

**BÁO CÁO KẾT THÚC NHIỆM KỲ IV (2008-2012)
CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ**

1) Tổng quan về nhiệm kỳ IV (2008-2012):

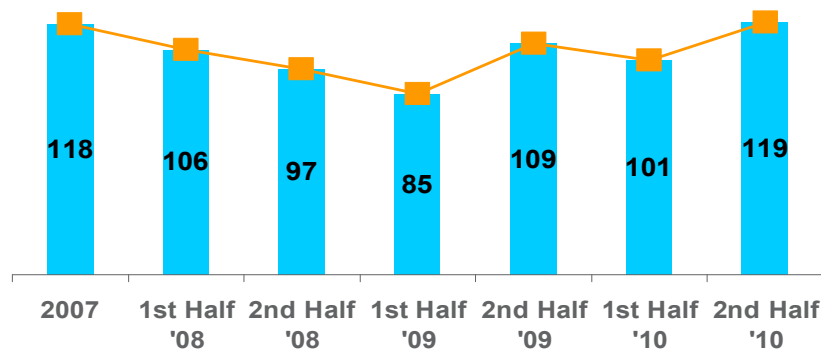
a) *Định hướng hoạt động:*

Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2008 đã phê chuẩn định hướng cơ bản của nhiệm kỳ V (2008-2012) với các điểm chính bao gồm:

- Đầu tư ngân sách cho hoạt động Marketing, tăng cường nguồn nhân lực và nâng cao năng lực hoạt động của Công ty phù hợp với qui mô, tầm vóc của công ty và tình hình thị trường để gia tăng giá trị của thương hiệu Vĩnh Hảo tương xứng với tiềm năng và giá trị lịch sử của thương hiệu.
- Tiếp tục đầu tư tái cấu trúc và mở rộng hệ thống phân phối, chuỗi sản phẩm để đạt được tốc độ tăng trưởng bình quân 25% mỗi năm.

b) *Các ảnh hưởng chính :*

- Ảnh hưởng và tác động tâm lý từ tình hình kinh tế chung làm cho người tiêu dùng hạn chế mua sắm. Chỉ số niềm tin tiêu dùng có khôi phục từ cuối năm 2009 và trong năm 2010, tuy nhiên tiếp tục giảm lại từ cuối năm 2011 và 2012.



(Nguồn : trích dẫn và tổng hợp từ các báo cáo của AC Nielsen)

- Nhu cầu tiêu dùng nước đóng chai tiếp tục gia tăng; Chính Phủ tăng cường kiểm soát chất lượng sản phẩm nước uống đồng thời với việc gia tăng một số chi phí đầu vào (điện, nước, nhiên liệu) làm tăng chi phí sản xuất.
- Thành phần, số lượng nhân sự của Hội đồng quản trị có nhiều biến động và thay đổi trong suốt nhiệm kỳ IV (2008-2012), bao gồm:

Tăng thêm một thành viên HĐQT từ tháng 05/2009.

Có một thành viên HĐQT từ nhiệm trong tháng 04/2012 và bổ sung thêm 02 thành viên mới trong tháng này.

Thay đổi Chủ tịch HĐQT trong tháng 05/2012.

- Thị trường nước giải khát Việt nam có thêm sự tham gia của một số nhãn hiệu lớn như: AJE (Big Cola), Coke (Dasani), Kirin Acecook (Ice+) .

2) Các công việc chính đã thực hiện :

Căn cứ vào phương hướng giai đoạn(2008-2012) theo như nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2008 và tình hình hình hoạt động thực tế của Công ty qua các năm, Hội đồng quản trị nhiệm kỳ IV(2008-2012) đã chỉ đạo thực hiện và hoàn tất một số công việc chính như sau:

- Thay đổi chính sách tiền lương để thu hút nhân sự quản lý trung – cao cấp có năng lực và kinh nghiệm nhằm tăng cường chất lượng quản trị công ty.
- Đầu tư cho việc nghiên cứu thị trường, xây dựng thương hiệu.
- Định hướng đầu tư vào dòng sản phẩm mục tiêu (nước khoáng bao bì PET).
- Đầu tư mở rộng và gia tăng chất lượng của hệ thống phân phối sản phẩm trên cơ sở cân đối chi phí phân phối và quản lý công nợ bán hàng.
- Thay đổi kiểu dáng logo (đã được Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2010 phê chuẩn) và kiểu dáng bao bì PET.
- Đưa vào hoạt động từ tháng 03/2012, nhà máy sản xuất Vihawa có công suất 40 triệu lít/năm với kho hàng rộng 2.000 m² tại Bình dương .

