm sau cổ phần hóa)

Kính trình: **ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG**
TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI – CTCP

Căn cứ Quyết định số 1925/QĐ-TTg ngày 30/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt phương án cổ phần hóa Công ty mẹ - Tổng công ty Thương mại Hà Nội;

Căn cứ Quyết định số 2751/QĐ-UBND ngày 05/6/2018 của UBND TP.Hà Nội về việc điều chỉnh cơ cấu vốn điều lệ của Tổng công ty Thương mại Hà Nội – Công ty cổ phần khi thực hiện cổ phần hóa Công ty mẹ - Tổng công ty Thương mại Hà Nội;

Theo Phương án sản xuất kinh doanh của Tổng công ty Thương mại Hà Nội đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, kết quả SXKD của Công ty mẹ - TCT 03 năm sau cổ phần hóa được xây dựng là từ năm 2017-2019. Tuy nhiên, do quá trình CPH của Tổng công ty kéo dài hơn dự kiến, vì vậy phương án SXKD của Tổng công ty Thương mại Hà Nội – Công ty cổ phần đến thời điểm hiện tại không còn phù hợp với thực tế. Căn cứ định hướng phát triển của Tổng công ty sau cổ phần hóa, căn cứ thực tế hoạt động SXKD 6 tháng đầu năm 2018 của Tổng công ty, dự kiến số liệu SXKD 6 tháng cuối năm 2018 sẽ đạt được như sau:

1. Kim ngạch xuất khẩu: **55 triệu USD**
2. Tổng Doanh thu: **1.600 tỷ đồng.** Trong đó: Doanh thu xuất khẩu đạt 1.250 tỷ đồng, Doanh thu nội địa đạt 310 tỷ đồng.
3. Lợi nhuận trước thuế: **12 tỷ đồng**
4. Tổng số lao động: **570 người**
5. Thu nhập bình quân**: 9,5 triệu đồng/người/tháng**
6. Cổ tức: năm 2018 là năm TCT chuyển đổi từ mô hình Công ty nhà nước sang CTCP, sẽ phải tiếp tục xử lý các vấn đề hậu cổ phần hóa có liên quan theo quy định của Nhà nước. Do đó, đề xuất năm 2018 sẽ chưa có cổ tức và là tiền đề để xây dựng kế hoạch cổ tức năm 2019, 2020.

❖ **Dự kiến kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty mẹ - Tổng công ty 03 năm sau cổ phần hóa** *(ĐVT: triệu đồng)*

STT	Chỉ tiêu	Năm 2017	So sánh 2017 /2016 (%)	KH Năm 2018		So sánh 2018 /2017 (%)	KH Năm 2019	So sánh 2019 /2018 (%)	KH Năm 2020	So sánh 2020 /2019 (%)
				KH cả năm	KH 6 tháng cuối năm					
1	Kim ngạch XK (tr.USD)	87,38	95	115	55	131	138	120	185	134
2	Tổng doanh thu	3.260.570	99	3.560.000	1.600.000	108	4.245.000	120	5.850.000	138
	Trong đó: DT bán hàng và cung cấp dịch vụ (=a+b)	*3.180.185*	*98*	*3.463.000*	*1.560.000*	*109*	*4.185.000*	*120*	*5.760.000*	*137*
a	*DT xuất khẩu*	*2.482.520*	*91*	*2.760.000*	*1.250.000*	*111*	*3.450.000*	*125*	*4.810.000*	*139*
b	*DT nội địa*	*697.665*	*110*	*703.000*	*310.000*	*101*	*735.000*	*105*	*950.000*	*130*
3	Lợi nhuận trước thuế	13.035	115	20.500	12.000	157	35.000	170	55.000	157
4	Tổng số LĐ bình quân	595	80	570	570	96	550	96	560	102
5	Thu nhập BQ tháng của người LĐ	8,6	108	9,5	9,5	112	10	105	12	120
6	Tỷ lệ cổ tức			0%			1,5%		2%	

❖ **Dự kiến kết quả sản xuất kinh doanh của toàn Tổng công ty 03 năm sau cổ phần hóa:** *(bao gồm kết quả SXKD của Công ty mẹ và 21 Công ty thành viên)*

