

Công ty Cổ phần Dụng cụ số 1: Dấu ấn hơn bốn thập kỷ

Gần 45 năm ra đời và phát triển, luôn làm chủ công nghệ trong sản xuất, vượt qua mọi khó khăn thách thức để phát triển, giữ vững được tốc độ tăng trưởng, mỗi năm cung cấp cho thị trường hơn 30 triệu dụng cụ cắt kim loại và hàng chục triệu phụ tùng chuyên dụng cơ khí khác, đó là những thông tin tiêu biểu về Công ty Cổ phần Dụng cụ số 1, doanh nghiệp đã từng được mệnh danh là đơn vị tiên phong của ngành Cơ khí Việt Nam.

Tiền thân là Nhà máy Dụng cụ cắt gọt, được thành lập ngày 25/3/1968, tính đến nay, với truyền thống gần 45 năm xây dựng và phát triển, Công ty Cổ phần Dụng cụ số 1 luôn khẳng định vai trò quan trọng đối với ngành Cơ khí Việt Nam. Với phương châm “Thoả mãn khách hàng là sự tồn tại của Công ty”, thời gian qua, Công ty đã cung cấp cho khách hàng nhiều sản phẩm và dịch vụ đạt chất lượng ổn định, theo tiêu chuẩn của Việt Nam. Lúc đầu, Công ty chủ yếu sản xuất các sản phẩm dụng cụ cắt gọt kim loại để phục vụ ngành cơ khí chế tạo trong nước. Trong quá trình phát triển, Công ty đã mở rộng sản xuất các sản phẩm cơ khí có độ chính xác và phức tạp cao như các sản phẩm cơ khí phục vụ ngành cầu đường, ngành công nghiệp sản xuất bánh kẹo, ngành dầu khí, ngành chế biến lâm hải sản...

Để Công ty phát triển một cách ổn định và bền vững, ngay từ đầu, việc xác định và khoanh vùng thị trường luôn được Ban lãnh đạo Công ty chú trọng. Nước ta đang trong quá trình CNH- HĐH nên



Một góc phân xưởng sản xuất công nghệ cao

nhu cầu sử dụng các sản phẩm về cơ khí là rất lớn. Nhận thức được điều đó, Công ty luôn nỗ lực đưa ra các sản phẩm để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của thị trường trong nước. Trong những năm gần đây, các sản phẩm mà Công ty làm ra như: dụng cụ cắt kim loại, dụng cụ cắt vật liệu phi kim loại... luôn được thị trường trong nước đón nhận và tin dùng. Do đó, mảng thị trường nội địa luôn chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu của Công ty. Năm 2011, tổng doanh thu của Công ty đạt 36,9 tỷ đồng, trong đó, doanh thu của lĩnh vực sản xuất công nghiệp đạt 16,9 tỷ đồng, đem lại thu nhập bình quân cho người lao động 3,7 triệu/người/tháng. Các sản phẩm đưa ra thị trường đã đáp ứng được nhu cầu trong nước

về chất lượng, giá lại luôn rẻ hơn hàng nhập ngoại nên đã tạo ra lợi thế cạnh tranh khá cao cho các sản phẩm cơ khí của Công ty.

Ngoài việc đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm tại thị trường nội địa, các sản phẩm truyền thống của Công ty đã có mặt rộng khắp tại các thị trường nước ngoài như: Ba Lan, Tiệp Khắc, Cuba, Angiêri... và đều được các khách hàng đánh giá cao.

Có thể thấy rằng, để đạt được sự bứt phá ngoạn mục trong sản xuất và kinh doanh như hiện nay, ngoài sự chỉ đạo sáng suốt của ban lãnh đạo Công ty, còn có sự đóng góp rất lớn của việc đổi mới trang thiết bị và áp dụng khoa học vào trong sản xuất. Với tầm nhìn chiến lược này, cuối năm 2010, Công ty

đã đầu tư gần 50 tỷ đồng đầu tư thiết bị công nghệ cao của châu Âu như: máy mài tròn làm phôi của Thụy Sĩ; máy mài dao phay, mũi khoan, mũi doa của Đức; máy mài ta rô của Đức... Nếu như trước kia, để làm ra một sản phẩm cơ khí phải trải qua nhiều giai đoạn như: máy tiện, máy khoan, máy phay, máy cắt ren máy mài... thì bây giờ, việc nhập các loại máy tiên tiến theo công nghệ châu Âu đã rút ngắn tất cả các giai đoạn, với thời gian trung bình 10 phút đã cho ra sản phẩm hoàn thiện. Công ty hiện đang có một đội ngũ kỹ sư trẻ, độ tuổi trung bình từ 25 đến 30, được các chuyên gia nước ngoài chuyển giao công nghệ nên đã nắm bắt và vận hành an toàn các trang thiết bị máy móc phục vụ tốt cho quá trình sản xuất. Hiện nay, các sản phẩm của Công ty chủ yếu phục vụ nhu cầu của các công

ty sản xuất phụ tùng ô tô, xe máy... Kỹ sư Hoàng Trung Hiếu cho biết: “Sản phẩm của Công ty khi đưa ra thị trường tiêu thụ có tính cạnh tranh rất cao với các sản phẩm cùng loại của Đức và Nhật. Do sản xuất trong nước nên đã giảm đáng kể giá thành, chất lượng lại đồng đều và ngang bằng với các sản phẩm ngoại nhập. Vì vậy, người tiêu dùng ngày càng tin dùng sản phẩm của Công ty chúng tôi”.

