

ỦY BAN NHÂN DÂN TP. HỒ CHÍ MINH
TỔNG CÔNG TY
CƠ KHÍ GIAO THÔNG VẬN TẢI SÀI GÒN
TNHH MỘT THÀNH VIÊN
(SAMCO)
MST: 0300481551

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: *447*/SC-MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày *29* tháng *9* năm 2020

Về việc công bố thông tin theo Nghị
định 81 của Chính phủ.

Kính gửi:

- Bộ phận City web - Ủy Ban nhân dân TP.HCM;
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Căn cứ theo Nghị định số 81/2015/NĐ-CP ngày 18/9/2015 của Chính phủ về công bố thông tin của các doanh nghiệp nhà nước.

Căn cứ Thông báo số 07/TB-HĐTV ngày 27/3/2020 về kết luận của Hội đồng thành viên Tổng Công ty về công bố thông tin theo Nghị định số 81/2015/NĐ-CP tại phụ lục VII.

Căn cứ Thông báo số 17 /TB-HĐTV ngày 22/9/2020 về kết luận của Hội đồng thành viên Tổng Công ty về công bố thông tin theo Nghị định số 81/2015/NĐ-CP tại Phụ lục III và Chiến lược phát triển Tổng Công ty.

Tổng công ty công bố các nội dung như sau:

1. Chiến lược phát triển Tổng Công ty (*Đính kèm*);
2. Phụ lục III – Kế hoạch sản xuất kinh doanh và đầu tư phát triển 05 năm của Tổng Công ty (*Đính kèm*).*l.*

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu: VT, MKT(01b).Phg.2b.

TỔNG GIÁM ĐỐC



TRẦN QUỐC TOÀN

**CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN TỔNG CÔNG TY CƠ KHÍ GIAO THÔNG
VẬN TẢI SÀI GÒN – TNHH MỘT THÀNH VIÊN
GIAI ĐOẠN 2020 – 2025 TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030**

1. Mục tiêu đến năm 2020, chiến lược phát triển đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030

1.1. Thực trạng, đòi hỏi và thách thức

1.1.1. Thị trường

- Áp lực hội nhập toàn diện kinh tế toàn cầu từ năm 2018 đòi hỏi doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ theo các chuẩn mực quốc tế.
- Thị trường phát triển nhanh, biến động liên tục đầy tiềm năng và thách thức.
- Yêu cầu sản phẩm, dịch vụ phải đáp ứng sự phát triển, thành tựu của công nghệ mới trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0.
- Chính sách nhà nước, quy định của ngành, địa phương, ... thiếu sự ổn định, biến động nhanh chóng.

1.1.2. Khách hàng, người tiêu dùng

- Người tiêu dùng có nhiều lựa chọn về sản phẩm và dịch vụ nên đòi hỏi ngày càng cao, khắt khe hơn.
- Tâm lý chuộng sản phẩm nhập khẩu của người tiêu dùng Việt.
- Thói quen và hành vi tiêu dùng thay đổi theo sự phát triển của công nghệ mới, đặc biệt là với người tiêu dùng trẻ tuổi.

1.1.3. Đối thủ

- Cạnh tranh ngày càng khốc liệt do số lượng doanh nghiệp tham gia vào thị trường ô tô tăng cao.
- Mức độ, quy mô đầu tư của các doanh nghiệp mới bài bản hơn với nguồn lực lớn.

1.2. Mục tiêu chiến lược phát triển đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030

Theo dự báo tình hình thị trường trong giai đoạn tới và những tác động từ các yếu tố bên ngoài (thị trường, chính sách, khách hàng, ...), đặc biệt là ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 đến tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng Công ty trong năm 2020 và các năm tiếp theo, Tổng Công ty đã xây dựng mục tiêu chiến lược phát triển đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 và chỉ tiêu, nhiệm vụ cụ thể đến năm 2020 như sau:

a. Mục tiêu tổng quát đến năm 2025

• 8 1 0
• C 0 0
• C 0 0
• C 0 0
• C 0 0
• C 0 0
• C 0 0
• C 0 0

- Duy trì và từng bước phát triển sản xuất sản phẩm cơ khí giao thông góp phần phát triển ngành công nghiệp ô tô và công nghiệp phụ trợ của thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía nam; khẳng định được thương hiệu SAMCO trên thị trường.