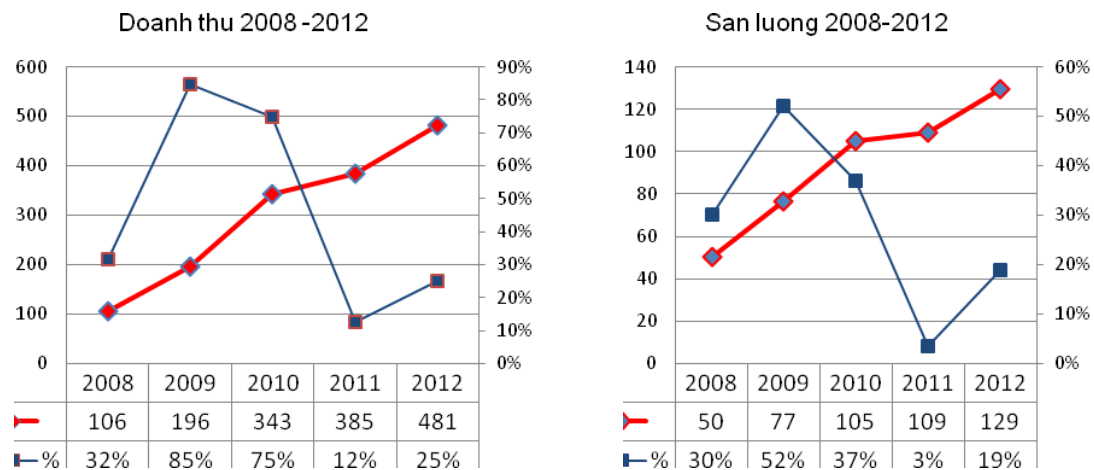
Một số chủ trương của Đại hội đồng cổ đông thường niên các năm trong giai đoạn (2008-2012), Hội đồng quản trị đã chỉ đạo và tổ chức thực hiện nhưng chưa hoàn tất vào thời điểm cuối nhiệm kỳ, bao gồm:

- Gia hạn, mở rộng giấy phép khai thác các mỏ nước khoáng tại khu vực Vĩnh hảo – Tuy Phong – Bình Thuận.
- Đầu tư để có được giấy phép khai thác tại một số mỏ nước khoáng khác.

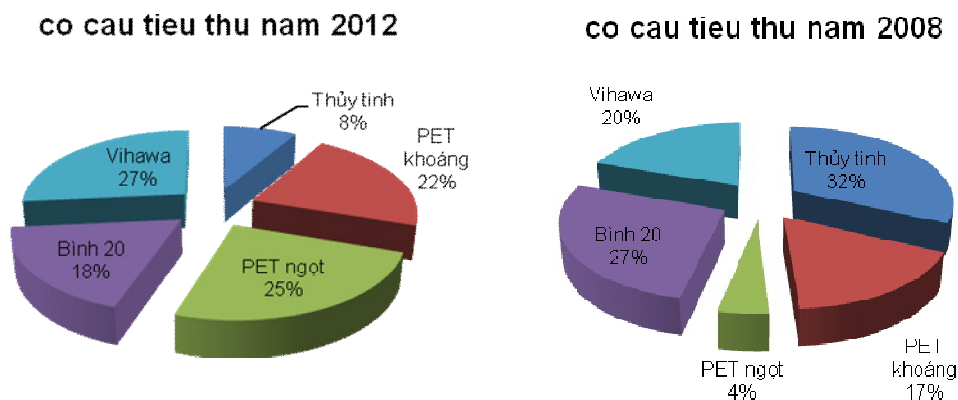
3) Các kết quả đạt được:

3.1 Sản phẩm và tiêu thụ:

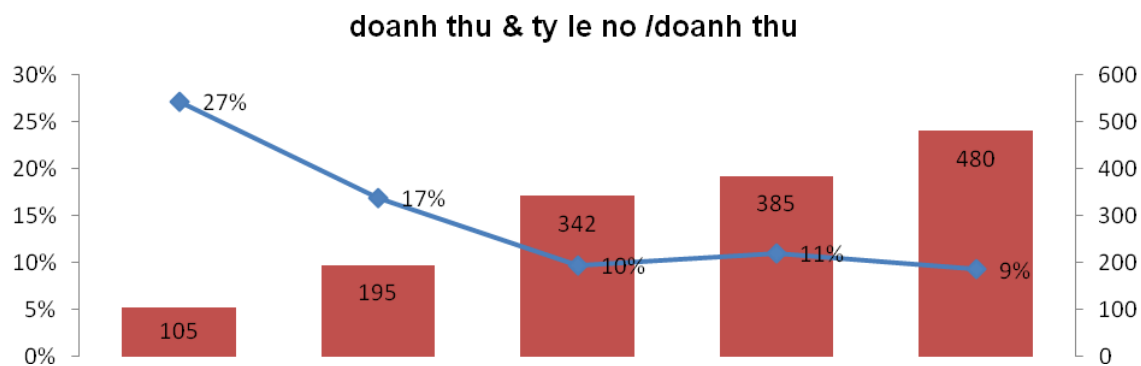
- Sản lượng (tăng trưởng bình quân 28%) và doanh thu (tăng trưởng bình quân 46%) đạt mức tăng trưởng cao hơn mức tăng trưởng bình quân của ngành hàng trong giai đoạn này (Euromonitor dự báo ngành nước đóng chai Việt nam tăng trưởng 11% trong giai đoạn 2009-2014) và vượt hơn yêu cầu mức tăng trưởng bình quân 5 năm theo nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2008 .



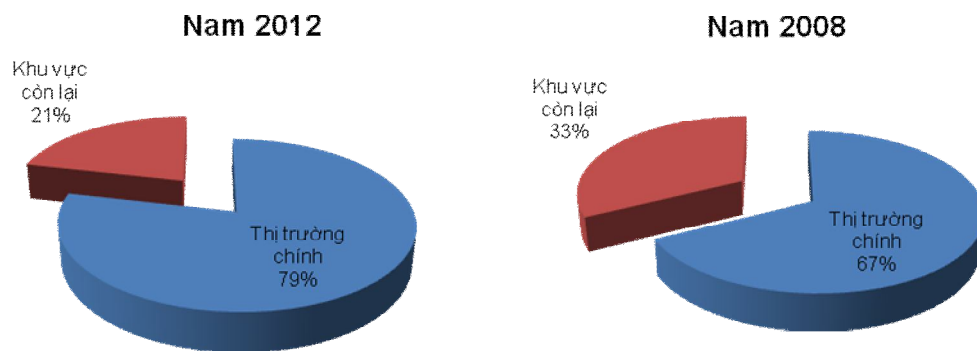
- Cơ cấu tiêu thụ sản phẩm đã được chuyển đổi theo đúng định hướng của Đại hội đồng cổ đông: chuyển từ bao bì thủy tinh sang bao bì PET để tăng độ tiện dụng cũng như giảm nhẹ rủi ro về công nợ bao bì; tập trung nguồn lực vào mục tiêu tăng sản lượng sản phẩm mục tiêu (nước khoáng).



- Từ kinh nghiệm của các nhiệm kỳ trước, nhằm bảo đảm hiệu quả phân phối cũng như bảo đảm kiểm soát về công nợ, bên cạnh mục tiêu tái cấu trúc hệ thống phân phối – tăng cường chất lượng phân phối tại các khu vực thị trường mục tiêu. Hội đồng quản trị đã chỉ đạo và tăng cường công tác kiểm soát công nợ trong điều kiện tăng trưởng nhanh về doanh thu và khu vực thị trường.