Trong thời gian tới, để đẩy mạnh hơn nữa sự phát triển của Công ty Cổ phần Dụng cụ số 1, ông Hoàng Trung Lập, Giám đốc Công ty cho biết: Công ty sẽ tiếp tục duy trì và phát triển thị trường dụng cụ cắt kim loại và dụng cụ cắt vật liệu phi kim loại, đặc biệt là các sản phẩm mục tiêu. Tiến hành và đẩy mạnh tiếp cận và cung cấp ngay sản phẩm mục tiêu được sản xuất trên thiết bị công

nghệ cao cho thị trường, làm chủ được thiết bị công nghệ để tăng giá trị sản xuất và doanh thu bán hàng để đảm bảo thành công cho dự án đầu tư; Tiếp tục tăng cường, mở rộng hướng kinh doanh vật tư phụ tùng chuyên ngành tạo sự tăng trưởng nhanh về doanh thu và tăng hiệu quả kinh tế để bù đắp cho sản xuất.

Với phương châm “hợp tác cùng phát triển”, Công ty Cổ phần Dụng cụ số 1 cam kết cung cấp cho khách hàng những sản phẩm chất lượng ổn định, giá cả phù hợp và dịch vụ vượt trội, đáp ứng mọi yêu cầu hợp lý của khách hàng... Đây sẽ là đòn bẩy để đưa Công ty phát triển mạnh hơn nữa trong ngành Cơ khí Việt Nam, góp phần hoàn thành mục tiêu CNH-HĐH mà Đảng và Nhà nước đã đề ra. ♦

Bắc Minh - T.T

Một số biện pháp cải thiện...

(Tiếp theo trang 21)

d) phương pháp khoảng cách lớn nhất... Chi tiết về các phương pháp này có thể xem tài liệu (Le-Anh (2011).

Đối đi với các nhà kho nhỏ, việc xác định đường đi lấy hàng không quan trọng lắm, tuy nhiên với các nhà kho lớn, việc xác định đường đi lấy hàng tốt hết sức quan trọng giúp rút ngắn thời gian gian lấy hàng, chi phí lấy hàng và tăng khả năng phục vụ đơn hàng.

3. Phân tích hiệu quả vận hành kho hàng thông qua dữ liệu quản lý kho

Đối với các kho hàng có sử dụng hệ thống quản lý kho (WMS), thông thường, các dữ liệu về các loại hàng và các hoạt động kho đều được ghi lại trong các tệp dữ liệu về hoạt động kho. Các dữ liệu này có thể được sử dụng để đánh giá lại tính chất và hiệu quả của các hoạt

động kho. Phân tích dữ liệu về hoạt động kho (warehouse profiling) là hoạt động chọn lọc phân tích dữ liệu hoạt động kho để xác định các thông tin về hiệu quả. Các thông tin chi tiết về công cụ warehouse profiling có thể tham khảo tài liệu (Bartholdi and Hackman (2011)).

Công cụ này giúp ta đánh giá một số chỉ tiêu của hoạt động kho như: a) số đơn hàng được đáp ứng đúng chủng loại và số lượng; b) số đơn hàng được phục vụ đúng hạn. Ngoài ra công cụ này còn cung cấp cho ta nhiều thông tin quan trọng khác như: a) các loại hàng được yêu cầu nhiều nhất; b) các loại hàng không được yêu cầu hay được yêu cầu rất ít trong thời gian dài; c) tỉ lệ các loại hàng được yêu cầu từ các khu vực khác nhau của kho trong các đơn hàng...

Các thông tin này có thể được sử dụng để: a) loại bỏ các mặt hàng

rất ít hoặc không được đặt hàng trong thời gian dài ra khỏi danh mục hàng của công ty; b) bố trí lại các loại hàng có tần suất đặt hàng cao tại các vị trí thuận lợi; c) bố trí các mặt hàng hay được đặt hàng cùng nhau ở gần nhau sẽ giúp tăng tốc độ lấy hàng.

4. Tài liệu tham khảo

Bartholdi, J., and S.T. Hackman, 2011, *Warehouse & distribution science*, (<http://www.isye.gatech.edu/~jjb/wh/book/editions/wh-sci-0.95.pdf>).

Cross, Candi S., 2006, *Warehouse design eliminates slim pickings*, *Industrial Engineer* 38, 48-49.

Le-Anh, Tuan, 2011, *Nghiên cứu xây dựng hướng dẫn thiết kế và vận hành hiệu quả kho hàng và trung tâm phân phối*, in *Bộ Công Thương, ed.: Báo cáo đề tài*.

Le-Duc, Tho, 2005. *Design and control of efficient order picking processes* (ERIM Ph.D. Series Research in Management).