

# 2023

A large, stylized graphic of the year "2023". The numbers "2", "0", "2", and "3" are rendered in a light gray, sans-serif font. Overlaid on the "0" and the first "2" are several overlapping squares in dark blue and light blue, creating a complex, layered geometric design.

**BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN**

# Mục lục

Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị	20
Câu chuyện của Masan Group	28
Báo cáo Phát triển Bền vững	52
Báo cáo của Ban Điều hành	88
Báo cáo Tài chính	130
Thông tin chung về Công ty	216

*Báo cáo Thường niên này phục vụ cho Đại Hội đồng Cổ đông Thường niên năm 2023 và dành cho cổ đông của Masan Group, Masan Consumer và Masan MEATLife. Các báo cáo thường niên của Masan Consumer và Masan MEATLife được đăng tải trên website của từng công ty.*

MASAN  
GROUP



KẾT NỐI  
VẠN NHU CẦU



**“HÀNH TRÌNH  
CỦA CHÚNG TÔI LÀ  
HÀNH TRÌNH PHỤNG SỰ  
NGƯỜI TIÊU DÙNG”**



**KEEP  
GOING**

**Tầm nhìn**

Trở thành niềm tự hào Việt Nam với sự tin yêu của người tiêu dùng.

**Sứ mệnh**

Mỗi gia đình Việt Nam, mọi sản phẩm Masan.  
Mỗi gia đình thế giới, ít nhất một sản phẩm Masan.

## Kiên định với 5 giá trị cốt lõi

KIÊN ĐỊNH  
VỚI HÀNH TRÌNH  
PHỤNG SỰ  
NGƯỜI TIÊU DÙNG

KIÊN ĐỊNH  
TẠO RA  
GIÁ TRỊ  
CHUYỂN ĐỔI

KIÊN ĐỊNH  
VỚI TINH THẦN  
DOANH NHÂN

KIÊN ĐỊNH  
VỚI TẦM NHÌN  
DÀI HẠN

KIÊN ĐỊNH  
VỚI MỤC TIÊU  
LÝ TƯỞNG

Tăng tốc hiện đại hóa  
thị trường bán lẻ Việt Nam,  
đồng thời tăng trưởng có lợi nhuận.



Mỗi gia đình Việt Nam,  
mọi sản phẩm Masan.

Mỗi gia đình thế giới,  
ít nhất một sản phẩm Masan.



Mỗi gia đình Việt tin dùng ít nhất  
một sản phẩm của Masan MEATLife.







**Phúc Long - thương hiệu của di sản truyền thống, sở hữu những tinh hoa từ tạo tác thủ công, và là nơi sẽ chia niềm hạnh phúc.**



**WIN Digital Life Services - nền tảng toàn diện mang đến trải nghiệm tiêu dùng số hóa từ offline đến online cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.**

# Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị



## Ngày mới, kỷ nguyên mới, “Lý tưởng kiên định, vững bước đường dài”

Các Masaner thân mến,  
Hơn nửa thập niên trước, tôi đã chia sẻ thông điệp “Kiên định với tầm nhìn dài hạn” và mục tiêu kiến tạo giá trị trong lá thư gửi đến cổ đông năm 2017. Giờ là lúc chúng ta cùng nhau nhìn lại kết quả kinh doanh và hiệu quả của các chiến lược so với những mục tiêu đề ra:

- Tập trung gia tăng thị phần trong dài hạn.
- Tiếp tục đầu tư vào các phát kiến đón đầu các động lực tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận.
- Xây dựng nền tảng công nghệ để tương tác và phục vụ người tiêu dùng trực tiếp.
- Tối đa hóa dòng tiền khi mở rộng quy mô

- Kỷ luật trong phân bổ vốn và quản lý bảng cân đối kế toán nhằm duy trì hoạt động hiệu quả và không phụ thuộc vào chu kỳ thị trường mới nổi.

Soi rọi chính mình là điều rất cần thiết, nhất là với một doanh nghiệp vừa trải qua quá trình chuyển đổi chiến lược. Từ một công ty hàng tiêu dùng, nơi mà các sản phẩm FMCG từng được xem như “những con gà đẻ trứng vàng”, Masan đã chuyển đổi trở thành nền tảng “Consumer of Things” – Kết nối vạn nhu cầu. Tuy nhiên, sự chuyển đổi này cho đến nay vẫn chưa mang lại mức lợi nhuận như Masan và các cổ đông của chúng ta kỳ vọng. Mặc dù vậy, những mảng kinh doanh cốt lõi vẫn đang đạt được những tăng trưởng mạnh mẽ, là cơ sở để củng cố niềm tin vào việc hiện thực hóa các giá trị cho cổ đông trong dài hạn. Điều quan trọng là làm sao để những yếu tố ngắn hạn không ảnh hưởng đến những phát kiến, sáng tạo vừa mới chớm nở và đang được mở rộng của chúng ta. Những phát kiến này, tất cả đều hướng đến mục tiêu phục vụ cho người tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày với chất lượng tốt hơn ở mức giá hợp lý.

Những kết quả mà chúng ta đạt được là minh chứng rõ ràng nhất và nhân dịp này, tôi muốn chia sẻ một cách tường tận vì sao Masan thực sự đang chạm tay vào cánh cửa tạo ra giá trị đột phá cho người tiêu dùng, cho các cổ đông và các Masaner.

## Tăng trưởng chi tiêu + Tăng trưởng mạng lưới = Gia tăng thị phần trong dài hạn

Việc tạo giá trị cho cổ đông trong dài hạn gắn liền trực tiếp với việc gia tăng thị phần chi tiêu của khách hàng; vị thế dẫn đầu thị trường đồng nghĩa với mức tăng trưởng doanh thu hai con số và lợi nhuận gia tăng đáng kể. Chúng ta đã vượt qua những bất ổn vĩ mô và vi mô, đồng thời tập trung vào các đổi mới chủ chốt để giành thị phần trên hầu hết các danh mục tiêu dùng – bán lẻ. Chiến lược “Tập trung cốt lõi, tối đa giá trị” đã thể hiện sự tối ưu trong thời đại biến động cao và nhiều yếu tố bất định.

Masan Consumer là công ty hàng tiêu dùng (FMCG) có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại khu vực Đông Nam Á, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) trên 15% xuyên suốt từ năm 2017 đến năm 2022, trong khi vẫn duy trì biên lợi nhuận ròng sau thuế (NPAT margin) ở mức 20%. Bức tranh này không thay đổi trong năm 2023 khi lợi nhuận tăng trưởng hơn 30% trong môi trường tiêu dùng trầm lắng. Các phát kiến mới đóng góp hơn 50% vào tăng trưởng doanh thu, cho thấy việc củng cố thị phần trong nước sẽ tiếp tục diễn ra trong thời gian dài. Bước ngoặt lớn nhất trong năm 2023 là việc tái định nghĩa thị trường mục tiêu của chúng ta từ 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam thành 8 tỷ người tiêu dùng toàn cầu, mở ra cơ hội tăng trưởng vượt trội trong dài hạn. Chúng ta đã gạt

hái được những kết quả ban đầu rất tích cực - tương ột CHIN-SU lọt vào Top 8 sản phẩm bán chạy nhất trên sàn thương mại điện tử Amazon của Mỹ và chiếm vị trí số 1 trên sàn Coupang của Hàn Quốc. Lĩnh vực kinh doanh này còn rất nhiều tiềm năng để khai phá và chúng ta sẽ triển khai các hoạt động chiến lược để khai mở giá trị đích thực của mảng này, mang lợi ích vượt trội cho cổ đông.

Đối với WinCommerce, thước đo phản ánh hiệu quả rõ ràng nhất chính là có lãi ròng sau thuế. Tuy chúng ta chưa đạt được những đã nắm trong tay lộ trình để hiện thực hóa điều này. Ưu tiên hàng đầu đối với WinCommerce hiện nay là củng cố vị trí dẫn đầu thị trường để đạt được mô hình kinh tế mạnh mẽ. Hiện tại, thị phần giá trị thương mại hiện đại của chúng ta là 25% và thị phần mạng lưới chiếm 50%, trong khi 90% cửa hàng của hệ thống đã đạt đến điểm hòa vốn về EBITDA, so với mức 5% khi chúng ta mua lại mảng kinh doanh này. Chìa khóa thành công nằm ở việc phát triển các mô hình cửa hàng sáng tạo, lựa chọn danh mục sản phẩm phù hợp với từng địa phương nhưng vẫn đơn giản và mang lại trải nghiệm mua sắm riêng biệt để phục vụ người tiêu dùng ở mọi mức thu nhập - áp dụng theo mô hình FMCG mà Masan có bề dày kinh nghiệm. Chúng ta không chỉ có mô hình kinh doanh để phát triển cùng với sự tăng tốc của ngành hàng tiêu dùng hiện đại tại Việt Nam, mà còn để có được thêm thị phần, tạo ra hiệu ứng tích

cực theo cấp số nhân. Chúng ta sẽ chuyển đổi số và nâng cấp cơ sở hạ tầng chuỗi cung ứng để phục vụ chính xác và linh hoạt nhu cầu của khách hàng tại mỗi cửa hàng và với từng SKU cụ thể, đồng thời mở rộng các dịch vụ được cá nhân hóa bằng trí tuệ nhân tạo/máy học (AI/ML) thông qua chương trình Hội viên WiN. Đây là những động lực quan trọng để mang lại lợi nhuận ròng sau thuế dương bền vững trong 18 tháng tới. Tại Masan, chúng ta không chỉ trình bày chiến lược, mà còn thực thi, bám sát mục tiêu đề ra để tạo ra những giá trị thiết thực cho người tiêu dùng và cổ đông.

Sự kết hợp của nền tảng Point of Life và chương trình Hội viên WiN đã và đang mang lại hiệu quả rõ rệt cho Masan MEATLife và Techcombank, nhưng chưa thực sự bứt phá với Phúc Long và Dr. Win. Doanh thu trên cửa hàng của Masan MEATLife hiện đã đạt 1,6 triệu đồng mỗi ngày, tăng 40% và tiếp tục tăng trưởng khi người tiêu dùng ngày càng đánh giá cao chất lượng của thịt mát và hương vị của các sản phẩm thịt chế biến của chúng ta. Mục tiêu trung hạn của chúng ta là tăng doanh số tại mỗi cửa hàng lên 5 triệu đồng với tầm nhìn dài hạn là thúc đẩy tỷ lệ thâm nhập thị trường của thịt mát và thịt chế biến từ 1% lên 25%. Masan đã thành công với câu chuyện xây dựng thương hiệu nước mắm, và chúng ta có thể tiếp tục lặp lại thành công này với thịt mát. Nhờ vào sự kết hợp hài hòa với nền tảng offline và nền tảng hội viên của chúng ta, Techcombank

đến nay đã có 1 triệu tài khoản được mở mới. Thế nhưng, chúng ta không đánh giá thành công dựa trên số lượng tài khoản đã mở mới bởi những gì chứa mang lại giá trị cho người tiêu dùng, thì không thể tạo ra giá trị cho chúng ta. Phát kiến tiếp theo là thúc đẩy chuyển đổi thanh toán tiền mặt sang thanh toán điện tử thông qua T-Pay trong hệ sinh thái hiện có và phát triển các mô hình chấm điểm tín dụng riêng biệt, kết hợp giao dịch bán lẻ và mô hình ngân hàng truyền thống để cung cấp các khoản vay nhỏ với lãi suất hợp lý cho khách hàng không thuộc phân khúc thu nhập cao.

Chúng ta tin tưởng vào tiềm năng lâu dài của Phúc Long và Dr. Win, nhưng không phải với các phiên bản hiện tại. Cần nhớ, không phải mọi phát minh đều thành công ngay từ ngày đầu. Điều quan trọng là phải dừng lại khi nó không hiệu quả. Chúng ta sẽ tiếp tục nghiên cứu và thử nghiệm để tìm ra các mô hình hiệu quả mang lại đủ doanh thu, dòng tiền và lợi nhuận để mở rộng quy mô trên toàn quốc.

DNA “Kiên định với tầm nhìn dài hạn” đã giúp chúng ta không để cho những áp lực ngắn hạn ảnh hưởng đến các cơ hội trong dài hạn. Tình hình đang bắt đầu có những chuyển biến tích cực, các động lực tăng trưởng khác sẽ cùng với khả năng tạo ra dòng tiền mạnh mẽ của Masan Consumer, sẽ tăng cường bằng cân đối kế toán và tăng trưởng lợi nhuận, giúp tối đa hóa lợi ích cho cổ đông.

## Win Digital không chỉ là Hội viên WiN, mà còn là nền tảng công nghệ để tương tác và phục vụ người tiêu dùng trực tiếp.

Chúng ta vẫn tin rằng Hội viên WiN là yếu tố then chốt để mở rộng chiến lược B2B2C lên một quy mô lớn hơn. Tuy nhiên, ta cần nhận ra rằng chìa khóa để tiếp cận 30-50 triệu người tiêu dùng mà không “đốt tiền” sẽ phụ thuộc vào khả năng số hóa và tối ưu hóa cơ sở hạ tầng phục vụ người tiêu dùng. Win Digital là sự kết hợp giữa dữ liệu khách hàng (“Hội viên WiN”) và nền tảng chuỗi cung ứng (“Supra”).

Supra, nền tảng logistics và chuỗi cung ứng của chúng ta, đã không ngừng cải tiến hệ thống tự động đặt hàng. Điều này được thực thi bằng việc tích hợp các dịch vụ được cá nhân hóa ứng dụng trí tuệ nhân tạo/học máy (AI/ML) vào mô hình dự báo nhu cầu và chính sách hàng tồn kho. Dự án được thử nghiệm trên 20 mã sản phẩm (SKU) và 111 cửa hàng đã mang lại kết quả khả quan, với tỷ lệ sẵn có của sản phẩm tăng từ 92% lên 95% và số ngày tồn kho giảm 4 ngày. Đến cuối năm, tất cả các sản phẩm và cửa hàng đều sẽ hoạt động trên thuật toán tự động mới này, giúp gia tăng hiệu quả chuỗi cung ứng, thúc đẩy tăng trưởng doanh thu và rút ngắn chu kỳ vòng quay tiền mặt. Đây mới chỉ là bước khởi đầu. Để cạnh tranh với mô hình chi

phí của hệ thống logistics khác, chúng ta cần cắt giảm thêm 20% chi phí chuỗi cung ứng và logistics. Và để đạt được mục tiêu này, chúng ta cần phát triển một kho hàng kỹ thuật số, hệ thống quản lý vận tải và một mạng lưới trung tâm phân phối được tối ưu hóa.

Mô hình hội viên mang lại giá trị và nhiều lợi ích cho những người tiêu dùng cuối của các đối tác bán lẻ của chúng ta, đồng thời cung cấp thông tin chi tiết về lượng hàng thực tế được tiêu thụ. Còn Supra giúp tối ưu hiệu quả chuỗi cung ứng để đảm bảo khả năng cạnh tranh về chi phí trên toàn bộ chuỗi. Đây là cách chúng ta định nghĩa việc số hóa cơ sở hạ tầng tiêu dùng của Việt Nam.

## Trên tất cả là lý tưởng phụng sự người tiêu dùng

Các chỉ số kinh doanh là mục tiêu nhưng không bao giờ là đích đến của chúng ta. Và mục đích thật sự làm động lực thúc đẩy chúng ta mỗi ngày là trở thành niềm tự hào của Việt Nam bằng cách phụng sự người tiêu dùng không chỉ ở Việt Nam mà trên toàn cầu. Đây mới là ý nghĩa thực sự của việc đặt người tiêu dùng làm trọng tâm.

Chúng ta sở hữu một công thức đơn giản để đạt được mục đích của mình: Kết hợp DNA tinh thần doanh nhân của chúng ta

với những sự đổi mới mang tính đột phá, giúp mang lại tác động tích cực đến đời sống hàng ngày của người tiêu dùng. Thành thật mà nói, đã có những ngày tôi tự hỏi liệu chúng ta có đi chệch khỏi kim chỉ nam này hay không, nhưng năm 2023 đã nhắc nhở tôi rằng chúng ta vẫn đang áp dụng công thức này mỗi và mọi ngày.

Những mục tiêu cụ thể giúp chúng ta đạt được mục đích:

- Mỗi gia đình Việt Nam, mọi sản phẩm Masan.
- Mỗi gia đình thế giới, ít nhất một sản phẩm Masan.

Đây chắc chắn không phải một nhiệm vụ dễ dàng, nhưng ngại khó không phải là phong cách của Masan. Những giá trị mà chúng ta có thể mang lại cho xã hội sẽ gấp 1000 lần so với lúc ban đầu Masan sải bước trên hành trình phụng sự.

Keep Going!



**Dr. Nguyễn Đăng Quang**  
Chủ tịch Hội đồng Quản trị

# Thư ngỏ của Tổng Giám đốc Masan Consumer



## Các Quý Anh Chị và các bạn nhân viên thân mến,

Công ty Cổ Phần Hàng Tiêu Dùng Masan (Masan Consumer) có một niềm cảm hứng lớn từ hơn 20 năm qua, đó là: Hàng ngày, chúng ta nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Chặng đường qua, chúng ta đã đạt được một vài thành tựu nhất định. Hơn 98% hộ gia đình Việt Nam sở hữu ít nhất một sản phẩm của Masan Consumer. Các nhãn hiệu của chúng ta đang dẫn đầu rất nhiều ngành hàng khác nhau và vẫn tiếp tục tăng trưởng. Công ty chúng ta liên tục xếp top đầu tại khu vực thành thị và nông thôn Việt Nam trong nhiều năm liền. Với xuất phát điểm ở ngành gia vị vào năm 2002, hiện nay Masan Consumer đã tham gia vào 8 ngành hàng tiêu dùng chính tại thị trường Việt Nam.

Masan Consumer đang đứng trước vận hội mới của sự phát triển trong 10 năm tới. Chúng ta muốn mọi gia đình Việt Nam đều có mọi sản phẩm của cả 8 ngành hàng chúng ta đang kinh doanh. Một ngày nào đó, với ước mơ lớn, chúng ta muốn sản phẩm Masan Consumer có mặt ở mọi gia đình trên thế giới. Để đạt được những mục tiêu to lớn này, Masan Consumer cần phải tự chuyển mình để tạo lập nên một mô hình kinh doanh ngành hàng

**Masan Consumer đang đứng trước vận hội mới của sự phát triển trong 10 năm tới. Chúng ta muốn mọi gia đình Việt Nam đều có mọi sản phẩm của cả 8 ngành hàng chúng ta đang kinh doanh. Một ngày nào đó, với ước mơ lớn, chúng ta muốn sản phẩm Masan Consumer có mặt ở mọi gia đình trên thế giới.**

Tiêu dùng nhanh (FMCG), khác hẳn cách chúng ta đã làm lâu nay:

1. Xây dựng mô hình “Consumer Innovation Center (CIC) và Consumer-In-Love (CIL) - Trung tâm Nghiên cứu phát triển sản phẩm cùng với người tiêu dùng” - Để định dạng được nhu cầu lớn của người tiêu dùng trong tương lai. Phương pháp này thay thế cách R&D (Đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm), CMK (Đội ngũ nghiên cứu thị trường và tâm lý người tiêu dùng), CTI (Đội ngũ nghiên cứu sản phẩm) và Brand Group (Đội ngũ xây dựng và phát triển Thương hiệu) vẫn vận hành, tương tác với nhau theo cách truyền thống. CIC và CIL cho phép chúng ta đối thoại trực tiếp với người tiêu dùng và cùng người tiêu dùng xây dựng các ý tưởng sản phẩm mới, nhãn hiệu mới xuất phát từ cuộc sống hiện thực của họ.
2. Ứng dụng phương thức giao tiếp trực tuyến với số đông trong việc tìm ra các “Big Consumer Insights - Nhu cầu lớn ẩn sâu trong tâm trí khách hàng” - phục vụ cho việc xây dựng nhãn hiệu trong và ngoài nước.
3. Ứng dụng AI vào mọi công đoạn của Creative/Communication Development

(Phát triển sáng tạo ý tưởng và truyền thông). In-house Agency (Đội ngũ sáng tạo nội bộ) đang là lợi thế cạnh tranh đặc biệt của chúng ta, sức mạnh của AI cho phép chúng ta tiến nhanh đồng loạt trong việc xây dựng các nhãn hiệu lớn.

4. Masan Consumer sẽ đi đầu trong việc xây dựng khái niệm “Consuming Life”, để phục vụ tổng nhu cầu của từng cá nhân từ lúc sinh ra tới lúc về già. Consuming Life được phát triển trên nền tảng “Point of Life” và Win Membership của The CrownX và WinCommerce. Consuming Life cho phép Masan Consumer tiếp cận, hiểu biết và đáp ứng tốt hơn, mang lại nhiều giá trị hơn cho người tiêu dùng.
5. Tăng hiệu suất thành công của việc giới thiệu sản phẩm mới thông qua quá trình thử nghiệm đa giai đoạn. Mọi sản phẩm mới chỉ được bán rộng rãi tại thị trường cả nước khi được người tiêu dùng chấp nhận thông qua giai đoạn bán thử nghiệm trực tuyến và qua WinCommerce.
6. “Make Vietnamese Foods Global Foods” - Đưa ẩm thực Việt Nam ra bình diện toàn cầu, chúng ta sẽ đi ra thế giới bằng các nhãn hiệu mạnh trong

nước, đại diện cho nền ẩm thực đặc sắc riêng của Việt Nam.

7. Sở hữu thời gian và không gian mua sắm của người tiêu dùng, bao gồm tất cả các kênh bán hàng truyền thống, hiện đại và điện tử, mọi lúc mọi nơi.
8. Masan Consumer đặt toàn bộ niềm tin về sự thành công trong tương lai vào thế hệ trẻ tài năng Việt Nam. Chúng ta thực hiện phương thức thu hút và đào tạo các tài năng trẻ, chia sẻ thành công và đề bạt từ đội ngũ nội bộ.

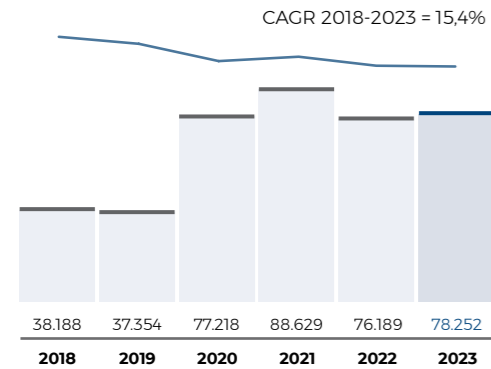
Tôi tin rằng tổ chức chúng ta đủ năng lực và quyết tâm để nắm lấy cơ hội lớn này để tiếp tục thực thi sứ mệnh: Hàng ngày chúng ta nâng cao đời sống vật chất và tinh thần người tiêu dùng ở Việt Nam và ngoài Việt Nam. Tương lai nằm trong tay chúng ta; thành công lớn sẽ nằm trên con đường chúng ta đi.

**Trương Công Thắng**

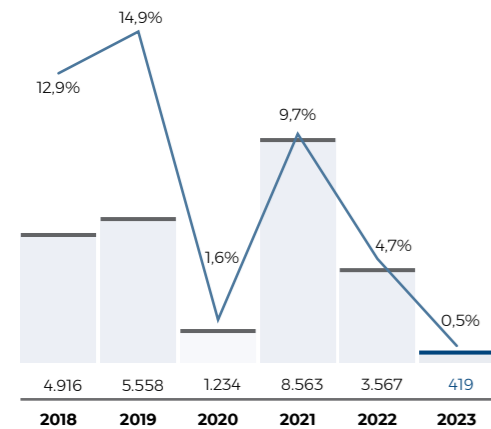
Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám Đốc  
Masan Consumer

# Kết quả Tài chính

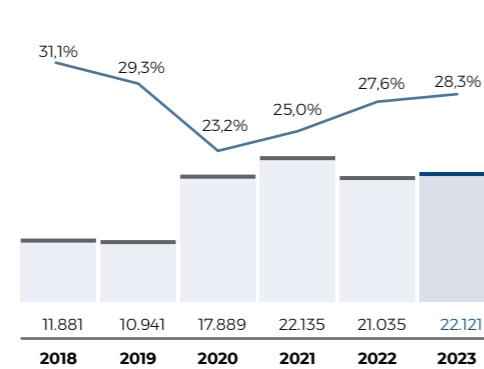
## DOANH THU THUẦN CỦA MASAN GROUP (TỶ ĐỒNG)



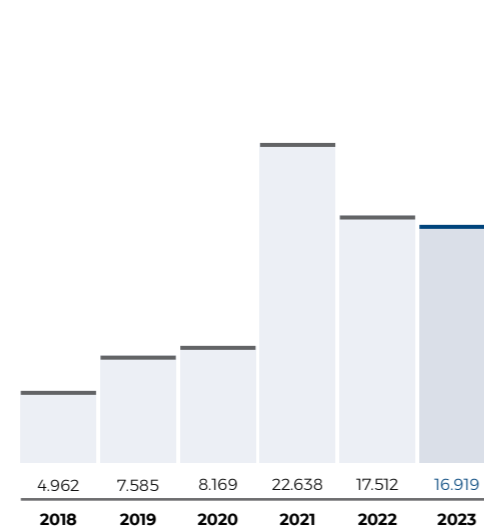
## LỢI NHUẬN SAU THUẾ PHÂN BỐ CHO CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY (TỶ ĐỒNG) VÀ BIÊN LỢI NHUẬN SAU THUẾ PHÂN BỐ CHO CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY (%)



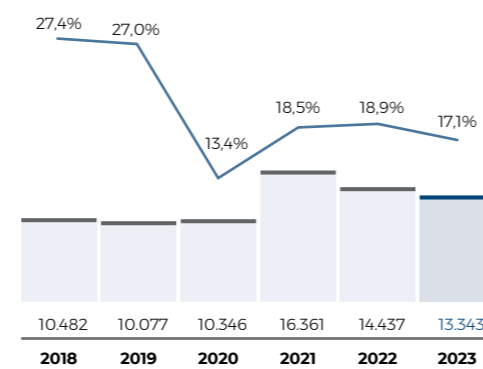
## LỢI NHUẬN GỘP (TỶ ĐỒNG) & BIÊN LỢI NHUẬN GỘP (%)



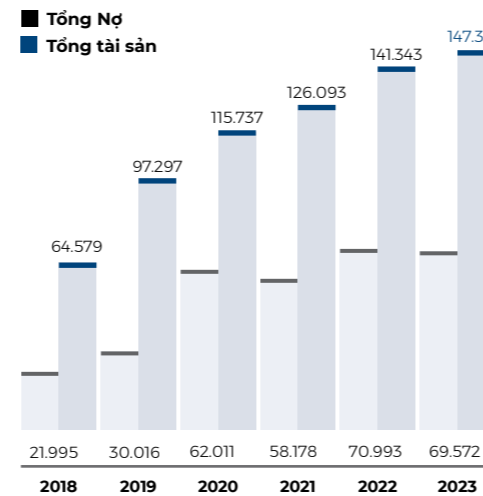
## SỐ DƯ TIỀN<sup>2</sup> (TỶ ĐỒNG)



## EBITDA<sup>1</sup> (TỶ ĐỒNG) & BIÊN EBITDA (%)



## TỔNG NỢ VÀ TỔNG TÀI SẢN (TỶ ĐỒNG)



1. EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ và bao gồm phần thu nhập đóng góp từ TCB. EBITDA của WCM bao gồm thu nhập từ hỗ trợ của các nhà cung cấp theo các thỏa thuận hợp đồng thương mại, các khoản này được ghi nhận vào thu nhập khác và thu nhập tài chính khác theo VAS.  
2. Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (như tiền gửi có kỳ hạn) và các khoản phải thu có lãi suất liên quan đến các hoạt động quản lý ngân quỹ.





