

Số: 248/CBTT-CT

TP. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 10 năm 2014

**CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÊN CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ
CỦA ỦY BAN CHỨNG KHOÁN NHÀ NƯỚC VÀ SGDCK TP HCM**

Kính gửi: - Ủy Ban Chứng khoán Nhà nước
- Sở Giao dịch Chứng khoán TP.HCM

- Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI MAY SÀI GÒN
- Mã chứng khoán: **GMC**
- Địa chỉ trụ sở chính: 252 Nguyễn Văn Lượng, phường 17, quận Gò Vấp, Tp HCM.
- Điện thoại: 08. 3984.4822 Fax: 08. 3984.4748
- Người thực hiện công bố thông tin: **ĐỖ THỊ KIM NHÀN**
- Địa chỉ: 43 Lý Tự Trọng, phường Bến Nghé, quận 1, Tp HCM
- Điện thoại: 0903.953.372 Cơ quan: 08.3984422/123 Nhà riêng: 08 38295553
- Loại thông tin công bố: Bất thường trong thời hạn hai mươi bốn (24) giờ
- Nội dung công bố thông tin: **Nghị quyết Hội đồng quản trị nhiệm kỳ III (2014-2018)**
Về chiến lược phát triển Công ty
- Thông tin này đã được công bố trên trang thông tin điện tử của công ty ngày 28/10/2014 tại đường dẫn <http://garmexsaigon-gmc.com/stockinformation-vn.aspx>

Chúng tôi xin cam kết các thông tin công bố trên đây là đúng sự thật và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung các thông tin đã công bố.

Tài liệu đính kèm:

- TB kết luận HĐQT

Nơi gửi:

- Như trên
- HĐQT, BKS
- Lưu.

Người được ủy quyền công bố thông tin



PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC
ĐỖ THỊ KIM NHÀN

NGHỊ QUYẾT HĐQT NK III (2014 - 2018) VỀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CÔNG TY

Công ty chúng ta đã trải qua 10 năm cổ phần hóa với kết quả khá ấn tượng, tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận năm sau luôn cao hơn năm trước, đạt mức bình quân hơn 30%/năm. Tuy nhiên, trong hai năm trở lại đây, tốc độ tăng trưởng đã chậm lại. Và, qua sơ kết 9 tháng đầu năm cũng như xem xét kế hoạch quý 4, ước đạt doanh thu 1.350 tỷ trong 2014, chỉ tăng 8% so cùng kỳ.

ĐHCD nhiệm kỳ III đã quyết định Chỉ tiêu doanh thu đến cuối nhiệm kỳ là 2.000 tỷ. Thực hiện chỉ tiêu này thì tốc độ tăng trưởng của Cty sẽ đạt khoảng 10%/năm, lợi nhuận có khả năng sụt giảm khi chi phí đầu vào có xu hướng gia tăng và các khoản thu từ hoạt động dịch vụ sẽ thu hẹp.

Xét trong xu thế hội nhập mà các hiệp định thương mại khu vực và toàn cầu gần như đồng loạt có hiệu lực vào những năm tới, mang lại cho kinh tế Việt Nam nói chung và ngành May nói riêng những cơ hội mới, cùng những kinh nghiệm phát triển công ty 10 năm qua. Hội đồng Quản trị thấy rằng, nếu bằng lòng với chỉ tiêu này thì Công ty sẽ 'đánh mất' cơ hội để tăng tốc phát triển, hoàn thành mục tiêu dài hạn "Trở thành một trong những Doanh nghiệp may mặc tốt nhất Việt nam" và có thể lọt bẫy 'phát triển trung bình', thậm chí 'tụt hậu' khi tốc độ tăng trưởng ngành May theo dự báo sẽ đạt mức bình quân từ 15 - 20%/năm trong những năm tới, khi các hiệp định thương mại của Việt Nam có hiệu lực.

Sau khi thảo luận, đối chiếu diễn biến tình hình cùng những đánh giá xu hướng phát triển của ngành với nội lực Công ty, HĐQT Cty quyết định duy trì tốc độ **tăng trưởng bình quân 20%/năm trong suốt nhiệm kỳ III**, nỗ lực hoàn thành mục tiêu dài hạn của Cty. Cụ thể đến 2018, phấn đấu:

- Doanh thu: tăng trưởng từ 20 ~ 25%/năm, sẽ đạt mức 2.700 ~ 3.200 tỷ;
- Lợi nhuận: từ 3% ~ 5%/doanh thu sản xuất;
- Vốn điều lệ $\geq$ 200 tỷ;
- Cổ tức $\geq$ 20%/năm;

Để thực hiện các chỉ tiêu trên, Công ty nhất thiết tái cơ cấu mô hình sản xuất kinh doanh cho phù hợp với vận hội mới theo hướng phát huy lợi thế năng lực lõi, phát triển sản xuất bên cạnh việc nâng dần tỷ lệ dịch vụ - thương mại lên 20% doanh thu.