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2018	*2018/2017*	Năm 2019	*2019/2018*	Năm 2020	*2020/2019*
1	**Kết quả SX-KD**	*Tỷ đồng*						
	- Tổng Doanh thu	-	6.400	*115%*	7.360	*115%*	9.200	*125%*
	- Lợi nhuận TT	-	70,5	*145%*	101	*143%*	135	*133%*
2	**Kim ngạch XNK**	*Triệu USD*	123		153	*125%*	205	*134%*
	- Xuất khẩu	-	117	*115%*	146	*125%*	195	*133%*
	- Nhập khẩu	-	6		7		10	

Kính trình Đại hội đồng cổ đông xem xét thông qua./.

TỔNG GIÁM ĐỐC

TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI

Vũ Thanh Sơn

Nơi nhận:
- *Đại hội đồng cổ đông;*
- *Website TCT (CBTT);*
- *Ban chỉ đạo CPH Công ty mẹ - TCT;*
- *HĐTV TCT*
- *Ban Điều hành TCT*
- *Lưu VT.*

TÓM TẮT KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH 03 NĂM SAU CỔ PHẦN HOÁ (2018-2020)
TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI - CÔNG TY CỔ PHẦN

I. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI - CÔNG TY CỔ PHẦN

1. Thông tin chung:

- ✓ Tên công ty: **TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI - CÔNG TY CỔ PHẦN**
- ✓ Tên giao dịch: **TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI**
- ✓ Tên giao dịch quốc tế: **HANOI TRADE JOINT STOCK CORPORATION**
- ✓ Tên viết tắt: **HAPRO**
- ✓ Biểu tượng (Logo):

Hapro
Mang hồn đất Việt

- ✓ Trụ sở:
  - Địa chỉ trụ sở chính: Số 38 - 40 Lê Thái Tổ, phường Hàng Trống, Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội.
  - Địa chỉ Trụ sở giao dịch: Số 11B phố Cát Linh, phường Quốc Tử Giám, quận Đống Đa, TP Hà Nội.
- ✓ Điện thoại: (024) 3826 7984 Fax: (024) 3826 7983
- ✓ Website: www.haprogroup.vn

2. Lĩnh vực hoạt động kinh doanh của Tổng công ty:

- ✓ *Ngành, nghề kinh doanh chính của Tổng công ty:* tập trung hoạt động trong 03 lĩnh vực kinh doanh chính, gồm:
  - Kinh doanh xuất nhập khẩu;
  - Kinh doanh thương mại nội địa;
  - Đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng thương mại.
- ✓ *Một số ngành, nghề có liên quan và hỗ trợ cho các ngành nghề kinh doanh chính của Tổng công ty như:*

  Sản xuất, chế biến các mặt hàng thực phẩm tươi sống, thực phẩm chế biến, hàng nông sản, hàng tiêu dùng….phục vụ cho hoạt động kinh doanh thương mại nội địa, kinh doanh xuất nhập khẩu của Tổng công ty,….và một số ngành nghề phụ trợ khác theo yêu cầu hoạt động kinh doanh.

3. Vốn điều lệ:

- Tổng số vốn điều lệ khi thành lập Công ty: **2.200.000.000.000 đồng**
- Tổng số cổ phần: **220.000.000 cổ phần**

- Cơ cấu vốn Điều lệ:

Cổ đông	Số lượng CP nắm giữ	Giá trị CP theo mệnh giá (VNĐ)	Tỷ lệ sở hữu
Công ty TNHH Motor N.A Việt Nam (cổ đông chiến lược)	143.000.000	1.430.000.000.000	65,00%
Người lao động mua cổ phần ưu đãi (587 cổ đông). Trong đó: *- Số cổ phần tự do chuyển nhượng* *- Số cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng*	982.900 *789.100* *193.800*	9.829.000.000 *7.891.000.000* *1.938.000.000*	0,45%
Số cổ phần bán tại phiên đấu giá IPO và bán thỏa thuận số cổ phần không bán hết cho cổ đông đã tham gia đấu giá mua CP tại phiên IPO	76.017.100	760.171.000.000	34,55%
Tổng	**220.000.000**	**2.200.000.000.000**	**100%**

II. PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN TRONG 03 NĂM CỔ PHẦN HÓA.

1. Định hướng phát triển chung:

Sau cổ phần hóa, xây dựng Tổng công ty Thương mại Hà Nội – Công ty cổ phần là đơn vị kinh doanh Xuất nhập khẩu và thương mại nội địa có năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững. Cụ thể là:

- Tập trung phát triển, đẩy mạnh và nâng cao kim ngạch xuất khẩu trong toàn Tổng công ty; phấn đấu đến năm 2020, tỷ trọng doanh thu từ hoạt động kinh doanh xuất khẩu chiếm 80% tổng doanh thu của Tổng công ty. Đưa thương hiệu xuất khẩu Hapro trở thành thương hiệu quốc tế hàng đầu tại khu vực, bao trùm mọi hoạt động của Tổng công ty.

- Xây dựng thành công 05 mặt hàng xuất khẩu nằm trong 05 doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu của cả nước gồm: Gạo; Hạt điều; Hạt tiêu; Cà phê; Thực phẩm chế biến

- Tiếp tục duy trì và nâng cao hiệu quả của hệ thống thương mại nội địa, tiếp tục phát triển chuỗi Siêu thị, CHTI HaproMart, HaproFood và các cửa hàng chuyên doanh theo hướng nâng cao năng lực cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ và nguồn hàng hóa đa dạng, phong phú.

- Đẩy mạnh phát triển các cơ sở vệ tinh, tăng cường khả năng sản xuất, chế biến bao gồm cả hàng hóa mang thương hiệu Hapro và khai thác nguồn hàng hóa phục vụ tối đa cho nhu cầu xuất khẩu và thị trường trong nước, đặc biệt là: Hoa quả tươi, gạo, nông lâm sản, thủ công mỹ nghệ, công nghệ phẩm, thủy hải sản chế biến, công nghệ tiêu dùng,…

- Xây dựng mô hình TCT có tính gọn nhẹ tối đa, linh hoạt, hiện đại và chuyên môn hóa cao cả về công nghệ quản lý, điều kiện phương tiện làm việc và chính sách phát triển nguồn nhân lực. Tạo công ăn việc làm và bảo đảm thu nhập cho người lao động sau cổ phần hóa.

2. Các chỉ tiêu Kế hoạch kinh doanh trong 03 năm 2018-2020: *Đơn vị tính: triệu đồng*

2.1. Các chỉ tiêu KH kinh doanh của Công ty mẹ - Tổng công ty:

S TT	Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2017	So sánh 2017 /2016 (%)	KH Năm 2018	So sánh 2018 /2017 (%)	KH Năm 2019	So sánh 2019 /2018 (%)	KH Năm 2020	So sánh 2020 /2019 (%)
1	Kim ngạch XK (tr.USD)	87,38	95	115	131	138	120	185	134
2	Tổng doanh thu	3.260.570	99	3.560.000	108	4.245.000	120	5.850.000	138
	Trong đó: DT bán hàng và cung cấp dịch vụ (=a+b)	*3.180.185*	*98*	*3.463.000*	*109*	*4.185.000*	*120*	*5.760.000*	*137*
a	*DT xuất khẩu*	*2.482.520*	*91*	*2.760.000*	*111*	*3.450.000*	*125*	*4.810.000*	*139*
b	*DT nội địa*	*697.665*	*110*	*703.000*	*101*	*735.000*	*105*	*950.000*	*130*
3	Lợi nhuận trước thuế	13.035	115	20.500	157	35.000	170	55.000	157
4	Các khoản nộp ngân sách	76.800	108	85.000	110	90.000	106	100.000	111
5	Tổng số LĐ bình quân (người)	595	80	570	96	550	96	560	102
6	Thu nhập BQ tháng của người lao động	8,5	108	9,5	112	10	105	12	120
7	Tỷ lệ cổ tức			0%		1,5%		2%	

2.2. Dự kiến kết quả sản xuất kinh doanh của toàn Tổng công ty 03 năm 2018-2020:
(bao gồm kết quả của Công ty mẹ và 21 Công ty thành viên)

