

**BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN NĂM 2011
CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MA SAN**

Tháng 04 năm 2012

Thư của Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Kính thưa: Các quý vị cổ đông,

1. Những thành tựu chính Công ty đã đạt được trong năm 2011

Không dễ cho tôi tìm ra những lời cảm hứng khác với những năm trước để lại thêm 1 lần nữa nói về năm 2011, một năm thành công trong sản xuất kinh doanh của Công ty chúng ta. Điều đó thể hiện qua các kết quả sản xuất kinh doanh vô cùng ấn tượng:

Doanh thu thuần: 8.310 tỷ VNĐ, tăng trưởng 49% so với năm 2010 (*);
Lợi nhuận sau thuế: 2.254 tỷ VNĐ, tăng trưởng 97% so với năm 2010;

Thành công và kết quả kinh doanh vượt trội của Công ty trong năm 2011 đã góp phần và là một trong những giá trị nền tảng cho sự Thành công của Masan Group.

Chính vì thế tôi tin tưởng rằng đây là khoản đầu tư thông minh và mang lại tỷ suất sinh lời cao nhất, liên tục trong 1 thời gian dài trong danh mục đầu tư của tất cả các Quý vị cổ đông của Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan.

Năm 2002, khi Công ty chúng ta bắt đầu triển khai Chiến lược Kinh doanh tại Thị trường nội địa, Tổng giá trị Vốn cổ đông là 28,5 tỷ, ngày hôm nay Giá trị sổ sách của Vốn cổ đông là 7.937 tỷ (tăng khoảng 300 lần), và Giá trị thị trường là khoảng 2 tỷ USD.

Và, sự thần kỳ không chỉ dừng lại ở đây!

Chúng ta ĐÃ nói ĐƯỢC và chúng ta ĐÃ LÀM ĐƯỢC điều đó.

2. Mục tiêu năm 2012

Năm 2012 cũng sẽ là một năm vô cùng thách thức và tràn đầy cảm hứng cho chúng ta với “Mục tiêu ĐẲNG CẤP” Doanh thu vượt mốc 1 tỷ USD, và Lợi nhuận ĐÚNG ĐẦU Thị trường các công ty Hàng tiêu dùng. Chúng ta không những chỉ khẳng định vị thế của mình trong các lĩnh vực hiện tại để mang đến cho Người tiêu dùng những giá trị mới và tối đa hóa lợi ích cổ đông, mà với phương châm “Người tiêu dùng là VUA” chúng ta sẽ còn khai phá và tạo lập các xu hướng tiêu dùng mới thích hợp với nếp sống công nghiệp và hiện đại, nỗ lực không ngừng mang đến các giá trị đích thực.

Năm 2012 lại lần nữa Chúng ta đặt Mục tiêu “Vượt Vũ môn”, và lại lần nữa Chúng ta sẽ “Vượt Vũ môn”.

Chúng ta nói ĐƯỢC và chúng ta sẽ LÀM ĐƯỢC điều đó.

Một lần nữa tôi tuyệt đối tin tưởng rằng “Giá trị vượt trội cho Người tiêu dùng – Giá trị đích thực cho đội ngũ Nhân viên – Giá trị tăng trưởng cao và bền vững cho Cổ đông” sẽ là những hòn đá tảng vững chắc cho sự phát triển không giới hạn và bền vững cho công ty. Và một ngày nào đó chúng ta sẽ cùng nhau “Nói với Thế giới” về các giá trị và Niềm tự hào Việt Nam đó.

Xin cảm ơn.

Chủ tịch HĐQT
Nguyễn Đăng Quang

Ghi chú: () được trình bày trên cơ sở proforma, giả định Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan sở hữu 50.25% cổ phần và các lợi ích kinh tế tại Công ty Cổ phần Vinacafe Biên hòa từ ngày 01/01/2011 thay vì từ 04/11/2011.*

I. Quá trình Hình thành và Phát triển của Công ty CP Hàng tiêu dùng Ma San

1. Các mốc sự kiện quan trọng

- Ngày 20/06/1996: thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp – Kỹ nghệ - Thương mại Việt tiến, chuyên sản xuất thực phẩm chế biến, đặc biệt là các sản phẩm ngành Gia vị như nước tương, tương ớt, các loại sốt ...
- Ngày 31/05/2000: thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt, chuyên hoạt động trong lĩnh vực thương mại và xuất nhập khẩu.
- Ngày 01/08/2003: Công ty Cổ phần Công nghiệp – Kỹ nghệ - Thương mại Việt tiến sáp nhập vào Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt, sau đó Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Công nghiệp – Thương mại Ma San (MST), với tổng vốn điều lệ là 28.500.000.000 đồng.
- Ngày 14/06/2004, Công ty tăng vốn điều lệ lên 45.000.000.000 đồng.
- Ngày 20/07/2006, Công ty tăng vốn điều lệ lên 72.250.000.000 đồng.
- Ngày 14/09/2006, Công ty tăng vốn điều lệ lên 85.000.000.000 đồng.
- Ngày 28/02/2007, Công ty tăng vốn điều lệ lên 113.395.360.000 đồng.
- Ngày 25/12/2007, Công ty tăng vốn điều lệ lên 138.395.360.000 đồng.
- Ngày 10/05/2008, Công ty tăng vốn điều lệ lên 257.191.230.000 đồng.
- Ngày 11/12/2008, Công ty Cổ phần Công nghiệp – Thương mại Ma San (MST) đổi tên thành Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San.
- Ngày 11/06/2009, Công ty tăng vốn điều lệ lên 630.000.000.000 đồng.
- Ngày 01/07/2009, Công ty bổ sung ngành nghề kinh doanh: Sản xuất Gia vị (không sản xuất tại trụ sở chính) và sản xuất hương liệu (trừ sản xuất hóa chất cơ bản).
- Ngày 22/12/2009, Công ty thay đổi trụ sở đến Tầng 12, Toà nhà Kumho Asiana Plaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Ngày 29/09/2010, Công ty tăng vốn điều lệ lên 1.300.000.000.000 đồng.
- Ngày 09/3/2011, Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San.
- Ngày 15/4/2011, Công ty Phát hành cổ phiếu phổ thông cho Cổ đông chiến lược KKR tương đương 10% vốn điều lệ sau khi phát hành là 1.444.444.440.000 đồng.
- Ngày 20/7/2011, Công ty tăng vốn điều lệ lên 2.500.000.000.000 đồng.

2. Thông tin Doanh nghiệp:

Tên Công ty : **CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MA SAN**

Tên tiếng Anh : **MASAN CONSUMER CORPORATION**

Tên viết tắt : **MSC hoặc MASAN CONSUMER CORP.**

Số GCN ĐKKD : 0302017440

Trụ sở chính : Tầng 12, Toà nhà Kumho Asiana Plaza Saigon, số 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
Website : www.masanconsumer.com
Mã số thuế : 0302017440
Vốn điều lệ : 2.500.000.000.000 VND (hai ngàn năm trăm tỷ đồng) đã góp đủ.

3. Quá trình Hoạt động và Phát triển:

Từ năm 2003 trở về trước, Công ty tập trung vào các hoạt động chính bao gồm sản xuất và xúc tiến thương mại, phát triển thị trường với định hướng xuất khẩu.

Trên cơ sở các kinh nghiệm và thành công đã đạt được, từ năm 2003, Công ty bắt đầu đầu tư và phát triển thêm thị trường nội địa. Từ những ngày đầu, các sản phẩm chất lượng cao như Mì Omachi, nước tương Chinsu đã chinh phục hoàn toàn người tiêu dùng trong nước.

Nhận thức nhu cầu ngày càng tăng lên nhanh chóng của người tiêu dùng trong nước đối với các sản phẩm thực phẩm an toàn, chất lượng cao và giá thành phù hợp, Công ty đầu tư mạnh mẽ vào việc nghiên cứu, phát triển và đưa ra thị trường các sản phẩm chất lượng cao phục vụ người tiêu dùng tại thị trường trong nước.

Các sản phẩm thực phẩm của Công ty nhanh chóng thành công và chiếm lĩnh thị trường. Năm 2008, trên cơ sở những thành công trên, Công ty đã đổi tên thành Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San và chính thức định vị rõ là Công ty thực phẩm lớn nhất phục vụ người tiêu dùng trong nước. Các sản phẩm tiêu biểu của Công ty như nước tương Chinsu, nước tương Tam Thái tử, Nước mắm Chinsu, Tương ớt Chinsu, Nước Mắm Nam Ngư, Mì gói Omachi đã từng bước chiếm được tình cảm và niềm tin của người tiêu dùng và dần dần khẳng định chỗ đứng vững chắc trên thị trường.