- Đầu tư phát triển lĩnh vực cung cấp dịch vụ ô tô tại thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía nam.

- Đầu tư xây dựng hệ thống bến bãi, nhà ga hiện đại thông minh, phát triển vận tải hành khách của thành phố Hồ Chí Minh.

- Sản xuất sản phẩm cơ khí giao thông: chế tạo sản phẩm mới với tiêu chí thân thiện môi trường (xe buýt CNG, xe buýt điện).

- Thực hiện thủ tục pháp lý để đầu tư dự án mở rộng Bến xe An Suông.

Lĩnh vực Sản xuất Công nghiệp

- Trở thành đơn vị chủ lực cung cấp các sản phẩm cơ khí giao thông (xe khách, xe buýt, xe chuyên dùng các loại), chiếm 15% thị phần tiêu thụ trong nước; phục vụ tốt giao thông đô thị của thành phố Hồ Chí Minh và cung ứng cho các đô thị, tỉnh, thành phố khu vực phía nam và cả nước.

- Tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm, xuất khẩu sản phẩm ra thị trường khu vực Đông Nam Á và từng bước tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

- Tăng cường hợp tác với đối tác trong nghiên cứu, đào tạo, ứng dụng khoa học, chuyển giao công nghệ và phát triển sản phẩm, ... tiếp cận các tiến bộ của cách mạng công nghiệp 4.0.

- Xây dựng các nhà máy sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ cho ngành công nghiệp ô tô.

Lĩnh vực Thương mại Dịch vụ

- Phát triển mạnh hệ thống đại lý kinh doanh, sửa chữa bảo dưỡng và cung cấp phụ tùng ô tô, giữ vai trò dẫn dắt hoạt động thương mại và dịch vụ ô tô tại Việt Nam.

- Tập trung đầu tư phát triển, cải tiến hệ thống quản lý và điều hành hệ thống bến bãi thông minh hiện đại. Nâng cao chất lượng phương tiện và dịch vụ vận tải hành khách.

- Chuẩn hóa hệ thống bán hàng và dịch vụ hậu mãi các sản phẩm SAMCO trên toàn quốc. Phát triển hệ thống phân phối sản phẩm SAMCO ra khu vực.

b. Chỉ tiêu, nhiệm vụ cơ bản đến năm 2025

- Mục tiêu: Đạt tổng doanh thu 9.000 tỷ đồng và lợi nhuận trước thuế đạt 700 tỷ đồng; Thu nhập bình quân: 19 triệu đồng/người/tháng.

- Thực hiện các chiến lược sau:
 - o Tăng trưởng 8,0-8,5%/năm doanh thu và lợi nhuận:
 - Từ hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm cơ khí giao thông và dịch vụ ô tô.
 - Từ hoạt động đầu tư tài chính vào đơn vị thành viên (Bến bãi, vận tải hành khách, liên doanh).
 - o Quản lý hiệu quả doanh nghiệp:
 - Kiểm soát chi phí hoạt động, chi phí quản lý.
 - Giảm thiểu rủi ro về pháp lý, tài chính.
 - Thực hiện hiệu quả hoạt động đầu tư, tập trung đầu tư có trọng điểm.
 - Tối ưu hóa khai thác và sử dụng nguồn nhân lực.
- Phát triển hệ thống đại lý – dịch vụ sửa chữa ô tô, chi nhánh đại lý tại thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh trọng điểm như: TP. Vinh (Nghệ An), TP. Đà Nẵng, TP. Nha Trang (Khánh Hòa), TP. Cần Thơ.
- Xúc tiến đầu tư ít nhất 03 nhà máy sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ cho ngành công nghiệp ô tô.
- Chiếm 10% thị phần vận tải hành khách công cộng bằng xe buýt tại thành phố Hồ Chí Minh.
- 100% các doanh nghiệp do Tổng Công ty nắm giữ vốn chi phối xây dựng và công bố hệ giá trị tư tưởng, giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.
- 100% doanh nghiệp thành viên triển khai ứng dụng có hiệu quả hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001; trong đó 30% đơn vị áp dụng hệ thống quản lý môi trường theo ISO 14001.