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2018	*2018 2017*	Năm 2019	*2019 2018*	Năm 2020	*2020 2019*
1	**Kết quả SX-KD**	**Tỷ đồng**						
	- Tổng Doanh thu	-	6.400	*115%*	7.360	*115%*	9.200	*125%*
	- Lợi nhuận TT	-	70,5	*145%*	101	*143%*	135	*133%*
2	**Kim ngạch XNK**	**Triệu USD**	**123**		**153**	***125%***	**205**	***134%***
	- Xuất khẩu	-	117	*115%*	146	*125%*	195	*133%*
	- Nhập khẩu	-	6		7		10	
3	**Nộp Ngân sách NN**	*Tỷ đồng*	95	*110%*	100	*105%*	120	*120*

3. Các nhiệm vụ cụ thể cần triển khai:

3.1. Tập trung đẩy mạnh kinh doanh xuất nhập khẩu:

- Nghiên cứu, phát triển mở rộng thêm các thị trường lớn, có tiềm năng, thâm nhập sâu vào thị trường Châu Phi; phấn đấu đến năm 2020, Tổng công ty có thêm nhiều thị trường mới về xuất khẩu, mở rộng tới 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên Thế giới.

- Đầu tư xây dựng một số nhà máy chế biến hàng nông sản để chủ động về nguồn hàng hóa và kiểm soát tốt chất lượng hàng hóa phục vụ xuất khẩu, đáp ứng được các đơn hàng lớn như Nhà máy chế biến hạt điều, Nhà máy chế biến hạt tiêu; Mở rộng hoạt động của Nhà máy xay sát gạo tại Đồng Tháp,…

- Nghiên cứu phát triển thêm các mặt hàng xuất khẩu mới như các mặt hàng chế biến thành phẩm, đóng gói bao bì mang thương hiệu Hapro để đưa trực tiếp vào một số chuỗi Siêu thị, Trung tâm thương mại, đại Siêu thị tại nước ngoài; Mở rộng kinh doanh nhập khẩu hàng hóa nhằm tạo nguồn hàng phong phú, đa dạng, chất lượng cho hoạt động bán buôn, bán lẻ của TCT ở thị trường nội địa.

- Tiếp tục đào tạo lại và đào tạo mới đội ngũ cán bộ có chuyên môn nghiệp vụ cao, tinh thông, giỏi nghề, năng động, sáng tạo, đủ kiến thức, năng lực đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu trong môi trường cạnh tranh, hội nhập quốc tế.

3.2. Duy trì và nâng cao hiệu quả kinh doanh tại thị trường nội địa:

- Duy trì và kinh doanh có hiệu quả các Trung tâm Thương mại, hệ thống Siêu thị, Cửa hàng tiện ích mang thương hiệu Hapromart; hệ thống các của hàng chuyên doanh: Thời trang, Kim khí điện máy,…và hệ thống các nhà hàng, cửa hàng dịch vụ ăn uống tại các quận, huyện, thị xã của Thành phố Hà Nội và một số tỉnh thành phía Bắc.

- Đẩy mạnh công tác nhượng quyền thương mại các thương hiệu mạnh chuyên doanh của TCT tại các tỉnh thành trên toàn quốc.

- Kết nối với các nhà cung cấp và trở thành đại lý phân phối cho nhiều nhà sản xuất có uy tín trên Thế giới; Đẩy mạnh phát triển các cơ sở vệ tinh, tăng cường khả năng phát triển nguồn hàng trong và ngoài nước, tạo kênh hàng hóa đa chiều đặc biệt là: Hoa quả tươi, gạo, nông lâm sản, công nghệ phẩm, thủy hải sản chế biến, hàng công nghiệp tiêu dùng.

3.3. Nâng cao hiệu quả sử dụng hệ thống hạ tầng thương mại:

- Tiếp tục quy hoạch lại toàn bộ mạng lưới kinh doanh phù hợp với công năng sử dụng và chiến lược phát triển của Tổng công ty; Tăng cường rà soát, sắp xếp lại mạng lưới, đẩy mạnh khai thác nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới theo quy hoạch.

- Nghiên cứu, quy hoạch, tìm kiếm địa điểm và đề xuất Thành phố cũng như các tỉnh, thành phía Bắc tạo điều kiện về quỹ đất cho Tổng công ty để tổ chức và phát triển hệ thống hạ tầng thương mại, cơ sở sản xuất vệ tinh.

