



CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM MASAN

Địa chỉ: Tầng 12, Kumho Asiana Plaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại: (84-08) 62 555 660

Fax: (84-08) 38 190 463

BÁO CÁO CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC

NỘI DUNG: KẾT QUẢ KINH DOANH 2009 VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH 2010

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

Chúng tôi tin rằng: i) tập trung vào ngành nghề kinh doanh chính với các công nghệ then chốt; ii) xây dựng được các nhãn hiệu mạnh và hệ thống phân phối đầy uy lực; iii) luôn mang lại doanh thu và lợi nhuận tăng trưởng hàng năm; và iv) được dẫn dắt bởi một đội ngũ nhân sự làm việc có hiệu suất cao - là các nền tảng để xây dựng giá trị công ty tăng trưởng bền vững.

II. TỔNG KẾT KINH DOANH NĂM 2009

- Năm 2009 là một năm kinh doanh thành công của Công ty với doanh thu đạt 3,958 tỷ, đạt 206% so với 2008; và lợi nhuận sau thuế của công ty đạt 669 tỷ, đạt 167% so với năm 2008 (*trích báo cáo kiểm toán năm 2009 của KPMG*). So với mục tiêu mức Đăng cấp 2009 mà công ty đặt ra, doanh số này đạt 95% và lợi nhuận này đạt 135% so với kế hoạch.
- Chin-su, Tam Thái Tử, Nam Ngư, Omachi, Tiển Vua là các nhãn hiệu hàng đầu trong các ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi. Theo số liệu của AC Neilson, tháng 12 năm 2009, ngành nước tương của công ty chiếm 85% thị phần, nước mắm chiếm 59.3 thị phần; tương ớt chiếm 40% thị phần; mì gói chiếm 45% thị phần cao cấp. Chúng ta đang có hệ thống phân phối thực phẩm hàng đầu Việt nam với bao phủ gần 125,000 cửa hiệu thông qua 141 nhà phân phối và các hệ thống siêu thị trong cả nước.
- Nâng cao năng lực sản xuất thông qua việc đầu tư mới nhà máy Masan Hải Dương; khánh thành Nhà máy Masan Phú Quốc; công tác đầu tư theo mô hình tự động hóa sản xuất theo tiêu chuẩn GMP/HACCP tại tổ hợp sản xuất MSI Bình Dương đang được triển khai mạnh mẽ.

V. MỤC TIÊU KINH DOANH NĂM 2010

Công ty Cp Thực phẩm Masan đặt mục tiêu tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận năm 2010 như sau:

	Mục tiêu Cam kết	Mục tiêu Đúng tầm	Mục tiêu Đăng cấp
Doanh thu (tỷ đồng)	6.000	7.000	9.000
Lợi nhuận sau thuế (tỷ đồng)	1.000	1.200	1.500
Nhãn hiệu đứng đầu	4	5	6

VI. CHIẾN LƯỢC VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2010

- Tập trung khai thác tối đa các cơ hội kinh doanh khác nhau trong thị trường gia vị thông qua các nhãn hiệu hiện tại, hệ thống phân phối “Nông thôn tiến”.
- Chiếm lĩnh thị phần lớn trong ngành mì gói tại Việt nam, thông qua các cải tiến về công nghệ, sản phẩm mới, nhãn hiệu mới, cách thức phân phối kết hợp sức mạnh của gia vị.
- Phát triển các ngành hàng mới cho ngành hàng “convenient foods” thông qua sự thấu hiểu sâu sắc nhu cầu thị trường và sức mạnh vượt trội về công nghệ đảm bảo sức khỏe.
- Liên tục đổi mới, tăng cường sức mạnh của hệ thống tổ chức để luôn chủ động với quy mô phát triển nhanh của công ty trong những năm tới.

Với các kế hoạch này, chúng tôi tin tưởng công ty chúng ta sẽ có một năm 2010 thành công tốt đẹp.

Tổng Giám Đốc

(Đã ký)

Trương Công Thắng