Mô hình sản xuất kinh doanh mới sẽ bao hàm 2 nội dung:

1. Duy trì **ổn định và tiếp tục cải tiến sản xuất**, hoàn thiện chuyên lean, hệ thống quản lý kết hợp tăng cường đầu tư thiết bị chuyên dùng, kỹ năng lao động, ... nhằm thúc đẩy **nâng cao năng suất lao động**; đồng thời **đầu tư mở rộng sản xuất**, khai thác tối đa nguồn lực sẵn có của Công ty và tìm kiếm cơ hội để thực hiện M&A, phát triển năng lực mới. Phát huy lợi thế FOB, đầu tư chiều sâu nâng cao giá trị hiệu quả, như: wash, in, thêu, phương tiện vận tải. Điều chỉnh **chiến lược sản phẩm theo hướng nâng cao hàm lượng kỹ thuật, giá trị gia tăng FOB** đồng thời xúc tiến, phát triển phương thức ODM để khai thác cơ hội mới cũng như định hình lợi thế cạnh tranh trong tình hình mới.

2. Nâng dần **tỷ trọng thương mại** trong cơ cấu doanh thu, lợi nhuận trên cơ sở lợi thế cạnh tranh, kinh nghiệm của Công ty. Cụ thể:

a). Định hình phương thức hợp tác kinh doanh thương mại, phân phối nguyên phụ liệu và dịch vụ hỗ trợ FOB (phát triển mẫu, phát triển NPL, ...) phục vụ **xu hướng FOB trong ngành**; hình thành hệ thống nhà thầu phụ để hợp tác sản xuất các đơn hàng **trực tiếp xúc tiền của Văn phòng đại diện tại Hoa Kỳ**,...

b). Tìm cơ hội hợp tác khai thác các nhãn hiệu đăng cấp Quốc Tế cung ứng cho thị trường trong nước tiến tới toàn khu vực AEC, Trung Quốc (*dự báo đến những năm 2020 - 2025, Trung Quốc chuyển đổi thành công nền kinh tế từ công nghiệp thâm dụng lao động sang công nghiệp gia tăng giá trị thặng dư, Công nghiệp hàm lượng chất xám cao và sẽ trở thành thị trường tiêu thụ hàng may mặc lớn nhất thế giới*), tạo tiền đề hình thành chuỗi '**thiết kế, sản xuất + thương hiệu nhượng quyền, tiêu thụ**' để nâng cao giá trị thương hiệu GMC trong dài hạn.

3. Giải pháp:

a). Thực thi chiến lược 3 P:

- Hoạch định **nguồn nhân lực (people) chuyên nghiệp** đáp ứng yêu cầu tái cơ cấu mô hình sản xuất kinh doanh của Công ty, từ cán bộ quản lý điều hành sản xuất đến cán bộ kỹ thuật, nghiệp vụ bao gồm cả phạm vi bên ngoài (kinh doanh NPL, tư vấn FOB, xây dựng hệ thống quản lý, TNXH hay nhà thầu phụ,...); **Tái cơ cấu hệ thống quản lý** theo hướng nâng cao tính thực tiễn, chuyên nghiệp trong duy trì, vận hành và tuân thủ các nguyên tắc cơ bản như 'Viết những gì đã làm, làm những gì đã viết', 'làm đúng ngay từ đầu', 'phòng ngừa hơn khắc phục', 'xem trọng giám sát, kiểm soát hơn thanh tra, xử lý'... Hệ thống phải linh hoạt, ứng xử kịp thời các tình huống phát sinh từ thực tiễn (qui trình ODM; giám sát chất lượng/tiến độ sản xuất nhà thầu phụ,...);

- Chuyển đổi chiến lược sản phẩm (**product**) có hàm lượng kỹ thuật, giá trị gia tăng cao, tỷ suất lợi nhuận tốt. Các bộ phận xúc tiến, kỹ thuật, kinh doanh, tổ chức, xí nghiệp ... xây dựng mục tiêu, nhiệm vụ và hoạch định nhân lực trong thực thi chiến lược;

- Nâng cao tính cạnh tranh qua chào giá (**price**), tương thích mặt bằng thị giá sản phẩm nhưng vẫn đảm bảo tỷ suất lợi nhuận (**profit**) như kỳ vọng. Do đó vấn đề giám sát chi phí, cải tiến, nâng cao hiệu quả là then chốt trong quản lý, điều hành.

b). **Xây dựng cơ sở hạ tầng**: Đầu tư mở rộng, hoàn thiện cơ sở hạ tầng sẵn có; M&A; hợp tác, phát triển toàn diện hệ thống nhà thầu phụ; Tăng cường công tác giám sát, kiểm soát theo qui mô phát triển qua ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, như: Đầu tư hệ thống quản lý nguồn lực ERP; giao dịch thương mại điện tử/Web; thư viện NPL, thư viện mẫu; hoàn chỉnh hệ thống thông tin hiện đại trong giao dịch, liên lạc,...

c). **Tăng cường công tác quản lý**, giám sát rủi ro, kiểm toán nội bộ nhằm tối ưu hóa chi phí, nguồn lực Cty. Lập kế hoạch tài chính dài hạn đáp ứng các yêu cầu phát triển Cty với các phương thức huy động, quản lý, sử dụng vốn an toàn, hiệu quả, phòng chống 'thôn tính',...

Tổng Giám Đốc Công ty có trách nhiệm triển khai thực hiện và đệ trình HĐQT các dự án đầu tư theo qui chế. Chủ tịch HĐQT và HĐQT sẽ kiểm tra kết quả thực hiện theo qui chế.

Nơi gửi:

- UBCKNN (thay b/c)
- Sở GD&ĐT TP.HCM (thay b/c)
- HĐQT, Ban KS (để giám sát)
- Ban TGD (để thực hiện)
- Lưu VP.HĐQT.



LÊ QUANG HÙNG