Đến nay, sau hơn 10 năm hoạt động, các sản phẩm của Công ty đã khẳng định vị trí trên thị trường thể hiện qua thị phần chi phối tại các ngành hàng (Số liệu khảo sát thị trường của AC Nielsen Tháng 12/2011 – 36 Cities và phân tích thị phần của MSC tại các khu vực khác):

- Ngành hàng Nước mắm: 80% thị phần
- Ngành hàng Nước tương: 75% thị phần
- Ngành hàng Mì ăn liền: 30% thị phần
- Ngành hàng Tương ớt: 40% thị phần

Công ty sở hữu hệ thống phân phối rộng và sâu nhất tại Việt nam bao gồm trên 160,000 điểm bán lẻ tại 64/64 tỉnh thành; 3 trung tâm phân phối tại Miền Nam, Miền Trung và Miền Bắc; 05 nhà máy sản xuất trực tiếp và nhiều đơn vị gia công gián tiếp khác tại các địa điểm và công đoạn quan trọng trong tổng thể chiến lược phát triển và sở hữu nguồn cung ứng, cho phép Công ty tiếp cận đến người tiêu dùng một cách đầy đủ nhất, nhanh chóng nhất và hiệu quả nhất.

Trong năm 2011, Công ty bắt đầu quá trình chuyển mình mạnh mẽ, tiến tới là Công ty sáng tạo sản phẩm thành công nhất trên nền tảng năng lực thực hiện hiệu quả nhất, kiểm soát rủi ro tốt nhất.

Trong lĩnh vực nghiên cứu, phát triển và giới thiệu các sản phẩm mới đến người tiêu dùng, Công ty đã liên tục cung cấp cho người tiêu các lựa chọn mới phù hợp với từng nhóm đối tượng người tiêu dùng, ví dụ: Sốt kho Chinsu tiện lợi cho phép người nội trợ dễ dàng tạo các món kho ngon nhất bắt kể kinh nghiệm nấu ăn; Mì gói tiết kiệm Kokomi cung cấp kịp thời các giải pháp tiết kiệm cho người tiêu dùng trong điều kiện lạm phát, giá cả tăng cao trong khi vẫn đảm bảo chất lượng cao và khẩu vị tuyệt vời của các sản phẩm Mì gói

Tiến vua, Omachi; tái định vị nhãn hiệu Chinsu như là nhãn hiệu cao cấp nhất trong ngành gia vị xuyên suốt ba ngành hàng nước tương, nước mắm và tương ớt.

Trong phân phối, Công ty cơ cấu lại nhà phân phối, định hình mô hình vận hành chuẩn và hỗ trợ thu xếp tài chính cho phép hệ thống phân phối phát triển mạnh mẽ cùng Công ty. Trên thị trường, Công ty củng cố vị thế là Công ty hàng đầu trong các ngành hàng mà mình kinh doanh qua các chương trình trưng bày, định vị điểm bán lẻ, ví dụ: chương trình trưng bày “Gia vị của người Việt”.

Trong lĩnh vực kiểm soát rủi ro nguồn cung và giá đầu vào, Công ty tiến dần đến việc chốt giá dài hạn bằng các hợp đồng dài hạn, nâng cao năng lực dự trữ nguyên liệu chiến lược. Trong sản xuất, Công ty thực hiện chương trình tiết kiệm năng lượng theo hướng xanh hơn và hiệu quả hơn thông qua việc xử dụng các nguồn năng lượng tái sinh, giảm phụ thuộc vào biến động giá của nhiên liệu truyền thống. Công ty cũng mạnh dạn tiến hành xây dựng và hình thành bộ khung cung ứng sản phẩm qua bên thứ ba cho phép Công ty đáp ứng nhu cầu cung cấp sản phẩm tăng cao trong điều kiện công suất sản xuất trực tiếp chưa tăng kịp, ví dụ: chương trình hợp tác cung cấp bao bì nhựa.

Nhằm mục tiêu thỏa mãn ngày càng tốt hơn các nhu cầu của người tiêu dùng Việt nam, ngoài việc đẩy nhanh phát triển các sản phẩm thực phẩm hiện hữu, Công ty tái định vị là Công ty Hàng tiêu dùng lớn nhất tại Việt nam và thực hiện:

- Đổi tên Công ty thành Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San.
- Phát hành 10% vốn cổ phần cho đối tác chiến lược KKR với giá 160 triệu USD.
- Thực hiện mua lại 50.25% cổ phần tại Công ty Cổ phần Vinacafe Biên Hòa.

Việc định vị là Công ty Hàng tiêu dùng cho phép Công ty mở rộng cơ sở ngành hàng, phục vụ các nhu cầu mở rộng của người tiêu dùng.

Phát hành thành công cổ phiếu cho nhà đầu tư tổ chức quốc tế một mặt là sự công nhận khả năng kiến tạo trị giá tăng không ngừng cho Nhà đầu tư và năng lực quản trị của Công ty, mặt khác, nó khẳng định khả năng thu xếp nguồn lực tài chính, cho phép Công ty đẩy nhanh việc phát triển thị trường thông qua các hoạt động mua bán, sáp nhập.

Cũng trong năm 2011, Công ty đã thu hút và bổ nhiệm trên 10 cán bộ chủ chốt nắm giữ các vị trí quan trọng trong các bộ phận Phát triển Nhãn hiệu, Phát triển Thị trường, Quản trị chuỗi cung ứng, Nghiên cứu và Phát triển Sản phẩm, Nhân sự, Pháp lý và Quan hệ Công chúng.

Kết thúc năm 2011, Công ty có mức tăng trưởng doanh số là 26.3% đạt mức 7.060 tỷ. Tăng trưởng lợi nhuận sau thuế đạt 80% ở mức 2.254 tỷ. Ngoài ra, Công ty đã tăng quy mô tổng tài sản lên gấp 3,2 lần đạt mức 13.931 tỷ, trong đó trên 9.000 tỷ là tích tụ tiền mặt, tiền gửi ngân hàng và các khoản tiền gửi khác.

Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San bước vào năm 2012 với một Diện mạo mới, Tầm vóc mới và một Mục tiêu không đổi là Công ty phục vụ Người tiêu dùng tốt nhất.

Với một chương trình hành động đầy cảm hứng và các nguồn lực đã được chuẩn bị đầy đủ nhất, chúng ta sẽ Đổi mới mạnh mẽ để xứng đáng là người bạn đồng hành tin cậy cho mỗi người tiêu dùng Việt nam.

II. Báo cáo Tổng Giám đốc Công ty CP Hàng tiêu dùng Ma San về Tình hình Sản xuất Kinh doanh Năm 2011

1) Tổng quan về hoạt động kinh doanh 2011

Năm 2011 là một năm thành công của Masan Consumer trong cam kết tạo ra giá trị cuối cùng cho cổ đông. Công ty đã đạt mức lợi nhuận hợp nhất sau thuế 2.254 tỷ đồng, vượt mức Kế hoạch Đúng tầm 2.200 tỷ đồng và đưa Công ty vào nhóm các Công ty có lợi nhuận sau thuế trên 100 triệu Đô la Mỹ. Thu nhập cơ bản trên cổ phiếu đạt mức 9.348 đồng/cổ phiếu và giá trị Công ty được nhà đầu tư định giá ở mức 1.6 tỷ Đô la Mỹ chứng thực bằng việc phát hành 10% cổ phần cho KKR với giá 159 triệu đô la Mỹ.

Tăng trưởng lợi nhuận mạnh mẽ cùng với việc kiểm soát chặt chẽ việc phân bổ nguồn vốn cho đầu tư tài sản cố định và vốn lưu động trong điều kiện tăng trưởng tín dụng bị thắt chặt, thị trường vốn có nhiều khó khăn giúp tạo ra dòng tiền trên 2.400 tỷ, trong đó trên 2.000 tỷ là trực tiếp từ hoạt động sản xuất kinh doanh chính.

