



**BÁO CÁO TỔNG KẾT HOẠT ĐỘNG SXKD NĂM 2025
PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ NĂM 2026
CÔNG TY CỔ PHẦN CẨM HÀ**

I/ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG SXKD NĂM 2025

1.Đánh giá chung về kinh tế thế giới năm 2025:

Năm 2025 được đánh giá là năm khó khăn và nhiều biến động phức tạp gây ảnh hưởng sâu rộng đến kinh tế toàn cầu và cả Việt Nam, đặc biệt thị trường Mỹ nơi mà công ty xuất đến gần 80% doanh thu, dưới đây là những điểm nổi bật trong năm 2025:

- ✓ *Xung đột địa chính trị và quân sự leo thang:*
 - Chiến sự Nga-Ukraine tiếp tục căng thẳng, chưa có dấu hiệu kết thúc, làm gián đoạn chuỗi cung ứng năng lượng và lương thực.
 - Căng thẳng Israel-Iran và các cuộc giao tranh ở Trung Đông khiến giá dầu và vàng biến động mạnh. - Ấn Độ-Pakistan xảy ra đối đầu quân sự nghiêm trọng tại Kashmir, đe dọa ổn định khu vực Nam Á.
- ✓ *Chính sách kinh tế và thuế quan gây bất ổn:*
 - Chính quyền Mỹ (Trump 2.0) áp dụng chính sách thuế quan đối ứng lên các mặt hàng ngoại nội thất (Ngoại thất: 20% từ tháng 4/2025 gây ra áp lực rất lớn từ ngày ban hành; Nội thất 25% từ ngày 14/10->31/12/2025, một số mặt hàng như tủ bếp, tủ nhà tắm, hàng bọc đệm 50% từ ngày 01/01/2026) làm mặt hàng nội thất đóng băng, đảo lộn chuỗi cung ứng toàn cầu.
 - Căng thẳng thương mại Mỹ – Trung, Mỹ – Mexico/Canada, cùng các biện pháp phòng vệ thương mại, khiến dòng chảy hàng hóa toàn cầu bị hạn chế.
- ✓ *Biến đổi khí hậu và thiên tai :* Thời tiết cực đoan, hạn hán và lũ lụt ở nhiều nơi làm gián đoạn sản xuất nông nghiệp và vận tải.

2. Tác động đến kinh tế Việt Nam nói chung, Cẩm Hà nói riêng:

- + Áp lực từ căng thẳng thương mại quốc tế, bất ổn địa chính trị, biến động chuỗi cung ứng ... khiến niềm tin tiêu dùng và đầu tư toàn cầu giảm, ảnh hưởng đến xuất khẩu Việt Nam nói chung, trong đó có ngành gỗ nói riêng.
- + Những rào cản thương mại, thuế xuất khẩu -nhập khẩu tăng, chi phí vận chuyển, logistics tăng cao đã làm tăng chi phí xuất khẩu, ảnh hưởng biên lợi nhuận của doanh nghiệp gỗ Việt. Nhiều doanh nghiệp gặp khó khi cạnh tranh về giá, đặc biệt nếu không cải tiến công nghệ, quản lý tốt chuỗi cung ứng.
- + Yêu cầu ngày càng nghiêm ngặt từ các thị trường phát triển (EU, Mỹ ...) về nguồn gỗ hợp pháp, minh bạch nguồn gốc, quy chuẩn bền vững, nếu doanh nghiệp Việt không đáp ứng được, có thể mất thị phần hoặc bị từ chối hợp tác.