# 01 CÂU CHUYỆN CỦA MASAN

## Các doanh nghiệp của chúng tôi hoạt động trong những lĩnh vực chiếm phần lớn chi tiêu của người tiêu dùng.

### Giới thiệu

#### Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ phục vụ những nhu cầu chưa được đáp ứng của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam

Là công ty hàng đầu tại Việt Nam luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, Masan Group tin tưởng vào triết lý “Doing well by doing good”. Nguyên tắc chủ đạo của chúng tôi là không ngừng chuyển đổi và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và luôn thay đổi của người tiêu dùng, qua đó tạo ra giá trị mang tính đột phá. Cùng với quá trình phát triển kinh tế của Việt Nam, người tiêu dùng và nhu cầu tiêu dùng luôn không ngừng thay đổi, mở rộng phạm vi từ những nhu cầu thiết yếu hàng ngày sang một loạt các sản phẩm, dịch vụ đa dạng, những trải nghiệm vượt trội, phù hợp với sở thích của từng cá nhân và phong cách sống hiện đại. Công nghệ và sự tiện lợi ngày càng trở thành mối quan tâm hàng đầu, được nhiều người ưa chuộng. Đón đầu xu hướng này, bên cạnh hoạt động sản xuất kinh doanh các sản phẩm có thương hiệu, Masan Group đã xây dựng hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ tích hợp xuyên suốt từ offline đến online (“O<sup>2</sup>”). Vì vậy, hành trình phục vụ người tiêu dùng của Masan chính là hành trình xây dựng Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ, kết nối vạn nhu cầu.

Hiện nay, các mảnh ghép trong hệ sinh thái tiêu dùng của chúng tôi bao gồm các công ty thành viên và công ty liên kết hoạt động trong các lĩnh vực như bán lẻ hàng tiêu dùng, FMCG có thương hiệu (bao gồm thực phẩm và đồ uống đóng gói, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”)), thịt có thương hiệu và sản phẩm tươi sống, dịch vụ tài chính, bán lẻ thực phẩm và đồ uống, viễn thông di động. Chúng tôi hoạt động trong một số ngành hàng tiêu dùng lớn nhất tại Việt Nam, trong đó sức tiêu dùng trong nước là thành phần chính đóng góp vào GDP và là động lực tăng trưởng kinh tế. Cụ thể, các doanh nghiệp này bao gồm The CrownX (“TCX”), nền tảng bán lẻ hàng tiêu dùng sở hữu cả Masan Consumer Holdings (“MCH”), mảng kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu, và WinCommerce (“WCM”), mảng kinh doanh bán lẻ của chúng tôi. Chúng tôi còn có các mảng kinh doanh tiêu dùng khác như: Masan MEATLife (“MML”), một trong những nền tảng thịt có thương hiệu lớn nhất Việt Nam tập trung vào việc mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu, hợp vệ sinh và có thể truy xuất nguồn gốc; Phúc Long Heritage (“PLH”), thương hiệu trà và cà phê được yêu thích hàng đầu; và Mobicast, nhà khai thác mạng di động ảo (“MVNO”) hoạt động với thương hiệu “Wintel”, trước đây là “Reddi”.

Các lĩnh vực kinh doanh khác của Tập đoàn Masan bao gồm công ty liên kết là Ngân

hàng Techcombank (“TCB”), ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu tại Việt Nam với chiến lược tập trung vào thị trường bán lẻ thông qua việc áp dụng công nghệ cao để nắm bắt các cơ hội tăng trưởng trong ngành dịch vụ tài chính, và công ty thành viên Masan High-Tech Materials (“MHT”), một trong những nhà chế biến sản phẩm vonfram cận sâu (midstream) và nguyên liệu chiến lược phục vụ sản xuất công nghiệp lớn nhất thế giới.

Ngoại trừ MHT, các công ty thuộc Masan Group đại diện cho các trụ cột chính trong hệ sinh thái tiêu dùng toàn diện. Đây cũng chính là các mảnh ghép trong tầm nhìn xây dựng Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ, kết nối vạn nhu cầu của Masan. Từ năm 2022, chúng tôi đã tăng tốc chiến lược Point of Life (“POL”) với việc ra mắt toàn quốc mô hình mini-mall mang thương hiệu “WIN”, chuỗi cửa hàng phục vụ nhiều sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (nhu yếu phẩm, chăm sóc sức khỏe, sản phẩm tài chính, dịch vụ giải trí và viễn thông) tích hợp tại một điểm đến và là một phần của một hệ sinh thái tích hợp O<sup>2</sup> lớn hơn, trong đó có các ưu đãi dành cho khách hàng thân thiết. Chúng tôi cũng đã triển khai mô hình WinMart+ Rural giá tốt phục vụ cho khách hàng ở khu vực nông thôn với danh mục sản phẩm chọn lọc. Đồng thời, chúng tôi tiếp tục tìm hiểu, điều chỉnh dịch vụ và phần lớn đã thành công, góp phần cải thiện lợi nhuận cho WCM trong năm 2023 đầy thách thức. Năm 2023, chúng tôi cũng

triển khai chương trình hội viên thân thiết trên toàn quốc. Chương trình này là nền tảng giúp chúng tôi áp dụng công nghệ cũng như kết quả phân tích dữ liệu để hiểu và phục vụ người tiêu dùng tốt hơn bằng các dịch vụ và ưu đãi cá nhân hóa.

Trong thời gian tới, Masan Group sẽ tiếp tục thực hiện chiến lược POL dựa trên ba trụ cột chính: (i) tăng trưởng mạng lưới thông qua mở rộng mạng lưới bán lẻ hiện đại có lợi nhuận và đồng hành cùng các đối tác để hiện đại hóa kênh bán lẻ truyền thống của Việt Nam (“GT”), (ii) tăng tỷ trọng chi tiêu bằng cách cải thiện khả năng

nắm bắt Nhu cầu Hàng ngày của người tiêu dùng thông qua các nhãn hàng riêng và nhãn hàng của đối tác, và (iii) mở rộng quy mô hội viên thông qua chương trình khách hàng thân thiết để mang đến các ưu đãi hấp dẫn và độc quyền từ hệ sinh thái của Masan. Những trụ cột này được hỗ trợ bởi Supra, một công ty logistics của Masan, cùng những ứng dụng công nghệ (bao gồm trí tuệ nhân tạo và máy học). Điều này giúp nâng cao hiệu quả hoạt động và cung cấp những hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng, cho phép chúng tôi phục vụ và mang đến cho họ các giá trị tốt nhất.







## Niềm tin của chúng tôi: Tập trung cốt lõi, tối đa giá trị

Masan thường được xem là một tập đoàn đa ngành gồm nhiều mảng kinh doanh không liên quan đến nhau. Tuy nhiên, chúng tôi định hình Masan là một tập đoàn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm dựa trên một số trụ cột kinh doanh chính, nhằm mang đến cho người tiêu dùng Việt Nam sự tiện lợi và những trải nghiệm vượt trội, qua đó đáp ứng các nhu cầu đa dạng trong cuộc sống. Mục tiêu này được thể hiện trong quá trình phát triển các doanh nghiệp của chúng tôi. Thị trường tiêu dùng tại Việt Nam tiếp tục là một trong những thị trường năng động có nhiều cơ hội tiềm năng, để có được kết quả kinh doanh ấn tượng và giữ được vị thế dẫn đầu, ngoài

chiến thắng bằng cách thay đổi các quy tắc của cuộc chơi.

Hiện tại, Masan tập trung vào ba ngành hàng tiêu dùng có quy mô thị trường đáng kể mà chúng tôi tin rằng có những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng do cơ cấu kém hiệu quả và thiếu đổi mới. Các ngành hàng này được phân khúc thành Nhu cầu Hàng ngày (FMCG, bán lẻ hàng nhu yếu phẩm và thịt tươi sống/chế biến), Nhu cầu Tài chính (tín dụng, đầu tư và dịch vụ thanh toán) và Nhu cầu Phong cách sống (giải trí, viễn thông, y tế và giáo dục). Toàn bộ danh mục này đại diện cho khoảng 80% tỷ trọng chi tiêu tiêu dùng của người Việt.

Masan Group khởi đầu hành trình tái định nghĩa và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng trong phân khúc Nhu cầu Hàng ngày, đặc biệt là ngành hàng nhu yếu phẩm. Hơn 20 năm trước, thực phẩm cơ bản của Việt Nam, như gia vị, nước mắm, vẫn còn chưa có tiêu chuẩn, vệ sinh hay thương hiệu uy tín, trong khi giá cả lại cao do quy mô nền kinh tế nhỏ và khan hiếm hàng hóa cộng với mạng lưới phân phối manh mún, chủ yếu dựa vào trung gian. Bằng cách giải quyết những vấn đề này với phương cách chuyển đổi kinh doanh của chúng tôi, “Masan Way”, chúng tôi đã có thể xây dựng một nền tảng tiêu dùng có thương hiệu hàng đầu trong các ngành hàng tiêu dùng với quy mô thị trường đầu ra trong nước lên đến gần 24 tỷ USD<sup>1</sup>. Sau khi triển khai chiến lược “Go Global”, chúng

tính kỷ luật, chúng tôi còn tuân theo những nguyên tắc quan trọng khác. Bao gồm:

### ĐAM MÊ SÁNG TẠO VÀ ĐÁP ỨNG NHỮNG NHU CẦU LỚN CHƯA ĐƯỢC THỎA MÃN

Masan tin tưởng rằng giá trị đích thực đến từ vị thế dẫn đầu và quy mô kinh doanh, đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được phục vụ đúng mức. Chúng tôi tin tưởng rằng trí tưởng tượng và khả năng sáng tạo không chỉ là hình dung ra những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn, mà còn là cách thức tạo ra các sản phẩm với những hiểu biết mới thật sâu sắc. Chúng tôi không giành chiến thắng bằng cách sao chép việc người khác đang làm, hoặc chỉ làm tốt hơn, mà chúng tôi muốn giành

tôi ước tính giá trị thị trường có thể gia tăng 131 lần với nỗ lực không ngừng của công ty trong việc thực hiện mục tiêu phục vụ các nhu cầu lớn chưa được đáp ứng trên quy mô toàn cầu. Song song đó, chúng tôi tiếp tục đổi mới và áp dụng những phương thức mới, bao gồm cả công nghệ, để kết nối trực tiếp với người tiêu dùng nhằm hiểu rõ hơn nhu cầu của họ và cung cấp sản phẩm phù hợp vào đúng thời điểm.

Gia tăng khả năng phục vụ Nhu cầu Hàng ngày của người tiêu dùng cũng bao gồm việc chuyển đổi ngành bán lẻ của Việt Nam. Với thương vụ mua WinCommerce, chủ sở hữu và điều hành hệ thống siêu thị bao gồm 132 siêu thị WinMart và 3.501 cửa hàng WinMart+ vào cuối năm 2023, Masan Group hiện là nhà bán lẻ nhu yếu phẩm lớn nhất<sup>2</sup> tại Việt Nam. Giống như nhiều ngành hàng hoặc lĩnh vực mà Masan đã tham gia hoạt động, lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam còn khá phân mảnh và hoạt động thiếu hiệu quả, khiến người tiêu dùng có ít lựa chọn hơn và chi trả nhiều hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày. Cụ thể, kênh thương mại truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong bán lẻ nhu yếu phẩm và là nguyên nhân chính khiến thị trường này bị phân mảnh. Ngay cả khi là một doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực bán lẻ hiện đại, WCM chỉ chiếm gần 2% tổng thị trường bán lẻ nhu yếu phẩm. Tuy nhiên, Masan tin rằng, một cuộc cách mạng về bán lẻ hiện đại đang diễn ra và sẽ bùng nổ tại Việt Nam khi tốc độ đô thị hóa đạt 50% và tầng lớp trung lưu (với mức thu

nhập bình quân đầu người từ 5.000 USD) thực sự xuất hiện. Các hình thức mua sắm hiện đại dự kiến sẽ chiếm 30% thị trường bán lẻ trong ngắn hạn và trung hạn so với mức khoảng 12% như hiện nay, tương tự như sự thay đổi xu hướng thị trường ở các quốc gia Đông Nam Á khác như Thái Lan, Philippines và Indonesia. Masan đặt mục tiêu phát triển cùng người tiêu dùng Việt Nam trong quá trình chuyển đổi này.

Người tiêu dùng Việt Nam phải chi trả nhiều cho các sản phẩm và dịch vụ tài chính vì các dịch vụ này chưa phổ biến, đồng nghĩa với người tiêu dùng phải sử dụng các kênh tài chính phi chính thức nhiều hơn. Các kênh này thường có chi phí cao hơn từ 3 đến 5 lần so với tín dụng chính thức. Nhu cầu lớn chưa được đáp ứng này trong Nhu cầu Tài chính của người tiêu dùng là kết quả của chi phí ngân hàng quá cao đối với nhóm dân cư chủ yếu sinh sống ở khu vực nông thôn và thiếu năng lực chấm điểm tín dụng cho đại bộ phận khách hàng phổ thông. Do đó, trung bình cứ 3 người tiêu dùng Việt Nam thì có 2 người vẫn chưa có tài khoản ngân hàng, tỷ lệ thâm nhập thẻ tín dụng và bảo hiểm lần lượt là 5% và 11%. Công ty liên kết của chúng tôi là Techcombank đã và đang từng bước giải quyết nhu cầu lớn chưa được đáp ứng này bằng cách triển khai mô hình đặt người tiêu dùng làm trọng tâm và hiện đang trên đà giữ vị thế dẫn đầu lĩnh vực ngân hàng bán lẻ với bằng cân đối kế toán vững chắc và nền tảng công nghệ hàng đầu. Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều việc

phải làm và Masan Group đặt mục tiêu tối ưu hóa hệ sinh thái O<sup>2</sup> của mình bằng cách sử dụng mạng lưới phục vụ người tiêu dùng rộng khắp và năng lực kỹ thuật số để phục vụ tốt hơn Nhu cầu tài chính của người tiêu dùng. Hợp tác giữa Masan và Techcombank, cụ thể là giải pháp thanh toán T-pay, là bước đột phá đầu tiên trong chiến lược này. Người tiêu dùng có thể mở tài khoản ngân hàng Techcombank chỉ trong vòng 5 phút với quy trình eKYC khi mua sắm tại các điểm bán lẻ của WCM. Sau đó, người tiêu dùng có thể nhận các ưu đãi khi mua nhu yếu phẩm bằng giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ của T-Pay. Trong tương lai, Masan đặt mục tiêu mở rộng dịch vụ này ra ngoài mạng lưới bán lẻ hiện đại và bao trùm các kênh bán lẻ truyền thống, từ đó nâng cao khả năng đáp ứng Nhu cầu Tài chính cho nhiều khách hàng hơn.

Lĩnh vực chinh phục tiếp theo của Masan Group là Nhu cầu phong cách sống, bao gồm viễn thông, giải trí, chăm sóc sức khỏe và giáo dục. Năm 2021, Masan mua 20% cổ phần của Phúc Long Heritage, sau đó tăng tỷ lệ sở hữu lên 85% vào năm 2022. Phúc Long Heritage là chuỗi cửa hàng trà & cà phê hàng đầu tại Việt Nam với tệp người tiêu dùng trẻ đông đảo và trung thành. Khoản đầu tư vào Phúc Long Heritage giúp Masan phục vụ nhu cầu giải trí/ngơi nghỉ của người tiêu dùng, đặc biệt là nhu cầu ăn uống ở hàng quán bên cạnh nhu cầu ăn uống tại nhà – nhu cầu Masan đã và đang

<sup>1</sup> Theo báo cáo của Euromonitor: Quy mô thị trường của Đồ uống có cồn, Nước giải khát, Thực phẩm thiết yếu, Nguyên liệu nấu ăn, Thiết bị tiêu dùng và Chăm sóc gia đình

<sup>2</sup> Nhà bán lẻ lớn nhất Việt Nam về số lượng điểm bán

Báo Cáo Thường Niên 2023

đáp ứng thông qua các mảng kinh doanh hàng tiêu dùng nhanh và nhu yếu phẩm. Ngoài ra, chúng tôi đã tham gia vào lĩnh vực viễn thông với việc mua 70% Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast”), một Nhà khai thác Mạng di động (“MVNO”) cung cấp đầy đủ dịch vụ sở hữu thương hiệu mạng “Reddi”, sau đó được đổi tên thành “Wintel”. Dù tỷ lệ sử dụng di động ở Việt Nam khá cao, tỉ lệ thuê bao di động sử dụng gói 2G (chỉ dùng để nghe gọi thông thường) chiếm đến gần 50%. Bên cạnh đó, khoảng một nửa trong số những người sử dụng Internet trên thiết bị di động chỉ chủ yếu để gọi điện hoặc nhắn tin do thiếu các dịch vụ số. Masan đặt mục tiêu đáp ứng các nhu cầu chưa được thỏa mãn về dịch vụ dữ liệu di động bằng cách cung cấp các gói dữ liệu hấp dẫn nhất trong ngành và tận dụng chuỗi cửa hàng bán lẻ WCM để tiếp cận người tiêu dùng trên toàn quốc. Theo đó, Mobicast sẽ là thành tố chính để Masan phục vụ các tiện ích số hóa, bao gồm mạng lưới truyền thông bán lẻ (cả offline và online), nền tảng dữ liệu (hiểu biết về người tiêu dùng) và chương trình Hội viên WiN. Đây là một mảnh ghép của nền tảng tiêu dùng – bán lẻ ứng dụng công nghệ phục vụ khách hàng trải nghiệm xuyên suốt từ offline đến online.

#### KIẾN TẠO QUY MÔ VÀ VỊ THẾ DẪN ĐẦU

Để vươn đến thành công, chúng tôi cần có quy mô lớn. Trở thành người dẫn đầu thị trường về quy mô giúp chúng tôi có thể

cạnh tranh thành công trong khu vực kinh tế tư nhân có quy mô nhỏ, còn phân tán và sự cạnh tranh khốc liệt từ các công ty đa quốc gia và doanh nghiệp nhà nước.

Là một trong số những công ty tư nhân lớn nhất Việt Nam, Masan sở hữu nguồn vốn lớn và đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, có quy mô đầu tư lớn vào các ngành đang hoạt động. Điều này giúp chúng tôi thúc đẩy năng suất lao động, có điều kiện tạo ra những sản phẩm với giá cả hợp lý hơn cho người tiêu dùng. Chúng tôi kiến tạo quy mô thông qua chiến lược kinh doanh tập trung và hợp nhất, đẩy mạnh hoạt động kinh doanh hiện hữu, thúc đẩy tăng trưởng bằng các thương vụ mua bán và sáp nhập doanh nghiệp phù hợp với lĩnh vực trọng tâm của chúng tôi. Điều này giúp Masan củng cố lợi thế từ quy mô, quản lý chi phí chặt chẽ, đạt được biên lợi nhuận cao hơn, tạo nền tảng tái đầu tư vào xây dựng thương hiệu và đổi mới sản phẩm.

Thành quả là chúng tôi đang nắm giữ vị thế hàng đầu trong hầu hết các thị trường và/hoặc các lĩnh vực mà chúng tôi tham gia. Năm 2023, nền tảng bán lẻ tiêu dùng The CrownX tiếp tục duy trì vị trí doanh nghiệp tiêu dùng lớn nhất tại Việt Nam tính theo doanh thu với 57.684 tỷ đồng. MCH và WCM, hai công ty con chủ chốt của The CrownX, là những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu và bán lẻ nhu yếu

phẩm. MCH là công ty số một Việt Nam trong ngành hàng gia vị (trong đó chúng tôi dẫn đầu các ngành hàng nước mắm, nước tương, tương ớt và các sản phẩm hạt nêm đang phát triển mạnh) và trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, chúng tôi là nhà sản xuất mì ăn liền số một trong phân khúc cao cấp, phân khúc chiếm phần lớn lợi nhuận của ngành hàng mì ăn liền. Mảng kinh doanh đồ uống của MCH cũng khá phát triển, đặc biệt là đồ uống tăng lực và gần đây công ty đã tiến vào ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình. Mục tiêu của chúng tôi là mang tất cả sản phẩm của MCH đến với mỗi gia đình Việt Nam và mang ít nhất một sản phẩm MCH đến mỗi gia đình trên thế giới. WCM với chuỗi siêu thị và siêu thị mini là hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán tại Việt Nam, chiếm khoảng 20% thị phần doanh số bán lẻ nhu yếu phẩm hiện đại và khoảng 48% các địa điểm bán lẻ hiện đại. Chúng tôi sẽ đẩy nhanh việc mở rộng mạng lưới bán lẻ hiện đại, đồng thời tiếp tục hợp tác với các đối tác GT để hiện đại hóa kênh thương mại truyền thống, mở rộng phạm vi tiếp cận người tiêu dùng và phục vụ họ tốt hơn. Chúng tôi tin rằng điều này sẽ giúp WCM tăng trưởng có lợi nhuận một cách bền vững.

Masan MEATLife được thành lập với mục tiêu chuyển đổi chuỗi giá trị thịt ở Việt Nam thông qua việc thiết lập mô hình kinh doanh thịt tích hợp có thương hiệu. Chúng tôi đã tích hợp hoàn chỉnh chuỗi giá trị,

trong đó bao gồm (1) MEATDeli là thương hiệu hàng tiêu dùng, (2) trang trại nuôi heo kỹ thuật cao để tối ưu hóa chuỗi cung ứng và (3) sở hữu một trong những doanh nghiệp thức ăn chăn nuôi lớn nhất cả nước. Tất cả các mảnh ghép này giúp MML tăng trưởng doanh thu và tiếp tục đầu tư phát triển ngành kinh doanh thịt đầy triển vọng. Vào năm 2023, quy mô doanh thu thuần từ mảng kinh doanh thịt của MML đạt 6.984 tỷ đồng. Kể từ cuối năm 2021, chúng tôi đã ngừng hợp nhất mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi để chuyển đổi MML trở thành doanh nghiệp FMCG có thương hiệu, qua đó tiến gần hơn đến mục tiêu cốt lõi là trở thành một doanh nghiệp B2C, trong khi vẫn giữ được ưu thế của chuỗi giá trị tích hợp thông qua các thỏa thuận cung cấp chiến lược với các đối tác uy tín. Mục tiêu của chúng tôi là mỗi gia đình Việt Nam đều sử dụng ít nhất một sản phẩm MML, bao gồm sản phẩm tươi hoặc đã qua chế biến.

Phúc Long Heritage - thương hiệu trà và cà phê được yêu thích hàng đầu – đã cho thấy sức tăng trưởng mạnh mẽ kể từ khi trở thành mảnh ghép trong hệ sinh thái bán lẻ tiêu dùng của Masan. Phúc Long hiện đứng thứ 2 về doanh thu và số lượng điểm bán, đồng thời đứng số 1 về biên lợi nhuận. Các cửa hàng bán lẻ của PLH đã mang lại hiệu quả kinh tế tốt nhất, với mức EBITDA của cửa hàng và của công ty lần lượt là 23% và 17% trong năm 2023, mức cao nhất ngay cả khi so sánh với các công ty F&B hàng đầu thế giới. Thương hiệu được yêu thích,



chất lượng sản phẩm và sự am hiểu về trà mang lại cho Phúc Long lợi thế cạnh tranh so với các thương hiệu đồ uống trong nước và quốc tế. Từ đó, giúp Phúc Long củng cố vị thế là thương hiệu đồ uống có tiềm năng vươn ra thế giới. Chúng tôi đặt mục tiêu đưa các cửa hàng PLH thành lựa chọn hàng đầu của những người yêu thích trà và cà phê - nói cách khác là biến các cửa hàng PLH trở thành căn phòng khách để họ có thể thưởng thức trà và cà phê khi không ở nhà - và dần dần, sẽ mang văn hóa trà-cà phê Việt Nam ra thế giới.

Công ty liên kết của chúng tôi, Techcombank là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam giữ vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực cho vay bất động sản, thu nhập từ phí dịch vụ qua các sản phẩm bảo hiểm ("bancassurance"), giao dịch qua thẻ tín dụng visa và debit, và dịch vụ quản lý tài sản. Techcombank đang tiếp tục đầu tư vào mô hình công nghệ và thu hút được số lượng lớn khách hàng lớn trải nghiệm dịch vụ ngân hàng điện tử. Năm 2022, ngân hàng đạt mức lợi nhuận trước thuế kỷ lục là 22.888 tỷ đồng.

Masan High-Tech Materials đã trở thành nhà cung cấp hàng đầu trên toàn cầu đối với một số loại khoáng sản công nghiệp quan trọng như vonfram, florit và bismut. Chúng tôi hiện nắm giữ khoảng 1/3 thị phần vonfram toàn cầu ngoài Trung Quốc. MHT đặt mục tiêu trở thành nhà sản xuất



vonfram lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc và đang xây dựng năng lực để tăng gấp đôi thị phần sản phẩm vonfram cận sâu (midstream). Sau khi mua lại nền tảng kinh doanh vonfram toàn cầu của H.C.Starck, MHT từ vị thế là một trong những mỏ vonfram lớn nhất thế giới đã chuyển mình thành công để trở thành một trong những công ty chế biến và cung cấp vonfram cận sâu lớn nhất thế giới cho các ngành công nghiệp quan trọng như cơ khí chế tạo và công cụ, khai khoáng, ô tô, năng lượng, hàng không và công nghiệp hóa chất. Việc trở thành nhà chế tạo các sản phẩm vonfram cận sâu sẽ làm gia tăng đáng kể giá trị công ty, do các sản phẩm này có giá bán trung bình cao hơn so với các sản phẩm APT hiện tại. Tuy nhiên, MHT không phải là cốt lõi trong chiến lược tập

trung vào mảng kinh doanh tiêu dùng. Do đó, ưu tiên hiện tại của chúng tôi là tối ưu hóa hoạt động của MHT để mang lại giá trị tối đa, đồng thời tiếp tục tìm kiếm các phương án chiến lược thay thế để giảm lợi ích của chúng tôi trong ngành này.

#### HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠO RA DÒNG TIỀN VỮNG MẠNH

Chúng tôi tin rằng để tăng trưởng bền vững trong một thị trường đang phát triển như Việt Nam đòi hỏi phải xây dựng các hoạt động kinh doanh tạo ra dòng tiền vững mạnh. Masan không tham gia vào hoạt động mua bán tài sản như đầu tư bất động sản hoặc hoạt động đầu cơ ngắn hạn. Chúng tôi chỉ tham gia vào những lĩnh vực có nội lực tăng trưởng mạnh, có

mô hình kinh doanh hiệu quả đã được chứng thực từ khối kinh tế tư nhân và có tiềm năng xây dựng doanh nghiệp quy mô lớn. Do đó, chúng tôi xác định hàng tiêu dùng là lĩnh vực trọng điểm của mình.

Mặc dù việc tham gia vào các lĩnh vực và danh mục tiêu dùng mới đòi hỏi đầu tư và thời gian mở rộng quy mô, Masan tin rằng thiết lập hệ sinh thái tiêu dùng O<sup>2</sup> là cách tốt nhất để đảm bảo tạo ra dòng tiền với tăng trưởng bền vững. Chúng tôi đặt mục tiêu xây dựng The CrownX trở thành nhân tố gia tăng lợi nhuận gấp nhiều lần, song hành cùng triển vọng tăng trưởng tiêu dùng của Việt Nam.

■ **Dòng tiền FMCG có thương hiệu:** Với các thương hiệu vững mạnh, năng lực phát triển sản phẩm mới và khả năng vận hành hàng đầu, MCH - mảng kinh doanh FMCG của The CrownX - tạo ra biên lợi nhuận cao và dòng tiền bền vững trong các chu kỳ kinh tế và môi trường lạm phát. Trong năm tài chính 2023, MCH đạt mức tăng trưởng lợi nhuận thuần sau thuế là 31% so với cùng kỳ năm ngoái nhờ mức tăng trưởng hai con số ở hầu hết các ngành hàng, cùng với đó là biên lợi nhuận gộp tăng đến mức cao kỷ lục là 44,9%. Tuy nhiên, bán lẻ hiện đại ngày càng phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam như một xu hướng tất yếu để đáp ứng nhu cầu đang tăng lên của người tiêu dùng, Masan dự đoán biên lợi nhuận sẽ dần chuyển dịch từ các

nhà sản xuất có thương hiệu sang các nhà bán lẻ hiện đại ("MT") khi họ củng cố vị thế thị trường của mình. Bên cạnh việc phục vụ trực tiếp người tiêu dùng và nâng cao trải nghiệm mua sắm của họ, Masan tham gia lĩnh vực bán lẻ để tiếp cận phần lợi nhuận lớn hơn trong chuỗi giá trị tiêu dùng.