3.4. Về công tác đầu tư:

Tiếp tục tích cực đẩy nhanh tiến độ thực hiện đầu tư, sớm đưa vào khai thác, sử dụng các dự án: Số 5 Lê Duẩn, Ba Đình, Hà Nội; Dự án Khu công nghiệp Thực phẩm Hapro; dự án Khu nhà ở và Khu phụ trợ Cụm công nghiệp thực phẩm Hapro tại xã Lệ Chi, xã Kim Sơn, huyện Gia Lâm, Hà Nội. Đồng thời tiếp tục đẩy nhanh tiến độ thực hiện công tác chuẩn bị đầu tư một số dự án: dự án Trung tâm kinh doanh Chợ Đầu mối phía Nam, quận Hoàng Mai, Hà Nội; Dự án Trung tâm kinh doanh Chợ Đầu mối Bắc Thăng Long, xã Hải Bối, huyện Đông Anh; Dự án TTTM Dịch vụ Sóc Sơn, huyện Sóc Sơn,...

Tích cực phối hợp với các cơ quan chức năng để giải quyết, sứ lý, sớm triển khai lại dự án đối với một số dự án hiện còn đang vướng mắc, phải tạm dừng chưa triển khai: như dự án TTTM Thượng Đình; Dự án Trung tâm thương mại và Dịch vụ Trương Định,...

3.5. Phát triển thương hiệu, xây dựng văn hóa doanh nghiệp:

- Xây dựng văn hóa Tổng công ty có bản sắc riêng biệt, tạo được sức hút đối với khách hàng và đối tác.

- Phát huy giá trị thương hiệu Hapro là thương hiệu bao trùm trong quy hoạch tổng thể các thương hiệu nhánh của Tổng công ty; Đưa thương hiệu xuất khẩu Hapro trở thành thương hiệu quốc tế hàng đầu tại khu vực.

- Nâng cao tính chuyên nghiệp trong chuẩn hóa và nhận diện thương hiệu của Tổng công ty và của các Công ty thành viên, đơn vị trực thuộc Tổng công ty.

3.6. Đổi mới và phát triển doanh nghiệp:

Tiếp tục thực hiện công tác cơ cấu toàn diện hoạt động kinh doanh của các Công ty có hoạt động KD chưa hiệu quả và không phù hợp với định hướng phát triển của Tổng công ty cổ phần; cơ cấu lại bộ máy tổ chức quản lý của Công ty Mẹ và các Công ty trực thuộc, đảm bảo bộ máy tổ chức mang tính gọn nhẹ, linh hoạt, hiện đại; đa ngành và chuyên môn hóa cao; cả về công nghệ quản lý, điều kiện phương tiện làm việc và chính sách phát triển nguồn nhân lực.

4. Giải pháp thực hiện:

4.1. Nhóm giải pháp về tổ chức điều hành và quản lý nguồn lực:

- Cơ cấu lại bộ máy các Phòng Ban quản lý, đơn vị kinh doanh, nhằm đảm bảo phù hợp với yêu cầu mới, thúc đẩy tăng doanh thu nội địa và kim ngạch xuất khẩu của Tổng công ty;

- Nâng cao tính chuẩn mực trong hoạt động SXKD: về pháp lý trong kinh doanh; về văn hoá doanh nghiệp; về chất lượng hàng hoá dịch vụ,....

- Thực hiện chuyên môn hoá hoạt động của các Công ty thành viên: nhằm phát huy lợi thế cạnh tranh trong từng ngành hàng và địa bàn kinh doanh, tận dụng nguồn lực và sự hỗ trợ, bổ sung lẫn nhau giữa các Công ty.

4.2. Nhóm giải pháp quản lý và phát triển nguồn lực:

- *Công tác đào tạo, đào tạo lại:* nhằm nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kỹ

năng thực hành, xử lý công việc cho cán bộ nhân viên.