3. Một số kết quả đạt được năm 2025:

a. Kết quả SXKD năm 2025

Năm 2025, kinh tế thế giới diễn ra với bức tranh “hai mặt”: tăng trưởng chậm lại nhưng lạm phát hạ nhiệt, chính sách tiền tệ dần nới lỏng, trong khi thương mại toàn cầu chịu áp lực từ căng thẳng địa chính trị và thuế quan mới. Biến đổi khí hậu ảnh hưởng đến sản xuất và



chuỗi cung ứng toàn cầu... Các vấn đề trên đã tác động trực tiếp đến tình hình sản xuất của công ty, nhất là sau khi chính sách thuế được áp dụng ngay lập tức các đối tác thương mại tại Mỹ dừng việc xuất hàng và giảm đặt hàng. Trước tình hình đó với sự chỉ đạo sát sao của HĐQT, cùng với sự năng động, linh hoạt của Ban điều hành công ty cùng toàn thể người lao động trong công ty Cẩm Hà cũng đã từng bước thay đổi và đạt được kết quả nhất định.

Kết quả SXKD năm 2025 so với kế hoạch:

STT	Chỉ tiêu	Đvt	Kế hoạch năm 2025	Thực hiện năm 2025	% TH/KH 2025
1	Doanh thu và thu nhập khác	Triệu đồng	150.000	131.400	88%
2	Kim ngạch XNK	Nghìn USD	6.500	5.170	80%
	<i>Trong đó: Xuất khẩu</i>	Nghìn USD	<i>6.200</i>	<i>4.920</i>	<i>79%</i>
3	Lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	2.500	2.500	100%
4	Thu nhập bình quân	Triệu đồng	7,5	7,7	103%
5	Số lượng LDBQ	Người	395	340	86%
6	Đầu tư phát triển	Triệu đồng	7.500	5.550	74%

- Tổng doanh thu: năm 2025 là 131,4 tỷ, đạt 88 % so với kế hoạch.
- Lợi nhuận: năm 2025 là 2,5 tỷ, đạt 100% so với kế hoạch
- Thu nhập bình quân: năm 2025 đạt 103% so với kế hoạch.

b. Thị trường – khách hàng:

Trong năm 2025 công ty đã chủ động tập trung khai thác các khách truyền thống, kết nối lại khách hàng cũ, đồng thời tìm kiếm thêm các khách hàng tại thị trường EU và Mỹ để chuẩn bị cho kế hoạch năm tiếp theo.

Tổng hợp doanh thu theo thị trường trong năm 2025 như sau:

Đvt: 1.000 đồng

Thị Trường	Năm 2024		Năm 2025		% tăng /giảm 2025/2024	
	Doanh thu (VND)	SL khách hàng	Doanh thu (VND)	SL khách hàng	Doanh thu (VND)	SL khách hàng
Mỹ	69.330.000	5	100.700.000	5	45,2%	0%
EU -ÚC- Châu Á	46.000.000	8	26.200.000	8	- 43,0%	0%
Nội địa	1.310.000	6	1.500.000	7	14,5%	16,7%
Tổng cộng	116.640.000	19	128.400.000	20	10,1%	5,3%

Thị trường Mỹ năm 2025 tăng 45,2% so với năm 2024 là do trong năm nay các khách hàng cũ tăng đơn hàng (Cost Plus, Giga) và công ty phát triển thêm khách hàng mới là TJX. Tuy nhiên khác với thị trường Mỹ, thị trường EU -ÚC- Châu Á giảm 43% so với năm 2024, nguyên nhân chính trong năm 2025 không có doanh thu từ khách hàng Coop do phá sản, các khách còn lại đều giảm đơn hàng.

Về tổng số khách hàng trong năm 2025 không giảm so với năm 2024, tuy nhiên trong năm 2025 chúng ta dừng hợp tác với khách hàng Coop, Ashley nhưng chúng ta đã kịp thời bù đắp thêm 2 khách hàng mới cho cả 2 thị trường Mỹ và EU.

c. Công tác đầu tư phát triển năm 2025 :

Tổng chi phí đầu tư năm 2025 khoảng 5,55 tỷ (đạt 74%/KH). Theo kế hoạch ban đầu, dự kiến công ty sẽ đầu tư hệ thống PCCC tại cơ sở 5 và trang bị thêm MMTB tại các cơ sở với tổng giá trị là 7,5 tỷ, tuy nhiên trước những ảnh hưởng của chính sách thuế quan của Mỹ công ty đã cân nhắc, lựa chọn chỉ đầu tư những hạng mục thật sự cần thiết, hiệu quả nhằm phục vụ cho hoạt động SXKD.