- **Chiến lược cải thiện lợi nhuận và mở rộng bán lẻ hiện đại:** Kể từ khi mua lại WinCommerce, Masan đã có một bước tiến dài khi cải thiện biên EBITDA từ âm 7% năm 2019 lên đến dương 2% vào năm 2023. Sự thay đổi này là nhờ một loạt các sáng kiến bao gồm hợp lý hóa mạng lưới bán lẻ, tăng cường quan hệ đối tác với các nhà cung cấp, cải thiện hoạt động vận hành (điều chỉnh từ cấp cửa hàng đến chuỗi cung ứng), giới thiệu mô hình cửa hàng mới (WIN cho khách hàng ở khu vực thành thị và WinMart+ Rural cho khu vực nông thôn) và triển khai chương trình hội viên mới. Từ đó, Masan đã thúc đẩy hiệu quả kinh tế trên mỗi đơn vị cửa hàng đạt mức tốt nhất ở nhiều mô hình khác nhau, từ đó nhân rộng ra toàn quốc để phục vụ nhiều phân khúc khách hàng. Việc đạt được mức lợi nhuận thuần sau thuế dương lần đầu tiên vào Q4/2023 tạo nền tảng vững chắc để WCM mở rộng mạng lưới một cách bền vững và có lợi nhuận.
- **Mô hình kinh doanh O<sup>2</sup> có lợi nhuận:** Chúng tôi tin rằng chuỗi cửa hàng bán

lẻ offline vững mạnh là yếu tố quan trọng để phục vụ hiệu quả người tiêu dùng trên kênh online hoặc trên các phương tiện số khác. Thông qua việc đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng tại các điểm bán offline, xây dựng hạ tầng tiêu dùng ứng dụng công nghệ nhằm nâng cao hiệu quả và số hóa người tiêu dùng qua chương trình Hội viên WiN, Masan có thể khai thác mảng kinh doanh online bền vững hơn. Mô hình này đặc biệt phù hợp trong bối cảnh thị trường Việt Nam, nơi gần 90% hoạt động bán lẻ vẫn diễn ra tại các cửa hàng bán lẻ vật lý mặc dù thương mại điện tử đang phát triển nhanh chóng.

Đạt vị thế dẫn đầu ở kênh bán lẻ offline giúp giảm chi phí thu hút khách hàng, đồng thời khách hàng cũng có tần suất mua sắm thường xuyên hơn so với các mô hình bán lẻ online thuần túy hoặc đòi hỏi phải đầu tư để nâng cao nhận diện thương hiệu và thu hút khách bằng các chương trình khuyến mãi, chưa kể đến chi phí vốn để xây dựng hạ tầng chuỗi cung ứng. Masan đặt mục tiêu tạo sự khác biệt bằng cách phát triển một nền tảng O<sup>2</sup> tích hợp toàn diện với chiến lược POL (bắt đầu từ kênh offline) và chương trình Hội viên WiN để thu hút khách hàng, có tần suất mua sắm thường xuyên, gia tăng tiện lợi và dịch vụ được cá nhân hóa. Tất cả đều được hỗ trợ bởi dữ liệu và khả năng thấu hiểu khách hàng. Trong năm 2023, Tập

## EBITDA 2023 đạt 13.343 tỷ đồng: Dòng tiền bền vững để đầu tư qua các chu kỳ kinh doanh.

đoàn ghi nhận EBITDA đạt 13.343 tỷ đồng với lượng tiền mặt và các khoản tương đương tiền hợp nhất đạt 16.919 tỷ đồng, bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn dưới hình thức tiền gửi ngắn hạn và các hình thức đầu tư sinh lãi ngắn hạn khác. Là một tập đoàn kinh doanh tập trung vào hàng tiêu dùng thiết yếu, Masan tạo ra dòng tiền ổn định và là một trong số ít các doanh nghiệp quy mô lớn nhận được sự tin tưởng của các tổ chức tài chính. Masan đã chuẩn bị đầy đủ nguồn vốn để thanh toán các trái phiếu bằng VND đến kỳ đáo hạn trong năm 2024 – năm mà thị trường vốn tại Việt Nam, đặc biệt là thị trường trái phiếu dự kiến vẫn còn gặp khó khăn.

Như một minh chứng cho niềm tin vào nền tảng kinh doanh vững mạnh và chiến lược dài hạn của Masan, trong Q4/2023, Bain Capital, quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu với khối tài sản khoảng 180 tỷ USD, đã ký kết khoản đầu tư trị giá 250 triệu USD với Masan Group. Thương vụ này dự kiến sẽ hoàn tất trong nửa đầu năm 2024; nguồn tiền thu được sẽ giúp Masan nâng cao mức độ linh hoạt trong quản lý bảng cân đối kế toán và đầu tư vào các hoạt động kinh doanh tập trung vào người tiêu dùng. Masan đặt mục tiêu tiếp tục tối ưu hóa bảng cân đối kế toán, giảm chi phí lãi vay và giảm nợ thông qua các hành động chiến lược của công ty.

### **PHÂN BỐ NGUỒN VỐN CÂN TRỌNG VÀ HỖ SƠ NĂNG LỰC TRONG VIỆC CHUYỂN ĐỔI MÔ HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÁC CÔNG TY SÁP NHẬP**

Tính từ khi niêm yết trên sàn chứng khoán TP.HCM (HOSE), chúng tôi đã huy động được gần 4,75 tỷ USD nguồn vốn dài hạn để đầu tư vào các dự án chiến lược giúp tăng trưởng Công ty. Chúng tôi đã phân bổ nguồn vốn cân trọng bằng cách sử dụng phần lớn nguồn tiền thu được để đầu tư và tăng tỷ lệ sở hữu trong các hoạt động kinh doanh hiện hữu. Chúng tôi đã sử dụng phần lớn nguồn vốn huy động được để phụng sự những nhu cầu chưa được đáp ứng và không ngừng thay đổi của người tiêu dùng thông qua các khoản đầu tư vào Vinacafé Biên Hòa, Nước khoáng Vĩnh Hảo, nhà máy bia, Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, các công ty thức ăn chăn nuôi của Masan MEATLife, Nước khoáng Quảng Ninh, VISSAN, CTEP Bột giặt Net, 3F VIỆT, WinCommerce, Phúc Long Heritage và Mobicast. Khi sở hữu cổ phần kiểm soát của các công ty, chúng tôi áp dụng phương cách chuyển đổi kinh doanh của chúng tôi, “Masan Way”, trong việc xây dựng các doanh nghiệp hàng đầu để chuyển đổi các khoản đầu tư, thúc đẩy tăng trưởng và tạo ra giá trị. Trong thời gian tới, chiến lược phân bổ vốn của Masan sẽ tập trung vào các hoạt động kinh doanh tiêu dùng để chuyển đổi theo định hướng nền tảng “Point of Life” nhằm phục vụ người tiêu dùng tốt hơn.

Masan đã đạt được tăng trưởng kép doanh thu thuần CAGR trong giai đoạn 2008 – 2019 (trước thương vụ WCM) là 28%, trong đó một nửa là đóng góp từ các doanh nghiệp được mua bán và sáp nhập, còn lại là từ phát kiến của tăng trưởng nội tại. Trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2023, Masan đã thực hiện một số giao dịch quan trọng, chẳng hạn như mua lại WCM, HCS và PLH, và ngừng hợp nhất mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi. Các giao dịch này đã mang đến các tác động nhất định và ảnh hưởng một lần lên kết quả tài chính hợp nhất của chúng tôi, khiến cho việc so sánh pro-forma trở nên khó theo dõi hơn. Tuy nhiên, trong giai đoạn này, cả các doanh nghiệp cốt lõi và các doanh nghiệp mới mua lại nhìn chung vẫn tăng trưởng, bất chấp những diễn biến phức tạp của dịch COVID-19. Từ năm 2019 đến năm 2023, MCH tăng trưởng doanh thu thuần CAGR đạt mức 11,4% và mảng thịt của MML (không bao gồm thức ăn chăn nuôi) tăng 29% từ năm 2019 đến năm 2022. Mặc dù doanh thu thuần của WCM không cải thiện đáng kể do hợp lý hóa mạng lưới điểm bán và tập trung vào lợi nhuận, nhưng biên EBITDA của WCM đã tăng từ âm 7% trong năm 2019 lên dương 2% trong năm 2023.

Kể từ khi mua lại, Masan đã mở rộng quy mô hoạt động của Phúc Long Heritage với 156 cửa hàng hoạt động ngoài WCM và biên EBITDA thuộc hàng cao trên thế giới là 23% trong năm 2023. Trong một thị



trường đầy thách thức, PLH đã cải thiện lợi nhuận khi EBITDA của công ty tăng lên đến 17%, so với 13% trong năm 2022. Các kết quả tài chính này cho thấy Masan không mua lại các doanh nghiệp để “mua doanh thu”. Chúng tôi đầu tư vào thương hiệu, nguồn nhân lực, công nghệ, và hệ thống phân phối để có thể củng cố vị thế khi mở rộng sang lĩnh vực mới và nắm bắt các cơ hội mới. Sau khi thực hiện sáp nhập doanh nghiệp, chúng tôi chú trọng thực hiện chuyển đổi hoạt động của doanh nghiệp đó. Chúng tôi vô cùng tự hào khi các thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ, và các sáng kiến chiến lược khác đã ra mắt thị

trường hoặc đã được triển khai sau khi sáp nhập đều đóng góp doanh thu và/hoặc lợi nhuận lớn vào hoạt động kinh doanh của chúng tôi.

### **“Masan Way” - Phương cách chuyển đổi**

Sự tăng trưởng bền vững chỉ có thể đạt được nhờ việc xây dựng hệ thống và nền tảng vận hành tốt nhất. Khi tham gia vào một ngành, chúng tôi phát triển một chiến lược riêng cũng như các mô hình kinh doanh có thể nhân rộng để vươn đến vị thế dẫn đầu thị trường trong từng lĩnh

vực. Điều này cho phép chúng tôi không ngừng đầu tư vào những hệ thống vận hành tốt nhất. Trong những năm qua, chúng tôi đã đầu tư phát triển những sản phẩm mới, xây dựng thương hiệu, nhà máy sản xuất, phân phối và quan trọng nhất là nguồn nhân lực.

### **NHÃN HIỆU ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG TÍN NIỆM**

Chúng tôi đã phát triển các nền tảng FMCC có thương hiệu (thực phẩm, đồ uống và thịt) thành những doanh nghiệp dẫn đầu thị trường với thương hiệu mạnh. Chúng tôi tự phát triển hoặc mua lại các thương hiệu mạnh được người tiêu dùng tin yêu – chiến lược này phù hợp với niềm tin của chúng tôi trong việc tập trung vào nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng. Chúng tôi phát triển thương hiệu mạnh bằng cách vận dụng hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng Việt Nam và đầu tư vào các phương thức truyền thông phù hợp để xây dựng nhận thức và niềm tin, nhờ đó kiến tạo nên các thương hiệu mạnh. Trong thị trường mà người tiêu dùng rất nhạy cảm về giá, chúng tôi tự hào đã chuyển đổi những sản phẩm vốn chỉ được xem là hàng hóa nguyên liệu thành các sản phẩm có thương hiệu mạnh, nhờ đó có thể duy trì lòng trung thành của người tiêu dùng ở các phân khúc giá khác nhau mà vẫn đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam.



Các nhãn hàng FMCG chính của chúng tôi bao gồm ngành hàng gia vị với CHIN-SU, Nam Ngư và Tam Thái Tử; ngành hàng thực phẩm tiện lợi (bao gồm mì ăn liền, cháo) có Omachi, Kokomi; ngành hàng đồ uống có Vinacafé, Wake-up, Wake-up 247, Compact, Lemona, Vĩnh Hảo, Vivant, Quang Hanh, Sứ Tử Trắng và Red Ruby.

Chúng tôi tự hào về cách CHIN-SU, Nam Ngư, Omachi, Kokomi và Wakeup 247 đã hiện diện trong đời sống hằng ngày của người tiêu dùng Việt Nam. Tính đến cuối năm 2023, Masan Consumer sở hữu 5 thương hiệu với doanh thu trên 2.000 tỷ đồng, tự hào là các thương hiệu mạnh trong các danh mục ngành hàng lớn.

Đặc biệt, thương hiệu CHIN-SU được vinh danh là “Thương Hiệu Vàng của giới trẻ”, dựa trên kết quả khảo sát thực hiện bởi Kantar trong khuôn khổ “Thương

Hiệu Vàng TP. HCM” 2023 nhằm tôn vinh những thương hiệu thành công trong việc xây dựng một hình ảnh tích cực và ảnh hưởng lớn đến thế hệ tiêu dùng trẻ. Doanh nghiệp kinh doanh cà phê của chúng tôi, Vinacafé Biên Hòa, một lần nữa được vinh danh tại chương trình “Thương hiệu Quốc gia Việt Nam” do Bộ Công Thương chủ trì. Đây là năm thứ 8 liên tiếp Vinacafé Biên Hòa đạt giải thưởng cao quý này kể từ năm 2008. Red Ruby đã được xướng tên trong hai bảng xếp hạng bia Lager danh giá tại Giải Vô địch Bia Châu Á 2023, khẳng định vị trí bia Lager xuất sắc nhất trong khu vực.

Chúng tôi áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) đối với mảng kinh doanh thịt tích hợp. Quý 4/2018, chúng tôi đã giới thiệu sản phẩm thịt heo mát thương hiệu “MEATDeli” với định vị thương hiệu là sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn, chất lượng với mức giá hợp

lý. Áp dụng cách tiếp cận xây dựng thương hiệu FMCG, MML là công ty đầu tiên tiếp thị sản phẩm thịt tươi thông qua quảng cáo trên TV. Từ năm 2019 đến năm 2023, MEATDeli được tạp chí VnEconomy – một trong những tạp chí hàng đầu về kinh tế - bình chọn là một trong 10 “Thương hiệu và sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam”.

Ngân hàng Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, cũng là một thương hiệu được tín nhiệm và biết đến rộng rãi tại Việt Nam. Năm 2023, Techcombank đã được vinh danh với nhiều giải thưởng uy tín như “Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam”, “Nền tảng Ngân hàng số cho doanh nghiệp tốt nhất thế giới”, “Ứng dụng ngân hàng số tốt nhất khu vực Châu Á Thái Bình Dương” do Global Finance bình chọn, “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam” theo FinanceAsia, “Ngân hàng số tốt nhất năm 2023” bởi The Asset Triple A Digital Awards và “Ngân hàng bán

## Các cửa hàng WIN và chương trình Hội viên WIN mới chỉ là bước khởi đầu trong hành trình ứng dụng công nghệ nhằm mang đến trải nghiệm vượt trội cho người tiêu dùng.

lẻ tốt nhất Việt Nam”, “Mô hình ngân hàng số tốt nhất tại Châu Á Thái Bình Dương và Việt Nam - Inspire”, “Chuyển đổi nền tảng đám mây tốt nhất tại Việt Nam” theo The Asian Banker.

Với việc mua lại WinCommerce, Công ty Cổ phần Bột giặt Net, Phúc Long Heritage và Mobicast, đồng thời thành lập The CrownX, chúng tôi đặt mục tiêu áp dụng năng lực xây dựng thương hiệu của mình để thúc đẩy tăng trưởng trong tương lai với một loạt các sản phẩm và dịch vụ uy tín trên hệ sinh thái bán lẻ tiêu dùng tích hợp, chiến lược Point of Life của chúng tôi. Năm 2023, WinCommerce đã được vinh danh là “Nhà bán lẻ của năm” tại Lễ trao giải Asia Fruit Awards 2023.

### PHÁT KIẾN VÌ TƯƠNG LAI – CỬA HÀNG WIN VÀ CHƯƠNG TRÌNH HỘI VIÊN WIN CHỈ MỚI LÀ BƯỚC KHỞI ĐẦU

Quá trình xây dựng thương hiệu hàng đầu thị trường của Masan sẽ không thể thành công nếu thiếu các phát kiến và ứng dụng công nghệ mới mang lại giá trị cho người tiêu dùng. Các phát kiến và công nghệ của chúng tôi không chỉ giúp người tiêu dùng chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày, mà còn thúc đẩy việc phát triển các giải pháp mới và giúp đẩy mạnh việc cao cấp hóa và cá nhân hóa các sản phẩm, dịch vụ của chúng tôi trên tất cả ngành hàng.

Nền tảng bán lẻ tiêu dùng của Masan, The CrownX, là công ty tiên phong mang đến các

sản phẩm đột phá và dịch vụ vượt trội để đáp ứng nhu cầu ngày càng được nâng cao của người tiêu dùng Việt Nam. WinCommerce, nền tảng bán lẻ nhu yếu phẩm của chúng tôi không ngừng áp dụng các sáng kiến mới để mang lại giá trị gia tăng cho người tiêu dùng. Năm 2021, WCM tiếp tục tăng tốc hiện thực hóa chiến lược Point of Life (“POL”) bằng cách thử nghiệm và sau đó triển khai mô hình mini mall mang thương hiệu “WIN” nhằm cung cấp nhiều sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (nhu yếu phẩm, chăm sóc sức khỏe, chuỗi F&B, dịch vụ tài chính và các dịch vụ khác) tại một điểm đến duy nhất. Kể từ đó, WCM không ngừng phát triển và thành công mang đến mô hình cửa hàng phù hợp với người tiêu dùng thành thị với mô hình cửa hàng WIN (tập trung vào trải nghiệm của người tiêu dùng, đa dịch vụ và cung cấp sản phẩm tươi sống chất lượng cao), và người tiêu dùng nông thôn với mô hình WinMart+ Rural (tập trung hơn vào các sản phẩm hàng hóa khô chất lượng với mức giá hợp lý). Các cửa hàng của WCM đã cải thiện đáng kể về lưu lượng khách cũng như lợi nhuận sau khi chuyển đổi sang mô hình mới là siêu thị mini. Chúng tôi cũng đã thí điểm chương trình Hội viên WIN vào Q4/2022 và triển khai trên toàn quốc vào tháng 1/2023. Hơn 8 triệu hội viên đã đăng ký tính đến cuối năm 2023 và chi tiêu từ hội viên đóng góp khoảng 55% doanh thu của WCM. Đáng chú ý, tổng chi tiêu hàng tháng của mỗi hội viên thể hiện mức tăng ổn định, đạt 581.000 đồng vào tháng 12/2023, so với mức 486.000 đồng vào tháng 3/2023. Chương trình khách hàng thân thiết này đã

mang đến cho người tiêu dùng các chương trình ưu đãi xuyên suốt trong cả năm áp dụng cho các mặt hàng tươi sống, cùng với các ưu đãi hàng tháng và hàng tuần qua đó gia tăng khả năng thu hút khách hàng. Chương trình Hội viên WIN là bước đầu tiên của chúng tôi trong việc số hóa dữ liệu người tiêu dùng, tận dụng tần suất mua sắm cao của mặt hàng nhu yếu phẩm để thúc đẩy chương trình Hội viên tích hợp và cá nhân hóa cao hơn.

Các cửa hàng WIN và chương trình Hội viên WIN mới chỉ là bước khởi đầu trong hành trình ứng dụng công nghệ nhằm mang đến trải nghiệm vượt trội cho người tiêu dùng. Bức tranh lớn hơn là số hóa toàn bộ cơ sở hạ tầng tiêu dùng từ sản xuất đến bán lẻ, đồng thời phát triển nền tảng tích hợp giữa thương mại hiện đại và thương mại truyền thống để thúc đẩy hiệu quả trong một thị trường rất phân mảnh và thiếu tổ chức. Nỗ lực này sẽ là những đổi mới mang tính quyết định tiếp theo của Masan cho năm 2023 và xa hơn nữa. Chúng tôi đã ra mắt WIN AI, một hệ thống POS thông minh cho phép nhân viên thu ngân đưa ra lời khuyên với nhiều thông tin chuyên sâu riêng cho từng khách hàng tại điểm bán hàng. Đây là phiên bản AI đầu tiên của chúng tôi hoạt động trong môi trường ngoại tuyến, bên cạnh nhiều AI khác đang theo dõi đa kênh. Nếu thành công, chúng tôi sẽ trở thành nền tảng được người tiêu dùng lựa chọn bằng cách mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho người tiêu dùng, đồng thời giúp người tiêu dùng tiết

## Một trong những mạng lưới phân phối hàng tiêu dùng nhanh lớn nhất với 300.000 điểm bán hàng/phục vụ người tiêu dùng.



chặt chẽ với WinCommerce và chương trình Hội viên WiN để phát triển sản phẩm mới dựa trên nền tảng phân tích và thấu hiểu hành vi khách hàng.

MML là công ty đầu tiên tại Việt Nam đưa ra thị trường sản phẩm thịt heo mát và thịt gà mát với thương hiệu “MEATDeli” được chế biến theo công nghệ thịt ủ mát Châu Âu. Thịt được làm mát và trữ trong 24h ở nhiệt độ vàng 0 - 4 độ C để tăng hương vị và kết cấu của thịt, đồng thời giữ trọn dinh dưỡng và đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Kế tiếp, thịt được pha lóc, đóng gói và vận chuyển trong suốt nhiệt độ này đến người tiêu dùng cuối cùng tại các điểm bán hàng để đảm bảo thịt sạch và tươi ngon. Quy trình này vừa tuân thủ tiêu chuẩn quốc gia TCVN 12429-1:2018 về thịt mát vừa tuân thủ nghiêm ngặt tiêu chuẩn BRC – tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm. Cam kết đổi mới sáng tạo và làm những điều khác biệt còn được thể hiện trong việc phát triển trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của chúng tôi tại Nghệ An. Đây là trang trại có quy mô lớn nhất của tỉnh. Chúng tôi đã áp dụng công nghệ tiên tiến nhất để quản lý việc cho ăn, nhiệt độ, ánh sáng, mức tiêu thụ năng lượng và xử lý chất thải cho toàn bộ quy trình chăn nuôi. Thông qua chương trình Hội viên WiN, thịt ủ mát MEATDeli đã tiếp cận được hơn 2,4 triệu khách hàng, mang đến cơ hội sử dụng sản phẩm thịt chất lượng cao với giá cả hợp lý, trở thành một thương hiệu ấn tượng trong lòng người

tiêu dùng, củng cố vị thế dẫn đầu trong ngành hàng thịt có thương hiệu.

kiệm ít nhất 5% chi phí cho các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày.

Với bề dày kinh nghiệm và thành tích nghiên cứu, đổi mới sáng tạo, chúng tôi phát triển các sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh khắt khe nhất, giá cả phải chăng, tươi ngon và tốt cho sức khỏe. 2023 Masan Consumer ghi dấu ấn bởi các phát kiến đột phá ở tất cả các ngành hàng. Trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng (Consumer Innovation Center) với sứ mệnh lắng nghe và thấu hiểu người tiêu dùng được Masan đưa vào hoạt động từ tháng 6/2023. Tại trung tâm này, chúng tôi đã gặp gỡ, trò chuyện, trao đổi với cộng đồng

“Consumers in love” - những người tin yêu sử dụng sản phẩm nhằm tìm kiếm những ý tưởng sáng tạo và những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng để phát triển các phát kiến mới phục vụ người tiêu dùng. Bên cạnh đó, đội ngũ chuyên gia nghiên cứu & phát triển hàng đầu của chúng tôi liên tục cập nhật các công nghệ tiên tiến nhằm đưa ra thị trường các sản phẩm mới với tiêu chuẩn vượt trội. Trong năm 2023, MCH đã ra mắt khoảng 52 sản phẩm mới trên tất cả các ngành hàng. Một số phát kiến mới tiêu biểu bao gồm Lẩu tự sôi Omachi (thực phẩm tiện lợi), EnerZ và Bupnon Tea365 (đồ uống), Chanté và Sopa (chăm sóc cá nhân và gia đình). Trong những năm tới, Masan Consumer sẽ tiếp tục phối hợp

vonfram mới trong các phân khúc tăng trưởng nhanh và có hàm lượng công nghệ cao hơn như pin (do nhu cầu cao trong lĩnh vực xe điện) và chế tạo đắp lớp.

Trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, chúng tôi chú trọng vào đổi mới sáng tạo và nỗ lực vượt lên trước các đối thủ cạnh tranh, điều này cũng được thể hiện tốt tại Techcombank. Ngân hàng đang phát triển mô hình “Tiêu dùng - Công nghệ” để phục vụ khách hàng cá nhân tốt hơn. Trong năm 2022, chúng tôi cải tiến một mô hình mới để mang dịch vụ tài chính đến với đại chúng bằng cách tận dụng mạng lưới cửa hàng vật lý của Masan và các sản phẩm và dịch vụ tài chính của Techcombank. T-Pay – giải pháp thanh toán hợp tác với Techcombank là bước đột phá đầu tiên trong chiến lược này. Người tiêu dùng bây giờ có thể mở tài khoản ngân hàng Techcombank chỉ trong vòng 5 phút bằng eKYC khi mua sắm tại chuỗi WCM. Sau đó, người tiêu dùng có thể nhận ưu đãi khi mua nhu yếu phẩm bằng cách thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ của T-Pay.

Hiện nay, MHT là một nền tảng vật liệu tích hợp toàn cầu tập trung vào các sản phẩm vonfram công nghệ cao và các giải pháp kinh tế tuần hoàn. Công ty đang vận hành quá trình xử lý vonfram cùng các nhà máy tái chế tiên tiến, trở thành một trong những cổ đông lớn nhất của Nyobolt, công ty tiên phong trong hệ thống pin hiệu suất cao và sạc siêu nhanh sử dụng vonfram làm vật liệu thành phần cho lớp phủ cực dương. Hiện tại, MHT đang phát triển các ứng dụng

TIẾP CẬN NGƯỜI TIÊU DÙNG - KHÔNG CHỈ LÀ PHÂN PHỐI

Tại Masan Group, chúng tôi luôn tự hào về khả năng tiếp cận người tiêu dùng. Trong một thị trường mà 65% dân số vẫn sống ở khu vực nông thôn, năng lực xây dựng mạng lưới phân phối để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ của chúng tôi là động lực quan trọng dẫn đến thành công.

Ngày nay, các sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu của chúng tôi được bán tại khoảng 300.000 điểm bán lẻ và 98% hộ gia đình Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan. WinCommerce, nhà bán lẻ nhu yếu phẩm lớn nhất Việt Nam có hơn 3.600 siêu thị và siêu thị mini trên toàn quốc. Phúc Long Heritage, chuỗi F&B hàng đầu, phục vụ các sản phẩm trà và cà phê thông qua 156 cửa hàng bán lẻ (hoạt động ngoài WCM). Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, là một trong những ngân hàng bán lẻ lớn nhất Việt Nam với hơn 300 chi nhánh và trung tâm giao dịch.

Tuy nhiên, mạng lưới điểm bán rộng khắp dù quan trọng nhưng chưa đủ để Masan xây dựng thành công hệ sinh thái tiêu dùng công nghệ. Với mạng lưới này, chúng tôi phải nỗ lực hơn nữa để tận dụng tập khách

hàng lớn, dữ liệu thói quen tiêu dùng cũng như tần suất tương tác cao để tăng thời gian kết nối và chinh phục khách hàng trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng thay đổi nhanh chóng. Tập khách hàng của chúng tôi bao gồm hơn 8 triệu Hội viên WiN, đây là những khách hàng chi tiêu gấp 1,4 lần mỗi lần đến mua so với khách hàng không phải Hội viên, và số lượng Hội viên WiN đang ngày càng gia tăng tại chuỗi WinCommerce. Bên cạnh đó là 13 triệu khách hàng của Techcombank (chủ yếu thuộc phân khúc khá giả) và những người tiêu dùng trẻ tuổi, am hiểu kỹ thuật số của Phúc Long Heritage. Những khách hàng này thực hiện 10 đến 20 giao dịch mỗi tháng trong hệ sinh thái của chúng tôi với thời gian tương tác từ 15 đến 25 giờ mỗi tháng. Với dịch vụ di động Wintel và các dịch vụ số, Masan không chỉ thu hút được nhiều khách hàng hơn nhờ tăng trưởng thuê bao, mà còn có thể tăng thời gian tương tác của người tiêu dùng trong hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ tích hợp O<sup>2</sup>.