Năm 2011 là một năm với nhiều khó khăn cho nền kinh tế thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng. Giá các nguyên vật liệu đầu vào như hạt nhựa, bột mì, dầu chiên tăng cao do bị ảnh hưởng bởi giá nguyên liệu thô thế giới (commodity price), cùng với biến động tỷ giá ngoại tệ khiến giá trung bình nguyên vật liệu đầu vào tăng giá khoảng 20% - 22% so với năm 2010. Lạm phát ở mức cao 18%-20% cũng khiến sức mua thực tế của người tiêu dùng bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Do đó, tuy tăng trưởng lợi nhuận và tích tụ dòng tiền mạnh mẽ, doanh số Công ty đạt mức 7.057 tỷ đồng so với Kế hoạch Cam kết 8.000 tỷ đồng, tăng trưởng 26% so với năm 2010. Trong năm 2011, ngành Mì đã phát triển mạnh mẽ thành một trụ cột mới trong danh mục các ngành hàng của Công ty. Lần đầu tiên doanh số ngành Mì vượt ngưỡng 100 triệu đô la Mỹ và đóng góp 50% vào tăng trưởng lợi nhuận chung của Công ty, thực sự mở ra cơ hội mới cho việc phát triển bền vững ngành hàng này.

2) Các hoạt động chủ yếu trong năm 2011

Năm 2011, Công ty tiếp tục duy trì sức mạnh và vị thế các sản phẩm của mình trên thị trường qua đó hoàn thành chỉ tiêu Kế hoạch năm 2011:

- Công ty tiếp tục duy trì được sức mạnh tăng trưởng cả doanh thu và lợi nhuận trong hoàn cảnh thị trường có nhiều khó khăn. Doanh số năm 2011 đạt 8.310 tỷ, tăng 49% so với 2010 (*); lợi nhuận sau thuế đạt 2.254 tỷ, tăng 80% so với 2010. Kết quả này đạt được chủ yếu nhờ sự thành công của các kế hoạch kinh doanh trên thị trường và khả năng kiểm soát tốt giá thành, chi phí.
- Giới thiệu, tích hợp thành công các nhãn hiệu mới ra thị trường. Ngoài Chin-su, Omachi, Nam Ngư, Tam Thái Tử; các nhãn hiệu Kokomi và Vinacafe đã tạo ra các nền tảng vững chắc cho công ty trong việc tiến tới khẳng định vị trí số 1 (>51%) về thị phần trong các thị trường mì ăn liền và cà phê. Các ngành hàng này có vai trò chiến lược đối với kế hoạch kinh doanh năm 2012 của công ty.
- Thúc đẩy chiến dịch “MasanConsumer Transformation” để phù hợp với tầm nhìn 2011-2020. Đây là cách để MasanConsumer tự thay đổi, tự chuyển đổi chính mình nhằm mục tiêu tiếp tục tiến ực công ty nhanh về phía trước để đạt được các mục tiêu đặt ra trong tầm nhìn 2020. Các lĩnh vực Công ty đã và sẽ ưu tiên tập trung:

Nâng cao Tỷ lệ Tung hàng Thành công (Innovation Platform):

Cam kết luôn luôn thỏa mãn ngày càng tốt hơn các nhu cầu của Người tiêu dùng, Công ty luôn đi đầu trong việc tìm hiểu các nhu cầu của người tiêu dùng và nghiên cứu, phát triển sản phẩm, cung cấp cho Người tiêu dùng các giải pháp thông minh nhất. Trong năm 2011, Công ty tập trung nguồn lực vào các chương trình phát triển sản phẩm chủ yếu.

Công ty đã tiến hành tuyển dụng và bổ nhiệm bổ sung nhiều vị trí cho các bộ phận trực tiếp phục vụ Người tiêu dùng bao gồm 5 vị trí từ cấp 2 trở lên cho các bộ phận Nghiên cứu Thị trường, Phát triển Nhân hiệu ngành hàng, Giám đốc Sáng tạo.

Bộ phận phát triển thị trường cũng được đầu tư đáng kể với việc bổ nhiệm và sắp xếp lại nhiều vị trí chủ chốt trong đó có việc bổ nhiệm Phó Chủ tịch Phụ trách Đối tác Phân phối, Giám đốc Kênh Siêu thị, Giám đốc phụ trách bán hàng Miền Bắc, Giám đốc Phụ trách Bán hàng Miền nam. Hệ thống phân phối đã chiếm lĩnh không gian, quây kệ tại điểm bán bằng các chương trình trưng bày ví dụ chương trình trưng bày “Gia vị của Người Việt” tăng cường sự hiện diện của sản phẩm Masan tại các điểm bán.

Hoàn thiện Năng lực Triển khai - Thực hiện (Operating Platform):

Bước đầu hoàn chỉnh cơ cấu tổ chức Bộ phận Kế hoạch và Cung ứng với việc Bổ nhiệm giám đốc Kế hoạch và Chuỗi cung ứng cùng nhiều vị trí khác.

Về năng lực cung ứng sản phẩm, Cụm nhà máy MSI về cơ bản đã hoàn thành việc đầu tư thay đổi công nghệ cho sản xuất Mì gói và Nước mắm. Đến tháng 12/2011, toàn bộ 03 dây chuyền chế biến và chiết rót nước mắm tự động đã được nghiệm thu và vận hành ổn định. Cùng với việc đầu tư nâng cao năng lực cung ứng sản phẩm trực tiếp, cụm nhà máy MSI cũng tiến hành đầu tư, cải tạo nhằm cải thiện điều kiện môi trường làm việc, sản xuất tạo tiền đề cho việc áp dụng các tiêu chuẩn công nghiệp tiên tiến trong ngành như HACCP, GMP sau này. Ngoài ra, Công ty cũng định hình các mô hình cung ứng sản phẩm thông qua bên thứ ba, góp phần nâng cao năng lực cung ứng sản phẩm và trực tiếp giảm mức đầu tư Tài sản Cố định tại Công ty. Đối với các nguyên vật liệu chủ yếu, Công ty cũng đầu tư cơ sở hạ tầng, bồn bể lưu trữ đảm bảo an toàn nguồn cung.

Toàn bộ cơ sở hạ tầng Công nghệ Thông tin được chuyển thành hợp đồng Dịch vụ với Bên thứ Ba, sau một năm vận hành đã chứng tỏ tính ổn định vượt trội và hiệu quả cao đồng thời cho phép Công ty dễ dàng trong việc mở rộng quy mô và nâng cấp nếu cần, phù hợp hoàn toàn với các tiêu chuẩn quốc tế.

Tháng 10/2011, Công ty mua lại 50.25% vốn cổ phần tại Công ty Vinacafe Biên hòa và nhanh chóng tiến hành hòa nhập các hoạt động của hai đơn vị, nâng cao giá trị cho Cổ động. Tính đến tháng 03/2012, toàn bộ sản phẩm của Vinacafe biên hòa đã được phân phối 100% qua cùng hệ thống phân phối của Công ty. Các chương trình nâng cao năng lực cạnh tranh nhãn hiệu, phát triển sản phẩm mới và tăng cường hiệu quả đầu tư, lợi nhuận bán hàng cũng diễn ra theo đúng kế hoạch.

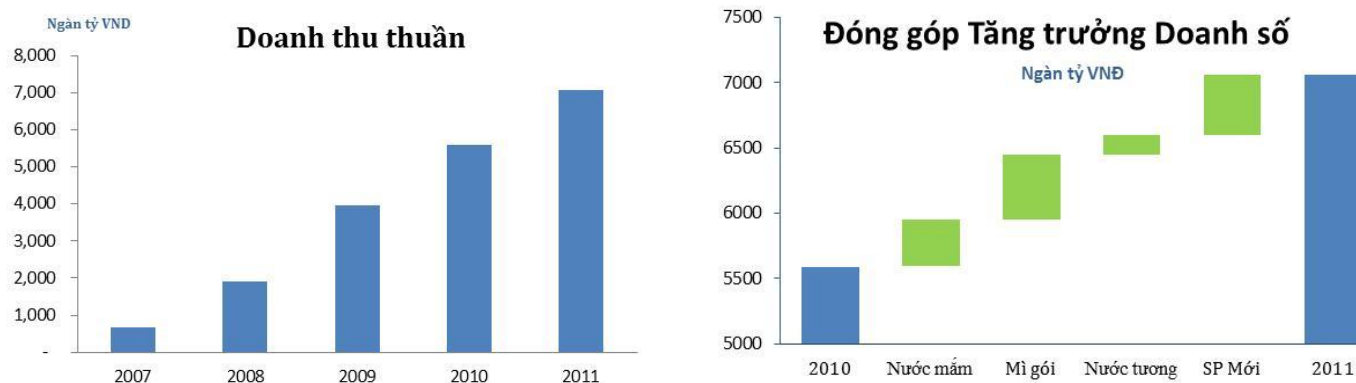
Chúng ta hiểu rằng để có những thành công lớn ngày hôm nay cũng như đạt được kỳ vọng cho tương lai, yếu tố con người là vô cùng quan trọng. Từ khi thành lập Công ty, chúng ta luôn coi Con Người là Lợi Thế Cạnh Tranh. Chúng ta sẽ luôn làm như vậy cho hôm nay và mai sau với mục tiêu “Công ty là Nơi Hội Tụ và Nuôi Dưỡng Khát Vọng và Tài Năng”.