4. Khó khăn, vướng mắc:

a. Thị trường :

- Tình hình căng thẳng chính trị, đặc biệt là quan hệ giữa Mỹ và Trung Quốc, xung đột ở Ukraine, và các vấn đề thương mại quốc tế đang tiếp diễn và khó lường sẽ ảnh hưởng lớn đến kinh tế toàn cầu.
- Hoa Kỳ – là thị trường tiêu thụ chiếm tỷ lệ lớn trong tổng doanh thu của công ty - đang áp dụng chính sách thuế quan mới, gây áp lực cạnh tranh và rủi ro điều tra phòng vệ thương mại.
- Thị trường EU và Châu Á có xu hướng giảm nhu cầu nhập khẩu do bất ổn kinh tế và yêu cầu khắt khe về nguồn gốc gỗ hợp pháp.
- Ngành chế biến gỗ của Việt Nam đang phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các quốc gia có ngành công nghiệp chế biến gỗ phát triển mạnh như Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, và các quốc gia châu Á khác. Điều này buộc các doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới công nghệ và nâng cao chất lượng sản phẩm.
- Các thị trường quốc tế ngày càng yêu cầu các sản phẩm gỗ phải có chứng nhận nguồn gốc hợp pháp (FSC, PEFC...), qui định về EUDR và đáp ứng các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp chế biến gỗ phải đầu tư lớn vào việc kiểm soát chất lượng, cải thiện quy trình sản xuất và tuân thủ các quy định quốc tế.

b. Khách hàng :

- Tình hình kinh tế thế giới bất ổn khiến một số khách hàng công ty rơi vào tình trạng phá sản, đóng cửa nhà máy, một số khách hợp tác lâu năm với công ty đều giảm đơn hàng, mặc dù thời gian qua công ty quyết liệt tìm kiếm đơn hàng nhưng vẫn không bù đắp lượng đơn hàng bị sụt giảm.
 - Ngay từ chính sách thuế đối ứng của Mỹ có hiệu lực, Công ty chịu sức ép từ phía khách hàng thị trường Mỹ và EU, các khách hàng tại thị trường Mỹ yêu cầu công ty chia sẻ thuế quan bằng cách giảm giá bán và đề xuất các hình thức thanh toán theo hướng bất lợi có rủi ro cao cho công ty, áp lực nhất là sau khi chính sách thuế đối ứng áp dụng đối với hàng nội thất xuất khẩu qua thị trường Mỹ thì công ty không nhận được đơn hàng nội thất từ đối tác Mỹ.
- Cụ thể :
- + Do tác động của chính sách thuế quan Mỹ, nên khách hàng Giga đã yêu cầu các đơn vị xuất qua đơn vị thứ ba và không ứng, hiện tại hầu hết các đơn vị khác đã chấp nhận. Với mong muốn hướng đến giải pháp tối ưu và giảm thiểu rủi ro thấp nhất cho đơn vị nên thời gian qua giữa công ty với khách hàng Giga làm việc rất căng thẳng, quá trình đàm phán gặp rất nhiều khó khăn. Kết quả đàm phán cuối cùng là công ty sẽ xuất qua công ty trading và ứng 20%, 80% còn lại thanh toán 14-21 ngày kể từ khi hàng hóa rời cảng. Đây là một kết quả thể hiện sự nỗ lực rất lớn của Công ty.
 - + Đối với đơn hàng Indoor hiện tại công ty chỉ hợp tác với khách hàng Giga, tuy nhiên thời gian qua đã tạm dừng do ảnh hưởng chính sách thuế quan, hai bên vẫn chưa có sự đồng

thuận do phía Giga yêu cầu giảm giá và thanh toán theo phương thức MDDP (đánh giá là rủi ro).