### THỨC ĐẨY NĂNG SUẤT VỚI NHỮNG NHÀ MÁY SẢN XUẤT ĐẲNG CẤP THẾ GIỚI

Chúng tôi đã xây dựng và vận hành nhiều cơ sở sản xuất và chế biến hiện đại tại Việt Nam được đánh giá là tốt nhất không chỉ ở Việt Nam mà trên toàn cầu. Nhờ hiệu quả từ quy mô lớn, chúng tôi hướng tới việc thúc đẩy năng suất nhằm đáp ứng các nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng với mức giá hợp lý hơn.

Các sản phẩm hàng tiêu dùng được sản xuất tại các nhà máy ở Bình Dương, TP.Hồ Chí Minh, Hậu Giang, Phú Quốc, Hải Dương, Đồng Nai, Biên Hòa, Long Thành, Bình Thuận, Phú Yên, Quảng Ninh và Nghệ An. Mạng lưới nhà máy sản xuất rộng hơn trên khắp Việt Nam giúp chúng tôi tiết kiệm chi phí phân phối, đáp ứng khẩu vị của từng địa phương và nâng cao hiệu quả nhờ áp dụng thiết bị và công nghệ sản xuất tiên tiến nhất mang đẳng cấp thế giới. Nhờ vậy, những sản phẩm của Công ty đạt tiêu chuẩn cao nhất về vệ sinh, an toàn thực phẩm cũng như hiệu suất với chất lượng đồng nhất. Đơn cử, chúng tôi là công ty đầu tiên trên thế giới thiết kế và xây dựng dây chuyền sản xuất nước mắm hoàn toàn tự động.

Đầu năm 2017, chúng tôi đã đưa vào hoạt động Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm tại Bình Dương. Với khoản đầu tư gần 3 triệu USD, chúng tôi tự hào khi có được một trong các Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm lớn nhất Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống. Trung tâm R&D gồm 3 tầng với phòng thí nghiệm, phòng ăn, phòng thử nghiệm và khu vực làm việc.

Chúng tôi vận hành trang trại chăn nuôi heo quy mô lớn rộng 223 ha tại tỉnh Nghệ An với tổng vốn đầu tư xây dựng là 1.400 tỷ đồng. Chúng tôi cũng dành 200 tỷ đồng xây dựng các công trình thân thiện với môi trường như nhà máy xử lý nước thải và nhà máy điện khí sinh học. Chúng tôi tin rằng đây là trang trại chăn nuôi heo lớn nhất cả

nước, đáp ứng tiêu chuẩn GLOBAL G.A.P và thể hiện xu hướng áp dụng công nghệ, mở rộng quy mô để nâng cao năng suất bền vững trong lĩnh vực chăn nuôi.

Tháng 12/2018, chúng tôi đã đưa vào hoạt động tổ hợp chế biến thịt mát tại Hà Nam và áp dụng công nghệ, thiết bị nhập khẩu từ châu Âu cho toàn bộ quy trình sản xuất để mang sản phẩm thịt mát đến với thị trường, đây là một sản phẩm rất phổ biến tại các nước phát triển nhưng với thị trường Việt Nam thì vẫn còn là khái niệm mới. Công suất chế biến của tổ hợp là 1,4 triệu cá thể heo/năm, tương đương 140.000 tấn thịt thành phẩm/năm. Tổ hợp có giá trị đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng và được xây dựng trên khu đất rộng 4ha. Nhờ vậy, chúng tôi có thể đưa ra thị trường sản phẩm thịt mát thương hiệu MEATDeli. Tháng 10/2020, chúng tôi đã đưa vào vận hành tổ hợp chế biến thịt mát thứ 2 tại Long An, với công suất tương tự như ở miền Bắc Việt Nam, nhằm phục vụ người tiêu dùng tại TP.HCM và các khu vực lân cận các sản phẩm thịt tươi, an toàn và có thể truy xuất nguồn gốc.

Là một phần trong nỗ lực số hóa cơ sở hạ tầng tiêu dùng của chúng tôi, từ sản xuất sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng và phát triển nền tảng MT-GT tích hợp, Masan đã và đang đầu tư phát triển năng lực chuỗi cung ứng và hậu cần. Chúng tôi đã thành lập Supra - công ty con chuyên về logistics ứng dụng công nghệ nhằm cung ứng hàng hóa hiệu

quả từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng. Supra hiện đang điều hành lần lượt 7 trung tâm phân phối cho hàng hóa khô và 9 trung tâm phân phối cho hàng tươi sống. Mạng lưới phân phối trên toàn quốc này sẽ tiếp tục phát triển hơn nữa trong thời gian tới. Các trung tâm phân phối của chúng tôi được tập trung hóa và được hỗ trợ bởi ứng dụng công nghệ, cho phép thúc đẩy hiệu quả kinh tế trên quy mô lớn và sử dụng các chiến lược hậu cần hiệu quả để hàng ngày phục vụ mạng lưới hơn 3.600 cửa hàng với chi phí tối ưu. Chúng tôi cũng triển khai mô hình ít chi phí đầu tư, ưu tiên thuê các cơ sở của mình. Theo đó, Supra đã đảm nhận phân phối 50% lượng hàng hóa của WCM trong năm 2023, giảm 11% chi phí logistics trên mỗi sản phẩm của WCM so với cùng kỳ năm ngoái. Cột mốc quan trọng tiếp theo của Supra là khả năng điều hành hoạt động logistics, không chỉ của WCM mà còn của các doanh nghiệp khác trong hệ sinh thái tiêu dùng của chúng tôi. Chúng tôi tin rằng năng lực logistics từ Supra, kết hợp với các thành phần khác của nền tảng người tiêu dùng O<sup>2</sup>, có thể được tận dụng để gia tăng hiệu quả của các cửa hàng truyền thống. Việc đưa các đối tác GT tham gia vào nền tảng bán lẻ tiêu dùng tích hợp của Masan sẽ mang lại lợi ích cho cả hai bên để cùng nhau đạt được mục tiêu phục vụ tất cả người tiêu dùng Việt Nam, không phân biệt dù là mua sắm trên kênh thương mại truyền thống hay hiện đại. Ngoài ra, khi Supra tăng mật

độ mạng lưới và tiếp tục nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ, như dự báo nhu cầu và tự động bổ sung, điều đó sẽ giúp chúng tôi cải thiện khả năng và giảm chi phí phục vụ người tiêu dùng.

Trong lĩnh vực chế biến vật liệu công nghiệp công nghệ cao, chúng tôi đã xây dựng nhà máy chế biến quy mô lớn đạt tiêu chuẩn quốc tế đầu tiên của Việt Nam, có khả năng sản xuất bốn loại khoáng sản và kim loại khác nhau từ một thân quặng đơn. Nhà máy chế biến có dây chuyền sản xuất vonfram hiện đại và tiên tiến nhất thế giới, đây cũng là dự án vonfram mới đầu tiên được đưa vào vận hành sau hơn một thập niên vừa qua. Quan trọng hơn cả, trong năm 2020, chúng tôi đã mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của H.C.Starck để hiện thực hoá tầm nhìn trở thành nhà chế biến sâu hoá chất công nghiệp vonfram với quy mô và ảnh hưởng toàn cầu.

**KHÔNG CHỈ DỪNG LẠI Ở SẢN PHẨM VÀ THƯƠNG HIỆU – MỤC TIÊU CỦA CHÚNG TÔI LÀ XÂY DỰNG NỀN TẢNG “POINT OF LIFE” VÀ “B2B2C”**

Tuy các yếu tố của Phương cách Masan vẫn rất cần thiết để xây dựng một doanh nghiệp thành công tại Việt Nam, nơi người dân cần được đáp ứng hiệu quả hơn cho các nhu cầu cơ bản, Masan đã dành nhiều thời gian để chuẩn bị cho tương lai. Trong giai đoạn đầu phát triển kinh tế tại Việt

**WinMart WinMart+ Win IS ALL YOU NEED**

**ƯU ĐÃI ĐẶC QUYỀN HỘI VIÊN Win**

**365 NGÀY TIẾT KIỂM 20%**

**Toàn bộ Rau sạch & Thịt sạch**

**WinEco | MEAT Deli**

**HỘI VIÊN Win**

Nam, người tiêu dùng chủ yếu quan tâm đến các sản phẩm cơ bản trong bối cảnh tỷ lệ hộ nghèo và mức độ khan hiếm hàng hóa còn khá lớn. Bất cứ doanh nghiệp nào có thể sản xuất các sản phẩm cơ bản đều là những doanh nghiệp thành công. Khi các sản phẩm đó được sản xuất với số lượng lớn hơn, các công ty có hệ thống phân phối sản phẩm lớn hơn sẽ chiếm lĩnh thị trường. Tiếp đến, các thương hiệu và phát kiến đáng tin cậy sẽ trở thành yếu tố khác biệt để mang đến thành công.

Tuy nhiên, ngày nay, người tiêu dùng không chỉ đơn thuần tìm kiếm các sản phẩm đáp ứng những nhu cầu cơ bản hay thậm chí là thương hiệu. Họ muốn có những trải nghiệm chất lượng hơn, cảm thấy tiện lợi và có nhiều lựa chọn hơn về hàng hóa, cách thức mua sắm (trực tuyến hay tại cửa hàng), cách thức thanh toán và thậm chí phương thức sử dụng hàng hóa. Với danh mục dịch vụ và sản phẩm đa dạng, khả năng xây dựng thương hiệu, sự vượt trội về khả năng tiếp cận khách hàng và cam kết đầu tư vào công nghệ và đổi mới, chúng tôi tin rằng Masan có tất cả các mảnh ghép cần thiết để xây dựng một hệ sinh thái tiêu dùng O<sup>2</sup> liền mạch giúp giải quyết phần lớn nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng.

Chúng tôi xây dựng hạ tầng để kết nối tốt hơn với người tiêu dùng trong hệ sinh thái sẵn có của mình - từ sản xuất, mạng lưới cửa hàng offline, năng lực

AI/ML, chương trình hội viên, nền tảng logistics không yêu cầu nhiều vốn đầu tư và phương thức thanh toán số hóa. Chúng tôi cũng đặt mục tiêu mở rộng và nâng cấp hạ tầng dành cho người tiêu dùng này để kết hợp với kênh phân phối hàng hoá truyền thống và người tiêu dùng cuối của họ, khi mà gần 90% người tiêu dùng Việt Nam vẫn mua sắm ở các cửa hàng truyền thống. Chiến lược B2B2C này có thể tận dụng mối quan hệ rộng mở với các thương hiệu và nền tảng logistics của chúng tôi để giao hàng cho đối tác thương mại truyền thống và cho phép cả đối tác thương mại truyền thống và người tiêu dùng của họ tham gia vào nền tảng Hội viên WiN, qua đó giúp tăng đáng kể phạm vi tiếp cận và điểm tiếp xúc của chúng tôi với người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi sẽ tiếp tục thử nghiệm và phát triển để tạo ra mô hình ưu việt nhất.

### ĐỘI NGŨ NHÂN LỰC CÓ TINH THẦN PHỤNG SỰ NGƯỜI TIÊU DÙNG

Trên thị trường khan hiếm nhân sự có kinh nghiệm, chúng tôi đã đầu tư xây dựng đội ngũ quản lý chuyên nghiệp mạnh mẽ ở tất cả các cấp trong tổ chức. Chúng tôi tin tưởng vào việc tuyển dụng các chuyên gia có kinh nghiệm quốc tế và năng lực thực thi kinh doanh tại các thị trường mới nổi thông qua hoạt động xây dựng thương hiệu, phân phối tại địa phương và phát triển sản phẩm mới, từ đó chuyển đổi kinh

doanh dựa trên công nghệ. Đội ngũ quản lý của chúng tôi đóng vai trò then chốt trong việc biến Masan Group từ một văn phòng tư nhân nhỏ với danh mục đầu tư và kinh doanh dàn trải thành một trong những tập đoàn tư nhân lớn nhất của Việt Nam tập trung vào việc đáp ứng nhu cầu chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng.

Đội ngũ nhân lực của Masan là những chuyên gia trẻ đến từ khắp nơi trên thế giới, có nhiều kinh nghiệm và có khả năng linh hoạt để thực hiện các dự án đa dạng nhằm tạo ra giá trị cao nhất cho cổ đông. Đội ngũ của chúng tôi tuy có thể có nền tảng kinh nghiệm khác nhau nhưng chúng tôi cùng chia sẻ văn hóa chung và độc đáo là “Masan Way” với những đặc tính sau:

- Kiên định với hành trình phụng sự người tiêu dùng
- Kiên định tạo ra giá trị chuyển đổi
- Kiên định với tinh thần doanh nhân
- Kiên định với tầm nhìn dài hạn
- Kiên định với mục tiêu lý tưởng

Nhiều nhân viên của chúng tôi cũng đồng thời là cổ đông của Công ty.

## Lịch sử đổi mới của Tập đoàn Masan

Công ty tiền thân đầu tiên của Tập đoàn Masan được thành lập năm 1996, hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực thực phẩm và hàng tiêu dùng châu Á tại thị trường Đông u. Trong những ngày đầu, chúng tôi chủ yếu tập trung vào thị trường Đông u và sản phẩm chủ yếu của chúng tôi là các loại nước chấm và mì ăn liền. Sau đó chúng tôi bắt đầu sản xuất tại Việt Nam khi hoạt động xuất khẩu tăng mạnh. Đến năm 2000, chúng tôi tập trung hơn vào thị trường trong nước và ra mắt thành công nước tương cao cấp CHIN-SU vào năm 2002. Thành công của CHIN-SU được tiếp nối bởi các thương hiệu Nam Ngư (nước mắm phổ biến nhất tại Việt Nam) và Tam Thái Tử (nước tương phổ biến nhất tại Việt Nam).

Năm 2007, Masan tham gia ngành hàng thực phẩm tiện lợi với sự ra mắt của Omachi, nhãn hiệu mì ăn liền cao cấp. Gần đây, chúng tôi đã mở rộng danh mục thực phẩm tiện lợi với sự ra đời của Kokomi (mì ăn liền cho phân khúc phổ thông). Hiện chúng tôi giữ thị phần đứng thứ hai trong ngành hàng này nói chung và đứng đầu trong phân khúc cao cấp tại Việt Nam.

Năm 2008, Masan đã tái cơ cấu và đặt tên là Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan, bao gồm mảng kinh doanh thực phẩm tăng trưởng nhanh và giữ 20% cổ phần tại ngân hàng Techcombank, giúp Tập đoàn có quy mô lớn hơn và tiến đến phục vụ tầng lớp trung lưu đang nổi tại Việt Nam. Tập đoàn Masan được niêm yết trên sàn giao dịch

chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh vào ngày 5/11/2009 với mã chứng khoán “MSN”, và ngay lập tức trở thành công ty lớn thứ sáu tại Thị trường Chứng khoán Việt Nam theo giá trị vốn hóa. Trong năm 2009, một số nhà đầu tư nổi tiếng toàn cầu như TPG đã trở thành cổ đông của Tập đoàn.

Năm 2010, Masan mua lại cổ phần kiểm soát của mỏ Núi Pháo, một trong những mỏ vonfram lớn nhất thế giới và thành lập Công ty Masan Resources. Tập đoàn Masan cũng tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank trong năm này.

Năm 2011, Masan gia nhập thị trường đồ uống qua việc mua lại cổ phần kiểm soát tại Vinacafé Biên Hòa, nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất Việt Nam. Kể từ đó, Tập đoàn đã phát triển mảng kinh doanh đồ uống để trở thành không chỉ là nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất Việt Nam với các nhãn hàng Vinacafé và Wake-Up, mà còn là công ty nước khoáng nội địa lớn nhất với các nhãn hàng như Vĩnh Hảo và Quang Hanh. Tháng 4/2011, KKR, một công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu, đã đầu tư 159 triệu USD vào mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Masan. Hai năm sau, KKR đã tăng giá trị đầu tư thêm 200 triệu USD.

Năm 2014 đánh dấu năm hoạt động đầu tiên của Masan Resources với việc khánh thành nhà máy chế biến khoáng sản Núi Pháo. Khi đạt được cột mốc này, Masan trở thành công ty đầu tiên trên thế giới



trong hơn một thập kỷ vừa qua đưa một dự án vonfram mới vào vận hành. Masan Resources được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán UPCoM vào tháng 9/2015.

Vào tháng 9/2014, Masan giới thiệu nhãn hàng Sư Tử Trắng, sản phẩm bia phổ thông đạt tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại Việt Nam trong năm 2015. Trong nửa đầu năm 2015, Masan thành lập Masan Nutri-Science nhằm thâm nhập và chuyển đổi chuỗi giá trị thịt của Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu và chất lượng cao để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn.

Vào tháng 12/2015, Singha, nhà sản xuất bia đầu tiên và lớn nhất Thái Lan, đã ký kết thỏa thuận hợp tác với Masan để trở thành cổ đông lớn trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Tập đoàn và cũng là cổ đông trực tiếp nắm giữ 33,3% trong lĩnh vực kinh doanh bia của Masan Group. Thỏa thuận với Singha là giao dịch M&A lớn nhất từ trước đến nay ở Việt Nam, cho phép hai đối tác phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng trong khu vực “Inland ASEAN” (bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào), với danh mục sản phẩm thực phẩm và đồ uống cùng hệ thống phân phối của mình. Trong vòng 1 năm sau khoản đầu tư đầu tiên của Singha, Masan đã tung ra sản phẩm nước mắm CHIN-SU Yod Thong tại Thái Lan.

Vào tháng 3/2016, đề hướng đến mô hình kinh doanh tập trung vào người tiêu dùng và củng cố thị trường chuỗi giá trị thịt qua việc xây dựng thương hiệu, hệ thống phân phối và phương thức thực thi tốt nhất, Masan đã mua lại 14% cổ phần của VISSAN, công ty thịt tươi sống và thịt chế biến lớn nhất Việt Nam. Vào tháng 6/2016, Masan đã tăng cổ phần tại VISSAN lên 24,9%, sau đó, khởi công trang trại chăn nuôi heo tại tỉnh Nghệ An, thúc đẩy sứ mệnh của Masan trong việc thiết lập mô hình 3F, gia tăng năng suất trong toàn bộ chuỗi giá trị thịt của Việt Nam.

Vào tháng 4/2017, KKR, một công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu, đã đầu tư 150 triệu USD đầu tư vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần, và 100 triệu USD mua lại cổ phần Masan Group. Đây là khoản đầu tư thứ hai của KKR vào Masan, sau khoản đầu tư vào Masan Consumer Corporation với tổng giá trị 359 triệu USD. Khoản đầu tư mới này của KKR thể hiện niềm tin vào tầm nhìn của Masan Nutri-Science để xây dựng ngành hàng thịt có thương hiệu hàng đầu.

Vào tháng 8/2018, Masan Resources đã mua lại 49% cổ phần từ H.C.Starck trong Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H.C.Starck và đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan. Giao dịch này là bước quan trọng để Masan Resources trở thành nhà sản xuất hóa chất vonfram tích hợp hoàn toàn có quy mô và ảnh hưởng toàn cầu.

Vào tháng 10/2018, SK Group đã mua 109.899.932 cổ phiếu quỹ từ Masan Group với tổng đầu tư khoảng 470 triệu USD. Hiện tại, SK sở hữu ~9,4% cổ phần tại Masan Group. Giao dịch này sẽ giúp Masan Group và SK đặt mục tiêu cùng nhau theo đuổi các cơ hội đầu tư tiềm năng tại Việt Nam cũng như tận dụng kinh nghiệm của hai bên để cùng thực hiện M&A và hợp tác chiến lược.

Tháng 9/2019, Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”), một công ty con thuộc sở hữu của Công ty Cổ phần Tài nguyên Masan (“MSR”), đã ký thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H.C. Starck GmbH (“HCS”), nhà sản xuất hàng đầu về bột kim loại vonfram và vonfram các-bua công nghệ cao (các sản phẩm vonfram cận sâu) với mạng lưới kinh doanh và hoạt động toàn cầu. Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR để trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao, tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới. Nguồn cung APT sơ cấp ổn định với giá thành thấp từ MSR, kết hợp với năng lực tái chế của HCS, sẽ tạo cho MSR năng lực cạnh tranh toàn cầu qua các chu kỳ thị trường, đồng thời mở rộng quy mô thị trường đầu ra lên 3,5 lần, từ 1,3 tỷ USD lên 4,6 tỷ USD.

Tháng 7/2019, Masan Nutri-Science (“MNS”) đã đổi tên thành Masan MEATLife (“MML”) để hoàn tất chuyển đổi từ mô hình B2B kinh doanh sản phẩm nông nghiệp sang

mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng cung cấp sản phẩm có thương hiệu thông qua bán lẻ. Để ghi nhận cột mốc phát triển chiến lược đó, MML đã công bố kế hoạch đưa cổ phiếu lên giao dịch trên thị trường UPCoM nhằm gia tăng sự linh hoạt và tính minh bạch cho các cổ đông.

Vào tháng 12/2019, Masan và VinGroup (“VIC”) đã hoàn thành thỏa thuận sáp nhập MCH và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ WinCommerce (“WinCommerce” hoặc “WCM”), bao gồm Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Wineco (“WinEco”) là một



Báo Cáo Thường Niên 2023

công ty con do WCM sở hữu 100% vốn. Với việc sáp nhập trên, The CrownX đã được thành lập với tư cách là công ty mẹ của cả MCH và WCM.

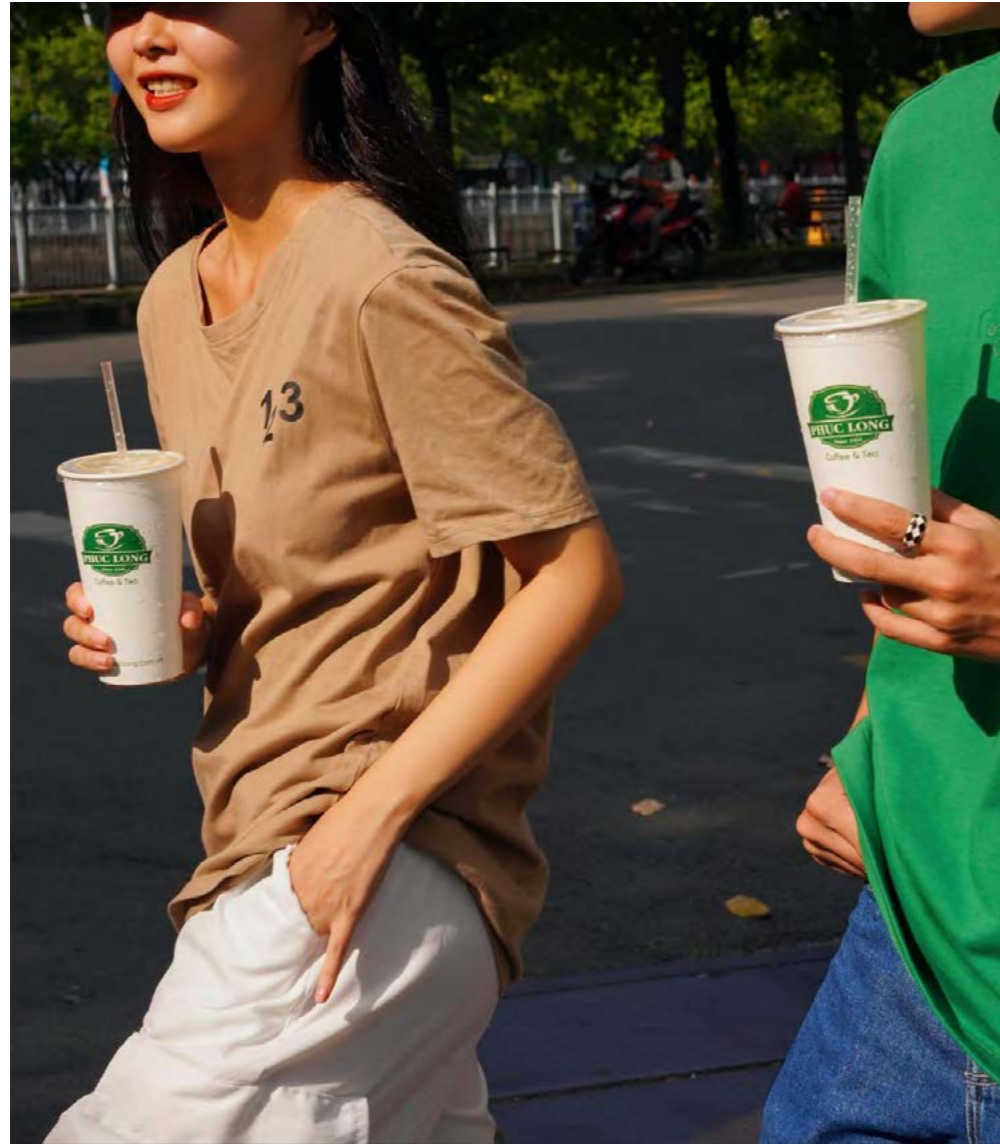
Vào tháng 2/2020, Masan HPC, công ty thành viên mới thành lập của MCH, đã hoàn tất mua 52% cổ phần của Công ty CP Bột giặt Net (“NET”) sau công bố chào mua công khai. Giao dịch này nhất quán với chiến lược 5 năm của Masan nhằm mở rộng danh mục sản phẩm và mang đến lợi ích tốt nhất cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”) là một trong những lĩnh vực

lớn nhất và hấp dẫn nhất tại Việt Nam với giá trị thị trường xấp xỉ 4 tỷ USD và nhiều cơ hội để xây dựng các thương hiệu nội địa vững mạnh.

Tháng 11/2020, MML đã hoàn tất góp vốn 613 tỷ đồng để sở hữu 51% Công ty 3F VIỆT- doanh nghiệp nội địa hàng đầu trong lĩnh vực thịt gia cầm. Khoản góp vốn sẽ được 3F VIỆT dùng để mở rộng kinh doanh thương hiệu thịt vững mạnh.

Trong tháng 11/2020, Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”), trước là MSR, đã hoàn tất phát hành 109.915.542 cổ phần phổ thông theo phương thức chào bán riêng lẻ cho công ty Mitsubishi Materials Corporation (“MMC”) với tổng giá trị tiền mặt là 90 triệu USD. MHT và MMC tiếp tục hoàn thiện thủ tục thiết lập liên minh chiến lược nhằm mục tiêu xây dựng nền tảng vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu.

Vào tháng 4/2021, chiến lược quay vòng bán lẻ của Masan đã được chứng minh hiệu quả, thể hiện qua khoản đầu tư trị giá 410 triệu USD của SK Group để mua 16,26% cổ phần của WinCommerce. Giao dịch diễn ra sau khi WCM đạt EBITDA dương trong hai quý liên tiếp (Q4/2020 và Q1/2021). Giao dịch này đánh dấu khoản đầu tư thứ hai của SK Group vào công ty Masan (lần đầu tiên là khoản đầu tư hồi tháng 10/2018 vào Masan Group) và sau đó là khoản đầu tư khác trị giá 340 triệu



USD vào The CrownX trong tháng 11/2021. Chiến lược POL và động lực cải thiện lợi nhuận của TCX tiếp tục phát huy hiệu quả trong năm 2021 với khoản đầu tư 400 triệu USD vào tháng 5/2021 từ liên danh đầu tư do Alibaba dẫn đầu và khoản đầu tư 350 triệu USD vào tháng 12/2021 của TPC, ADIA và Seatown. Tổng cộng, hơn 1,1 tỷ USD đã được đầu tư vào TCX và công ty con WCM trong năm 2021.

Tháng 5/2021, Masan thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage ("PLH") để phát triển chuỗi Kiosk Phúc Long trong mạng lưới WinMart+ trên toàn quốc. Thỏa thuận hợp tác này cũng bao gồm việc Masan Group mua 20% cổ phần của PLH, sau đó đã tăng lên 51% vào tháng 1/2022 và 85% vào tháng 8/2022. Việc mua lại PLH đã góp phần thúc đẩy chiến lược POL của Masan Group bằng cách mở rộng cung cấp các sản phẩm và dịch vụ để thúc đẩy lưu lượng khách đến cửa hàng và gia tăng sự tiện lợi.

Vào tháng 9/2021, Công ty TNHH Sherpa ("The Sherpa"), công ty con của Masan, tuyên bố gia nhập lĩnh vực viễn thông bằng việc mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast ("Mobicast" hoặc "Reddi"), hoạt động dưới thương hiệu Reddi, một Nhà khai thác Mạng di động ("MVNO") cung cấp đầy đủ dịch vụ, với tổng giá trị tiền mặt là 295,5 tỷ đồng. Gia nhập lĩnh vực viễn thông, Masan đã chiếm

được một phần quan trọng khác trong chi tiêu của người tiêu dùng dành cho các sản phẩm kỹ thuật số. Việc mua lại này đặt nền tảng cho Masan kết nối trực tiếp với người tiêu dùng thông qua điện thoại và tích hợp với các dịch vụ kỹ thuật số khác trong tương lai.