Để đạt mục tiêu trên về phát triển nguồn nhân lực, bên cạnh việc củng cố văn hóa Công ty phù hợp với tình hình mới và thu hút nhân tài trong và ngoài nước, huấn luyện cho các cấp quản lý và nhân viên bởi các chuyên gia trong và ngoài Công ty không những được tiếp tục duy trì ở mức cao mà còn là một ưu tiên mang tính chiến lược. Trong năm 2011, Công ty đã tiến hành bổ nhiệm Giám đốc Nhân sự và các trưởng phòng Nhân sự, từng bước hoàn thiện, chuẩn hóa bộ khung nhân sự, định vị chính sách tuyển dụng và tiền lương phù hợp với thị trường. Công ty đã thu hút và bổ nhiệm trên 10 cán bộ chủ chốt nắm giữ các vị trí quan trọng trong các bộ phận Phát triển Nhân hiệu, Phát triển Thị trường, Quản trị chuỗi cung ứng, Nghiên cứu và Phát triển Sản phẩm, Nhân sự, Pháp lý và Quan hệ Công chúng.

Các chỉ tiêu Tài chính chủ yếu:

Tăng trưởng doanh số:

Doanh số năm 2011 tăng 26% so với năm 2010 đưa doanh số Công ty tăng trên 10 lần sau 5 năm. Ngành hàng Mì Gói tăng trưởng mạnh với các nhãn hiệu Omachi, Tiến vua, Oh' Ngon và đặc biệt là thành công của Nhãn hiệu Kokomi tung trong tháng 10/2011. Tăng trưởng trong năm bao gồm doanh số hợp nhất từ Vinacafe 332 ty (tháng 11, 12/2012).

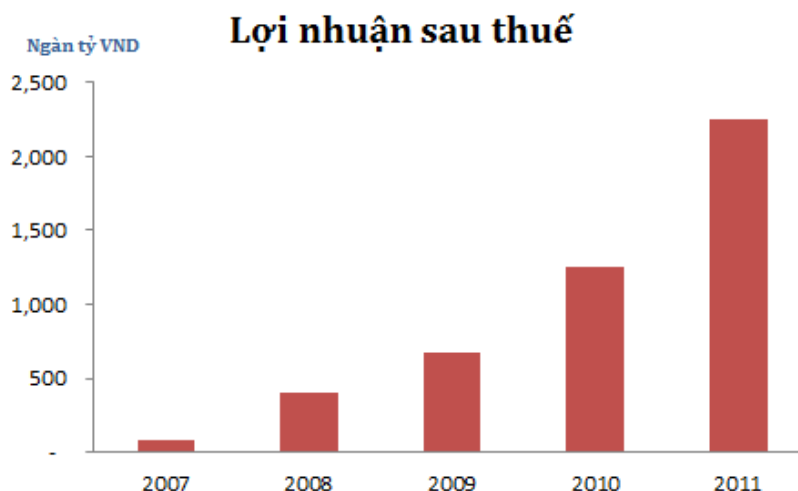


Tăng trưởng Lợi Nhuận:

Lợi nhuận sau thuế năm 2011 đạt 2,254 tỷ, tăng 80% so với năm 2010 và vượt mức Kế hoạch Đứng tầm 2.200 tỷ. Sau 5 năm, lợi nhuận sau thuế tăng 26 lần, vượt ngưỡng 100 triệu đô la Mỹ.

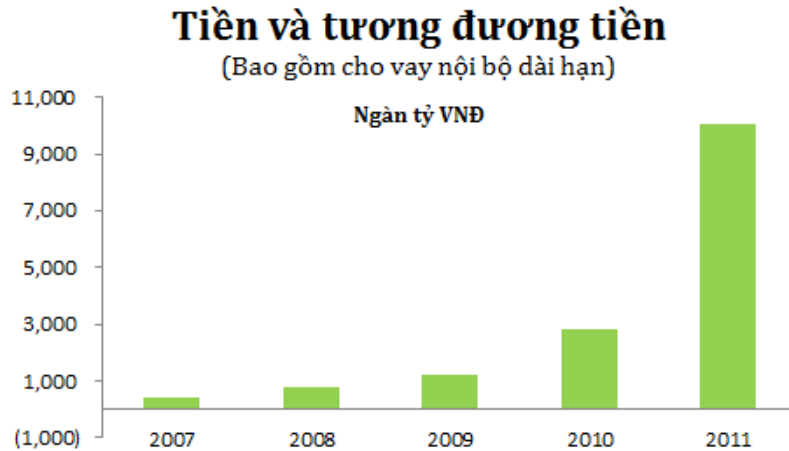
Lợi nhuận gộp giữ vững ở mức 43% so với doanh thu, trong đó lợi nhuận gộp ngành Mì có tăng trưởng đáng kể nhờ vào sản lượng cao và các chương trình tiết kiệm năng lượng, tiết kiệm chi phí sản xuất. Sau hai năm tập trung phát triển, ngành mì đã chứng tỏ khả năng sinh lợi bền vững và đóng góp đáng kể (50%) vào tăng trưởng lợi nhuận ngành hàng toàn Công ty.

Trong năm 2011, Công ty có khoản thu nhập tài chính thuần 700 tỷ, là kết quả của việc tích tụ tiền mặt và các khoản tương đương tiền, tạm thời còn nhàn rỗi trong Công ty.

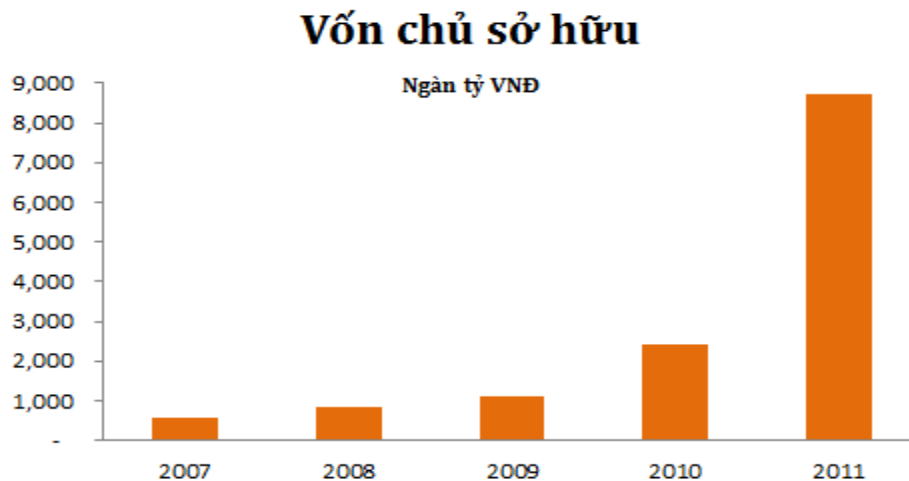


Tích tụ tiền mặt: tích tụ tiền mặt trong năm 2011 tăng nhanh chóng chủ yếu từ nguồn lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao (EBITDA) 2.069 tỷ; phát hành cổ phiếu cho cổ đông 3.273 tỷ và các khoản vay 4.566 tỷ.

Đến 31/12/2012, Công ty có số dư tiền mặt và các khoản tương đương tiền (bao gồm các khoản tiền gửi ngắn hạn và dài hạn tập trung tại Công ty mẹ trong chương trình quản lý ngân quỹ tập trung của Masan group) là trên 10.000 tỷ và số dư các khoản vay ngắn hạn và dài hạn 3.978 ty.