- Hầu hết khách hàng đều đưa ra chính sách giảm giá sâu gây khó khăn trong việc nhận đơn hàng và tiếp cận khách hàng mới.
- Do nhu cầu thị trường giảm mạnh nên cạnh tranh giá bán giữa các nhà máy hiện nay hết sức gay gắt.

c. Các yếu tố khác :

- Biến động giá nguyên vật liệu đầu vào tăng mạnh, giá điện tăng... gây áp lực lớn cho công ty. Thêm vào đó tình hình căng thẳng Biển Đỏ khiến giá vận chuyển tăng làm tăng chi phí.

- Ngành chế biến gỗ cần lực lượng lao động có tay nghề cao để đáp ứng yêu cầu sản xuất, nhưng tình trạng thiếu lao động có tay nghề vẫn là một vấn đề lớn. Điều này càng khó khăn hơn khi nhiều lao động có xu hướng chuyển sang các ngành khác có mức lương cao và môi trường làm việc tốt hơn như ngành du lịch, giày da, điện tử... Lao động hiện tại của công ty chưa đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất, việc tuyển dụng lao động gặp nhiều khó khăn nên công ty đã phải triển khai việc tăng ca kéo dài nhằm đảm bảo kế hoạch, khiến chất lượng công việc giảm đồng thời phát sinh thêm chi phí.

- Các quy định về đầu tư và trang bị phòng cháy chữa cháy (PCCC) và môi trường hiện nay đang ảnh hưởng lớn đến hoạt động SXKD của công ty: chi phí đầu tư đáp ứng yêu cầu về PCCC và chi phí bảo trì, bảo dưỡng kiểm tra định kỳ... đặc biệt là đối với ngành chế biến gỗ thì chi phí này rất cao; yêu cầu về chứng nhận an toàn PCCC, môi trường từ cơ quan chức năng mất nhiều thời gian và nguồn lực ảnh hưởng đến hoạt động SXKD của Công ty. Công ty có thể bị xử phạt vi phạm hành chính thậm chí buộc phải dừng hoạt động nếu không tuân thủ quy định về công tác an toàn PCCC và môi trường.

- Công ty phải chịu chi phí cố định hằng năm cao (chi phí khấu hao, tiền thuê đất, phí hạ tầng KCN, bảo hiểm xã hội...) trong khi đơn hàng giảm mạnh.

- Đối với lô hàng tồn kho thời gian qua, Ban điều hành cùng bộ phận Sales và Marketing đã tích cực tìm kiếm các khách hàng chuyên xử lý hàng tồn kho, một số khách thể hiện quan tâm, tuy nhiên họ chỉ chấp nhận mức giá 10-15% so với giá bán gốc, Công ty đã cố gắng liên hệ nhiều khách nhưng vẫn không nhận được phản hồi. Với tình hình thị trường như hiện nay, để giải quyết lô hàng tồn kho này nhanh nhất có thể sang năm 2026, hoặc lâu hơn.

- Hệ thống máy móc nhiều năm chưa được đầu tư để thay thế nên thường xuyên xảy ra tình trạng hư hỏng, tốn thời gian chờ đợi sửa chữa ảnh hưởng đến sản xuất. Đồng thời, một số sản phẩm không đáp ứng được do chưa đủ máy móc nên một phần nào ảnh hưởng đến năng suất và đơn hàng khi mẫu không được triển khai.

- Tác động của biến đổi khí hậu: thời tiết cực đoan (bão, lụt) đã gây không ít khó khăn cho công ty, thiệt hại nhiều đến tài sản của người lao động, tiến độ sản xuất bị đình trệ...