c. Chiến lược phát triển đến năm 2025

c.1. Chiến lược tăng trưởng

Trên cơ sở đánh giá các nguồn lực hiện có về cơ cấu tổ chức, tài chính, nhân lực, cơ sở vật chất, ... Tổng Công ty xây dựng phương án phát triển mở rộng các ngành nghề kinh doanh chính như sau:

- Đại lý kinh doanh, sửa chữa, bảo dưỡng ô tô các loại:
 - o Duy trì vị thế, uy tín, chất lượng phục vụ của các đại lý hiện tại;
 - o Đầu tư mở rộng cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại nhằm nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ, gia tăng thị phần;
 - o Ứng dụng công nghệ thông tin, đổi mới cách thức tiếp cận và phục vụ khách hàng theo xu thế 4.0;

- Chú trọng đào tạo con người về kỹ năng chuyên môn, khả năng tiếp thu và ứng dụng công nghệ;
- Xây dựng, đào tạo văn hóa doanh nghiệp.
- Sản xuất lắp ráp xe khách, xe buýt phục vụ vận tải hành khách liên tỉnh, du lịch, vận tải hành khách công cộng:
 - Lựa chọn và tập trung nguồn lực nghiên cứu phát triển sản phẩm chủ lực theo từng phân khúc phù hợp thị hiếu tiêu dùng;
 - Lựa chọn và xây dựng hệ thống các đối tác chiến lược toàn diện trong và ngoài nước đáp ứng các yêu cầu phát triển sản phẩm (nhà cung cấp, chuyên gia, đối tác kinh doanh,...);
 - Tối ưu hóa cơ cấu tổ chức theo mô hình sản xuất hiện đại, hợp tác chuyên gia, đào tạo kỹ năng, công nghệ;
 - Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại phù hợp xu hướng phát triển ngành. Tập trung kêu gọi đầu tư, hợp tác phát triển công nghiệp hỗ trợ nhằm khép kín sản xuất, lắp ráp và cung cấp vật tư, bán thành phẩm tại Khu Công nghiệp Cơ khí Ô tô thành phố Hồ Chí Minh;
 - Xây dựng hệ thống phân phối, kinh doanh trong nước và xuất khẩu.
- Sản xuất lắp ráp các loại xe chuyên dụng phục vụ vệ sinh môi trường, phòng cháy chữa cháy, cứu hộ cứu nạn, vận chuyển chuyên dụng,...:
 - Hoàn thiện hệ thống nhà cung cấp;
 - Tiêu chuẩn hóa các dòng sản phẩm cho từng phân khúc khách hàng;
 - Xây dựng và mở rộng mạng lưới phân phối toàn quốc và xuất khẩu.
- Kinh doanh khai thác bến bãi vận tải hành khách:
 - Quy hoạch, đầu tư cải tạo nâng cấp hạ tầng bến bãi hiện hữu theo hướng TOD và vận tải đa phương thức;
 - Ứng dụng công nghệ thông tin trong điều hành, quản lý, khai thác bến;
 - Đào tạo con người, cải tiến liên tục cơ cấu tổ chức quản lý nâng cao chất lượng phục vụ.
- Vận tải hành khách: lữ hành, liên tỉnh, vận tải công cộng:
 - Chú trọng đầu tư nâng cấp, đa dạng phương tiện đáp ứng các yêu cầu của hành khách;
 - Đào tạo và phát triển con người, ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý và vận hành nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ;
 - Nghiên cứu, mở rộng các tuyến khai thác vận tải hành khách;

- Đa dạng hóa loại hình vận chuyển;
- Đẩy mạnh phát triển mô hình hợp tác liên doanh với các đối tác nước ngoài.

- Vận tải hàng hóa, logistic:

- Đầu tư, nâng cấp trang thiết bị hiện đại, cải tạo kho bãi;
- Ứng dụng mạnh công nghệ thông tin trong quản lý vận hành khai thác, logistic;
- Đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực về quản lý vận hành khai thác logistic hiện đại.

- Tổng Công ty nghiên cứu xây dựng mô hình Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển kinh doanh tập trung và mô hình Trung tâm Đào tạo, Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm tập trung.

c.2. Chiến lược hợp tác liên doanh

- Mục tiêu phát triển trong giai đoạn mới: Duy trì và phát triển quan hệ hợp tác với các đối tác nước ngoài trong lĩnh vực sản xuất lắp ráp ô tô, cơ khí giao thông, phù hợp với định hướng phát triển và thế mạnh về ngành nghề hoạt động của SAMCO nhằm chuyển giao công nghệ, đào tạo con người, ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất lắp ráp và nội địa hóa sản phẩm.