Vốn chủ sở hữu: giữ vững cam kết tạo giá trị vượt trội cho Cổ đông, Vốn chủ sở hữu (bao gồm vốn pháp định, thặng dư vốn và lợi nhuận giữ lại chưa chia) Công ty đã tăng trên 15 lần trong 05 năm, chủ yếu đến từ nguồn tích tụ lợi nhuận giữ lại và đạt mức 7.937 tỷ vào cuối năm 2011.



III. Kế hoạch năm 2012

Năm 2012, Công ty sẽ tập trung vào việc hoàn thành năm mục tiêu chính:

- 1) Nắm giữ 80% volume share tại các ngành hàng gia vị thông qua các chiến dịch đổi mới sản phẩm và cách tân nhãn hiệu.
- 2) Thúc đẩy các giải pháp công nghệ, xây dựng nhãn hiệu và Hệ thống Phân phối có đặc thù riêng nhằm đạt vị thế 35-40% thị phần thực phẩm sệt ăn liền vào cuối năm 2012
- 3) Nhanh chóng xác lập nền tảng để thành công trong ngành hàng Cà phê trong tương lai.

- 4) Mở rộng các ngành hàng thông qua các chiến lược kinh doanh phù hợp với tầm nhìn 2011-2020
- 5) Tiếp tục tái cấu trúc cách thức tổ chức hoạt động của công ty trên tinh thần thúc đẩy Effectiveness-Efficiency thông qua chiến dịch MasanConsumer Transformation.

Các chỉ tiêu Kế hoạch năm 2012

Mục Tiêu Kế Hoạch 2012:

- Doanh thu : 16.000 tỷ đồng
- Lợi nhuận sau thuế : 4.000 tỷ đồng
- EPS : 80%

Mục Tiêu Cam kết 2012:

- Doanh thu : 14.000 tỷ đồng
- Lợi nhuận sau thuế : 3.500 tỷ đồng
- EPS : 70%

Mục Tiêu Đẳng cấp 2012:

- Doanh thu : 22.000 tỷ đồng
- Lợi nhuận sau thuế : 4.500 tỷ đồng
- EPS : 90%

IV. Tầm nhìn 2012 – 2015

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 là hàng tiêu dùng lớn, tăng trưởng 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, lợi nhuận tăng trưởng hằng năm đồng thời sở hữu các dòng tiền lớn; 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.

Hàng ngày, chúng ta nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt nam!

Chúng ta sẽ có một năm 2012 đầy cơ hội phía trước!

Tổng Giám Đốc

Trương Công Thắng

V. Báo cáo Tài chính năm 2011 (trích)

	Mã số	Thuyết minh	Tập đoàn		Công ty	
			31/12/2011 VND'000	31/12/2010 VND'000	31/12/2011 VND'000	31/12/2010 VND'000
TÀI SẢN						
Tài sản ngắn hạn	100		8.948.743.518	3.372.554.162	5.349.869.072	3.108.574.373
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	5	4.730.726.781	2.299.221.316	1.548.283.789	2.273.230.833
Tiền	111		54.302.350	59.764.649	19.083.789	41.774.166
Các khoản tương đương tiền	112		4.676.424.431	2.239.456.667	1.529.200.000	2.231.456.667
Đầu tư ngắn hạn	120	12	802.000.000	490.000.000	326.200.000	490.000.000
Đầu tư ngắn hạn	121		802.000.000	490.000.000	326.200.000	490.000.000
Các khoản phải thu ngắn hạn	130	6	2.631.739.221	168.283.988	3.417.811.930	168.774.474
Phải thu khách hàng	131		193.615.217	64.124.891	81.401.597	60.379.433
Trả trước cho người bán	132		150.475.986	65.937.889	1.500.495	540.949
Phải thu khác	135		2.288.731.834	38.925.719	3.335.734.675	108.403.869
Dự phòng các khoản phải thu khó đòi	139		(1.083.816)	(704.511)	(824.837)	(549.777)
Hàng tồn kho	140	7	612.846.021	290.199.458	53.063.518	63.705.306
Hàng tồn kho	141		625.746.995	296.546.646	53.816.808	63.895.503
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(12.900.974)	(6.347.188)	(753.29)	(190.197)
Tài sản ngắn hạn khác	150		171.431.495	124.849.400	4.509.835	112.863.760
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		121.495.495	9.506.545	2.697.854	6.113.255
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		7.185.243	106.827.299	879.173	103.838.065
Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	154		103.456	1.801	-	-
Tài sản ngắn hạn khác	158		42.647.301	8.513.755	932.808	2.912.440

Tài sản dài hạn	200		4.981.001.774	999.695.592	4.054.265.668	730.717.669
Các khoản phải thu dài hạn	210	6	2.260.161.506	-	2.260.161.506	-
Phải thu dài hạn khác	213		2.260.161.506	-	2.260.161.506	-
Tài sản cố định	220		2.400.169.199	932.819.891	20.155.881	22.054.162
Tài sản cố định hữu hình	221	8	843.328.398	556.872.976	14.826.225	17.790.287
- Nguyên giá	222		1.154.903.244	772.325.970	36.056.123	32.252.752
- Giá trị hao mòn lũy kế	223		(311.574.846)	(215.452.994)	(21.229.898)	(14.462.465)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224	9	-	11.685.779	-	-
- Nguyên giá	225		-	16.870.738	-	-
- Giá trị hao mòn lũy kế	226		-	(5.184.959)	-	-
Tài sản cố định vô hình	227	10	979.651.844	71.843.103	4.370.190	4.263.875
- Nguyên giá	228		1.016.690.758	84.928.424	9.530.677	7.228.472
- Giá trị hao mòn lũy kế	229		(37.038.914)	(13.085.321)	(5.160.487)	(2.964.597)
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	230	11	577.188.957	292.418.033	959.466	-
Các khoản đầu tư dài hạn	250	12	-	-	1.766.118.935	679.022.859
Đầu tư vào các công ty con	251		-	-	1.766.118.935	679.022.859
Tài sản dài hạn khác	260		320.671.069	66.875.701	7.829.346	29.640.648
Chi phí trả trước dài hạn	261	14	6.374.473	5.244.654	142.493	272.998
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	15	24.797.831	49.153.665	-	23.095.227
Tài sản dài hạn khác	268		12.393.773	8.905.051	7.686.853	6.272.423
Lợi thế thương mại	269	16	277.104.992	3.572.331	-	-
TỔNG TÀI SẢN	270		13.929.745.292	4.372.249.754	9.404.134.740	3.839.292.042

NGUỒN VỐN

NỢ PHẢI TRẢ	300		5.190.408.823	1.953.994.531	1.264.064.866	1.204.248.173
Nợ ngắn hạn	310		2.380.764.431	1.763.162.274	1.155.587.205	1.202.530.600
Vay và nợ ngắn hạn	311	17	1.402.397.570	890.014.791	689.769.290	320.892.500
Phải trả người bán	312	18	360.346.998	414.411.013	308.277.667	747.138.899
Người mua trả tiền trước	313		7.993.844	7.996.890	5.211.677	7.853.710
Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	19	218.696.878	131.232.695	27.591.202	27.454.151
Phải trả người lao động	315		5.810.189	1.470.635	38.423	1.038.451
Chi phí phải trả	316	20	356.982.285	316.575.089	124.245.773	97.832.200
Phải trả khác	319	21	24.598.656	1.461.161	453.173	320.689
Quỹ khen thưởng và phúc lợi	323		3.938.011	-	-	-
Vay và nợ dài hạn	330		2.809.644.392	190.832.257	108.477.661	1.717.573
Phải trả dài hạn khác	332	22	3.965.976	-	3.965.976	-
Vay và nợ dài hạn	334	23	2.576.057.093	186.835.974	-	-
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	335	15	222.437.992	-	102.844.604	-
Dự phòng trợ cấp thôi việc	336	24	7.183.331	3.996.283	1.667.081	1.717.573
VỐN CHỦ SỞ HỮU	400		7.937.093.334	2.417.166.067	8.140.069.874	2.635.043.869
Vốn chủ sở hữu	410		7.937.093.334	2.417.166.067	8.140.069.874	2.635.043.869
Vốn cổ phần	411	25	2.500.000.000	1.300.000.000	2.500.000.000	1.300.000.000
Thặng dư vốn cổ phần	412	25	3.111.514.809	8.907.940	3.111.514.809	8.907.940
Quỹ khác	413		(191.690.689)	(191.690.689)	-	-
Lợi nhuận chưa phân phối	420		2.517.269.214	1.299.948.816	2.528.555.065	1.326.135.929
LỢI ÍCH CỔ ĐÔNG THIỂU SỐ	439		802.243.135	1.089.156	-	-
TỔNG NGUỒN VỐN	440		13.929.745.292	4.372.249.754	9.404.134.740	3.839.292.042