5. Tồn tại, hạn chế cần khắc phục:

- Công tác thị trường mặc dù được triển khai quyết liệt, mạnh mẽ nhưng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu kinh doanh công ty trong thời gian qua, đơn hàng vẫn chưa có dấu hiệu tốt lên sau năm 2024 đây khó khăn do nhiều yếu tố khách quan, trong đó yếu tố ảnh hưởng lớn nhất là chính sách thuế quan của Mỹ dẫn đến chưa đạt chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận được giao, thu nhập người lao động vẫn còn thấp.

- Công tác nhận định, đánh giá tài chính khách hàng tiếp tục được triển khai, nhưng chưa loại bỏ được hết những tiềm ẩn rủi ro có thể xảy ra.

- Công tác QLCL đã được triển khai tương đối bài bản nhưng chưa thật sự yên tâm, nhân sự còn mỏng. Cần tiếp tục cải tiến và đổi mới để phù hợp hơn với tình hình hiện nay (Phân tích kỹ trách nhiệm của PX/QLCL; Cách thức vận hành; Quy trình...).

- Không tập trung vào một khách hàng hay thị trường nhất định nhằm giảm thiểu rủi ro là hướng đi đúng, tuy nhiên việc tìm kiếm thêm khách hàng và thị trường mới chưa đạt như kỳ vọng.
- Tình hình đơn hàng sụt giảm mạnh, lương thưởng thấp, dẫn đến công ty rất khó khăn trong việc tạo công ăn việc làm và giữ chân người lao động, công ty cần có chính sách lương, thưởng, phúc lợi xã hội tốt hơn, phù hợp nhằm thu hút lao động đảm bảo kế hoạch sản xuất kinh doanh trong giai đoạn tiếp theo 2026-2031.

II. PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP NĂM 2026:

1. Bối cảnh dự kiến năm 2026 :

Bối cảnh dự kiến cho ngành gỗ của Việt Nam vào năm 2026, cơ hội và thách thức :

✓ Các thuận lợi & động lực chính:

- Liên tiếp ghi nhận tăng trưởng xuất khẩu gỗ 2024-2025 (2024: 16,25 tỷ USD, 2025: 17,3 tỷ USD). Với đà này, nếu thị trường quốc tế ổn định và doanh nghiệp Việt Nam giữ vững chất lượng, đơn hàng thì năm 2026 có thể tiếp tục là năm bứt phá mới.
- Thị trường xuất khẩu rộng và đa dạng, không chỉ phụ thuộc một quốc gia: Ngoài thị trường truyền thống như Hoa Kỳ, Việt Nam đã hướng tới và mở rộng sang nhiều thị trường khác: EU, Châu Á...Điều này giúp giảm rủi ro nếu một thị trường gặp khó (như thuế, phí).
- Áp dụng tiêu chuẩn quốc tế và sản xuất gỗ “sạch”, hợp pháp, bền vững: Các doanh nghiệp xuất khẩu đang chú trọng đáp ứng yêu cầu về nguồn gốc gỗ, chứng chỉ (ví dụ gỗ hợp pháp, gỗ xử lý, truy xuất nguồn gốc...). Đây là lợi thế dài hạn khi các thị trường nhập khẩu (EU, Mỹ, Nhật...) ngày càng siết tiêu chuẩn nhập khẩu gỗ.
- Có cơ hội gia tăng giá trị gia công chế biến sâu đồ gỗ, thiết kế nội thất cao cấp: Khi nhu cầu đồ nội thất, gỗ công nghiệp, gỗ xử lý và đồ gỗ tinh chế toàn cầu tăng, Việt Nam với lợi thế lao động + chi phí hợp lý có thể mở rộng xuất khẩu sản phẩm giá trị gia tăng, không chỉ xuất gỗ thô/chế biến đơn giản.
- Chính sách phát triển lâm nghiệp và quản lý rừng bền vững hỗ trợ nguồn nguyên liệu: Theo kế hoạch phát triển ngành lâm nghiệp và lâm sản đến 2030, Việt Nam có định hướng phát triển quản lý rừng, trồng rừng ngắn ngày, quản lý nguồn gỗ bền vững, tạo nền tảng cho cung nguyên liệu ổn định dài hạn.