- Lĩnh vực hợp tác với các đối tác: Sản xuất lắp ráp, dịch vụ sửa chữa bảo dưỡng, cung cấp phụ tùng, đào tạo nguồn nhân lực, chuyển giao công nghệ - hệ thống quản lý sản xuất:

- Xe ô tô du lịch: Mercedes Benz.
- Xe tải, chassis: Isuzu Nhật Bản.
- Xe khách, xe buýt: Hyundai Korea, Mink Belarus, Doosan.
- Xe và thiết bị chuyên dụng : HINO, Dasan.

- Định hướng phát triển :

- Thúc đẩy các liên doanh mở rộng sản xuất, hợp tác đầu tư các dây chuyền sản xuất lắp ráp hiện đại, gia tăng công suất tại Khu Công nghiệp Cơ khí Ô tô thành phố Hồ Chí Minh

- Kêu gọi đầu tư, hợp tác phát triển chuỗi cung ứng khép kín các sản phẩm của ngành công nghiệp phụ trợ cơ khí ô tô, phụ tùng, bán thành phẩm phục vụ sản xuất lắp ráp ô tô.

- Xây dựng chiến lược phát triển đồng thương hiệu cho sản phẩm và dịch vụ, mở rộng thị phần trong nước và tiến tới xuất khẩu sản phẩm.

c.3. Chiến lược chi phí thấp

- Tập trung nghiên cứu phát triển các sản phẩm trên nguyên tắc tiêu chuẩn hóa về tính năng công dụng đáp ứng thị hiếu chung, tránh tùy chỉnh nhằm hạn chế, giảm thiểu giá trị tồn kho.

- Tối ưu hóa hệ thống quản lý bao gồm: nguồn nhân lực, hệ thống quy trình quản lý sản xuất, hệ thống nhà cung cấp, hệ thống phân phối sản phẩm, ...

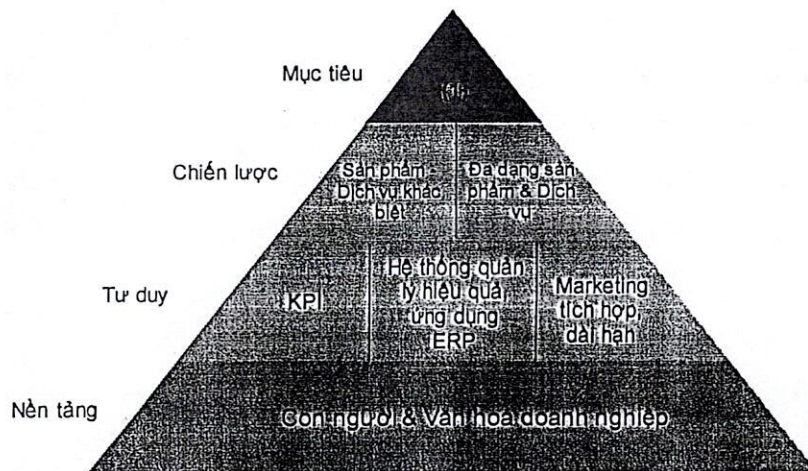
- Nâng cao tính chuyên môn hóa, tăng cường việc outsourcing kể cả bán thành phẩm lẫn nhân công.

- Tăng cường đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nhằm mục tiêu xây dựng đội ngũ tinh gọn hiệu quả.

- Vận dụng và thực hiện triệt để nguyên tắc Kaizen.

1.2.3 Phương hướng tầm nhìn đến năm 2030

Xác định mục tiêu và xây dựng chiến lược phát triển tập trung vào 02 lĩnh vực hoạt động cơ bản là Sản xuất và Dịch vụ trên cơ sở nền tảng và tư duy theo mô hình sau:



(1) Trở thành biểu tượng quốc gia trong ngành cơ khí giao thông vận tải

Trở thành doanh nghiệp tiêu biểu trong lĩnh vực cơ khí giao thông thông qua việc từng bước xây dựng hệ thống quản trị tiên tiến, cung cấp các sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ tốt nhất đáp ứng các yêu cầu mới trong thời kỳ hội nhập, góp phần phát triển kinh tế xã hội Thành phố.