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2011

	Mã số	Thuyết minh	Tập đoàn		Công ty	
			2011 VND'000	2010 VND'000	2011 VND'000	2010 VND'000
Tổng doanh thu	1	26	7.239.003.024	5.689.498.458	7.168.373.902	5.955.024.382
Các khoản giảm trừ doanh thu	2	26	(182.154.352)	(103.210.637)	(182.127.314)	(103.210.637)
Doanh thu thuần	10		7.056.848.672	5.586.287.821	6.986.246.588	5.851.813.745
Giá vốn hàng bán	11	27	(3.997.833.772)	(3.194.616.784)	(6.630.519.305)	(5.446.624.525)
Lợi nhuận gộp	20		3.059.014.900	2.391.671.037	355.727.283	405.189.220
Doanh thu hoạt động tài chính	21	28	1.006.185.078	151.304.461	2.753.898.225	1.328.281.805
Chi phí tài chính	22	29	(281.036.864)	(107.519.029)	(187.803.322)	(21.064.183)
Chi phí bán hàng	24		(1.010.148.574)	(951.264.924)	(445.048.195)	(401.681.063)
Chi phí quản lý doanh nghiệp	25		(186.273.375)	(118.108.075)	(96.116.932)	(70.722.159)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh	30		2.587.741.165	1.366.083.470	2.380.657.059	1.240.003.620
Kết quả từ các hoạt động khác	40					
Thu nhập khác	31	30	19.511.120	12.027.783	213.629	624.519
Chi phí khác	32	31	(23.308.565)	(8.358.892)	(2.746.701)	(1.370.664)
Lợi nhuận trước thuế	50		2.583.943.720	1.369.752.361	2.378.123.987	1.239.257.475
Chi phí thuế thu nhập hiện hành	51	32	(204.280.677)	(140.637.826)	(20.353.260)	(26.409.280)
(Chi phí)/lợi ích thuế thu nhập hoãn lại	52	32	(125.450.924)	23.734.015	(125.939.831)	10.586.876
Lợi nhuận thuần	60		2.254.212.119	1.252.848.550	2.231.830.896	1.223.435.071

Giải trình Báo cáo Tài chính năm 2011

Báo cáo của Kiểm toán Độc lập KPMG

Chúng tôi đã kiểm toán các báo cáo tài chính đính kèm của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San (“Công ty”) và các công ty con (gọi chung là “Tập đoàn”) bao gồm các bảng cân đối kế toán riêng và hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2011 và các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, các báo cáo thay đổi vốn chủ sở hữu và các báo cáo lưu chuyển tiền tệ riêng và hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành vào ngày 30 tháng 3 năm 2012. Việc lập và trình bày các báo cáo tài chính này thuộc trách nhiệm của Ban Giám đốc Công ty. Trách nhiệm của chúng tôi là đưa ra ý kiến về các báo cáo tài chính này căn cứ trên kết quả kiểm toán của chúng tôi.

Chúng tôi đã thực hiện công việc kiểm toán theo các Chuẩn mực Kiểm toán Việt Nam. Các chuẩn mực này yêu cầu chúng tôi phải lập kế hoạch và thực hiện công việc kiểm toán để có được sự đảm bảo hợp lý rằng các báo cáo tài chính không chứa đựng các sai sót trọng yếu. Công việc kiểm toán bao gồm việc kiểm tra, trên cơ sở chọn mẫu, các bằng chứng xác minh cho các số liệu và thuyết trình trong các báo cáo tài chính. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá các nguyên tắc kế toán được áp dụng và các ước tính quan trọng của Ban Giám đốc, cũng như việc đánh giá cách trình bày tổng quát của các báo cáo tài chính. Chúng tôi cho rằng công việc kiểm toán đã đưa ra những cơ sở hợp lý để làm căn cứ cho ý kiến của chúng tôi.

Ý kiến của Kiểm toán

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính riêng của Công ty và báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính của Công ty và Tập đoàn tại ngày 31 tháng 12 năm 2011, kết quả hoạt động kinh doanh và lưu chuyển tiền tệ cho năm kết thúc cùng

ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Hệ thống Kế toán Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan.

Giải trình của Công ty

Trong năm 2011, tổng tài sản công ty tăng trên 320% so với năm 2010 thể hiện rõ khả năng tạo lập và tích tụ dòng tiền và xu hướng mở rộng đầu tư qua mua bán sáp nhập chiếm cổ phần chi phối của công ty.

Tài sản tăng nhanh chủ yếu ở tài sản ngắn hạn, đặc biệt tập trung cao vào tiền mặt và các khoản tương đương tiền, tiền gửi có kỳ hạn một năm và trên một năm. Tài sản được phân bổ đảm bảo độ an toàn cao nhất, tính thanh khoản lớn nhất, cho phép sẵn sàng sử dụng sức mạnh Tài chính một cách hiệu quả nhất để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh.

Việc đầu tư cơ sở hạ tầng, tài sản cố định phục vụ sản xuất kinh doanh cơ bản đã hoàn thiện; Toàn bộ 3 dây chuyền sản xuất nước mắm tự động đã hoàn tất lắp đặt, nghiệm thu và vận hành thử thành công trong khi đó vòng quay doanh số của TS cố định hữu hình được duy trì ở mức cao 8.5 vòng/năm. Ngoài ra, TSCĐ vô hình trong năm tăng thêm 908 tỷ thể hiện giá trị tài sản vô hình phát sinh do khoản đầu tư tại Công ty CP Vinacafe Biên hòa.

Mặc dù thị trường có các khó khăn về tín dụng, công ty vẫn duy trì tốt kỷ luật về vòng quay nợ phải thu, nợ phải trả; thực sự sử dụng khả năng thanh toán cao để hỗ trợ nhà cung cấp cùng phát triển.

Chỉ tiêu	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>VNM</u>	<u>KDC</u>
Lợi nhuận trước thuế / Doanh thu thuần	37%	25%	23%	8%
Tỷ suất Lợi nhuận / Vốn chủ sở hữu	28%	52%	34%	8%
Vòng quay hàng tồn kho	9	13	5	6
Vòng quay Nợ phải thu	55	92	25	20
Vòng quay Nợ phải trả	4	2	3	1
Chỉ số thanh toán hiện hành	3.8	1.9	3.2	1.3
Giá trị Tài sản thuần / Cổ phiếu	31,748	18,592	22,437	32,100
Thu nhập cơ bản / Cổ phiếu	9,348	9,851	7,717	2,510

VI. Các công ty có liên quan

Tên Công ty	Địa chỉ
Công ty Trách nhiệm hữu hạn Một thành Viên Thực phẩm Ma San	Tầng 12, Toà nhà Kumho Asiana Plaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
Công ty Cổ phần Công nghệ Thực phẩm Việt Tiên	Lô III-10, Nhóm Công nghiệp III, Khu công nghiệp Tân Bình, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Công ty Cổ phần Bao bì Minh Việt	Lô III-12, Nhóm Công nghiệp III, Khu công nghiệp Tân Bình, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Công ty Cổ phần Công nghiệp Masan	Lô 6, Khu công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Thị xã Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam
Công ty Cổ phần Ma San PQ	261 Nguyễn Trung Trực, Phường 5, Thị trấn Dương Đông, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam
Công ty Cổ phần Ma San HD	Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Thành phố Hải Dương, Việt Nam
Công ty Cổ phần Vinacafe Biên hòa	Khu Công nghiệp Biên Hòa I, Tỉnh Đồng nai, Việt nam

Chi tiết của các khoản đầu tư vào công ty con và công ty liên kết tại thời điểm 31/12/2011 như sau:

Tên công ty	Hoạt động chính	Phần trăm sở hữu	
		31/12/2011	31/12/2010
Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Ma San (*)	Thương mại	100%	-
Công ty Cổ phần Công nghiệp Masan	Sản xuất nước chấm và mì ăn liền	100%	100%
Công ty Cổ phần Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	Sản xuất nước chấm	100%	100%
Công ty Cổ phần Bao bì Minh Việt	Sản xuất bao bì	100%	100%
Công ty Cổ phần Ma San PQ	Sản xuất nước chấm	94,5%	94,5%
Công ty Cổ phần Ma San HD	Sản xuất mì ăn liền	100%	100%
Công ty Cổ phần Vinacafe Biên hòa (**)	Sản xuất Thức uống	50.25%	-

(*) Trong năm, Công ty CP Hàng tiêu dùng Ma San thành lập công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Ma San do Công ty Công ty CP Hàng tiêu dùng Ma San sở hữu 100% vốn và chuyển toàn bộ phần vốn sở hữu tại các công ty con trước đây vào Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Ma San.