Tháng 11/2021, MSN công bố chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi thông qua ký kết các thỏa thuận chiến lược với De Heus Việt Nam (công ty con của Tập đoàn Hoàng gia De Heus Hà Lan), theo đó De Heus Việt Nam tiếp quản toàn bộ hoạt động kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MML. Sau thỏa thuận chuyển giao này, MML đã hoàn tất chuyển đổi trở thành doanh nghiệp FMCG có thương hiệu và tiến gần hơn đến mục tiêu cốt lõi là một doanh nghiệp hàng tiêu dùng, trong khi vẫn giữ được lợi ích của chuỗi giá trị thịt tích hợp thông qua các thỏa thuận cung cấp chiến lược với các đối tác uy tín.

Trong năm 2022 và 2023, Masan thực hiện chiến lược Point of Life ("POL") bằng cách thí điểm rồi sau đó triển khai các sáng kiến bán lẻ trên toàn quốc, qua đó củng cố nền tảng hạ tầng cho người tiêu dùng đang tăng trưởng, bao gồm mô hình bán lẻ mới, chương trình hội viên, thanh toán số và nền tảng logistics để cung cấp hàng hóa cho người tiêu dùng kịp thời và tiết kiệm chi phí nhất. Chúng tôi kỳ vọng những sáng kiến này sẽ cho thấy hiệu quả rõ nét từ năm 2024 trở đi.

Vào tháng 10/2023, MSN công bố về việc ký kết khoản đầu tư khoảng 200 triệu USD của Bain Capital, một công ty đầu tư tư nhân của Hoa Kỳ với khối tài sản trị giá 180 tỷ USD. Vào tháng 12/2023, khoản đầu tư đã được nâng lên 250 triệu USD, cho thấy sức hấp dẫn của câu chuyện tăng trưởng tiêu dùng của Việt Nam và là minh chứng về tính hiệu quả của chiến lược POL cũng như khả năng thực thi của chúng tôi.

Như đã trình bày, Masan không ngừng thay đổi và tăng trưởng theo quá trình phát triển của nền kinh tế trong nước và hành trình của người tiêu dùng Việt Nam. Khởi điểm là một công ty thương mại xuất nhập khẩu vào thời điểm Việt Nam bắt đầu mở cửa nền kinh tế với thế giới, Masan đã dần tham gia sản xuất các sản phẩm tiêu dùng với trọng tâm là thị trường nội địa. Khi người tiêu dùng Việt Nam bắt đầu tìm kiếm các sản phẩm và dịch vụ tốt hơn, chúng tôi đã chủ động xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm của Tập đoàn và cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản để đáp ứng những nhu cầu lớn hàng ngày chưa được thỏa mãn theo một cách mới, bao gồm phát triển hệ thống phân phối toàn quốc để tiếp cận khu vực nông thôn - khu vực có tỷ lệ dân số cao hơn. Hiện tại, chúng tôi đã gia nhập kênh bán lẻ hiện đại - lĩnh vực đang dần phát triển mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu.

Đoạn tóm tắt nêu trên chỉ đề cập đến những cột mốc quan trọng của Tập đoàn

và chưa hoàn toàn phác họa phương pháp tiếp cận có kỷ luật nhưng sáng tạo của Masan trong xây dựng các doanh nghiệp, hướng đến kiến tạo giá trị dài hạn, cũng như chưa thể hiện được đầy đủ tinh thần doanh nhân độc đáo ("Masanship") đã góp phần tạo ra những thành công của Masan.

Chúng tôi hy vọng rằng các phần khác của Báo cáo Thường niên này sẽ cung cấp cho quý độc giả cái nhìn sâu sắc hơn về Masan và tiềm năng của chúng tôi trong tương lai.

Để biết thêm chi tiết về lịch sử của Tập đoàn, vui lòng xem phần "Thông tin chung về Công ty".



# 02 BÁO CÁO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



## Cam kết Phát triển Bền vững

### Phụng sự người tiêu dùng với lý tưởng thật sự, chứ không chỉ quan tâm đến tài chính

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan ("Masan", "MSN" hay "Công ty") tin tưởng vào triết lý "Doing well by doing good". Các công ty thành viên và liên kết của chúng tôi là những doanh nghiệp hàng đầu trong các lĩnh vực bán lẻ, hàng tiêu dùng nhanh có thương hiệu ("FMCG") (bao gồm thực phẩm và đồ uống đóng gói ("F&B"), các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình ("HPC")), thịt ủ mát và thịt chế biến có thương hiệu, chuỗi F&B, dịch vụ tài chính, viễn thông và vật liệu công nghiệp công nghệ cao.

Với mô hình kinh doanh đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, Masan cam kết cung cấp cho hơn 100 triệu người Việt Nam những nhu yếu phẩm hàng ngày với mức giá phải chăng, mang đến nhiều dịch vụ tiện ích, sản phẩm cao cấp và trải

nghiệm tiêu dùng vượt trội theo cách bền vững. Đó chính là ý nghĩa của triết lý "Doing well by doing good".

Chúng tôi cũng nhận thức được tầm quan trọng của việc phát triển đội ngũ nhân tài, đáp ứng mong muốn của các cổ đông, đóng góp vào cộng đồng địa phương, mang lại giá trị cho đời sống xã hội và chung tay bảo vệ môi trường. Không chỉ dừng lại ở lĩnh vực tiêu dùng, chúng tôi còn phấn đấu trở thành "Niềm tự hào của Việt Nam" thông qua cách tiếp cận toàn diện để phát triển bền vững và tích hợp các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị ("ESG") trong mọi quyết định kinh doanh. Bằng cách này, chúng tôi mong muốn đóng góp một cách có ý nghĩa vào sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, đồng thời mang đến giá trị lâu dài cho các bên liên quan.

## Cách tiếp cận bền vững

### Đánh giá tính trọng yếu

Trong giai đoạn 2022-2023, chúng tôi đã triển khai tích hợp ESG vào hoạt động của mình bằng cách xác định các chủ đề ESG trọng yếu đối với việc kinh doanh, hoạt động cũng như chuỗi giá trị thông qua đánh giá tính trọng yếu. Chúng tôi đặt kỳ vọng và mục tiêu, xác định KPI, xây dựng kế hoạch hành động và triển khai cơ cấu quản trị hiệu quả để hỗ trợ các mục tiêu đã đưa ra. Trong năm 2024, chúng tôi sẽ tiếp tục lồng ghép ESG vào các hoạt động và quyết định của mình (xem Hình 1 để nắm được Hành trình Phát triển Bền vững của chúng tôi).

Chúng tôi thực hiện đánh giá tính trọng yếu với sự hỗ trợ của đối tác tư vấn toàn cầu có chuyên môn vững chắc trong lĩnh vực tư vấn bền vững. Đánh giá bao gồm phân tích toàn diện về các vấn đề ESG chính có tác động đến các bên liên quan và doanh nghiệp của chúng tôi. Đánh giá cũng xem xét tác động về môi trường và xã hội đến từ hoạt động của Masan. Chúng tôi đã xác định và sử dụng một phương thức tiếp cận cụ thể để hiểu rõ hơn, hành động và tuyên truyền về các chủ đề quan trọng nhất liên quan đến tính bền vững của Tập đoàn thông qua đánh giá tầm quan trọng của các chủ đề này xét trong mỗi tương

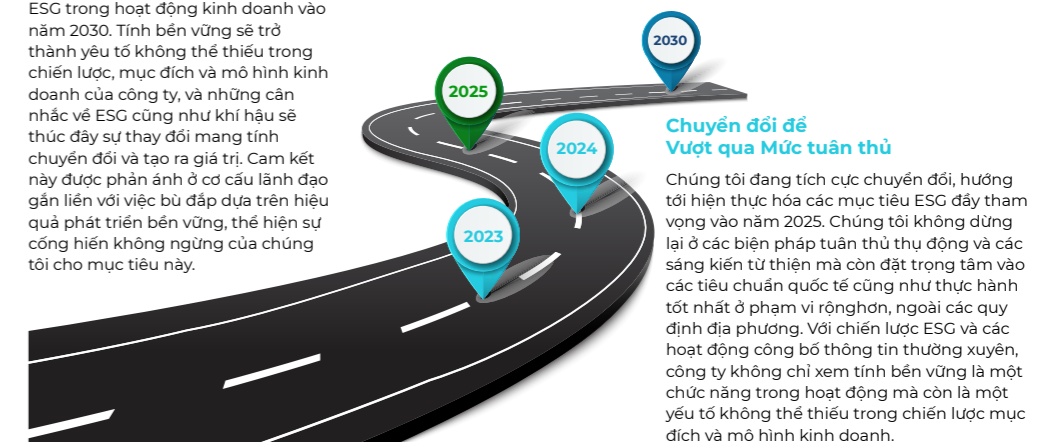
### Hình 1 Hành trình Phát triển Bền vững của Masan Group

#### Lồng ghép các nội dung ESG

Trong tương lai, mục tiêu của chúng tôi là lồng ghép đầy đủ các nội dung ESG trong hoạt động kinh doanh vào năm 2030. Tính bền vững sẽ trở thành yếu tố không thể thiếu trong chiến lược, mục đích và mô hình kinh doanh của công ty, và những cân nhắc về ESG cũng như khí hậu sẽ thúc đẩy sự thay đổi mang tính chuyển đổi và tạo ra giá trị. Cam kết này được phản ánh ở cơ cấu lãnh đạo gắn liền với việc bù đắp dựa trên hiệu quả phát triển bền vững, thể hiện sự cống hiến không ngừng của chúng tôi cho mục tiêu này.

#### Đổi mới Doanh nghiệp

Tầm nhìn của chúng tôi bao gồm việc đổi mới đảm bảo phù hợp với ESG và Xu hướng Khí hậu. Các cân nhắc về tính bền vững cũng sẽ được Masan lồng ghép vào quá trình R&D và phát triển sản phẩm. Chúng tôi sẽ thúc đẩy hợp tác cởi mở với các đối tác chiến lược liên ngành đưa Masan trở thành doanh nghiệp dẫn đầu với xếp hạng ESG cao. Masan Group cam kết không chỉ đáp ứng mà còn định hình tính bền vững trong tương lai của tất cả các lĩnh vực, cũng cố vị thế là người tiên phong trong các hoạt động kinh doanh bền vững.



#### Chuyển đổi để Vượt qua Mức tuân thủ

Chúng tôi đang tích cực chuyển đổi, hướng tới hiện thực hóa các mục tiêu ESG đầy tham vọng vào năm 2025. Chúng tôi không dừng lại ở các biện pháp tuân thủ thụ động và các sáng kiến từ thiện mà còn đặt trọng tâm vào các tiêu chuẩn quốc tế cũng như thực hành tốt nhất ở phạm vi rộng hơn, ngoài các quy định địa phương. Với chiến lược ESG và các hoạt động công bố thông tin thường xuyên, công ty không chỉ xem tính bền vững là một chức năng trong hoạt động mà còn là một yếu tố không thể thiếu trong chiến lược mục đích và mô hình kinh doanh.

quan giữa mức độ quan tâm của các bên và mức độ ảnh hưởng tới hoạt động của doanh nghiệp.

Chúng tôi đã xác định các rủi ro, cơ hội và xu hướng ESG toàn cầu liên quan đến Masan và các mảng kinh doanh của chúng tôi bằng cách nghiên cứu khung ESG quốc tế liên quan, cụ thể là Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu ("GRI"), Morgan Stanley Capital International ("MSCI") và Tiêu chuẩn Hoạt động về Môi trường và Xã hội của Tổ chức Tài chính Quốc tế ("IFC"). Chúng tôi đã thực hiện các phỏng vấn với các bên liên quan, bao gồm nội bộ và bên ngoài, trong đó có các đối tác kinh doanh của Masan, các nhà đầu tư và hiệp hội doanh nghiệp địa phương. Ngoài ra, chúng tôi cũng thu thập được hơn 200 phản hồi thông qua khảo sát nhân viên của Masan về:

- Thu thập dẫn chứng và hiểu biết về các ưu tiên tính bền vững/ESG đối với các hoạt động kinh doanh của Masan;
- Hiểu rõ ưu tiên của các bên liên quan và các lĩnh vực trọng tâm trong các chủ đề phát triển bền vững; và
- Tìm ra dẫn chứng quan trọng giúp chúng tôi lý giải tại sao các chủ đề phát triển bền vững/ESG đó quan trọng với Masan và các bên liên quan của chúng tôi.

Chúng tôi cũng đã đối chiếu và so sánh hiện trạng của mình với các doanh nghiệp

trong ngành và khung chuẩn mực quốc tế để có thêm hiểu biết sâu sắc từ phỏng vấn với các bên liên quan.

### Khung ESG

Tại Masan, chúng tôi tự hào với cam kết luôn tuân thủ các nguyên tắc ESG. Những giá trị mà chúng tôi theo đuổi hoàn toàn phù hợp với các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc (UN SDG) và phản ánh mức độ tuân thủ với các Tiêu chuẩn Hoạt động về Môi trường và Xã hội nghiêm ngặt của IFC. Các nỗ lực ESG của chúng tôi được thực hiện trên phạm vi rộng, bao gồm tính bền vững trong quản lý chuỗi cung ứng, tìm nguồn cung có trách nhiệm, đảm bảo phúc lợi của nhân viên và phát triển cộng đồng. Chúng tôi cam kết duy trì việc lồng ghép các nguyên tắc ESG trong chiến lược và hoạt động kinh

Tại Masan, chúng tôi tự hào với cam kết luôn tuân thủ các nguyên tắc ESG. Những giá trị doanh cốt lõi của mình, đảm bảo tính bền vững trong mọi hoạt động nhằm đạt được sự phát triển và thành công, đồng thời mang lại tác động tích cực, lâu dài cho cộng đồng mà chúng tôi phục vụ cũng như toàn thế giới.

Bằng cách triển khai các trụ cột của Khung ESG đã khẳng định cam kết của chúng tôi (Như trong Hình 2), chúng tôi mong muốn là một doanh nghiệp có trách nhiệm, tạo ra giá trị cho khách hàng và tất cả các bên liên quan xuyên suốt chuỗi giá trị bằng cách thúc đẩy đổi mới để tăng trưởng bền vững, quan tâm đến môi trường và cộng

đồng cũng như xứng đáng với sự tin yêu của khách hàng và nhân viên.

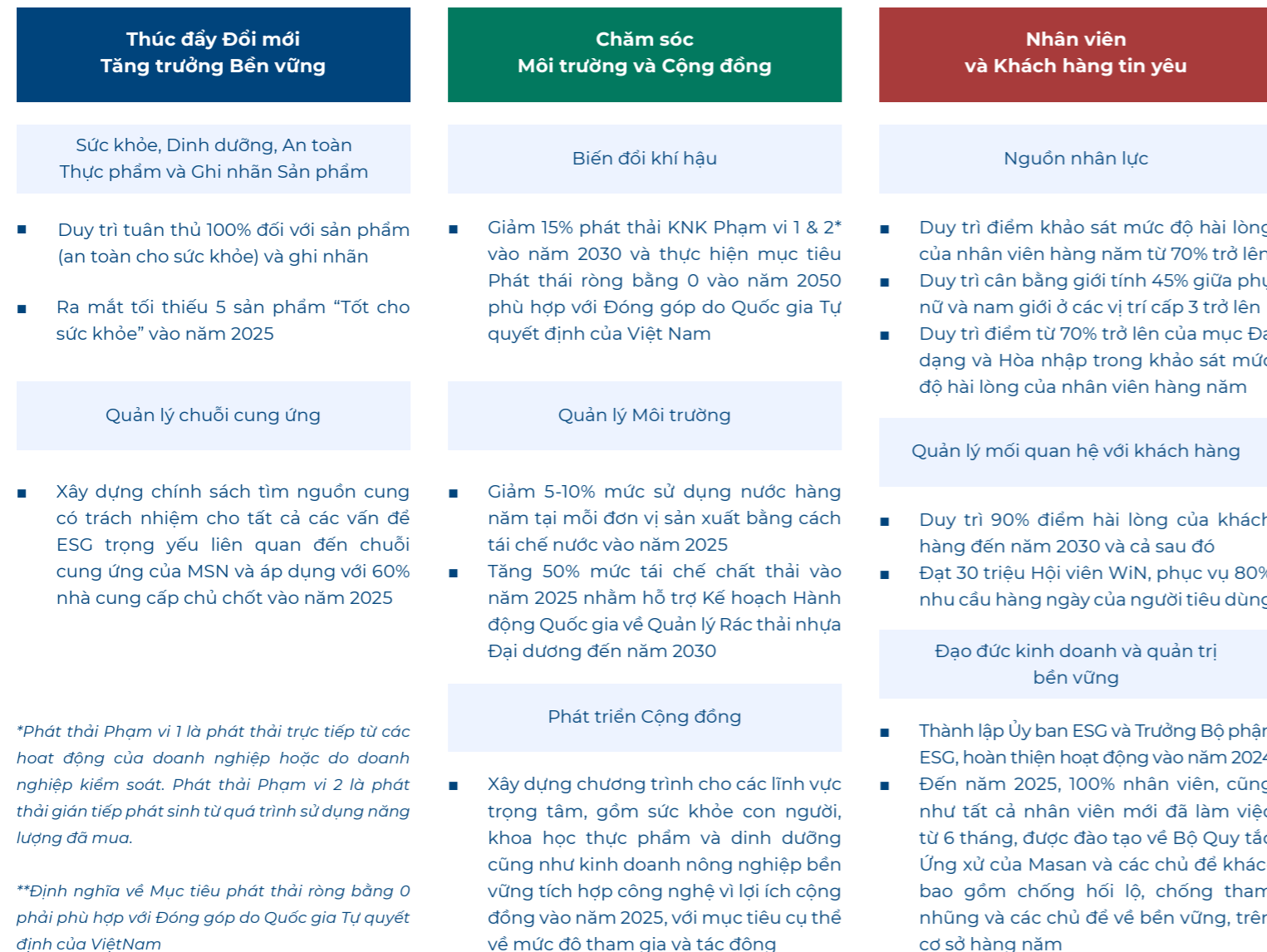
Các lĩnh vực trọng tâm này đã được xác định để báo cáo về các vấn đề ESG trọng yếu nhất đối với các bên liên quan và hoạt động kinh doanh của chúng tôi. Phần này được xây dựng dựa trên Tiêu chuẩn Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu (GRI) năm 2021. Với việc sử dụng các tiêu chuẩn báo cáo quốc tế này, chúng tôi đảm bảo tính minh bạch, khả năng so sánh hàng năm về hiệu quả thực hiện phát triển bền vững của mình và tuân thủ các thông lệ tốt nhất toàn cầu.

### Lộ trình ESG

Sau khi đánh giá hiện trạng và xác định các chủ đề ưu tiên, chúng tôi hiện thực hóa tầm nhìn hướng tới tương lai của Masan Group. Các mục tiêu dài hạn (2025-2030) đầy tham vọng cùng KPI cụ thể được đặt ra cho năm 2024 liên quan đến từng chủ đề trong số tám chủ đề trọng yếu. Để hiện thực hóa khát vọng này, chúng tôi vạch ra các kế hoạch hành động chiến lược với lộ trình cụ thể. Tầm nhìn hướng tới tương lai này thể hiện cam kết của chúng tôi về việc thúc đẩy chương trình nghị sự về tính bền vững, đồng thời lồng ghép các nguyên tắc ESG vào khung chiến lược và hoạt động của mình. Thông qua thiết lập các KPI rõ ràng và khả thi, chúng tôi cam kết thực hiện trách nhiệm, đảm bảo hành trình hướng tới phát triển bền vững đạt được những cột mốc và tác động tích cực



Hình 2 Khung ESG của Masan Group, Chủ đề và Mục tiêu Trọng yếu



\*Phát thải Phạm vi 1 là phát thải trực tiếp từ các hoạt động của doanh nghiệp hoặc do doanh nghiệp kiểm soát. Phát thải Phạm vi 2 là phát thải gián tiếp phát sinh từ quá trình sử dụng năng lượng đã mua.

\*\*Định nghĩa về Mục tiêu phát thải ròng bằng 0 phải phù hợp với Đóng góp do Quốc gia Tự quyết định của Việt Nam



## Thúc đẩy Đổi mới để Tăng trưởng Bền vững

### Chất lượng, Dinh dưỡng, An toàn Thực phẩm và Ghi nhãn Sản phẩm

Trong lĩnh vực sản xuất thực phẩm và đồ Chúng tôi thể hiện vai trò và đóng góp tích cực cho thị trường người tiêu dùng Việt Nam bằng cách mang đến các sản phẩm có chất lượng và dịch vụ vượt trội, đảm bảo dinh dưỡng và sức khỏe cho người dân. Chúng tôi cũng nỗ lực thay đổi thói

quen của người tiêu dùng nhằm hướng đến các sản phẩm tốt cho sức khỏe. Trong tương lai, chúng tôi nhận thấy cần quản lý hiệu quả các rủi ro liên quan đến sản phẩm trong mảng kinh doanh bán lẻ có độ phủ rộng khắp của mình.

Cho đến nay, chúng tôi luôn đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn, đảm bảo chất lượng cũng như các quy định trong nước về ghi nhãn sản phẩm. Bộ phận



đảm bảo chất lượng của MSN có vai trò triển khai các chương trình nhằm duy trì chất lượng sản phẩm và tuân thủ các tiêu chuẩn nghiêm ngặt. Hoạt động này bao gồm kiểm tra nguyên liệu đầu vào, giám sát quá trình sản xuất và đóng gói, kiểm tra tại kho và đánh giá chất lượng tại các nhà phân phối. Năm 2023, trong quá trình hoạt động chúng tôi không tránh khỏi một số sự cố nhỏ liên quan đến việc tuân thủ các quy định của địa phương. Tuy nhiên, chúng tôi đã kịp thời ghi nhận và thực hiện ngay các hành động để khắc phục sự cố.

Ngoài ra, chúng tôi cũng nâng cao giá trị dinh dưỡng của sản phẩm, ra mắt các sản phẩm “Tốt cho sức khỏe” và tuân thủ chặt chẽ hướng dẫn của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) cũng như Bộ Y tế Việt Nam.

Mục tiêu dài hạn của chúng tôi tập trung vào việc duy trì tuân thủ 100% các tiêu chuẩn về an toàn và ghi nhãn sản phẩm, bên cạnh đó là hoàn thành danh mục sản phẩm “Tốt cho sức khỏe” tại tất cả các mảng kinh doanh hàng tiêu dùng vào năm 2025. Tạm thời, trong năm 2024, chúng tôi có kế hoạch hoàn thiện định nghĩa “Tốt cho sức khỏe” và thiết lập lộ trình phát triển sản phẩm toàn diện để làm cơ sở hướng dẫn cho chủ đề này trong năm 2025.

**Bảng 1** Chất lượng, Dinh dưỡng, An toàn Thực phẩm và Ghi nhãn Sản phẩm trong năm 2023

Công ty con	Tình trạng
<b>MCH</b>	MCH tuân thủ các tiêu chuẩn về Hệ thống Phân tích Mối nguy và Kiểm soát Điểm tới hạn (HACCP) và đã đạt được các chứng nhận ISO 9001 (Quản lý Chất lượng), ISO 22000 (An toàn Thực phẩm), SA8000 (Trách nhiệm Xã hội), cùng với tiêu chuẩn Uy tín Thương hiệu thông qua Tuân thủ (BRC), Chương trình Chứng nhận Hệ thống An toàn Thực phẩm (FSSC), HALAL, ISO 14001 (Quản lý Môi trường) và ISO 45001 (An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp).
<b>WCM</b>	WCM áp dụng và yêu cầu nhân viên tuân thủ nghiêm ngặt các quy định An toàn Thực phẩm của Việt Nam trên toàn chuỗi bán lẻ.
<b>MML</b>	MML yêu cầu nhà cung cấp tuân thủ các tiêu chuẩn nghiêm ngặt, bao gồm không có bệnh truyền nhiễm, dư lượng kháng sinh hoặc chất cấm. Các trang trại và đối tác của công ty đều có chứng nhận VietGAP và GLOBALG.A.P để đảm bảo chất lượng và số lượng nguồn cung nguyên liệu. Chất lượng sản phẩm được giám sát chặt chẽ bởi bộ phận Đảm bảo Chất lượng/Kiểm soát Chất lượng giàu kinh nghiệm.
<b>WEC</b>	WEC sản xuất hơn 150 loại rau củ và trái cây, tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm trong nước cũng như tiêu chuẩn chất lượng quốc tế (Luật và Quy định An toàn Thực phẩm Việt Nam (Organic, GLOBALG.A.P, VietGAP). Tất cả các sản phẩm của WEC đều đảm bảo được mức độ an toàn, không có khiếu nại nào của khách hàng về dư lượng thuốc trừ sâu, kim loại nặng hay vi sinh vật.
<b>PLH</b>	PLH tuân thủ nghiêm ngặt các quy định An toàn Thực phẩm của Việt Nam và quy định HACCAP được thực hiện tại tất cả các cửa hàng Phúc Long.

**Bảng 2** Số lượng sự cố liên quan đến Chất lượng, Dinh dưỡng, An toàn Thực phẩm và Ghi nhãn Sản phẩm trong năm 2023

	MCH	MML	WCM	WEC	PLH
Số lượng	0	0	2	0	4



### Quản lý chuỗi cung ứng

MSN và các công ty con đã thực hiện nhiều biện pháp liên quan đến việc sử dụng nguyên liệu thô. Đảm bảo nguồn cung nguyên vật liệu đầu vào chất lượng và ổn định đóng vai trò quan trọng trong việc mang đến chất lượng sản phẩm cao cho người tiêu dùng. Do đó, chúng tôi đã lập danh sách những “Nhà cung cấp được chứng nhận” với hiệu quả thực hiện và độ tin cậy ổn định nhằm đảm bảo chất lượng và tính đồng nhất của nguyên liệu đầu vào. Bộ phận đảm bảo chất lượng của chúng tôi cũng phối hợp với các phòng ban liên quan như đội thu mua, logistics, tài chính và đội ngũ marketing để tiến hành đánh giá hàng năm đối với các nhà cung cấp về các hạng mục chất lượng, giá cả, năng lực sản xuất, giao hàng và đáp ứng. Đồng thời, bên cạnh việc theo dõi sát sao các xu hướng và động lực của thị trường, chúng

tôi cũng chủ động quản lý rủi ro để đảm bảo mang đến sản phẩm chất lượng cao, đủ số lượng với chi phí hợp lý.

Masan Consumer (“MCH”) – công ty sản xuất thực phẩm và đồ uống có thương hiệu – đã đạt được giấy chứng nhận truy xuất nguồn gốc cho nhà cung cấp về các vấn đề quan trọng như vệ sinh và an toàn (ví dụ: HACCP, ISO 22000, BRC và FSSC). MCH cũng luôn nỗ lực hợp tác với các nhà cung cấp chiến lược theo nguyên tắc “đôi bên cùng có lợi” để đạt được kết quả và quan hệ đối tác cùng có lợi. Chúng tôi cam kết xây dựng mạng lưới đối tác và nhà cung cấp chiến lược trong nước, trong khu vực và toàn cầu để đảm bảo rằng MCH không bị phụ thuộc vào một nhà cung cấp.

Ngoài đảm bảo chất lượng sản phẩm, tính liên tục của chuỗi cung ứng và hiệu quả

chi phí, chúng tôi hợp tác với các nhà cung cấp để phát triển và mang lại giá trị cho cộng đồng, với các chính sách tìm nguồn cung có trách nhiệm. Do đó, cần xem xét các cân nhắc hàng đầu về môi trường và xã hội trong quản lý chuỗi cung ứng để đáp ứng mục tiêu phát triển và sản xuất sản phẩm, dịch vụ của công ty. Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu có ít nhất 50% nhà cung cấp chủ chốt thuộc Cấp 1 của Masan tuân thủ chính sách tìm nguồn cung có trách nhiệm. Trong năm 2024, một số hành động cần thực hiện bao gồm xem xét và sửa đổi Bộ Quy tắc Ứng xử dành cho Nhà cung cấp, phân loại nhà cung cấp theo Cấp và tập trung vào các nhà cung cấp chủ chốt thuộc Cấp 1 để hợp tác triển khai chính sách tìm nguồn cung có trách nhiệm. Ngoài ra, chúng tôi dự định triển khai các sáng kiến và KPI đã phê duyệt để hiện thực hóa các mục tiêu này.

