



CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MA SAN

Địa chỉ: Tầng 12, Tòa nhà Kumho Asiana Plaza Saigon,
39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: (84-8) 62 555 660 Fax: (84-8) 38 109 463

BẢN DỊCH

BÁO CÁO CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC

NỘI DUNG: KẾT QUẢ KINH DOANH 2015 VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH 2016

I. XÂY DỰNG GIÁ TRỊ CÔNG TY - GIÁ TRỊ CHO CỔ ĐÔNG

Chúng tôi tin rằng: i) chuyển hóa, biến đổi, mở rộng các ngành hàng kinh doanh kết hợp với việc cải tiến đổi mới, xây dựng thương hiệu và tái định nghĩa lại các ngành hàng kinh doanh hiện tại để mở rộng thị trường; ii) đầu tư trên cơ sở nền tảng kinh doanh hiện tại, một danh mục các thương hiệu mạnh và mạng lưới phân phối rộng lớn; iii) thông qua các thỏa thuận hợp tác với Singha, chúng tôi có một cơ hội để phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng Inland ASEAN; và (iv) trở thành một nơi thu hút nhiều nhân tài và tạo điều kiện để phát triển tài năng – trên cơ sở đó chúng tôi tiếp tục dẫn dắt thay đổi để đạt được sự tăng trưởng bền vững và tạo thêm giá trị cho Công ty.

II. TỔNG KẾT KINH DOANH NĂM 2015

Masan Consumer đã đạt được:

- Doanh thu năm 2015 đạt 13.212 tỷ đồng, tăng trưởng 1% so với 2014; lợi nhuận sau thuế đạt 2.901 tỷ đồng, giảm 15,3% so với 2014 bởi các nguyên nhân sau:
 - Doanh thu tài chính giảm 47% (1.151 tỷ đồng năm 2015 so với 2.171 tỷ đồng năm 2014). Sự sụt giảm do số dư tiền mặt thấp hơn trong năm 2015 và lãi suất thấp hơn như là kết quả của các thị trường tài chính cạnh tranh. Bên cạnh đó, một phần lợi nhuận năm 2014 cũng phát sinh một lần từ việc thoái vốn khỏi một công ty con sản xuất bao bì.
 - Lợi nhuận gộp năm 2015 là 5.948 tỷ đồng, tăng 6,1% so với năm 2014 chủ yếu do hiệu quả hoạt động cao hơn, giá nguyên liệu thấp hơn và các sáng kiến tiết kiệm chi phí.
- Xây dựng các thương hiệu mạnh, đầu tư xây dựng nền tảng cho sự đổi mới trong tương lai:
 - Hiện nay, một số thương hiệu của chúng tôi là các sản phẩm thông dụng và được yêu thích nhất. 98% hộ gia đình tại Việt Nam sử dụng ít nhất một sản phẩm Masan;
 - Với việc thành lập trung tâm sản xuất tại Nghệ An, nâng cao năng lực sản xuất để phục vụ tốt hơn khách hàng của chúng tôi;
 - Phát triển mạng lưới rộng lớn của chúng tôi nhằm đẩy nhanh tốc độ tiếp cận thị trường để ra mắt sản phẩm mới và các sáng kiến khuyến mại (khoảng 190.000 điểm bán hàng ngành thực phẩm và 100.000 điểm bán hàng ngành đồ uống);
 - Triển khai thành công hệ thống DMS đến từng nhà bán hàng và nhân viên kinh doanh;
 - Thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với Singha, đây được xem là thương vụ mua bán & sáp nhập lớn nhất Việt Nam đến nay.
- “Để phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng Inland SEAN”: Chúng tôi có kế hoạch đầu tư ra nước ngoài một lần nữa, hoàn thành một chu kỳ phát triển và bắt đầu một cuộc hành trình đầu tư ra nước ngoài khác. Sau 20 năm sau khi thành lập, chúng tôi đã mở rộng mục đích của chúng tôi, đó là “để phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng Inland ASEAN”, bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào.

III. MỤC TIÊU KINH DOANH NĂM 2016

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đặt mục tiêu tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận năm 2016 như sau:

Mục tiêu	Tỷ đồng
Doanh thu	14.500 – 15.500
Lợi nhuận sau thuế	2.800 – 3.000

IV. CHIẾN LƯỢC VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2016

1. Đầu tư vào nền tảng của chúng tôi sẽ bắt đầu đạt đỉnh cao, với công suất tăng lên, thị trường lớn hơn, danh mục các thương hiệu mạnh và hệ thống phân phối rộng lớn.
2. Thông qua thỏa thuận hợp tác chiến lược với Singha được ký kết vào cuối năm 2015, chúng tôi có cơ hội phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng Inland ASEAN. Masan dự kiến tung các sản phẩm vào thị trường Thái Lan và mở rộng ra các thị trường lân cận trong Inland SEAN. Vì các thị trường này là tương đối mới với Masan Consumer và cũng khá ổn định, chúng tôi có thể gặp những thách thức lớn hơn như khi kinh doanh tại Việt Nam.
3. Tiếp tục đầu tư và phát triển các ngành hàng sản phẩm cốt lõi của chúng tôi là gia vị, thực phẩm tiện lợi, cà phê và đồ uống với những đổi mới mang tính đột phá.
4. Hoàn thành việc tái cơ cấu hoạt động của Công ty, cơ sở hạ tầng cung ứng sản phẩm và nền tảng quản lý để hỗ trợ việc thực hiện các kế hoạch kinh doanh năm 2016.
5. Đầu tư vào tài sản quan trọng nhất của Masan, nhân tố con người. Chúng tôi cam kết phát triển các nhà lãnh đạo Việt thế hệ tiếp theo.

“Hàng ngày, chúng ta phục vụ và cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của 250 triệu người tiêu dùng Inland ASEAN.”

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 11 tháng 4 năm 2016

Tổng Giám Đốc

(Đã ký, đóng dấu)

Seokhee Won