(**) Ngày 27/10/2011, Công ty Công ty CP Hàng tiêu dùng Ma San mua lại 50.25% cổ phần tại Công ty Cổ phần Vinacafe biên hòa.

Tất cả các công ty con được thành lập tại Việt Nam.

VII. Tổ Chức Và Nhân Sự

1. Ban điều hành:

a. Hội đồng quản trị:

Chủ tịch hội đồng quản trị

Họ và tên : Nguyễn Đăng Quang

Giới tính : Nam

Năm sinh : 1963

Trình độ chuyên môn : Tiến sĩ

Ủy viên Hội đồng quản trị

Họ và tên : Hồ Hùng Anh
Giới tính : Nam
Năm sinh : 1970
Trình độ chuyên môn : Đại học

Ủy viên Hội đồng quản trị

Họ và tên : Trương Công Thắng
Giới tính : Nam
Năm sinh : 1973
Trình độ chuyên môn : Thạc sĩ

Ủy viên Hội đồng quản trị

Họ và tên : Madhur Maini
Giới tính : Nam
Năm sinh : 1973
Trình độ chuyên môn : Đại học

Ủy viên Hội đồng quản trị

Họ và tên : Nguyễn Hoàng Yến
Giới tính : Nữ
Năm sinh : 1963
Trình độ chuyên môn : Đại học

Ủy viên Hội đồng quản trị

Họ và tên : Nguyễn Thiệu Quang
Giới tính : Nam
Năm sinh : 1959
Trình độ chuyên môn : Đại học

Ủy viên Hội đồng quản trị (từ 24/04/2011)

Họ và tên : Lu Ming
Giới tính : Nam
Năm sinh : 1958
Trình độ chuyên môn : Đại học

b. Ban kiểm soát:

Trưởng Ban kiểm soát

Họ và tên : Nguyễn Thu Hiền
Giới tính : Nữ
Năm sinh : 1965
Trình độ chuyên môn : Đại học

Kiểm soát viên

Họ và tên : Nguyễn Quỳnh Lâm
Giới tính : Nam
Năm sinh : 1965
Trình độ chuyên môn : Đại học

Kiểm soát viên

Họ và tên : Đỗ Thị Hoàng Yến
 Giới tính : Nữ
 Năm sinh : 1983
 Trình độ chuyên môn : Đại học

c. Ban giám đốc:

Ông Trương Công Thắng - Tổng giám đốc
 Ông Roberto S. Castillo - Phó Chủ tịch điều hành Phát triển Dự án
 Bà Nguyễn Hoàng Yến - Phó Chủ tịch Phụ trách Phát triển Nguồn lực Tổ Chức
 Ông Phạm Hồng Sơn - Phó Chủ tịch Phụ trách Phát triển Năng lực Cung ứng Sản phẩm
 Ông Hồ Bảo Long - Phó Chủ tịch Phụ trách Đối tác Phân phối
 Bà Lê Thị Nga - Phó Chủ tịch Phụ trách Trung tâm Phát triển Sản phẩm
 Ông Phạm Đình Toại - Phó Chủ tịch Phụ trách Tài chính Kế toán
 Ông Nguyễn Tuấn Việt - Giám đốc Marketing
 Bà Nguyễn Thu Hà - Giám đốc Kế hoạch – Chuỗi cung ứng
 Ông Trương Hoàng Long - Giám đốc Nhân sự

d. Cơ cấu lao động

Trong năm 2011, Công ty đã tuyển dụng và bổ nhiệm thêm 31 nhân viên chủ chốt (từ ngạch 3 trở lên), đặc biệt tập trung nhân sự Marketing, R&D, Chuỗi cung ứng ... căn bản hoàn chỉnh Bộ máy Tổ chức của công ty.

Tính đến hết ngày 31/12/2011, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San có 811 cán bộ nhân viên, gồm 396 nam (49%) và 415 nữ (51%) và đội ngũ này được đào tạo bài bản và có trình độ chuyên môn cao.

Tình hình nhân sự của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San phân theo trình độ như sau:

Trình độ	Số lượng	Tỷ lệ
Trên đại học	14	1.7%
Đại học	386	47.6%
Cao đẳng	110	13.6%
Trung cấp	87	10.7%
PTTH	179	22.1%
PTCS	35	4.3%
Tổng cộng	811	100%

Tỷ lệ nhân viên có trình độ học vấn từ Trung cấp trở xuống phần lớn rơi vào nhóm Lao động trực tiếp của Kho, nhân viên giới thiệu sản phẩm PG, Lái xe, tạp vụ thuộc Hành chánh.

2. Chính sách đối với người lao động

- **Chế độ làm việc:** Công ty tổ chức làm việc 5 ngày, 44h/tuần, nghỉ trưa 1h. Khi có yêu cầu công việc, người lao động có thể đăng ký làm thêm giờ nhưng không quá 4h/ngày hoặc 200h/năm phù hợp với Bộ luật lao động và Thỏa ước lao động tập thể. Công ty cam kết tạo việc làm cho người lao động thông qua việc định hướng phát triển Doanh nghiệp, mở rộng thị phần của Công ty. Công ty tổ chức nguồn nhân lực một cách tối ưu nhất và cam kết luôn tạo điều kiện để cho nhân viên phát triển và thăng tiến trong nghề nghiệp.
- **Nghỉ phép, lễ, tết:** Nhân viên được nghỉ lễ và tết 9 ngày theo quy định của Bộ luật lao động và được hưởng nguyên lương. Những nhân viên làm việc từ 12 tháng trở lên được nghỉ phép 12 ngày mỗi năm, nếu nhân viên do điều kiện làm việc không nghỉ hết phép năm thì cuối năm Công ty sẽ thanh toán lại những ngày phép chưa nghỉ hết bằng tiền mặt.
- **Điều kiện làm việc:** Văn phòng công ty thoáng mát, Công ty đầu tư các trang thiết bị hiện đại, trang bị đầy đủ các thiết bị an toàn lao động. Công ty cam kết xây dựng cho tất cả CBCNV môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện để CBCNV phát huy hết khả năng và sức sáng tạo của mình.
- **Đảm bảo việc làm cho người lao động:** Để giải quyết việc làm cho hơn 700 lao động, Ban Tổng giám đốc công ty luôn tìm cách đa dạng hoá ngành nghề, tìm kiếm những khách hàng tiềm năng, những đối tác mới trong và ngoài nước, mở rộng thị trường kinh doanh.
- **Chế độ lương:** Công ty thực hiện việc chi trả lương cho nhân viên dựa vào cấp công việc của nhân viên, năng lực, chức vụ, thang bảng lương và điều kiện kinh doanh của Công ty. Hiện Masan đang áp dụng chương trình phát hành cổ phiếu lựa chọn cho người lao động (ESOP) – phát hành cổ phiếu cho cán bộ quản lý, người lao động mà HĐQT nhận thấy có khả năng đóng góp, tạo giá trị vượt trội và lâu dài cho Công ty và các công ty con nhằm mục đích:
 - (i) Tạo động lực để người lao động hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, có điều kiện phấn đấu liên tục, cùng góp sức vào công cuộc phát triển Công ty ngày một lớn mạnh cũng như thông qua đó gia tăng giá trị cổ phiếu của Công ty mà người lao động được hưởng.
 - (ii) Khuyến khích, nâng cao vai trò, trách nhiệm và quyền lợi của các Cán bộ chủ chốt, nhân viên giỏi trong Công ty, cùng phấn đấu và chia sẻ những thành công của Công ty, gắn với kết quả cuối cùng.
 - (iii) Thu hút và gắn bó lâu dài những cán bộ chủ chốt tâm huyết, giàu năng lực, kinh nghiệm, và nhân viên giỏi.

Masan thực hiện chế độ nâng lương cho CBCNV hàng năm và luôn có sự quan tâm thường xuyên đến thu nhập, đời sống CBCNV.