## Chăm sóc Môi trường và Cộng đồng

Masan luôn nỗ lực tuân thủ các luật liên quan đến môi trường của Việt Nam và khuyến khích đội ngũ nhân viên đưa ra các sáng kiến bảo vệ môi trường. Mỗi công ty con của Masan đều tự điều chỉnh các chương trình giám sát môi trường dựa trên tác động môi trường đến từ hoạt động của họ và cộng đồng địa phương nơi công ty hoạt động. Bộ phận Luật và Tuân thủ của chúng tôi cùng với bộ phận An toàn, Sức khỏe và Môi trường có trách nhiệm giám sát việc tuân thủ các quy định về môi trường trên toàn quốc, cũng như theo dõi sát sao tình hình luật và quy định về môi trường. Bộ phận kỹ thuật của các công ty con sẽ triển khai nhiều hoạt động khác nhau, bao gồm lấy mẫu, vận hành hệ thống và thúc đẩy các sáng kiến bảo vệ môi trường.

### Biến đổi khí hậu

Tác động của biến đổi khí hậu đến cuộc sống hàng ngày của người dân cũng như các doanh nghiệp trên toàn cầu đang ngày càng tăng. Nhiều thị trường phải đối mặt với mức độ dễ bị tổn thương do những thách thức từ thực trạng biến đổi khí hậu. Masan nhận thức được những khó khăn, cơ hội trong hoạt động kinh doanh và chuỗi giá trị khi phải đối mặt với tác động của biến đổi khí hậu trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế ít phát thải carbon. Chúng tôi cam kết giải quyết các vấn đề liên quan đến biến đổi

khí hậu thông qua nghiên cứu, theo dõi và thực hiện đánh giá, quản lý tác động của biến đổi khí hậu đối với công cuộc chuyển đổi sang nền kinh tế ít phát thải carbon. Cam kết này bao gồm công tác thiết lập và triển khai kế hoạch giảm phát thải khí nhà kính (KNK), quản lý hiệu quả sử dụng năng lượng, thiết lập và công bố các mục tiêu cũng như sáng kiến về khí hậu.

### MỤC TIÊU KHÍ HẬU ĐẾN NĂM 2030 VÀ 2050

GIẢM 15%

Phát thải KNK Phạm vi 1 & 2 và năm 2030

ĐẠT PHÁT THẢI RÒNG BẰNG 0 VÀO NĂM 2050

Mục tiêu phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050 phù hợp với Đóng góp do Quốc gia Tự quyết định của Việt Nam.

### TRỌNG TÂM TRONG NĂM 2024

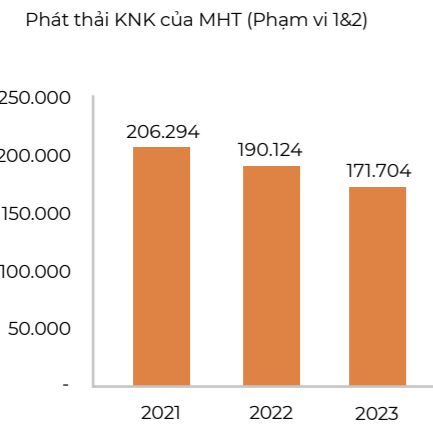
Masan Group định hướng và hướng dẫn cho các mảng kinh doanh và công ty con. Từ đó, mỗi mảng kinh doanh/công ty con có trách nhiệm thực hiện những hành động cụ thể phù hợp với ngành để quản lý rủi ro khí hậu và khử carbon.



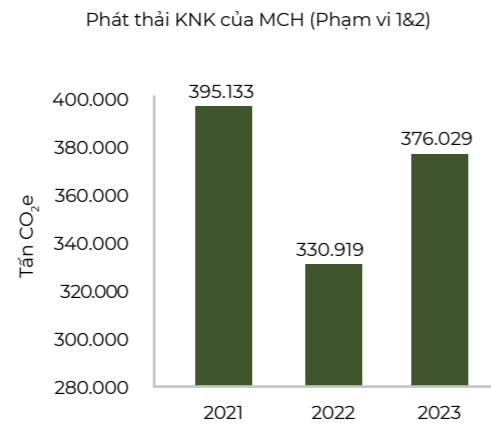
**Bảng 3 Trọng tâm của Hoạt động Ứng phó với Biến đổi Khí hậu trong năm 2024**

Khử carbon	Quản lý rủi ro khí hậu
<ul style="list-style-type: none"> <li>Thu thập dữ liệu về khí nhà kính trong toàn Tập đoàn và hướng dẫn tính toán lượng phát thải hàng năm.</li> <li>Tính toán, báo cáo lượng phát thải khí nhà kính Phạm vi 1 &amp; 2 và mức giảm phát thải.</li> <li>Xây dựng lộ trình khử carbon, ưu tiên các phương án giảm phát thải khí nhà kính.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lập bản đồ rủi ro khí hậu và phát triển các biện pháp thích ứng, giảm nhẹ tác động của khí hậu, đồng thời quản lý rủi ro khí hậu trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế ít phát thải carbon, bao gồm thay đổi quy định, tăng cường áp dụng công nghệ và thúc đẩy thị trường xanh, và giải quyết rủi ro về uy tín.</li> <li>Chuẩn bị công bố về khí hậu phù hợp với các khuyến nghị của Nhóm công tác về Công bố Thông tin Tài chính liên quan đến Khí hậu (TCFD) và Chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế (IFRS) S2 của Ủy ban Tiêu chuẩn Bền vững Quốc tế (ISSB).</li> </ul>

**Hình 3: Tổng phát thải KNK của MHT trong năm 2021, 2022 và 2023**



**Hình 4: Tổng phát thải KNK của MCH trong năm 2021, 2022 và 2023**



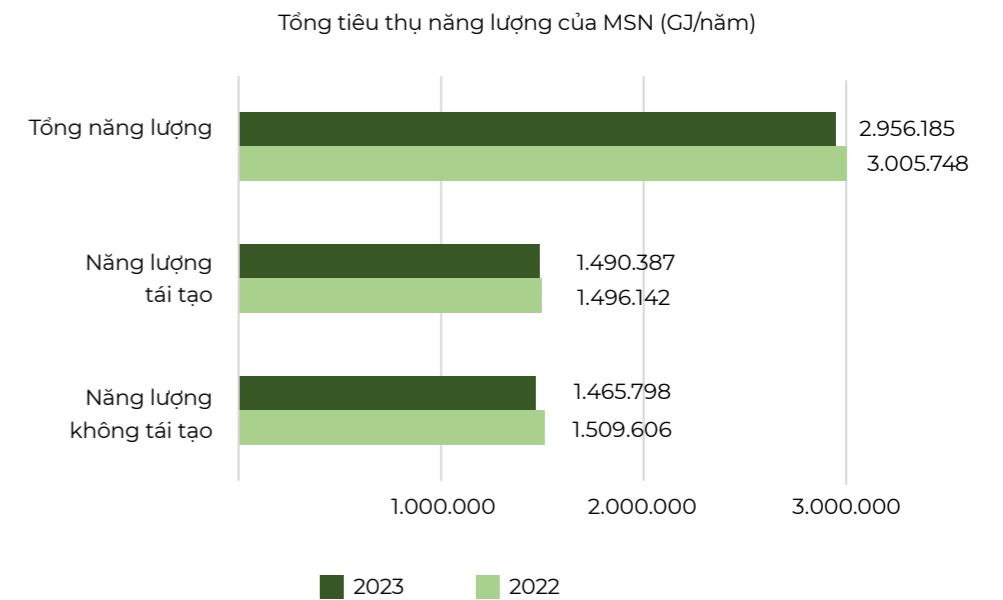
**HIỆU QUẢ QUẢN LÝ PHÁT THẢI KNK VÀ NĂNG LƯỢNG**


Masan Group ghi nhận việc báo cáo phát thải KNK giúp chúng tôi hiểu rõ thêm về tác động đến biến đổi môi trường từ hoạt động của mình và xác định các lĩnh vực cần cải thiện. Trong số các công ty con của chúng tôi, MHT và MCH đã báo cáo về lượng phát thải KNK trực tiếp và gián tiếp (Phạm vi 1-2) từ các nguồn phát thải chủ yếu. Năm 2023, tổng phát thải Phạm vi 1 và Phạm vi 2 của MHT là 171.704 tấn CO<sub>2</sub>e, trong khi đó, con số này của MCH là 376.029 tấn CO<sub>2</sub>e. Các công ty con khác của MSN đang trong quá trình kiểm kê KNK theo hướng dẫn của Masan Group.

Ở cấp độ Tập đoàn, chúng tôi cam kết tăng cường những nỗ lực này và các chiến lược theo dõi và giảm thiểu phát thải KNK trong toàn tổ chức. Các công ty thuộc Masan Group đang xây dựng lộ trình khử carbon để xác định các cơ hội cho mục tiêu giảm phát thải vào năm 2030 và 2050.

Là một phần trong nỗ lực thực hiện mục tiêu khử carbon vào năm 2030, Masan Group tập trung vào việc sử dụng nguồn nhiên liệu tái tạo để cung cấp năng lượng cho các hoạt động. Hiện tại, hơn 50% tổng năng lượng tiêu thụ của Masan và cơ sở của các công ty con là các nguồn tái tạo như sinh khối và nhiên liệu sinh học. Trong năm 2023, MML đã chuyển đổi thành công 1 trong 4 nhà máy sản xuất sang vận hành hoàn toàn bằng năng lượng sinh khối từ trấu và phế thải mùn cưa. Đồng thời, trang trại ở tỉnh Nghệ An của MML tận dụng phân heo để sản xuất khí sinh học, nhờ đó giảm mức độ phụ thuộc vào nguồn điện bên ngoài. Dù sáng kiến này đã góp phần vào việc tiết kiệm năng lượng, mục tiêu của chúng tôi là đưa trang trại này hoạt động hoàn toàn bằng sinh khối hoặc khí sinh học. Ngoài ra, MCH đã thành công đưa năng lượng sinh khối trở thành một nguồn năng lượng chính phục vụ hoạt động kinh doanh, với tỷ lệ sử dụng trung bình là 87% tại các cơ sở khác nhau.

**Hình 5 Tổng Năng lượng Tiêu thụ của Masan Group năm 2022 và 2023**





**50,42%** năng lượng tiêu thụ của Tập đoàn Masan và các công ty con trong năm 2023 đến từ các nguồn tái tạo gồm sinh khối, các tấm pin mặt trời tại chỗ.

Trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của MML Nghệ An được coi là trang trại tiên tiến nhất Việt Nam, có thể sản xuất khí sinh học từ chính hoạt động của trang trại và tự cung cấp điện tái tạo trên cơ sở tự cung tự cấp.

**Bảng 4 Tiêu thụ năng lượng trong các công ty con của Masan năm 2022 và 2023**

Loại năng lượng	Đơn vị	MHT		MCH		MML	
		2022	2023	2022	2023	2022	2023
Năng lượng không tái tạo (điện than, xăng dầu diesel* khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG), khí thiên nhiên hóa lỏng (LNG))	GJ/năm	1.260.471	1.203.675	181.502	212.846	67.633	49.277
Năng lượng tái tạo từ sinh khối (trấu, mùn cưa)	GJ/năm	-	-	1.436.407	1.396.456	59.735	93.932
<b>Tổng mức tiêu thụ năng lượng</b>	<b>GJ/năm</b>	<b>1.260.471</b>	<b>1.203.675</b>	<b>1.617.909</b>	<b>1.609.301</b>	<b>127.368</b>	<b>143.209</b>

**CÁC SÁNG KIẾN GIẢM PHÁT THẢI CARBON**

Chúng tôi đã triển khai nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và giảm lượng khí thải carbon thông qua nhiều sáng kiến khác nhau ở tất cả các công ty con. MCH tận dụng trấu và mùn cưa để sản xuất năng lượng tái tạo cho toàn bộ cơ sở sản xuất. MHT đã đưa vào công nghệ tiên tiến như hệ số công suất, bộ điều chỉnh áp suất để giảm mức tiêu thụ điện năng, đồng thời, MML đang tích cực tìm hiểu các giải pháp như lắp điện mặt trời áp mái và chuyển sang sử dụng máy kéo điện.

Một số sáng kiến tiết kiệm năng lượng đã được triển khai vào năm 2023. Dưới đây là 1 số ví dụ:

**Tại MCH:**

- Tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm tiêu hao năng lượng bằng cách tận dụng lượng nhiệt thất thoát trong quá trình chiên, tiệt trùng sản phẩm, tránh các quá trình làm biến đổi nhiệt, áp dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng
- Đào tạo cho nhân viên, tập trung vào những lợi ích của việc tiết kiệm điện thông qua bảo trì máy móc và thiết bị định kỳ. Hoạt động này giúp đảm bảo hiệu quả thực hiện tối ưu và giảm nguy cơ thiệt hại.
- Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng điện từ các nguồn tái tạo thay vì điện từ máy phát, tiết kiệm nước và tăng cường sử dụng vật liệu tái chế.

- Áp dụng công nghệ khí sinh học, sử dụng trấu và mùn cưa để sản xuất năng lượng cho toàn bộ cơ sở sản xuất. Cách tiếp cận này không chỉ cung cấp nguồn năng lượng bền vững và hiệu quả về chi phí mà còn góp phần tạo việc làm và nâng cao thu nhập của người dân địa phương.
- Triển khai dự án lắp đặt các tấm pin năng lượng mặt trời áp mái cho cả Công ty TNHH MTV Công nghiệp Masan (MSI) và Công ty TNHH MTV Masan HG (MHG).

**Tại MHT:**

- Giảm công suất của bơm thu hồi nước tại hồ chứa Quặng đuôi Lưu huyện bằng cách điều chỉnh kích thước của



ròng rọc. Điều chỉnh này nhằm mục đích tiết kiệm năng lượng vận hành máy bơm do tăng chiều cao phao (RL) từ 75m lên 117m và giảm yêu cầu về áp suất.

- Lắp đặt và chạy thử hệ số công suất tại trạm bơm nước Sông Công vào cuối tháng 1. Hoạt động lắp đặt nhằm cải thiện hệ số công suất, góp phần giảm tổn thất điện năng và đảm bảo tuân thủ các quy định của ngành điện.
- Tăng cường quản lý tốc độ cấp liệu cho máy nghiền CR-001, giảm điện năng tiêu thụ kể từ ngày 30/3/2023. Trước đó, máy nghiền hàm thường vận hành trong trạng thái không

được cấp liệu đầy, làm giảm hiệu quả sử dụng năng lượng trong quá trình nghiền cũng như giảm tốc độ xử lý vật liệu.

- Lắp bộ điều chỉnh áp suất ở đầu vào của bộ lọc FF300 để giảm áp suất không khí vào. Điều chỉnh này nhằm mục đích giảm tần suất vận hành hàng giờ của máy nén và hạn chế tình trạng sử dụng khí nén quá mức.

Các công ty con khác của Masan cũng tiến hành các chương trình đào tạo về tiết kiệm năng lượng. Chúng tôi khuyến khích nhân viên của mình tham gia vào các nỗ lực tiết kiệm năng lượng bằng cách đóng góp những ý tưởng thiết thực.

**THÀNH TỰU TRONG VIỆC TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG**

MHT đã đạt Chứng nhận Hệ thống quản lý năng lượng ISO 50001:2018. Chứng nhận có hiệu lực trong ba năm, bắt đầu từ ngày 16/12/2022 đến ngày 15/12/2025. Chứng nhận này là sự công nhận cho những nỗ lực tiết kiệm năng lượng của MHT và cũng là động lực thúc đẩy chúng tôi triển khai các chương trình tiết kiệm năng lượng trong tất cả các cơ sở sản xuất và kinh doanh của mình.

Ban Quản lý Năng lượng ("EMB") tại MHT được thành lập nhằm thực hiện và giám sát các hoạt động quản lý năng lượng, sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả.

## Quản lý Môi trường

Chúng tôi rất coi trọng công tác quản lý nước trong hoạt động của mình. Điều này thể hiện ở những biện pháp nâng cao hiệu quả, thúc đẩy tái sử dụng và tăng cường công tác quản lý mà chúng tôi đã thực hiện. Ngoài ra, chúng tôi cũng xem xét các yêu cầu về nước tại địa phương, đồng thời tích cực giám sát việc sử dụng nước trong toàn công ty. Kết quả giám sát hoạt động sử dụng nước trong năm 2023 của các công ty con thuộc MSN được trình bày trong bảng dưới đây.

Về xử lý nước, MHT và MML đã đạt xếp hạng A về mức độ tuân thủ luật pháp quốc gia, vượt trên tiêu chuẩn ngành. Hệ thống xử lý nước thải Thái Nguyên của MHT khẳng định cam kết của chúng tôi về sản xuất bền vững thông qua tái sử dụng nước đã qua xử lý. Các tổ hợp chế biến thịt của MML tiến hành tái chế toàn bộ nước thải trong quá trình sản xuất xúc xích cho các trang trại chăn nuôi heo. Ngoài ra, các tổ hợp chế biến tự hào khi được cấp chứng nhận môi trường ISO 14001, chứng nhận này là cam kết bền vững của chúng tôi đối với công tác quản lý môi trường.

Mục tiêu dài hạn của chúng tôi bao gồm giảm mức sử dụng nước từ 5 đến 10% trên mỗi đơn vị sản xuất vào năm 2025 thông qua tăng cường các biện pháp tái chế nước. Trong năm 2024, chúng tôi sẽ đánh giá mức

**Bảng 5** Lượng nước sử dụng tại các công ty con của Masan năm 2022 và 2023

Công ty con	Lượng nước Sử dụng (megaliters)		Lượng Nước bề mặt được Khai thác (megaliters)	
	2022	2023	2022	2023
MHT	11,80	12,10	-	4,11
MML	397.330,24	429.452,07	-	41,74
MCH	138.402,41	123.828,73	620,05	672,47
WCM	Lượng nước khai thác thấp hơn ngưỡng quy định trong giấy phép khai thác tài nguyên nước nên không tiến hành giám sát.			

tiêu thụ nước hiện tại và phê duyệt các hoạt động tái chế nước có mục tiêu.

Đối với quản lý nước, nước thải và chất thải, việc đảm bảo tính nhất quán của dữ liệu và bảo trì cơ sở dữ liệu hiệu quả đóng vai trò quan trọng trong cam kết về Quản lý Môi trường của chúng tôi. Theo đó, chúng tôi sẽ nâng cao chất lượng và phạm vi phủ sóng của dữ liệu, tích cực triển khai nội dung này vào năm 2024, đặc biệt là tại các cơ sở sản xuất.

Trong các lĩnh vực kinh doanh của mình, chúng tôi quản lý nhiều loại chất thải khác

nhau, tập trung giảm lượng chất thải phát sinh, tăng cường tái chế và đảm bảo tuân thủ quy trình xử lý. Chúng tôi nhận thức tầm quan trọng của việc áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn, đặc biệt là trong các hoạt động phát sinh chất thải và tối ưu hóa nguồn lực cho các công ty đặt người tiêu dùng làm trọng tâm.

Năm 2023, hoạt động kinh doanh tại tất cả các công ty con đóng vai trò chủ chốt trong MSN đã tạo ra khoảng 347.000 tấn chất thải, con số chi tiết được liệt kê trong bảng bên dưới.



WCM đang triển khai cung cấp túi tote có thể tái sử dụng cho các Hội viên WiN, nhấn mạnh tính bền vững qua các tương tác hàng ngày với khách hàng.

Đến năm 2025, mục tiêu của chúng tôi là tăng 50% mức tái chế chất thải. Trong năm 2024, chúng tôi dự định đánh giá mức chất thải phát sinh hiện tại với phương pháp thu thập dữ liệu toàn diện hơn, ghi lại quy trình tái chế chất thải và đảm bảo phê duyệt các mục tiêu, cơ hội giảm chất thải ưu tiên.

*Chi chú: <sup>(1)</sup> NET và MSI tạo ra chất thải xây dựng trong năm 2023.*

**Bảng 6** Chất thải phát sinh trong các công ty con của Masan năm 2022 và 2023

Công ty con		Lượng chất thải (Tấn)			
		Tổng cộng	Nguy hại	Không nguy hại	Khác
MHT	2022	11.932	8.127	1.517	2.288
	2023	27.405	6.364	21.041	-
MML	2022	25.414	70	24.372	972
	2023	24.213	37	23.708	468
MCH	2022	31.143	23	30.995	125
	2023	55.291 <sup>(1)</sup>	52	54.832	407
WCM	2022	2.477	7	2.470	-
	2023	1.905	8	1.897	-

## Năm 2023, Masan Group đóng góp hơn 4.421 tỷ đồng thuế vào ngân sách nhà nước.



### Phát triển Cộng đồng và Trách nhiệm Xã hội của Doanh nghiệp

Tăng trưởng trong hoạt động kinh doanh của chúng tôi gắn liền với sự phát triển của cộng đồng. Chúng tôi ưu tiên việc gắn kết chặt chẽ với cộng đồng địa phương để nắm được những kỳ vọng, nhu cầu của người dân cũng như những tác động từ hoạt động của chính doanh nghiệp nếu có và tin rằng đây là yếu tố cần thiết cho sự phát triển chung. Ngoài ra, chúng tôi cũng xây dựng và triển khai các chương trình phù hợp với nhu cầu địa phương cũng như hoạt động kinh doanh tại các khu vực của mình. Đây là những sáng kiến do đội ngũ nhân viên của chúng tôi phát triển, nhằm mục đích nâng cao sinh kế cho cộng đồng và hỗ trợ những nhóm dễ bị tổn thương.

Là một đơn vị hàng đầu trong khu vực kinh tế tư nhân, chúng tôi đã đóng góp hơn 4.421 tỷ đồng thuế vào ngân sách nhà nước trong năm 2023. Ngoài việc trở thành một trong những doanh nghiệp đóng thuế nhiều nhất tại các tỉnh có nhà máy hoạt động, chúng tôi còn tạo ra công ăn việc làm và giúp cải thiện đời sống của người dân địa phương. Đồng thời, chúng tôi đã dành một phần lợi nhuận để phát triển cộng đồng thông qua các hoạt động giúp đỡ và tạo điều kiện cho cá nhân vượt qua khó khăn và vươn lên trong cuộc sống.

Trong năm 2023, Masan và các công ty con đã đóng góp gần 32 tỷ đồng cho phúc lợi xã hội trên cả nước, tăng hơn gấp đôi so với năm 2022, đặc biệt là tại các địa phương mà công ty hoạt động. Hàng năm, mỗi đơn vị kinh doanh của chúng tôi triển khai 15-20 chương trình, đo lường tác động thông qua lượng đóng góp tài chính, quyên góp và hoạt động tình nguyện. Trong giai đoạn 2022-2023, các sáng kiến của chúng tôi trải rộng trên nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm hỗ trợ phẫu thuật mắt, học bổng, thúc đẩy tiêu dùng xanh và các dự án về nước sạch và vệ sinh môi trường. Các chương trình nổi bật trong năm 2023 bao gồm:

- MCH đóng góp 22 tỷ đồng cho các hoạt động phúc lợi xã hội và hỗ trợ phát triển cộng đồng.
  - Sáng kiến “Một triệu bữa cơm có thịt” do thương hiệu CHIN-SU đồng hành cùng Quỹ Trò nghèo Vùng cao nhằm cung cấp dinh dưỡng thiết yếu cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, với tổng kinh phí là 10 tỷ đồng trong giai đoạn 2023-2024.
  - MCH hợp tác cùng Hiệp hội Bảo trợ Bệnh nhân nghèo Thành phố Hồ Chí Minh để hỗ trợ 550 ca phẫu thuật đục thủy tinh thể trong năm 2023 tại tỉnh Kiên Giang, hoạt động này là một phần trong cam kết bền

vững về chăm sóc sức khỏe với khoản đầu tư hơn 5 tỷ đồng cho nhiều ca phẫu thuật khác nhau.

- Vào tháng 9/2023, MCH và Quý Nam Phương đã khánh thành cây cầu thứ 7 tại tỉnh Hậu Giang, cây cầu này nằm trong sáng kiến kéo dài hàng thập kỷ với ngân sách 5 tỷ đồng, đây là sáng kiến nhằm thay thế những cây cầu cũ để giúp người dân địa phương đi lại dễ dàng hơn, đồng thời góp phần hiện đại hóa các vùng nông thôn miền Tây.
- MCH đã phối hợp với Hội Chữ thập đỏ huyện Đô Lương, tỉnh Nghệ An trao các phần quà, tổng giá trị lên đến gần 2 tỷ đồng, cho hơn 2.000 trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn, để mang đến cho các em và gia đình một cái Tết ấm áp, vui tươi hơn.
- Trong năm 2023, WCM đã đầu tư xấp xỉ 980 triệu đồng cho các chương trình trách nhiệm xã hội.
  - WinMart+ Nông thôn đã ủng hộ 800 triệu đồng cho các hộ gia đình có hoàn cảnh khó khăn. Hoạt động quyên góp bao gồm gạo, tổng cộng 20 tấn cho 2000 hộ dân tại Hóc Môn (TP.HCM) và 22,5 tấn tại tỉnh Nghệ An, cùng các túi quà chứa đồ thiết yếu, tổng cộng có 630 túi được

phân phát tại Củ Chi (TP.HCM) và Thuận An (Tỉnh Bình Dương).

- WinMart Thăng Long (Hà Nội) đã quyên góp gần 180 triệu đồng cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn. Khoản quyên góp bao gồm nhu yếu phẩm hàng ngày, được trao cho 2 Trung tâm Bảo vệ Trẻ em.
- MHT dành gần 6 tỷ 580 triệu đồng cho phúc lợi xã hội và hỗ trợ phát triển cộng đồng với tổng cộng 22 sáng kiến đã được triển khai. Ngoài ra, 13 chương trình trách nhiệm xã hội đã được thực hiện, với tổng số người được hỗ trợ là 5.003 người.
- MML dành hơn 500 triệu đồng cho các hoạt động phúc lợi xã hội và hỗ trợ phát triển cộng đồng với tổng cộng 4 sáng kiến đã được triển khai. Ngoài ra, MML đã thực hiện 9 chương trình trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với tổng số người được hỗ trợ là 215 người.

Đến năm 2025, chúng tôi dự định sẽ triển khai các chương trình tập trung vào sức khỏe con người, khoa học về thực phẩm và dinh dưỡng cũng như nông nghiệp bền vững tích hợp công nghệ vì lợi ích cộng đồng. Mỗi chương trình sẽ đặt ra mục tiêu cụ thể về mức độ tham gia và tác động. Đến năm 2024, mỗi doanh nghiệp cần triển khai được ít nhất một chương trình, tập trung vào một trong những chủ đề ESG ưu tiên của MSN.



## Nhân viên và Khách hàng tin yêu

Tại Masan, mối quan hệ với khách hàng là tài sản cố định vô hình, qua đó nhân mạnh giá trị của việc kết nối. Masan Group hoạt động dựa trên sứ mệnh quan trọng là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng, phù hợp với nhu cầu của khách hàng, đồng thời bảo vệ sức khỏe, an toàn và quyền riêng tư dữ liệu của họ. Đồng thời, chúng tôi tin rằng nguồn nhân lực là ưu thế cạnh tranh lớn nhất, giúp tạo ra khác biệt và thúc đẩy chúng tôi hiện thực hóa chiến lược kiến tạo giá trị dài hạn. Chúng tôi nỗ lực thúc đẩy một môi trường cho phép nhân viên phát triển bền vững. Cam kết kép về cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng và nâng cao phúc lợi của nhân viên giúp chúng tôi xác định biện pháp kinh doanh và là tiền đề cho các thành công nối tiếp của chúng tôi.