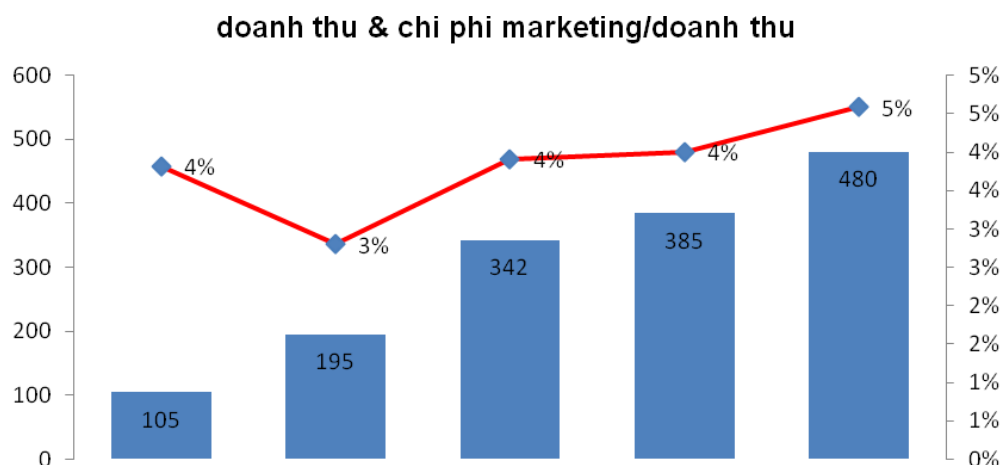
Chuyển đổi thị trường nhằm vào các khu vực thị trường mục tiêu của Công ty :



3.2 Xây dựng thương hiệu:

Đây là lĩnh vực được Hội đồng quản trị nhiệm kỳ IV(2008-2012) dành nhiều quan tâm và chỉ đạo sát sao nhằm gia tăng chỉ số sức mạnh thương hiệu cũng như dấu hiệu nhận diện thương hiệu để hỗ trợ cho mục tiêu tăng trưởng doanh thu.

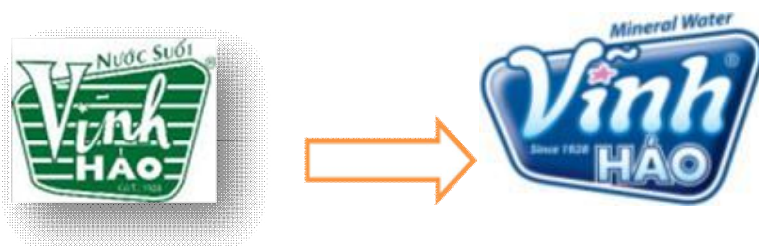
- a) Tập trung đầu tư liên tục cho hoạt động marketing và phát triển điểm bán:



b) Nghiên cứu thị trường và thay đổi logo: (năm 2009)

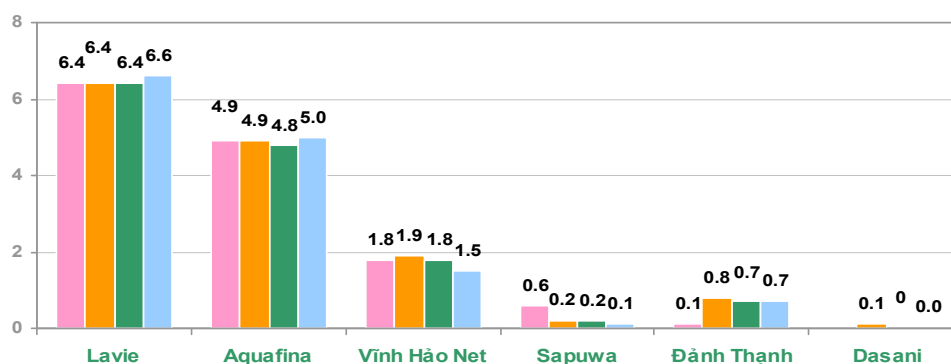
Dựa trên kết quả nghiên cứu thị trường và phỏng vấn người tiêu dùng (do một đơn vị tư vấn bên ngoài thực hiện trong năm 2008), Hội đồng quản trị đã thống nhất thay đổi logo của công ty nhằm mang lại một hình ảnh sinh động và tươi trẻ hơn cho thương hiệu Vĩnh Hảo.

Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2010 đã phê chuẩn việc thay đổi logo này.



c) Thay đổi kiểu dáng bao bì và nhãn hiệu cho các sản phẩm sử dụng bao bì nhựa PET bao gồm kể cả dòng sản phẩm nước khoáng và nước ngọt có gas.

Thành quả của việc đầu tư vào hoạt động marketing và xây dựng hệ thống phân phối cũng như tăng cường chất lượng hoạt động của bộ phận bán hàng đã giúp cho chỉ số sức mạnh của thương hiệu Vĩnh hảo tăng 0.6 điểm: từ 1.3 điểm năm 2007 lên 1.9 điểm trong năm 2011 (do AC Nielsen đo tại TP.HCM).



Nhờ vào việc cải thiện sức mạnh thương hiệu và chủ trương đầu tư phát triển hệ thống phân phối cũng như năng lực bán hàng, mật độ hiện diện của sản phẩm Vĩnh Hảo đã được cải thiện rất nhiều. Chỉ số tăng trưởng một số sản phẩm chủ lực của Công ty so với các đối thủ cạnh tranh chính vào thời điểm tháng 02/2013 (theo báo cáo của AC Nielsen):

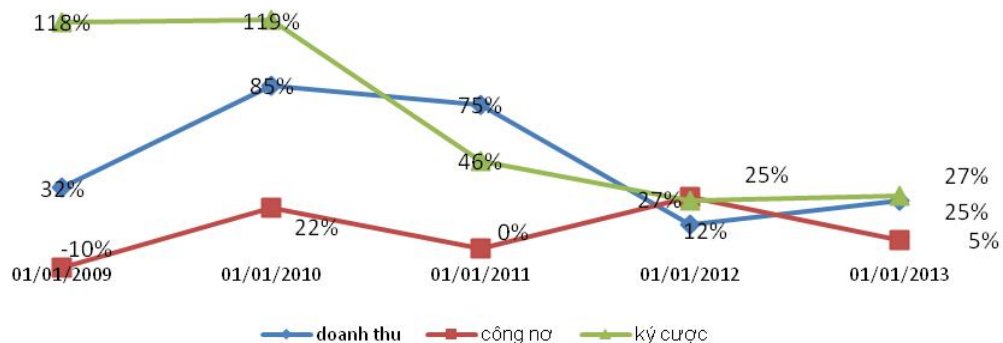
Nước khoáng	% tăng trưởng MAT TY vs LY	
	6 thành phố chính	TP.HCM
Vĩnh Hảo	50.3	54.4
La Vie	27.4	34.9
Aquafina	23.5	25.5

Phân khúc nước chanh	% tăng trưởng MAT TY vs LY	
	6 thành phố chính	TP.HCM
Lemona	14.2	12.5
7 up	7.7	4.8
Sprite	6.3	4.6