- e. **Chế độ thưởng:** Nhằm khuyến khích động viên CBCNV trong Công ty gia tăng hiệu quả đóng góp, Công ty có chính sách thưởng thiết thực, phúc lợi đảm bảo đầy đủ. Chính sách khen thưởng hàng quý, thưởng đột xuất cho cá nhân và tập thể có thành tích xuất sắc. Thực hiện khen thưởng xứng đáng, kịp thời để khuyến khích động viên và phát huy tinh thần sáng kiến cải tiến trong công việc, nâng cao hiệu quả trong công việc, tiết giảm chi phí, tăng tính cạnh tranh. Công ty đã ban hành chính sách thưởng bằng cổ phiếu cho các cá nhân xuất sắc, có đóng góp đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh.
- f. **Bảo hiểm và phúc lợi:** Công ty tham gia đầy đủ chế độ bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế cho tất cả CBCNV. Ngoài ra Công ty còn mua bảo hiểm tai nạn 24/24 cho toàn thể CBCNV của Công ty. Mỗi năm, Công ty kết hợp với Công đoàn tổ chức cho CBCNV tham quan nghỉ mát trong nước ít nhất 1 lần và tổ chức các chuyến du lịch nước ngoài dành cho nhân viên được bình chọn xuất sắc trong năm.

Công ty CP Hàng tiêu dùng Ma San cam kết các chính sách đối với người lao động trong Công ty là nhất quán và luôn hướng tới người lao động để tạo một đội ngũ nguồn nhân lực được phát triển toàn diện, chuyên nghiệp và gắn bó lâu dài vì mục tiêu chung của Công ty.

- g. Chính sách tạo nguồn nhân lực: Giúp công ty luôn thu hút và giữ được các nhân sự.
- h. Tuyển dụng: Mục tiêu tuyển dụng của Công ty là thu hút nhân sự có năng lực vào làm việc tại Công ty, đáp ứng nhu cầu mở rộng kinh doanh. Tùy theo từng vị trí cụ thể mà Công ty đề ra những tiêu chuẩn bắt buộc riêng. Song tất cả các chức danh đều phải đáp ứng yêu cầu cơ bản như: trình độ chuyên môn, tốt nghiệp đúng chuyên ngành, năng động, nhiệt tình, ham học hỏi, có ý thức sáng tạo. Đối với các vị trí quan trọng, các yêu cầu tuyển dụng khá khắt khe, với các tiêu chuẩn kinh nghiệm công tác, khả năng phân tích, quản lý và trình độ ngoại ngữ, tin học... Ngoài lực lượng sẵn có tại đơn vị, Công ty cũng chú trọng bổ sung nguồn nhân lực có chất lượng cao để ngày càng phát triển bộ máy nhân sự đáp ứng kịp thời đòi hỏi của quá trình cạnh tranh và phát triển.
- i. Đào tạo: Công ty luôn luôn coi trọng con người là tài sản quý giá của doanh nghiệp và để phát huy hiệu quả nguồn vốn quý này, Công ty kết hợp chặt chẽ đến vấn đề đào tạo, phát triển nhân viên, luôn tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các khoá huấn luyện nội bộ và bên ngoài để nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, học tập những kỹ năng mới cần thiết cho nhân viên để phát triển năng lực công tác nhằm đáp ứng yêu cầu công việc hiện tại cũng như trong tương lai của Công ty. Công ty đài thọ 100% chi phí học tập cũng như chế độ lương trong thời gian học tập, những nhân viên có thành tích học tập khá trở lên sẽ được khen thưởng.

VIII. Thông Tin Cổ Đông và Quản Trị Công Ty

Nguồn số liệu được tính đến ngày 31/12/2011.

1. Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát, Kiểm soát viên:

- a) Hội đồng quản trị:

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỉ lệ cổ phần sở hữu	Thành viên độc lập
Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch Hội đồng quản trị	10.907	0,005%	
Hồ Hùng Anh	Ủy viên Hội đồng quản trị	-	-	x
Trương Công Thắng	Ủy viên Hội đồng quản trị	8.312.296	3,325%	
Madhur Maini	Ủy viên Hội đồng quản trị	-	-	
Nguyễn Hoàng Yến	Ủy viên Hội đồng quản trị	5.117.057	2,047%	
Nguyễn Thiệu Quang	Ủy viên Hội đồng quản trị	55.114	0,022%	x
Ming Lu	Ủy viên Hội đồng quản trị	-	-	

Hoạt động của Hội đồng quản trị

- Hội đồng quản trị là cơ quan quản lý Công ty, có toàn quyền nhân danh Công ty quyết định, thực hiện các quyền và nghĩa vụ của Công ty mà không thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng cổ đông.
- Hội đồng quản trị có tối thiểu 3 thành viên và tối đa là 11 thành viên. Năm 2011, Hội đồng quản trị có 7 thành viên.
- Hội đồng quản trị có thể họp thường kỳ hoặc bất thường tại trụ sở chính của Công ty hoặc ở nơi khác. Cuộc họp thường kỳ được tổ chức mỗi quý một lần.
- Hội đồng quản trị thông qua quyết định bằng biểu quyết tại cuộc họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản. Mỗi thành viên Hội đồng quản trị có 1 phiếu biểu quyết.
- Hội đồng quản trị hoạt động không có thù lao.

b) Ban kiểm soát:

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỉ lệ cổ phần sở hữu
Nguyễn Thu Hiền	Trưởng Ban kiểm soát	7.097	0,003%
Nguyễn Quỳnh Lâm	Kiểm soát viên	169.065	0,068%
Đỗ Thị Hoàng Yến	Kiểm soát viên	-	-

Hoạt động của Ban kiểm soát và Kiểm soát viên

- Ban kiểm soát của Công ty có từ 3 đến 5 thành viên. Thành viên Ban kiểm soát có thể được bầu lại với số nhiệm kỳ không hạn chế. Năm 2011, Ban Kiểm soát có 3 thành viên.
- Thành viên Ban kiểm soát phải từ 21 tuổi trở lên, không phải là vợ, chồng, cha, cha nuôi, mẹ nuôi, con, con nuôi, anh, chị, em ruột của thành viên Hội đồng quản trị, Tổng Giám đốc và Cán bộ quản lý khác.
- Thành viên Ban kiểm soát phải trung thành với lợi ích của Công ty và Cổ đông Công ty, không được sử dụng thông tin, bí quyết, cơ hội kinh doanh của Công ty, lạm dụng địa vị, chức vụ và tài sản của Công ty để tư lợi hoặc phục vụ lợi ích của tổ chức, cá nhân khác.
- Ban Kiểm soát hoạt động không có thù lao.
- Không có giao dịch giữa Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Ma San và các thành viên Ban Kiểm soát của Công ty trong năm 2011.

2. Các dữ liệu thống kê về cổ đông

a) Cổ đông trong nước

- Cơ cấu cổ đông trong nước: 89,60%
- Thông tin chi tiết về cổ đông lớn:

Tên cổ đông	Địa chỉ thường trú/ trụ sở chính	Nghề nghiệp/ Ngành nghề hoạt động	Số cổ phiếu	Tỷ lệ %
Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	117.371.740	46,95%
Công ty TNHH Một thành viên Tư vấn Hoa Bằng Lăng	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	23.647.000	9,46%
Công ty TNHH Một thành viên Tư vấn Hoa Đồng Tiền	Tầng 6, Toà nhà Mê Linh Point, số 2 Ngô Đức Kế, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	17.680.000	7,07%
Công ty TNHH Một thành viên Hoa Thuộc Dược	Tầng 6, Toà nhà Mê Linh Point, số 2 Ngô Đức Kế, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	17.680.000	7,07%
Công ty TNHH Một thành viên Tư vấn Hoa Phong Lan	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	14.994.000	6,00%

b) Cổ đông nước ngoài

- Cơ cấu cổ đông nước ngoài: 10,40%
- Thông tin chi tiết về cổ đông lớn:

Tên cổ đông	Địa chỉ thường trú/ trụ sở chính	Nghề nghiệp/ Ngành nghề hoạt động	Số cổ phiếu	Tỷ lệ %
MC Holdings II (Cayman) Limited	POBox 309, Ugland House, Grand Cayman, K1-1104, Cayman Islands	Đầu tư	24.555.555	9,82%

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 4 năm 2012

TỔNG GIÁM ĐỐC

(Đã ký, đóng dấu)

Trương Công Thắng