



CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

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 2016 VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH 2017

I. TỔNG KẾT KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2016

- Năm 2016, công ty chúng tôi, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“Công ty”) đạt 13.790 tỷ đồng doanh thu thuần, tăng trưởng 4,4%, nhờ vào mức tăng trưởng trên 25% ngành hàng đồ uống và 2,5% ngành hàng gia vị. Sự tăng trưởng này đã bù đắp cho sự sụt giảm doanh thu thuần trong ngành thực phẩm tiện lợi của chúng tôi. Lợi nhuận sau thuế và sau cổ đông thiểu số giảm 5,1% xuống còn 2.679 tỷ đồng từ 2.822 tỷ đồng, chủ yếu là do thu nhập tài chính thuần thấp hơn do chính sách chia cổ tức tiền mặt của Công ty.
- Chúng tôi đã tạo ra nguồn tiền mặt rất lớn trong suốt 3 năm qua, cho phép chúng tôi chi trả cổ tức bằng tiền mặt vượt mức 11.000 tỷ đồng và chúng tôi đang xin ý kiến cổ đông để chi trả thêm 2.341 tỷ đồng cổ tức bằng tiền mặt vào năm 2017. Trên cơ sở phát triển thị trường dựa trên vị trí dẫn đầu trong các ngành hàng thực phẩm chủ chốt như gia vị và thực phẩm tiện lợi, Công ty đã xây dựng một nền tảng vận hành cho ngành hàng đồ uống mà hầu như không tốn thêm bất kỳ khoản chi phí nào. Đồ uống đóng chai hiện là ngành hàng tăng trưởng nhanh nhất của Masan, với mức tăng trưởng 69% của sản phẩm đồ uống đóng chai không cồn. Trong tháng 10 năm 2016, Masan đã tung ra thương hiệu gia vị đầu tiên tại Thái Lan là Chinsu Yod Thong nhằm mở rộng phạm vi kinh doanh và phục vụ 250 triệu người tiêu dùng Inland ASEAN.
- Công ty cũng đã đầu tư khoảng 3 triệu USD để xây dựng một Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển mới tại MSI. Được xem là một trong các Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm lớn nhất Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống, Công ty có lợi thế để tiếp tục phát triển đổi mới sản phẩm cho người tiêu dùng trên cơ sở tập trung vào tôn chỉ 3A: Availability, Affordability and Assurance of Quality (nghĩa là Giá cả hợp lý, Sản phẩm sẵn sàng mọi lúc mọi nơi và Đảm bảo chất lượng tuyệt đối).

II. MỤC TIÊU KINH DOANH NĂM 2017

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đặt mục tiêu tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận năm 2017 như sau:

| Mục tiêu | Tỷ đồng |
|--|------------------------|
| Doanh thu thuần | 14.500 – 15.300 |
| Lợi nhuận sau thuế và sau cổ đông thiểu số | 2.550 – 2.810 |

IV. CHIẾN LƯỢC VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2017

- Tập trung bán hàng đến người tiêu dùng. Đánh giá mức độ thành công của Công ty phải được dựa trên sự gia tăng thị phần và doanh số bán ra cho người tiêu dùng cuối cùng chứ không chỉ đơn thuần là mức tăng trưởng tài chính của Công ty.
- Phát triển mô hình phân phối vững mạnh và bền vững hơn. Bằng việc điều chỉnh hàng tồn kho để cân đối cung và cầu thị trường, chúng tôi có thể tối ưu hóa chi phí bán hàng, nâng cao hiệu suất quản lý và vận hành.

3. Chuyển đổi một cách chiến lược nhằm ít phụ thuộc vào mô hình thúc đẩy bán hàng đến nhà phân phối qua các chương trình khuyến mãi mà tập trung nhiều hơn vào mô hình phân phối kéo thông qua việc đầu tư xây dựng các thương hiệu mạnh.
4. Làm nhiều hơn với chi phí thấp hơn, hay còn gọi là mô hình “Fit to Growth”: trong một thị trường với giá cả nguyên vật liệu đầu vào tăng, chúng tôi phải đảm bảo việc vận hành hiệu quả nhằm giảm thiểu chi phí, giúp Masan Consumer có thể đầu tư nhiều hơn vào xây dựng thương hiệu và đưa ra các sáng kiến đột phá. Điều này đòi hỏi tất cả các phòng ban trong Công ty phải phối hợp và đồng lòng cùng thực hiện;
5. Tập trung vào các ngành hàng hiện có: trong quá trình không ngừng nghiên cứu những ngành hàng mới để phụng sự người tiêu dùng tốt hơn, Masan Consumer vẫn ưu tiên thúc đẩy tăng trưởng những ngành hàng vốn có vẫn còn tiềm tăng trưởng và cũng như các thách thức phải được lưu tâm. Chúng tôi sẽ tập trung vào việc tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng của ngành hàng chủ chốt là nước mắm, giành lại thị phần trong ngành thực phẩm tiện lợi bằng việc củng cố hai nhãn hàng Omachi và Kokomi, đặt mục tiêu chiếm lĩnh 51% thị phần cà phê hòa tan, thúc đẩy tăng trưởng trong ngành hàng đồ uống đóng chai và xây dựng ngành thực phẩm chế biến.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 4 năm 2017

Tổng Giám Đốc

(Đã ký, đóng dấu)

Seokhee Won