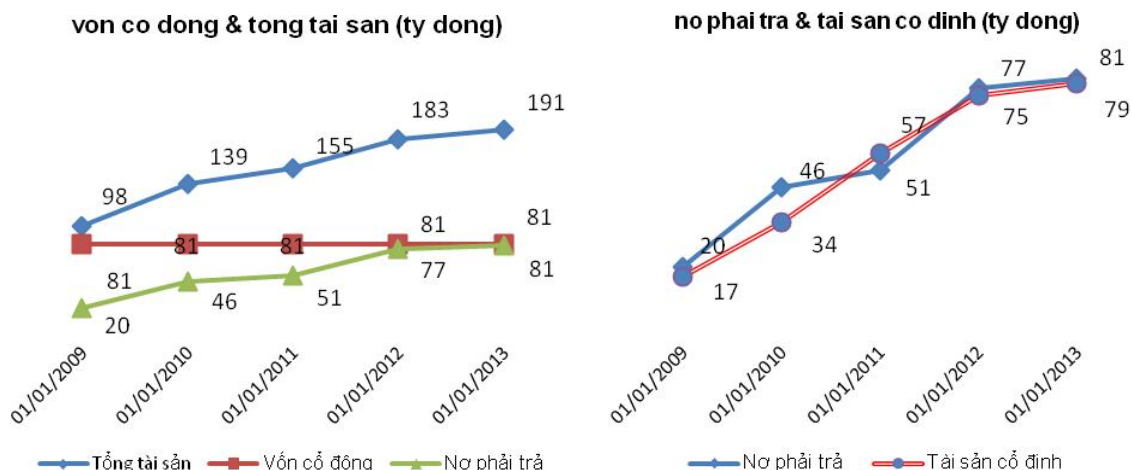
3.3 Tình hình tài chính :

Hội đồng quản trị nhiệm kỳ IV (2008-2012) đã tập trung định hướng hoạt động của công ty vào hoạt động sản xuất chính và theo sát tình hình tài chánh của công ty để hạn chế các rủi ro, đặc biệt trong bối cảnh doanh thu và sản lượng của công ty tăng trưởng cao.

- Công nợ khách hàng, kể cả công nợ bao bì đã được cải thiện rất tốt trong 5 năm qua (2008-2012), đặc biệt là nếu so với các số liệu này trong các nhiệm kỳ trước. Tỷ lệ tăng doanh thu và các khoản ký cược luôn luôn cao hơn mức tăng công nợ phải thu của khách hàng.



- Các khoản vay ngắn hạn và dài hạn của công ty tính đến ngày 31/12/2012 đều nằm trong thời hạn và được sử dụng tập trung vào mục tiêu phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh chính của công ty bao gồm cả đầu tư tài sản cố định (thiết bị, nhà xưởng) và đầu tư cho nhu cầu tăng trưởng nhanh sản lượng và mở rộng hệ thống phân phối.



4) Đánh giá kết quả hoạt động:

Trong bối cảnh có nhiều thách thức và biến động, Hội đồng quản trị trong giai đoạn (2008-2012) đã chỉ đạo hoạt động của công ty theo đúng định hướng như các nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông và đã thực hiện gần như đầy đủ định hướng hoạt động của công ty cho giai đoạn (2008-2012) theo như nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2008, một số thành tích nổi bật có thể ghi nhận là:

- Thị phần của nước khoáng Vĩnh Hảo tại TP.HCM (tính theo sản lượng) đã tăng từ 2,4% ở đầu năm 2010 lên 5,7% ở đầu năm 2013 và tương tự với chỉ số thị phần về giá trị tăng từ 2,5% lên 4,8%.
- Giá giao dịch cổ phiếu của công ty trên sàn giao dịch OTC đã tăng từ 21.000 đ/cổ phiếu (năm 2008) lên đến 80.000 đồng/cổ phiếu (thời điểm tháng 2/2013)

Bên cạnh những điểm nổi bật này, Hội đồng quản trị trong giai đoạn (2008-2012) nhận thấy hoạt động của Công ty vẫn còn những điểm cần cải thiện:

- Mặc dù công ty đã tăng trưởng rất nhanh về chất và lượng, tuy nhiên thị phần và chỉ số sức mạnh thương hiệu của Công ty đến nay vẫn chưa đạt được vị trí tương xứng với tiềm năng của thương hiệu này.
- Công ty vẫn chưa có được một chuỗi sản phẩm bảo đảm cung cấp đầy đủ cho các phân khúc tiêu dùng của thị trường và thể hiện được nét đặc trưng và lợi thế sẵn có của nguồn nước khoáng Vĩnh Hảo.

Kính trình Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2013 phê chuẩn .

Trân trọng kính chào.

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ
CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ**


NGUYỄN THANH BÌNH