✓ Những rủi ro & thách thức nổi bật:

- Áp lực từ các chính sách thuế & biện pháp thương mại từ thị trường lớn (đặc biệt Mỹ): hiện tại một số doanh nghiệp Việt Nam đã gặp khó khăn vì thuế nhập khẩu mới từ Mỹ đối với gỗ/đồ gỗ. Nếu thuế tăng hoặc chính sách siết chặt hơn vào 2026, đây có thể là rào cản lớn cho xuất khẩu sang Mỹ, ảnh hưởng mạnh đến doanh nghiệp phụ thuộc thị trường này.
- Chi phí nguyên liệu & sản xuất tăng: Theo phân tích, giá nguyên liệu gỗ (nhập khẩu hoặc thu mua trong nước) có xu hướng tăng, ảnh hưởng tới chi phí toàn ngành. Nếu doanh nghiệp không kiểm soát tốt chi phí hoặc không nâng cao hiệu suất, sẽ gặp áp lực lợi nhuận.
- Cạnh tranh quốc tế ngày càng khốc liệt và yêu cầu tiêu chuẩn cao: Các quốc gia khác cùng với Việt Nam đều đang nỗ lực gia tăng chế biến gỗ giá trị cao, đáp ứng tiêu chuẩn xanh/bền vững. Nếu doanh nghiệp Việt Nam không đầu tư đổi mới công nghệ, quản lý nguồn gỗ, đảm bảo chứng nhận để bị bỏ lại phía sau.
- Phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu & chuỗi cung ứng: nếu biến động sẽ khó ứng phó mặc dù có kế hoạch phát triển rừng và trồng mới, nhưng phần lớn nguyên liệu chất lượng cao vẫn phụ thuộc nhập khẩu hoặc rừng ngoài tự nhiên. Nếu nguồn gỗ quốc tế khan hiếm hoặc giá cao, ngành gỗ Việt có thể chịu ảnh hưởng lớn.
- Biến động thị trường quốc tế và rủi ro kinh tế toàn cầu: Nhu cầu đồ gỗ, nội thất phụ thuộc vào sức mua của người tiêu dùng toàn cầu, nếu kinh tế toàn cầu suy thoái, người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu, ngành gỗ xuất khẩu dễ bị ảnh hưởng.

2. Phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp năm 2026:

Với nhận định về thị trường ở trên cho thấy tình hình còn diễn biến phức tạp; không thể lường hết được tất cả khó khăn trong thời gian đến, Công ty đề ra các nhiệm vụ và giải pháp cần thực hiện trong năm 2026 như sau:

a. Một số nhiệm vụ trọng tâm năm 2026:

a.1. Nhiệm vụ cụ thể:

STT	Chỉ tiêu	Đvt	Kế hoạch năm 2026
1	Doanh thu và thu nhập khác	Triệu đồng	150.000
2	Kim ngạch XNK	Nghìn USD	6.000
	<i>Trong đó: Xuất khẩu</i>	<i>Nghìn USD</i>	<i>5.700</i>
3	Lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	2.500
4	Thu nhập bình quân	Triệu đồng	8,0
5	Số lượng LDBQ	người	385
6	Đầu tư phát triển	Triệu đồng	20.000

a.2. Nhiệm vụ chung:

- + Bảo toàn vốn của Tổng công ty và cổ đông.
- + Đảm bảo hiệu quả kinh doanh dương, nhằm tạo điều kiện thuận lợi trong việc giao dịch với các ngân hàng trong việc vay vốn để đảm bảo vận hành và ổn định sản xuất.
- + Quyết tâm không để phát sinh thêm hàng tồn kho và nợ khó đòi mới.
- + Đảm bảo không để bất kỳ vụ việc nào xảy ra liên quan đến an toàn lao động, đặc biệt là các thiết bị an toàn nghiêm ngặt và Phòng chống cháy nổ.
- + Tạo việc làm thường xuyên và thu nhập ổn định cho NLĐ.