### Nguồn nhân lực

#### THU HÚT VÀ GÌN GIỮ NHÂN LỰC

Chúng tôi tự hào có nguồn nhân lực đa dạng, với những khác biệt nhưng đều cùng chung một khát vọng – phụng sự người tiêu dùng và kiến tạo giá trị cho nền kinh tế, cho môi trường và xã hội. Chúng tôi cam kết tạo ra môi trường đa dạng để thẩm thấu văn hóa hòa nhập và mang lại cơ hội bình đẳng cho toàn bộ đội ngũ nhân viên. Nhân viên của chúng tôi được tuyển dụng dựa trên các kỹ năng và năng lực liên quan đến yêu cầu công việc, bất kể chủng tộc, quốc tịch, tôn giáo, giới tính, tuổi tác và tình trạng thể chất. Sự đa dạng này đem lại những góc nhìn, nền tảng, niềm tin, chuyên môn và

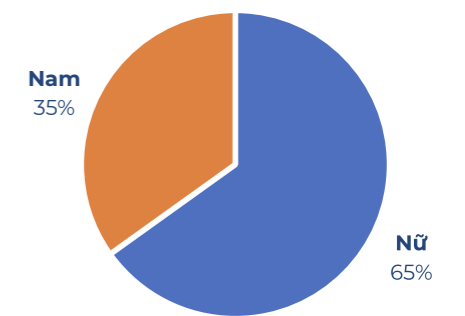
kinh nghiệm khác nhau giúp đưa ra các chiến lược, ý tưởng và giải pháp sáng tạo đột phá, những yếu tố chìa khóa trong hoạt động kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2023, tổng số lượng nhân viên của Masan Group là 35.878<sup>3</sup>, giảm khoảng 6% so với năm trước, do môi trường hoạt động đầy thách thức ảnh hưởng đến các doanh nghiệp trên toàn cầu.

### Cơ cấu lao động của Masan theo giới tính

Năm 2023, phụ nữ chiếm 65% nguồn nhân lực của chúng tôi, số lượng nhân viên nữ giữ vị trí từ giám sát đến điều hành nhiều hơn so với nam giới. Tại Masan, nhân viên nữ, bất kể cấp bậc hay vị trí, là nhóm đóng góp đáng kể cho quá trình phát triển bền vững của Tập đoàn, trên mọi khía cạnh của quá trình sản xuất và kinh doanh.

Hình 6 Cơ cấu lao động của Masan theo giới tính năm 2023



### Cơ cấu lao động của Masan theo quốc tịch

Với hoạt động kinh doanh đa dạng trải rộng trên nhiều lĩnh vực cùng văn phòng đại diện tại nhiều quốc gia trên toàn thế giới, thành phần lao động tại Masan Group bao gồm nhiều quốc tịch khác nhau. Đáng chú ý, Hoa Kỳ và Úc là các nguồn cung lao động quan trọng của chúng tôi, chủ yếu là lao động ở các vị trí cấp cao, bên cạnh đó là Việt Nam – quốc gia Masan chủ yếu hoạt động, có tỷ lệ lao động người Việt chiếm đến 98% nguồn nhân lực.

Bảng 7 Cơ cấu Lao động của Masan theo Quốc tịch năm 2023

	Đội ngũ điều hành	Giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
<b>Tổng cộng</b>	<b>17</b>	<b>181</b>	<b>690</b>	<b>2.038</b>	<b>11.450</b>	<b>21.502</b>
Việt Nam	10	146	658	1.982	10.979	21.255
Hoa Kỳ	3	4	2	-	2	-
Úc	1	5	3	10	-	-
Ấn Độ	2	2	-	-	-	1
Khác	1	24	27	46	469	246

<sup>3</sup> Số liệu này không bao gồm những nhân viên đã chấm dứt hợp đồng nhưng vẫn có tên trong bảng lương tính đến ngày cuối cùng để tổng hợp dữ liệu.

**Cơ cấu lao động của Masan theo độ tuổi**

Trong cơ cấu lao động của Masan Group, những người từ 40 tuổi trở lên chủ yếu đảm nhận vị trí quản lý cấp cao (điều hành và giám đốc), trong khi những người từ 30 đến 40 tuổi chủ yếu làm việc ở các vị trí quản lý cấp trung (vai trò quản lý và giám sát). Cơ cấu lao động đa dạng về độ tuổi góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh của chúng tôi trên thị trường nhờ mức độ đa dạng của các ý tưởng và sáng kiến.

**Bảng 8 Cơ cấu lao động của Masan theo độ tuổi năm 2023**

	Đội ngũ điều hành	Giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
< 20	0%	0%	0%	0%	1%	13%
20 - < 30	0%	1%	3%	17%	46%	53%
30 - < 40	12%	25%	52%	60%	43%	23%
40 - < 50	29%	49%	37%	20%	8%	8%
>=50	59%	25%	8%	3%	3%	3%

Năm 2023, Masan Group có thêm 12.140 nhân viên mới, dưới đây là thống kê về cấp bậc và giới tính của những nhân viên mới.

**Bảng 9 Số lượng nhân viên mới năm 2023**

	Đội ngũ điều hành	Giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
<b>Tổng số Nhân viên mới</b>	<b>1</b>	<b>36</b>	<b>148</b>	<b>457</b>	<b>1.607</b>	<b>9.944</b>
Nam giới	1	21	79	288	622	3.458
Nữ giới	-	15	69	169	985	6.486



Chính sách nhân sự của chúng tôi tuân thủ các quy định của Bộ luật Lao động liên quan đến cơ chế đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cũng như quan hệ lao động của quốc gia tương ứng nơi Tập đoàn hoạt động, nhằm tạo điều kiện làm việc tốt nhất cho nhân viên. Chúng tôi áp dụng cơ chế lương thưởng cạnh tranh để khuyến khích nhân viên đạt chất lượng công việc tốt nhất nhằm mang lại hiệu quả lâu dài cho tổ chức. Thông tin chi tiết về các chính sách và lợi ích để đảm bảo phúc lợi cho nhân viên được trình bày trong Báo cáo Phát triển Bền vững chi tiết năm 2023.

**PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC**

**Đánh giá Hiệu quả công việc và Khen thưởng**

Đội ngũ lãnh đạo cấp cao tiến hành đánh giá nhân sự toàn diện hai lần một năm trên quy mô toàn công ty nhằm xác định các yếu tố chính như khả năng học hỏi, tiềm năng lãnh đạo và chuyên môn. Năm 2023, gần 98% nhân lực của Masan Group và 99% nhân viên đã tham gia đánh giá hiệu quả thực hiện và phát triển sự nghiệp. Cách tiếp cận có hệ thống này giúp chúng tôi

xác định được những người có khả năng lãnh đạo trong tổ chức.

Ở tất cả các cấp, chúng tôi hỗ trợ các hoạt động đánh giá hiệu quả thực hiện hàng năm trên cơ sở hợp tác và minh bạch để đưa ra các quyết định liên quan đến lương bổng và khen thưởng. Chúng tôi coi trọng việc duy trì hệ thống khen thưởng công bằng, bình đẳng, dựa trên hiệu quả thực hiện và đóng góp của nhân viên cho hoạt động kinh doanh của Tập đoàn. Theo cam kết về công nhận và khuyến khích nâng cao năng lực, chúng tôi áp dụng Kế hoạch

Phát hành Cổ phần thuộc Sở hữu của Người lao động (ESOP) nhằm thúc đẩy tinh thần doanh nhân thông qua trao cho họ quyền sở hữu công ty, từ đó nâng cao giá trị cổ đông.

**Đào tạo và Phát triển Nhân lực**

Masan Group ghi nhận những đóng góp quý giá của nhân viên và cam kết nâng cao năng lực cho họ - nguồn tài sản quý giá của Tập đoàn. Chúng tôi đầu tư vào các chương trình giáo dục và đào tạo liên tục cho nhân viên có trình độ và/hoặc năng lực phù hợp. Những chương trình này tạo cơ hội cho nhân viên nâng cao kỹ năng và kiến thức chuyên môn của họ.

Năm 2023, chúng tôi tự hào thành lập Growth Center - Trung tâm Phát triển Nhân tài với mong muốn đưa Masan trở thành nơi phát huy tiềm năng của mỗi thành viên và là điểm đến cho những tài năng sẵn sàng cho tương lai. Năm 2023, chúng tôi đã tổ chức hơn 1.700 buổi đào tạo và hội thảo về nhiều chủ đề khác nhau, bao gồm kỹ năng lãnh đạo và hướng dẫn, kỹ năng thuyết trình, giải quyết vấn đề, ra quyết định. Các lớp học này thu hút hơn 33.214 lượt nhân viên tham gia đào tạo. Song song đó, Growth Center cũng triển khai các chương trình như Mentoring, Leadership Assessment, 360 độ Feedback dành cho nhân tài và quản lý cấp cao nhằm nâng cao kỹ năng lãnh đạo và năng lực quản lý đội nhóm.

Từ năm 2023, Ban Lãnh đạo Masan đã tổ chức những ngày People Day để thống nhất những năng lực cốt lõi phù hợp với tương lai của Masan, xác định các kỹ năng, kiến thức và tư duy mà các Masaner cần để phát triển và thích nghi khi đối mặt với tình trạng không chắc chắn khi thế giới và môi trường xung quanh đang có nhiều thách thức.

Việc xây dựng năng lực phù hợp với tương lai đòi hỏi chúng tôi điều chỉnh cách tiếp cận toàn diện hơn bao gồm đẩy mạnh môi trường học tập liên tục, đầu tư nâng cấp các hiểu biết về kỹ thuật số, trau dồi tư duy

phản biện, hợp tác với đồng đội và nâng cao trí tuệ cảm xúc. Chúng tôi tin rằng, bằng cách trang bị cho Masaner những khả năng này, chúng tôi có thể đảm bảo họ có đủ năng lực để sẵn sàng đối phó với sự phức tạp trong tương lai, nắm bắt cơ hội đưa Masan đạt được mục tiêu chiến lược và có đóng góp có ý nghĩa cho xã hội, cho người tiêu dùng, cho cộng đồng, cho bản thân và cho gia đình.

Mỗi đơn vị kinh doanh của chúng tôi đều cung cấp các hướng dẫn cụ thể và được địa phương hóa để phù hợp với các cấp độ và vai trò của nhân viên.

**Bảng 10 Số giờ đào tạo trung bình trên mỗi nhân viên ở Việt Nam năm 2023**

Nhân viên theo lĩnh vực hoạt động	Năm 2022 (Số giờ đào tạo / Nhân viên / Năm)	Năm 2023 (Số giờ đào tạo / Nhân viên / Năm)
Nhân viên sản xuất	10	10
Nhân viên bán lẻ	48	50
Nhân viên F&B	100	100
Nhân viên khai thác mỏ	22	30
Quản lý	2	5

**SỨC KHỎE VÀ AN TOÀN LAO ĐỘNG**

Nhân viên của Masan chính là nguồn lực quý giá nhất của Tập đoàn, phúc lợi của họ là một trong những ưu tiên hàng đầu của chúng tôi. Chúng tôi đầu tư cho hoạt động đào tạo an toàn lao động và không ngừng cải thiện dây chuyền sản xuất để đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất. Chúng tôi chịu trách nhiệm cung cấp cho nhân viên các thiết bị bảo hộ lao động, các biện pháp giữ an toàn và vệ sinh nơi làm việc và môi trường tốt để làm việc.

**Chính sách và Quy trình**

Mỗi đơn vị trong Masan đều có các quy định riêng về sức khỏe và an toàn lao động (OHS) phù hợp với môi trường làm việc và vai trò cụ thể của đơn vị. Đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất và khai khoáng, do sức khỏe và an toàn lao động tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh nên việc nhận diện rủi ro và triển khai các biện pháp xử lý rủi ro phù hợp luôn được chủ động thực hiện theo quy trình và khung chuẩn hóa toàn cầu.

Tại MHT, hệ thống quản lý sức khỏe và an toàn lao động được áp dụng toàn diện cho nhân viên, hoạt động và nơi làm việc. Tất cả nhân viên mới đều phải tham gia các khóa đào tạo bắt buộc về an toàn lao động và được hướng dẫn về thiết bị bảo hộ cá nhân. Việc xác định và đánh giá rủi ro, mối nguy là hoạt động bắt buộc trước khi bắt đầu nhiệm vụ, ngoài ra, cần tham quan và



kiểm tra thực địa hàng ngày, thực hiện quy trình 5S và trao đổi thường xuyên về sức khỏe và an toàn lao động. Tại H.C. Starck, một công ty con của MHT, hệ thống quản lý sức khỏe an toàn và lao động của chúng tôi áp dụng cho tất cả nhân viên và hoạt động, bao gồm cả nhân sự ngoài công ty làm việc tại các địa điểm.

MCH đã thành lập bộ phận An toàn Lao động - Phòng cháy chữa cháy phụ trách xây dựng và thực hiện kế hoạch An toàn Lao động, giám sát và kiểm soát các yếu tố

gây hại, nguy hiểm tại nơi làm việc, đào tạo về an toàn vệ sinh lao động và tiến hành kiểm tra, giám sát để đảm bảo các ban, ngành tuân thủ quy định về an toàn lao động cũng như quy định của công ty.

Tại MML, hệ thống quản lý sức khỏe và an toàn lao động có chứng nhận ISO 14001:2015 và ISO 45001:2018 được áp dụng cho tất cả nhân viên. Bộ phận An toàn, Sức khỏe và Môi trường (SHE) đóng vai trò là đầu mối phổ biến và quản lý thông tin trong toàn bộ công ty. Nhân viên tích cực tham gia truyền

thông về an toàn và dịch bệnh thông qua nhiều kênh khác nhau, bao gồm các buổi thảo luận về SHE, đào tạo, gặp gỡ giữa người sử dụng lao động và người lao động, các cuộc họp Ban Chấp hành Công đoàn, hòm thư góp ý, mạng xã hội và Mạng lưới An toàn Vệ sinh của công ty.

Năm 2023, Masan Group tiếp tục nâng cấp thiết bị truyền động, lắp đặt máy móc mới cùng dây chuyền sản xuất hiện đại, cải tạo các nhà máy nhằm quản lý rủi ro về an toàn vệ sinh lao động cho toàn thể cán bộ, nhân viên. Các nhà máy của chúng tôi đều được cấp chứng nhận HACCP (Phân tích Nguy cơ và Kiểm soát Điểm tới hạn), ISO 9001 (Hệ thống Quản lý Chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống Quản lý An toàn Thực phẩm) và SA8000 (Hệ thống Quản lý Trách nhiệm Xã hội), FSSC (Chứng nhận Hệ thống An toàn Thực phẩm), HALAL, và ISO 45001 (Hệ thống Quản lý An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp).

Hàng năm, các kế hoạch An toàn Vệ sinh Lao động (ATVSLĐ), bao gồm đánh giá mối nguy, được phối hợp xây dựng với Ban Chấp hành Công đoàn ở tất cả các công ty con và cơ sở kinh doanh. Chúng tôi cũng ưu tiên việc phổ biến minh bạch cho tất cả nhân viên về các rủi ro và sự cố đã xác định.

Mỗi công ty thành viên đều có hệ thống hồ sơ ghi chép chi tiết về thương tích, tai nạn, mối nguy trong môi trường làm việc, nhu cầu đào tạo, phân phối PPE, bảo trì thiết

bị và hồ sơ sức khỏe nhân viên. Đánh giá hàng năm định hướng phát triển cho các kế hoạch ATVSLĐ, chương trình đào tạo và hành động khắc phục trong tương lai dựa trên các hồ sơ này.

Chúng tôi cung cấp dịch vụ khám sức khỏe định kỳ cho tất cả nhân viên và đặc biệt chú ý đến những người có nguy cơ mắc bệnh nghề nghiệp. Công việc được phân công theo các tiêu chuẩn về sức khỏe và công tác khám sức khỏe định kỳ sẽ đảm bảo nhân viên được bố trí vào những vị trí phù hợp.

**Đào tạo về Sức khỏe và An toàn Lao động**

Để xây dựng văn hóa quan tâm đến an toàn lao động trong toàn Tập đoàn và các công ty con, tất cả nhân viên đều được đào tạo toàn diện, từ hướng dẫn về an toàn cơ bản cho nhân viên mới đến các phiên thảo luận chuyên môn về các mối nguy cụ thể trong công việc. Ví dụ, chương trình đào tạo có thể là về an toàn điện, vận hành máy móc, làm việc trong không gian hẹp và vận hành xe nâng. Chúng tôi khuyến khích nhân viên tuân thủ quy trình an toàn để giảm thiểu tai nạn, thương tích và bệnh nghề nghiệp.

Các khóa đào tạo về sức khỏe và an toàn nghề nghiệp dành cho nhân viên trong năm 2023 được nêu dưới đây:

**MCH**

- An toàn lao động theo quy định của pháp luật Việt Nam
- An toàn vệ sinh thực phẩm
- Phòng chống cháy nổ và cứu hộ

**MHT**

- Hướng dẫn về an toàn cơ bản
- Phân tích mối nguy trong công việc
- 5 bước kiểm tra trước khi bắt đầu công việc
- Giấy phép lao động an toàn
- Hướng dẫn về hóa chất
- Kỹ năng sơ cứu
- Quy tắc an toàn khi lái xe và tham gia giao thông
- Quy trình điều tra khi xảy ra sự cố

*Đặc biệt tại H.C. Starck*

- Ngày an toàn lao động (sản xuất, bảo trì, kỹ thuật và nghiên cứu)
- Đào tạo về điện tử (cho tất cả nhân viên)
- Đào tạo riêng cho mỗi nhà máy, dựa trên hướng dẫn vận hành kỹ thuật và hướng dẫn công việc

**MML**

- An toàn lao động
- An toàn hóa chất
- Phòng chống cháy nổ và cứu hộ
- Sơ cứu
- An toàn điện
- Tuân thủ bảo hộ lao động
- Các khóa đào tạo khác tùy theo vị trí công việc

**PLH**

- Huấn luyện an toàn, vệ sinh lao động theo quy định của pháp luật Việt Nam
- 5S + Thực hành an toàn
- Đào tạo về công thái học và môi trường làm việc an toàn

**WCM**

- An toàn lao động theo quy định của pháp luật Việt Nam
- An toàn vệ sinh thực phẩm
- Phòng chống cháy nổ và cứu hộ

Cam kết chung của chúng tôi trong những năm tới là duy trì và phát huy các tiêu chuẩn này, đảm bảo môi trường làm việc an toàn và hòa nhập, nâng cao mức độ hài lòng của nhân viên và duy trì tính đa dạng về giới trong toàn tổ chức của chúng tôi. Trong năm 2024 và hướng tới năm 2030, các ưu tiên hàng đầu của chúng tôi bao gồm duy trì Tỷ lệ Thương tích trong Lao động (TIR) dưới 0,5, duy trì tối thiểu 70% mức độ hài lòng của nhân viên trong các cuộc khảo sát hàng năm, duy trì cân bằng

giới tính 45% giữa phụ nữ và nam giới ở cấp Giám sát trở lên, và đạt tối thiểu 70% trong phần Đa dạng và Hòa nhập của cuộc khảo sát mức độ hài lòng của nhân viên. Ngoài ra, trong năm tài chính 2024, chúng tôi cam kết thực hiện các hành động có mục tiêu nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện trong các lĩnh vực cần cải thiện được xác định trong khảo sát mức độ hài lòng của nhân viên.

**Thống kê về Sức khỏe và An toàn Lao động**

Năm 2023, Tập đoàn ghi nhận 0 trường hợp mắc bệnh liên quan đến công việc, 1 trường hợp tử vong do tai nạn lao động và 0 trường hợp mắc bệnh nghề nghiệp.

**Bảng 11 Tổng số trường hợp thương tích liên quan đến công việc**

	MCH	MHT	MML	PLH	WCM
Tử vong do tai nạn lao động	1	0	0	0	0
Thương tích liên quan đến công việc dẫn đến hậu quả nghiêm trọng (không bao gồm tử vong)	8	9	0	0	0
Thương tích liên quan đến công việc đã lưu hồ sơ	13	12	18	0	5
Sự cố nguy hiểm/suýt xảy ra tai nạn	5	56	8	0	5
Số ngày nghỉ của nhân viên	281	158	26	0	0



## Quản lý mối quan hệ với khách hàng

Khách hàng đóng vai trò then chốt và là trọng tâm trong hoạt động kinh doanh bền vững của chúng tôi. Sứ mệnh cao nhất của Masan Group là cung cấp các dịch vụ chất lượng phù hợp với nhu cầu của khách hàng, cam kết luôn đảm bảo sức khỏe, an toàn và quyền riêng tư dữ liệu của khách hàng. Chúng tôi tin rằng duy trì mối quan hệ bền chặt với khách hàng là điều cần thiết để hiện thực hóa tầm nhìn và sứ mệnh của Tập đoàn.

### QUYỀN RIÊNG TƯ CỦA KHÁCH HÀNG

Masan đảm bảo mức độ hài lòng của khách hàng thông qua chuỗi cửa hàng bán lẻ offline vững mạnh. Ngoài ra, hạ tầng số, bao gồm ứng dụng di động, đang được hoàn thiện để hợp nhất dữ liệu khách hàng, bao gồm thông tin nhân khẩu học, trong tất cả các công ty thuộc Masan. Trong bối cảnh hiện tại, công nghệ thông tin đóng vai trò rất quan trọng trong cuộc sống hàng ngày cũng như hoạt động kinh doanh vì khả năng nâng cao hiệu quả và tính tiện lợi. Tuy nhiên, công nghệ này cũng tiềm ẩn nguy cơ rò rỉ dữ liệu, một mối lo ngại nghiêm trọng của doanh nghiệp. Masan Group nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo vệ dữ liệu, đặc biệt là dữ liệu của khách hàng và các bên liên quan. Năm 2023, trên khắp các đơn vị của chúng tôi, Masan Group ghi nhận 0 khiếu nại có

**Bảng 12** Mức độ Hài lòng của Khách hàng theo Ngành trong năm 2023

Ngành	Công ty con	Điểm số qua khảo sát	Mức độ Hài lòng
Bán lẻ	WCM	9,9/10	Rất hài lòng
F&B	PLH	4,6/5	Rất hài lòng
Khai thác mỏ	MHT	4,11/5	Rất tốt

căn cứ về hành vi vi phạm quyền riêng tư của khách hàng.

### MỐI QUAN HỆ VỚI KHÁCH HÀNG

Các công ty con thuộc Masan Group luôn gắn bó với khách hàng qua các kênh online và offline đa dạng nhằm hỗ trợ và thu thập phản hồi về các sản phẩm và dịch vụ. Trong năm 2023, chúng tôi đã tương tác với hơn 25.000 khách hàng và đạt mức độ hài lòng tổng thể là “Hài lòng” đến “Rất hài lòng”.

Tuy mức độ hài lòng của khách hàng ở mức cao, chúng tôi vẫn nhận thức được nhu cầu chuẩn hóa các phương pháp khảo sát về mức độ hài lòng cũng như mối quan hệ với khách hàng tại PLH và WCM nhằm cải thiện khả năng so sánh và đảm bảo áp dụng cách tiếp cận thống nhất hơn để hiểu và phục vụ khách hàng tốt hơn.

Dựa trên cam kết về bảo vệ quyền riêng tư dữ liệu, nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và đáp ứng nhu cầu ngày

càng tăng của người tiêu dùng, năm 2024, chúng tôi ưu tiên củng cố quyền riêng tư dữ liệu của người tiêu dùng bằng cách lồng ghép quy định này vào điều khoản và điều kiện của mình, đồng thời xây dựng một quy trình chuẩn hóa để chấm điểm sự hài lòng của khách hàng.

Với tầm nhìn dài hạn 2025-2030, mục tiêu của chúng tôi bao gồm tuân thủ nghiêm ngặt các luật về bảo mật dữ liệu người tiêu dùng của Việt Nam, đảm bảo duy trì 90% điểm hài lòng của khách hàng đến năm 2030 và cả sau đó, đồng thời tăng số lượng Hội viên WiN lên 30 triệu để phục vụ 80% nhu cầu hằng ngày của người tiêu dùng.

## Đạo đức kinh doanh và quản trị bền vững

### ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

Masan Group duy trì cam kết vững chắc về tuân thủ đạo đức kinh doanh và thúc đẩy cạnh tranh công bằng trên tất cả các thị

trường hoạt động. Cả Tập đoàn và nhân viên đều cam kết tuân thủ luật pháp địa phương, các quy trình chống rửa tiền và chống hối lộ cũng như các nguyên tắc cạnh tranh công bằng. Các chính sách đạo đức kinh doanh hiện tại của Masan, bao gồm Bộ Quy tắc Ứng xử chung và Thỏa thuận về Tính bảo mật, Minh bạch và Không cạnh tranh, đều có thể tiếp cận dễ dàng và phù hợp với các chính sách quốc gia. Mỗi nhân viên đều phải tuân thủ “Thỏa thuận về Bảo mật, Minh bạch và Không cạnh tranh” nhằm thúc đẩy một môi trường làm việc công bằng, minh bạch và tuân thủ pháp luật. Đối với các nhà cung cấp và đối tác, Tập đoàn đã xây dựng Bộ Quy tắc Ứng xử, bên cạnh các nghĩa vụ hợp đồng, để đảm bảo tuân thủ các chính sách chống tham nhũng và hối lộ.

Trong năm 2023, các công ty con của chúng tôi trong ngành bán lẻ và F&B phải đối mặt với tổng cộng 40 khoản phạt hành chính, trong đó, 38 trường hợp là phạt dưới 25 triệu đồng. Các vấn đề thường gặp nhất gồm thiếu tuân thủ phòng cháy chữa cháy, hóa đơn và thuế, an toàn vệ sinh thực phẩm và quản lý chất thải. Chúng tôi cam kết đáp ứng mong đợi của khách hàng cũng như tuân thủ luật pháp và quy định của địa phương, đồng thời sẽ nỗ lực không ngừng để thực hiện các cam kết này.

Masan nhận thấy rằng Quản lý Rủi ro là một phần quan trọng trong quản trị doanh nghiệp, liên quan đến mọi khía cạnh kinh

doanh. Chúng tôi triển khai hệ thống quản lý rủi ro chặt chẽ và hiệu quả để đảm bảo khả năng phòng ngừa, ngăn chặn và xử lý các rủi ro trong toàn bộ hoạt động của Tập đoàn cũng như tại các công ty con, thông qua đó chúng tôi truyền đạt đạo đức kinh doanh và đề cao tính tuân thủ tự nguyện đến các bên liên quan. Hệ thống quản lý rủi ro của Masan bao gồm các chính sách về quản lý rủi ro cụ thể và bộ máy tổ chức tại tuyến phòng vệ thứ 2 (Khối An ninh) và thứ 3 (Khối Kiểm toán nội bộ).

Khối An ninh phụ trách ngăn chặn tham nhũng và hối lộ trong chuỗi giá trị của Masan. Khối An ninh thường xuyên, liên tục đánh giá/xử lý các sự cố rủi ro phát sinh để đưa ra các giải pháp phòng ngừa rủi ro và đảm bảo, duy trì tính minh bạch

trong hoạt động kinh doanh của Công ty. Khối Kiểm toán nội bộ trực thuộc Ủy ban Kiểm toán hiện đang phụ trách công tác kiểm toán nội bộ của Masan, có vai trò tư vấn và kiểm tra về mặt quản trị công ty, quản trị rủi ro và quy trình kiểm soát nội bộ trong hoạt động của Công ty. Kiểm toán nội bộ thực hiện các cuộc kiểm toán theo kế hoạch kiểm toán hàng năm được HĐQT phê duyệt.

Ngoài ra, Masan phổ biến các biện pháp quản lý rủi ro cho nhân viên dựa trên các hướng dẫn và chỉ dẫn của Khối An ninh. Nội dung này bao gồm hướng dẫn về cách xử lý các tình huống hoặc vấn đề cụ thể trong quá trình làm việc, giải quyết các hành vi quấy rối và đe dọa qua điện thoại cũng như các trường hợp mạo danh để



lừa đảo. Những nỗ lực này nhấn mạnh cam kết của Masan trong việc duy trì một môi trường hoạt động an toàn và ổn định.