- *Công tác phát triển nguồn nhân lực*: xây dựng chính sách đãi ngộ cán bộ có năng lực, trí tuệ và đạo đức đồng thời thu hút nhân tài bên ngoài. Tinh giảm đội ngũ cán bộ gián tiếp, nâng cao chất lượng nhân sự để đáp ứng yêu cầu phát triển, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty;

- *Đẩy mạnh thực hành tiết kiệm, chống lãng phí:* Triệt để thực hành tiết kiệm trong từng khâu của quá trình SXKD, tiết giảm các chi phí thường xuyên nhằm giảm chi phí sản xuất, chi phí phát sinh, từ đó hạ giá thành dịch vụ, sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh.

- *Xây dựng hệ thống quản lý rủi ro:* Thực hiện quản lý chặt chẽ các nguồn vốn, các khoản nợ phải thu và chủ động tìm kiếm các nguồn cung ứng nguyên vật liệu, hàng hoá dự phòng để kịp thời ứng phó với các biến động của thị trường.

- *Áp dụng công nghệ tin học trong quản lý điều hành:* thực hiện khai thác triệt để tiện ích công nghệ tin học trong công tác chỉ đạo, trao đổi, báo cáo giữa Ban lãnh đạo Tổng công ty tới các Phòng ban quản lý, các Công ty thành viên, các đơn vị trực thuộc.

- *Liên kết mạnh mẽ*, lấy liên kết là một yếu tố quan trọng để tập trung sức mạnh, tập trung nguồn lực, tăng năng lực cạnh tranh, hình thành và mở rộng mạng lưới thị trường nội bộ.

4.3. Nhóm giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu:

- Đa dạng hóa mặt hàng, phương thức kinh doanh xuất khẩu và thị trường xuất khẩu;

- Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại: tận dụng tối đa các cơ chế hỗ trợ về xúc tiến thương mại của Chính Phủ, của Thành phố; Đẩy mạnh sử dụng các công cụ mới như thương mại điện tử để nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại.

- Tăng cường nghiên cứu thông tin, thị trường, đẩy mạnh công tác xúc tiến bán nhằm tăng kim ngạch xuất khẩu của Tổng công ty.

- Tăng cường đổi mới phương thức kinh doanh trong hoạt động xuất khẩu. Chú trọng đẩy mạnh công tác thiết kế, phát triển sản phẩm mới, sản phẩm độc quyền nhằm gia tăng giá trị sản phẩm, nâng cao hiệu quả và năng lực cạnh tranh xuất khẩu của Tổng công ty.

- Đẩy mạnh việc hình thành và phát triển các cơ sở sản xuất hàng xuất khẩu trong Tổng công ty. Tiếp tục tăng cường xây dựng, củng cố các đối tác chiến lược để có các chân hàng vệ tinh uy tín, chất lượng, giá cả cạnh tranh, đảm bảo nguồn cung hàng xuất khẩu.

4.4. Nhóm giải pháp phát triển thị trường nội địa- dịch vụ:

- *Giải pháp về sản phẩm và nguồn hàng:* Đa dạng hóa chủng loại, mẫu mã hàng hóa, đảm bảo chất lượng và vệ sinh ATTP, đảm bảo phục vụ và đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của các nhóm người tiêu dùng khác nhau, các khu vực thị trường khác nhau.

- *Giải pháp về giá cả:*

+ Đẩy mạnh liên kết chặt chẽ giữa các Công ty, đơn vị trong nội bộ TCT với các doanh nghiệp thương mại khác để thu mua hàng hóa với số lượng lớn, từ đó tạo ra ưu thế

về quy mô trong đàm phán với nhà sản xuất, nhà cung cấp, giảm chi phí và giá thành cho sản phẩm trong toàn hệ thống.

+ Đầu tư, xây dựng hệ thống logistic, tổng kho dự trữ hàng hóa để đảm bảo dự trữ hàng hóa với số lượng lớn nhằm chủ động trong kinh doanh và đáp ứng đầy đủ nhu cầu của thị trường;

- Giải pháp về nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới:

+ Rà soát, quy hoạch lại mạng lưới kinh doanh, thực hiện nâng cao hiệu quả sử dụng địa điểm, mạng lưới của Tổng công ty theo nguyên tắc bám sát giá thị trường, đảm bảo các điều kiện về: lợi nhuận, hiệu quả kinh tế; đảm bảo sử dụng mạng lưới đúng công năng, mục đích của đơn vị và của Tổng công ty; đảm bảo các vấn đề xã hội có liên quan (việc làm, chế độ chính sách của người lao động tại địa điểm…); đảm bảo tuân thủ các vấn đề pháp luật và tôn trọng thương hiệu, hình ảnh phát triển của Tổng công ty.