b. Các giải pháp thực hiện:

b.1 Công tác thị trường:

- + Khai thác triệt để thị trường, chăm sóc tốt nhất khách hàng sẵn có, tìm kiếm và mở rộng khách hàng mới tại các thị trường mới.
- + Tiếp tục duy trì cách thức: Làm mẫu có chọn lọc. Mẫu mới chỉ phát triển sau khi gửi khách hàng tham khảo và nhận được ý kiến tích cực từ phía khách hàng.
- + Thực hiện chính sách giá cạnh tranh nhằm giữ khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới. Linh hoạt trong quyết định giá tùy từng khách hàng và thời điểm để đưa ra mức giá phù hợp.
- + Tiếp tục tìm kiếm thêm khách hàng để giải quyết hàng tồn kho.
- + Đối với hàng Nội thất: đơn hàng chưa đạt được như kỳ vọng, trong thời gian tới tiếp tục tìm kiếm thêm khách hàng mới. Tối ưu sản phẩm (Nguyên vật liệu, nhân công...) nhằm thu hút khách hàng và đưa mục tiêu “Hoạt động ổn định và liên tục” trong năm 2026 và các năm tiếp theo. Mở rộng hàng nội thất sang thị trường Châu Âu mặc dù doanh thu tại thị trường này chiếm tỷ trọng thấp.
- + Xây dựng hình ảnh, thương hiệu trên các trang thông tin điện tử, tham gia các hiệp hội cũng như tham gia hội chợ của ngành do Tổng công ty chủ trì.

b.2. Công tác sản phẩm – chất lượng sản phẩm:

- + Nghiên cứu thay đổi dòng sản phẩm phù hợp với tình hình máy móc, trang thiết bị của công ty.
- + Thiết kế sản xuất sản phẩm nội thất khác không chịu thuế đối ứng (thiết bị trong phòng ngủ, kệ...) hoặc nghiên cứu dòng sản phẩm cao cấp phục vụ cho tệp khách hàng cao cấp, ít bị chi phối về thuế.

- + Phát triển sản phẩm theo xu hướng của thị trường. Tăng cường phát triển ý tưởng của khách hàng và công ty để có dòng hàng, sản phẩm mới cho công ty, qua đó có kế hoạch chào cho các khách hàng khác thị trường .
- + Tiếp tục nghiên cứu và phát triển để tạo ra các sản phẩm gỗ, gỗ kết hợp nguyên liệu khác có giá trị cao và độc đáo, từ đó thu hút sự quan tâm của khách hàng. Duy trì thế mạnh của công ty gia tăng sự phối hợp với các loại vật liệu khác như kim loại, gỗ, đá, kính, vải... để tăng tính thẩm mỹ và ứng dụng theo nhu cầu của khách hàng.
- + Kiểm soát quy trình sản xuất để nâng cao chất lượng và tăng giá trị của sản phẩm gỗ (tăng năng suất lao động, giảm giá thành sản phẩm).
- + Chất lượng là vấn đề sống còn của công ty, do đó cần phải quán triệt chặt chẽ, thường xuyên và liên tục từ Lãnh đạo đến người lao động trực tiếp sản xuất để phòng ngừa rủi ro và giữ uy tín đối với khách hàng.

b.3. Công tác tài chính:

- Bám sát tình hình tài chính công ty đảm bảo không có khoản vay nợ quá hạn. Thường xuyên cân đối nguồn tài chính đảm bảo dòng tiền thông suốt cho hoạt động SXKD.
- Tăng cường công tác quản lý nợ phải thu nhằm giảm thiểu rủi ro ở mức thấp nhất, bám sát đảm bảo khách hàng thanh toán đúng hạn, không để xảy ra tình trạng tồn kho tại nhà máy.
- Duy trì tiếp tục đánh giá tình hình tài chính khách hàng 2 lần/ năm. Đặc biệt chú trọng đánh giá lần 2 cho các khách hàng có rủi ro cao.
- Tích cực tìm kiếm khách hàng nhằm xử lý hàng tồn kho.
- Đặt mua nguyên vật liệu chính, phụ vừa đủ, hợp lý đảm bảo sản xuất và tồn kho tối thiểu.
- Tiếp tục đàm phán với nhà cung cấp giảm giá nguyên vật liệu đầu vào, giãn thời gian thanh toán tiền mua NVL, vật tư... nhằm giảm chi phí lãi vay.
- Kiểm soát chặt chẽ chi phí và tiết giảm tối đa chi phí không cần thiết nhằm ổn định tài chính cho công ty.
- Các cán bộ quản lý, trưởng các bộ phận thường xuyên tích cực trong việc rà soát tối ưu các định mức kinh tế kỹ thuật, thiết kế sản phẩm, tối ưu hóa sản phẩm.

b.4. Công tác nhân sự :

- Chuẩn bị nguồn lực trực tiếp và gián tiếp bằng mọi giải pháp, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu sản xuất.
- Tích cực tìm hiểu, đăng tuyển qua các kênh chính thống, ưu tiên LD có tay nghề, kinh nghiệm trong ngành chế biến.
- Có kế hoạch đào tạo nguồn lực từ cán bộ tổ trưởng trở lên nhằm tạo ra bộ khung đảm bảo triển khai tốt kế hoạch Cty khi cần.

b.5. Công tác đầu tư:

- Nâng cấp đầu tư máy móc thiết bị hiện đại với mục tiêu tăng năng xuất sản xuất, giảm chi phí sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và tạo ra những sản phẩm có tính cạnh tranh trên thị trường, phù hợp với nhu cầu khách hàng.
- Có kế hoạch từng bước đầu tư hệ thống PCCC theo qui định nhằm đảm bảo an toàn về người và tài sản công ty.
- Chủ trương đầu tư hệ thống năng lượng mặt trời nhằm tiết kiệm chi phí, ổn định nguồn điện và phù hợp với xu thế chung hiện nay về đáp ứng tiêu chuẩn xanh là giảm khí thải CO2 ra môi trường và tăng năng lực cạnh tranh khi xuất khẩu.

b.6. Một số các giải pháp khác:

- Tiếp tục kiện toàn tổ chức bộ máy nhân sự tinh gọn, hiệu quả.
- Bám sát kế hoạch sản xuất đảm bảo giao hàng đúng hạn.
- Phát huy năng suất sản xuất tại các xưởng để tối ưu chi phí tiền lương.

- Rà soát, bồi dưỡng công nhân kỹ thuật lành nghề vận hành máy móc hiện đại nhằm phát huy tối đa hiệu quả, nâng cao năng suất.
- Thực hiện tốt nội quy, quy chế công ty và đảm bảo duy trì 5S.
- Chú trọng công tác ATLĐ, VSLĐ, công tác môi trường, Phòng chống cháy nổ như: kiểm định định kỳ các thiết bị liên quan đến an toàn; kiểm tra hệ thống báo cháy và chữa cháy tại các nhà xưởng.
- Thường xuyên kiểm tra, khắc phục các mái tôn, mái nhà xưởng và các công trình nhằm đảm bảo an toàn trong mùa mưa bão.

Trên đây là bản báo cáo tổng kết đánh giá tình hình sxkd năm 2025 và phương hướng nhiệm vụ thực hiện năm 2026. Rất mong nhận được đóng góp ý kiến của toàn thể Đại hội nhằm giúp cho Ban lãnh đạo thực hiện tốt hơn trong năm tới.

**CÔNG TY CỔ PHẦN CẨM HÀ
GIÁM ĐỐC**

Phạm Văn Chín