+ Tập trung đẩy mạnh triển khai rà soát, đánh giá và nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới tại các địa điểm là Văn phòng làm việc, kho hàng, các địa điểm đang chờ lập dự án đầu tư, đang triển khai công tác chuẩn bị đầu tư, các địa điểm chưa khai thác hoặc khai thác chưa triệt để… để tận thu, nâng cao hiệu quả khai thác, sử dụng mạng lưới.

- Giải pháp về đổi mới phương thức sản xuất kinh doanh: Xây dựng Phương án sản xuất kinh doanh tại các bộ phận, cửa hàng, địa điểm kinh doanh… của Tổng công ty theo hướng tăng tính độc lập, tự chủ, tự chịu trách nhiệm của từng đơn vị kinh doanh khuyến khích các mô hình bán hàng theo chuỗi với các tiêu chí cụ thể, Nâng cao chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm, đảm bảo tăng doanh thu, hiệu quả cho đơn vị và thu nhập cho người lao động để khai thác tối đa hiệu quả của các bộ phận kinh doanh, các đơn vị và địa điểm kinh doanh. Liên kết với các ngân hàng, tổ chức tín dụng để thực hiện bán hàng thông qua các hình thức tín dụng phù hợp cho tiêu dùng cá nhân như bán hàng trả góp, cho vay tiêu dùng, thanh toán bằng thẻ tín dụng.

- Đẩy mạnh áp dụng công nghệ bán hàng và quản lý bán lẻ, bán buôn thông qua ứng dụng của phần mềm CNTT; Đầu tư mạnh dạn và có trọng tâm nghiên cứu việc ứng dụng hệ thống phần mềm quản lý kho tàng, quản lý bán buôn, bán lẻ.

4.5. Nhóm giải pháp đẩy mạnh phát triển hệ thống hạ tầng thương mại:

- Củng cố và nâng cấp hệ thống hiện tại: Tiếp tục củng cố, cải tạo sửa chữa, chỉnh trang lại hệ thống hạ tầng thương mại sẵn có của Tổng công ty. Đẩy nhanh tiến độ chuẩn bị đầu tư và thực hiện đầu tư các dự án của Tổng công ty để sớm đưa vào khai thác, sử dụng.

- Phát triển xây dựng mới, mở rộng hệ thống:

+ Khảo sát và đề xuất Thành phố cũng như các tỉnh, thành phía Bắc tạo điều kiện về quỹ đất cho Tổng công ty thực hiện đầu tư phát triển hạ tầng theo quy hoạch dành cho phát triển thương mại.

+ Tập trung mở rộng, khai thác mạng lưới tại các Khu chung cư, khu tái định cư, khu đô thị mới, các trường học,…..trong nội ngoại thành Hà Nội (chú trọng phát triển mạnh hệ

thống bán lẻ tại các huyện ngoại thành) và một số tỉnh thành phố phía Bắc.

4.6. Nhóm giải pháp về tài chính:

+ Xây dựng và giao kế hoạch tài chính cho từng đơn vị kinh doanh để quản lý và đảm bảo thực hiện các chỉ tiêu tài chính đã xây dựng

+ Rà soát, xây dựng các định mức chi phí cụ thể cho từng mảng hoạt động kinh doanh nhằm quản lý tốt chi phí. Tiết kiệm chi phí tài chính, nhất là chi phí vốn vay cho mảng kinh doanh xuất khẩu để nâng cao hiệu quả kinh doanh

+ Thực hiện tốt việc luân chuyển và quay vòng vốn. Kiểm soát và giao các chỉ tiêu về tỷ lệ lãi gộp, tỷ lệ chi phí, tỷ lệ tiền lương theo đặc thù từng đơn vị kinh doanh. Kiểm soát tốt hàng hóa tồn kho đối với các đơn vị kinh doanh nội địa

+ Đôn đốc công tác thu hồi công nợ, không để phát sinh công nợ khó đòi.

***