Trong năm 2024, để nâng cao đạo đức kinh doanh hơn nữa, chúng tôi sẽ đưa ra các chính sách và thực hành then chốt về đạo đức kinh doanh và phát triển bền vững, đồng thời tiến hành đánh giá chương trình đào tạo hiện tại. Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu thu hút 100% nhân viên liên quan triển khai thực hành

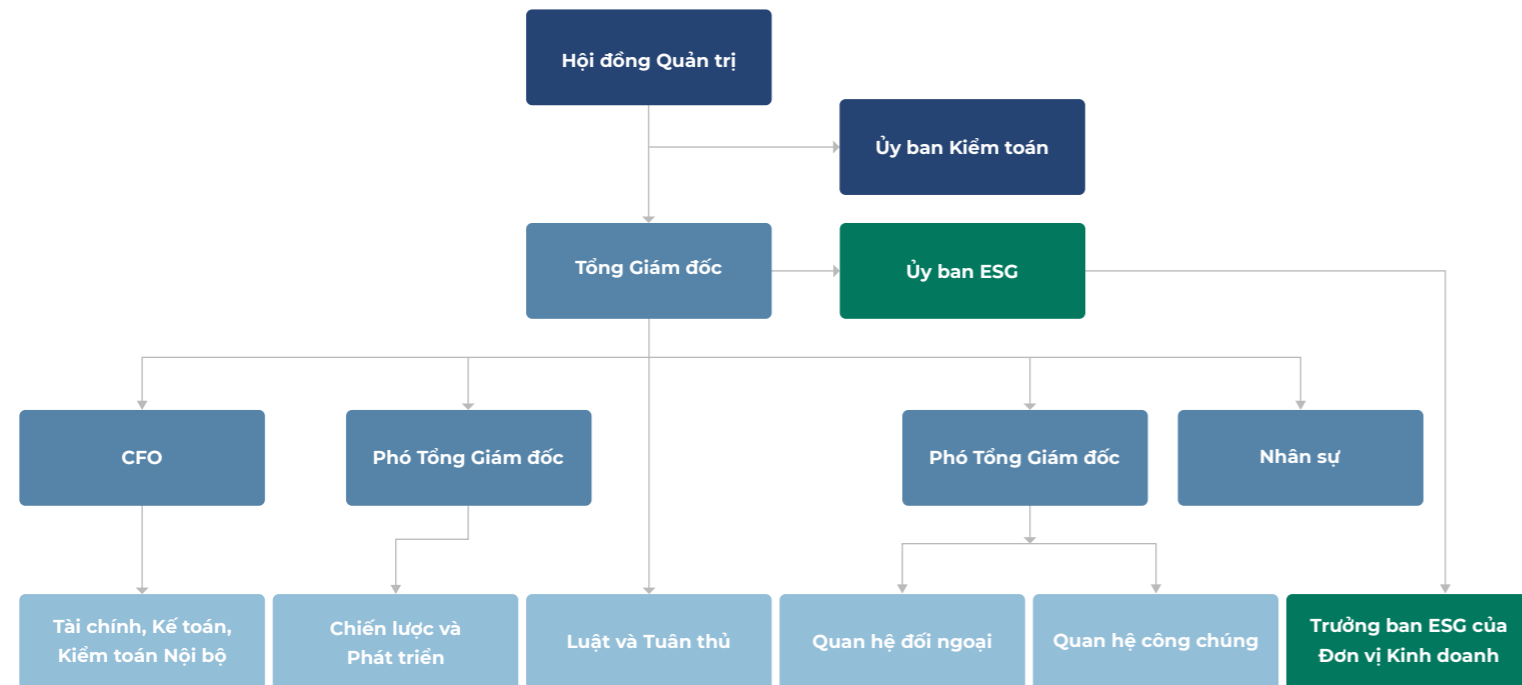
ESG, ngoài ra, các nhân viên cấp Giám sát trở lên sẽ được đào tạo về Bộ Quy tắc Ứng xử của Masan và các chủ đề quan trọng khác, bao gồm chống hối lộ, chống tham nhũng và các chủ đề về bền vững, trên cơ sở hàng năm.

**QUẢN TRỊ BỀN VỮNG**

Năm 2023, Masan Group đã thành lập Ủy ban ESG để đảm bảo các hoạt động phát triển bền vững của chúng tôi phù hợp với

chính sách và chiến lược phát triển bền vững của Tập đoàn. Trưởng bộ phận Trưởng Bộ phận Sản xuất, Kỹ thuật và Giải pháp Công nghệ Tập đoàn được bổ nhiệm làm chủ tịch Ủy ban, ngoài ra thành viên Ủy ban bao gồm các giám đốc điều hành và thành viên cấp cao thuộc các bộ phận và đơn vị kinh doanh khác của Tập đoàn. Ngoài Ủy ban, ở cấp quản lý, mỗi Đơn vị Kinh doanh sẽ bổ nhiệm Trưởng ban ESG để đảm bảo trách nhiệm cùng nhau phối hợp trong các vấn đề bền vững giữa công ty con và công ty liên kết của Masan.

**Hình 7 Cơ cấu Quản trị ESG**



**Bảng 13 Ủy ban Quản trị ESG**

Chủ đề / Trách nhiệm	Thành viên Ủy ban ESG
<b>Tổng quan</b>	
Chủ tịch Ủy ban	Trưởng Bộ phận Sản xuất, Kỹ thuật và Giải pháp Công nghệ Tập đoàn
Nội dung liên quan đến Nhà đầu tư	Trưởng Bộ phận Thị trường vốn & Sáng kiến Chiến lược
Nội dung liên quan đến Tài chính	CFO của Tập đoàn
Vấn đề liên quan đến Quản trị	Trợ lý Tổng Giám đốc Tập đoàn
<b>Thúc đẩy Đối mới để Tăng trưởng Bền vững</b>	
Quản lý chuỗi cung ứng	Giám đốc ngành hàng Fresh, WCM
Chất lượng, Dinh dưỡng, An toàn Thực phẩm và Chi nhân Sản phẩm	Trưởng Bộ phận R&D của MCH và MML
<b>C Chăm sóc Môi trường và Cộng đồng</b>	
<b>Chủ đề / Trách nhiệm</b>	
Biến đổi khí hậu	Trưởng Bộ phận Sản xuất, Kỹ thuật và Giải pháp Công nghệ Tập đoàn
Quản lý Môi trường	
Phát triển Cộng đồng	
Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn Giám đốc Quan hệ Công chúng Cấp cao	
<b>Chinh phục Nhân viên và Khách hàng</b>	
Nguồn nhân lực	Trưởng Bộ phận Nguồn nhân lực Tập đoàn
Quản lý mối quan hệ với khách hàng	Giám đốc Khối E-commerce WCM
Đạo đức kinh doanh và quản trị bền vững	Luật sư trưởng Tập đoàn



Sau đây là vai trò và trách nhiệm cụ thể của mỗi đơn vị chủ chốt trong nội dung quản trị bền vững:

- Hội đồng Quản trị (HĐQT) và Tổng Giám đốc Tập đoàn đưa ra định hướng về chiến lược kinh doanh, bao gồm chiến lược phát triển bền vững và giám sát tiến độ thực hiện mục tiêu ESG.
- Ủy ban ESG tư vấn cho Tổng Giám đốc về chiến lược phát triển bền vững của công ty cũng như các xu hướng, rủi ro và cơ hội liên quan đến ESG. Ủy ban thúc đẩy chương trình nghị sự về phát triển bền vững trong Tập đoàn, phối hợp chặt chẽ với các mảng kinh doanh và nội bộ doanh nghiệp, triển khai và điều chỉnh chiến lược theo chiến lược phát triển bền vững/chủ đề khác bao gồm chính sách, quy trình, sáng kiến, chương trình và đánh giá

xếp hạng. Thành viên trong ủy ban phối hợp với các ban, ngành liên quan và Trưởng ban ESG để thực hiện các sáng kiến và kế hoạch hành động. Ủy ban Phát triển Bền vững sẽ họp hai lần một năm như một phần của công tác họp Ủy ban Chiến lược.

- Mỗi Đơn vị Kinh doanh chỉ định Trưởng ban ESG trong các chủ đề quan trọng có liên quan để hỗ trợ thực hiện chương trình nghị sự, chương trình và sáng kiến ESG cũng như giám sát và báo cáo tiến độ.

Cơ cấu tổ chức của Ủy ban ESG, nằm trong cơ cấu quản lý của Tập đoàn, sẽ giúp thống nhất định hướng chiến lược và mục tiêu của Tập đoàn về các vấn đề bền vững xuyên suốt các công ty con của Masan. Ngoài ra, quản trị bền vững tập trung sẽ tăng cường công tác giám sát phối hợp đối với hoạt động quản lý rủi ro về tính bền vững, tiến

độ thực hiện các mục tiêu và hiệu quả phát triển bền vững của Masan ở cấp Tập đoàn một cách toàn diện và có phối hợp.

Năm 2024, Ủy ban ESG và các Trưởng ban ESG chịu trách nhiệm thực hiện các dự án ESG chiến lược quan trọng như giảm phát thải khí nhà kính, tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm, sức khỏe và dinh dưỡng, giảm sử dụng nước và tái chế chất thải.

Nhìn về mục tiêu dài hạn cho giai đoạn 2025-2030, trọng tâm của chúng tôi là thiết lập và đảm bảo chức năng của cơ cấu quản trị ESG nhằm triển khai hiệu quả chương trình nghị sự về ESG. Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu thu hút 100% nhân viên liên quan triển khai thực hành ESG. Cách tiếp cận chiến lược này khẳng định cam kết của chúng tôi về việc lồng ghép các hoạt động bền vững và đạo đức kinh doanh cho toàn bộ tổ chức trong những năm tới.

## Giải thưởng trong năm 2023

Cam kết phát triển bền vững của chúng tôi được công nhận bởi các tổ chức cả trong và ngoài nước:

### Masan Group

- Doanh nghiệp có chiến lược M&A tiêu biểu giai đoạn 2009-2023 – Báo Đầu tư
- Top 50 Công ty Niêm yết Tốt nhất năm 2023 tại Việt Nam – Forbes Vietnam
- Top 50 Doanh nghiệp Phát triển Bền vững 2023 – Tạp chí Nhịp cầu Đầu tư
- Top 50 Công ty Kinh doanh Hiệu quả nhất Việt Nam và Doanh nghiệp tỷ đô 2023 – Tạp chí Nhịp cầu Đầu tư
- Giải thưởng HR Asia - Nơi làm việc Tốt nhất Châu Á năm 2023, với hạng mục giải thưởng đặc biệt dành cho doanh nghiệp có môi trường làm việc “Đa dạng, Công bằng và Hòa nhập” – HR Asia Awards

### Masan Consumer

- Đạt chứng nhận “Nơi làm việc xuất sắc” được cấp bởi Great Place to Work® - tổ chức uy tín toàn cầu về đánh giá và công nhận văn hóa nơi làm việc của doanh nghiệp.

- Lần thứ hai liên tiếp, Masan Consumer được vinh danh Thương hiệu Vàng Thành phố Hồ Chí Minh do Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức. Trong khuôn khổ chương trình này, thương hiệu CHIN-SU được vinh danh là “Thương hiệu Vàng của giới trẻ”.

- Red Ruby được vinh danh hai giải thưởng danh giá, bao gồm Giải International Champion Lager of Asia và Giải Gold cho hạng mục International Lager – Asia Beer Championship.

### WinCommerce

- Nhà bán lẻ của năm – Asia Fruit Magazine

### Masan MEATLife

- MEATDeli – Top 10 Thương hiệu Sản phẩm được Tin & Dùng – VnEconomy

### Masan High-Tech Materials

- Đạt chứng nhận “Nơi làm việc xuất sắc” được cấp bởi Great Place to Work®
- Chứng nhận Doanh nghiệp Tiêu biểu vì Người lao động 2021-2023 – Liên đoàn Lao động Việt Nam
- Top 10 Doanh nghiệp Việt Nam Sáng tạo 2023 – Vietnam Business Research

### Vinacafé Biên Hòa

- Vinacafé Biên Hòa tiếp tục được vinh danh tại chương trình “Thương hiệu Quốc gia”. Đây là năm thứ 8 liên tiếp Vinacafé Biên Hòa đạt giải thưởng cao quý này.

### Techcombank

- “Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam”, “Nền tảng Ngân hàng số cho doanh nghiệp tốt nhất thế giới”, “Ứng dụng ngân hàng số tốt nhất khu vực Châu Á Thái Bình Dương” – Global Finance 2023

- Ngân hàng tốt nhất Việt Nam – Finance Asia 2023

- Ngân hàng số tốt nhất năm 2023 – The Asset Triple A Digital Awards

- “Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam”, “Mô hình ngân hàng số tốt nhất tại Châu Á Thái Bình Dương và Việt Nam – Inspire”, “Chuyển đổi nền tảng đám mây tốt nhất tại Việt Nam” – The Asian Banker

- Nơi làm việc tốt nhất châu Á, hạng mục doanh nghiệp lớn, được trao bởi Great Place to Work®

## Hướng về mục tiêu phát triển bền vững

Tại Masan, tính bền vững thể hiện sự tích hợp liền mạch và tương tác cân bằng trong hoạt động kinh doanh, các bên liên quan đa dạng, nhu cầu xã hội và công tác bảo vệ môi trường. Cam kết vững chắc “Doing well by doing good” của chúng tôi nhấn mạnh mục tiêu tuân thủ kinh doanh bền vững và là cơ sở cho những thành tựu của chúng tôi trong suốt lịch sử hoạt động.

Các chỉ số đo lường thành công của chúng tôi vượt lên các thước đo tài chính thông thường và thể hiện cách tiếp cận chủ động của chúng tôi nhằm giải quyết các mối lo ngại về ESG trong hoạt động và trên toàn chuỗi giá trị, từ đó thúc đẩy các tác động tích cực đối với xã hội và môi trường. Với sứ mệnh nâng cao chất lượng cuộc sống cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam, chúng tôi coi các hoạt động kinh doanh bền vững là giá trị cốt lõi của Tập đoàn.

Vì hành trình của chúng tôi là hành trình phụng sự người tiêu dùng, quỹ đạo chiến lược của chúng tôi thể hiện sự cống hiến cho nhân viên, cộng đồng, các bên liên quan cũng như sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung của Việt Nam.

Cách tiếp cận trong năm 2024 của Masan xoay quanh các nội dung chính như sau:

- Chuẩn bị cho Xếp hạng và Chứng nhận ESG:** Chúng tôi nỗ lực xác định và điều chỉnh hoạt động của mình tương thích với các bộ tiêu chuẩn và chứng nhận ESG phù

hợp với hành trình phát triển bền vững của Công ty. Đối với bốn chủ đề ESG ưu tiên (biến đổi khí hậu, quản lý môi trường, quản lý chuỗi cung ứng và sức khỏe thực phẩm, dinh dưỡng, an toàn & ghi nhãn sản phẩm), chúng tôi đặt mục tiêu thu hẹp khoảng cách giữa các thực hành hiện tại của Tập đoàn và các thực hành tốt nhất trên toàn cầu. Đối với bốn chủ đề ESG khác (phát triển cộng đồng, nguồn nhân lực, quản lý quan hệ khách hàng, đạo đức kinh doanh và quản trị doanh nghiệp), các chủ đề này đã được đưa vào hoạt động hàng ngày của Masan và chúng tôi không ngừng nâng cao các tiêu chuẩn của mình. Qua đó, Masan mong muốn nâng cao xếp hạng ESG, thể hiện cam kết về phát triển bền vững và trách nhiệm của doanh nghiệp.

- Triển khai các Dự án ESG Ưu tiên:** Đánh giá tính trọng yếu đã giúp chúng tôi xác định các chủ đề ESG quan trọng nhất đối với hoạt động kinh doanh của mình, bao gồm: Giảm phát thải KNK, Tìm nguồn cung Có trách nhiệm, Sức khỏe và Dinh dưỡng, Giảm sử dụng Nước và Tuần hoàn Chất thải. Chúng tôi đang nỗ lực thúc đẩy những sáng kiến cụ thể trong các lĩnh vực này để nâng cao hiệu quả thực hiện ESG, đồng thời chia sẻ tiến độ của Tập đoàn một cách minh bạch thông qua báo cáo bền vững toàn diện. Hoạt động này có ý nghĩa thành tựu của chúng tôi với các bên liên quan trong nội bộ và bên ngoài, khẳng định vị thế dẫn đầu trong thực hành ESG.





# 03 BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH

## Tổng quan Kinh tế Vĩ mô

Trong năm 2023, nền kinh tế toàn cầu đã phải đối mặt với vô số thách thức trong bối cảnh căng thẳng địa chính trị, tỷ lệ lạm phát cao và áp lực suy thoái gia tăng. Tất cả những điều này khiến hoạt động thương mại, tiêu dùng và đầu tư toàn cầu liên tục sụt giảm, nhiều nền kinh tế hàng đầu phải thắt chặt chính sách tiền tệ và áp dụng mức lãi suất tương đối cao để chống lạm phát. Theo đó, đã có những tác động rõ rệt đến thị trường và niềm tin của người tiêu dùng Việt Nam:

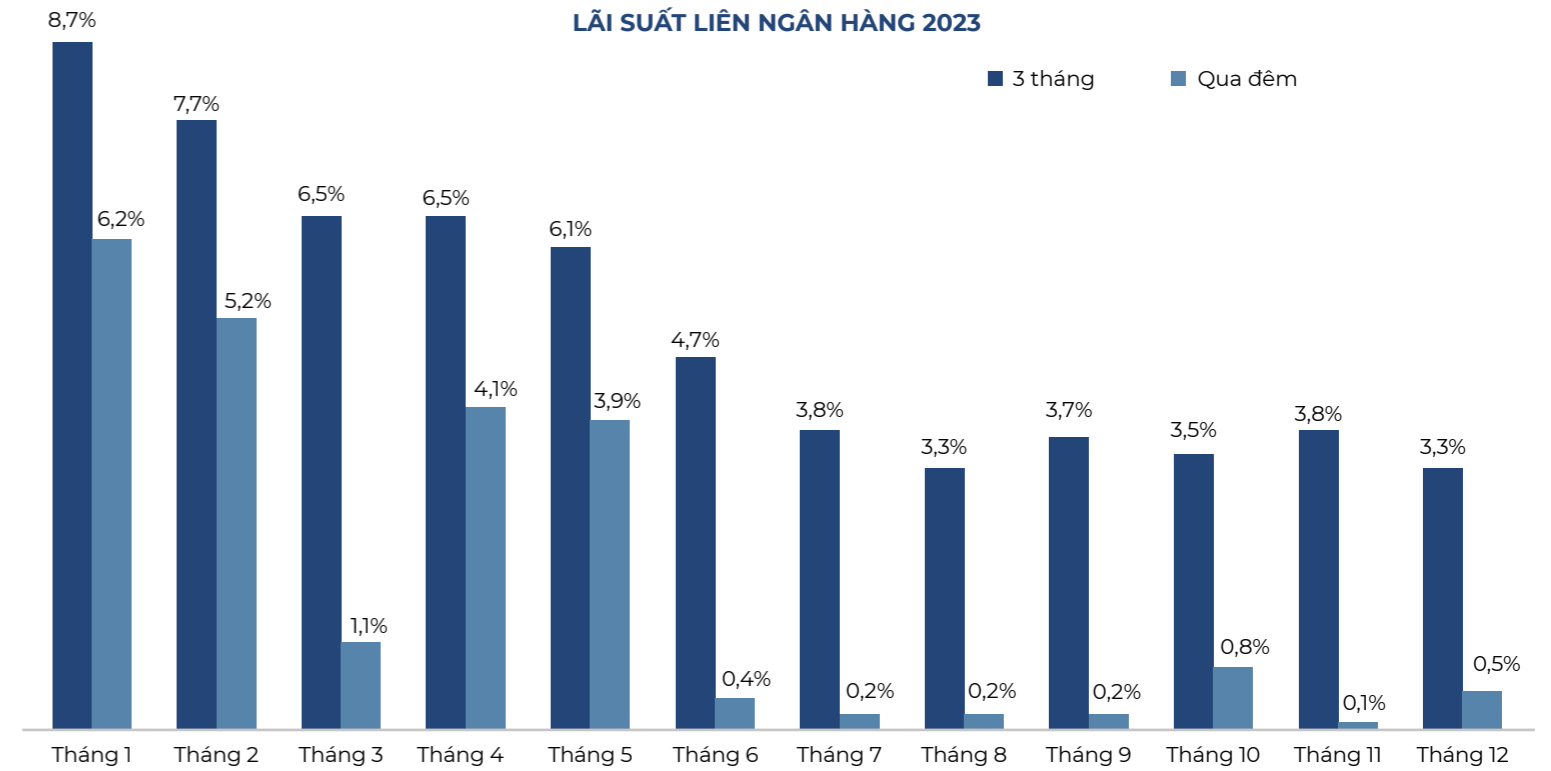
- Những xung đột hiện tại, như xung đột Nga-Ukraine và tình trạng bất ổn ở Trung Đông, đã làm phức tạp thêm bối cảnh kinh tế toàn cầu và góp phần làm tăng giá hàng hóa. Tình trạng bất ổn gia tăng trên toàn cầu, tâm lý e ngại rủi ro cũng như gián đoạn trong chuỗi cung ứng toàn cầu ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế định hướng xuất khẩu của Việt Nam.
- Nhu cầu tại các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam như Mỹ và EU tăng chậm hơn dự kiến, dẫn đến sản lượng giảm và tình trạng mất việc làm trong một số lĩnh vực như dệt may, da giày và điện tử.
- Rủi ro bị sa thải và suy thoái kinh tế làm trầm trọng thêm mối lo ngại về thu nhập cũng như sinh kế của người tiêu dùng. Điều này ảnh hưởng tiêu cực đến nhu cầu đối với nhiều loại hàng hóa và dịch

vụ cũng như các doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau.

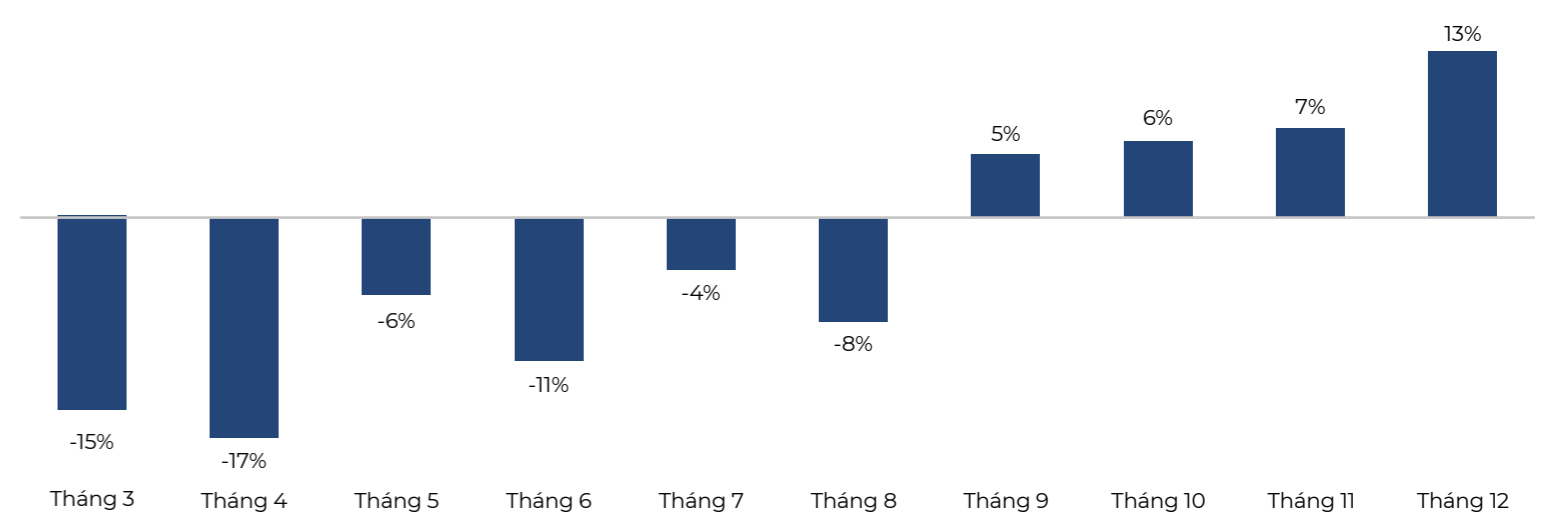
Tuy nhiên, các phân tích hiện tại cho chúng ta cơ sở để lạc quan về một môi trường vĩ mô ổn định tại Việt Nam:

- So với năm ngoái, GDP của Việt Nam đã tăng 5,05% vào năm 2023, số liệu này cho thấy khả năng chống chịu trước những thách thức của kinh tế toàn cầu.
- Nửa cuối năm 2023, môi trường vĩ mô Việt Nam bắt đầu có dấu hiệu ổn định, thanh khoản trong hệ thống ngân hàng tăng, hỗ trợ công cuộc phục hồi kinh tế và cải thiện tâm lý người tiêu dùng.
- Với lãi suất liên ngân hàng giảm mạnh, so với mức kỷ lục vào cuối năm 2022, tăng trưởng tín dụng đã tiệm cận mục tiêu hàng năm là 14% trong tháng 12, đây là kết quả của việc cải thiện thanh khoản thị trường cũng như giảm lãi suất thông qua cắt giảm đáng kể lãi suất điều hành của Ngân hàng Trung Ương (NHTW).
- Tăng trưởng trong lĩnh vực xuất khẩu của Việt Nam chuyển biến tích cực trong Q4/2023, báo hiệu tiềm năng phục hồi. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tháng 12/2023 ước tính đạt 32,9 tỷ USD, tăng 5,7% so với tháng trước và 13,1% so với cùng kỳ năm ngoái. Kim ngạch xuất khẩu trong Q4/2023 đạt khoảng 96,5 tỷ USD, tăng 8,8% so

LÃI SUẤT LIÊN NGÂN HÀNG 2023



TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU HÀNG THÁNG SO VỚI CÙNG KỲ NĂM NGOÀI (%)



với cùng kỳ năm ngoái và 3,2% so với Q3/2023.

- Việc nâng tầm mối quan hệ chiến lược với các đối tác quan trọng, bao gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản và Trung Quốc, tạo môi trường thuận lợi cho dòng vốn Đầu tư trực tiếp nước ngoài ("FDI") chảy vào trong tương lai, tăng thêm triển vọng cho nền kinh tế Việt Nam.

Bước sang năm 2024, các yếu tố sau đây sẽ là nền tảng giúp thị trường tiêu dùng phục hồi ổn định trong bối cảnh triển vọng kinh tế được cải thiện:

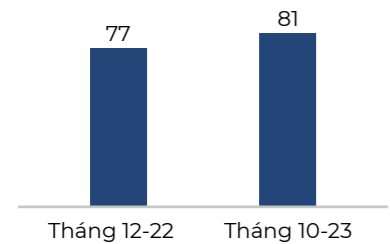
- Tâm lý lạc quan của người tiêu dùng Việt Nam tiếp tục nằm trong số xếp hạng cao nhất trên toàn cầu, điều này sẽ hỗ trợ sự phục hồi ổn định của thị trường tiêu dùng trong suốt năm 2024. Ngoài ra, theo khảo sát của UBS Evidence Lab (tháng 10/2023), niềm tin của người tiêu dùng châu Á dự kiến sẽ được cải thiện trong năm 2024. Đặc biệt, người tiêu dùng đã lạc quan hơn về khả năng duy trì công việc hiện tại.

- Theo IMF, tăng trưởng GDP năm 2024 của Việt Nam được dự báo sẽ tăng lên 5,8%, đưa Việt Nam trở thành một

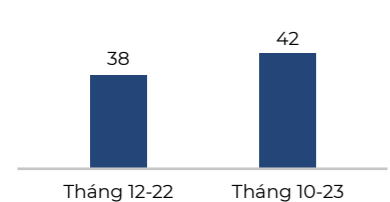
trong 20 nền kinh tế có mức tăng trưởng cao nhất thế giới, kết quả này có thể đạt được thông qua tăng tiêu dùng nội địa và áp dụng các chính sách hỗ trợ của chính phủ. Theo UBS, tiêu dùng tư nhân dự kiến sẽ tăng đáng kể lên mức 7,0% vào năm 2024 so với mức 5,8% được ghi nhận trong năm tài chính 2023, đưa Việt Nam trở thành quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong số những đối tác trong khu vực.

Dù môi trường hoạt động năm 2023 gặp nhiều khó khăn, mảng kinh doanh hàng

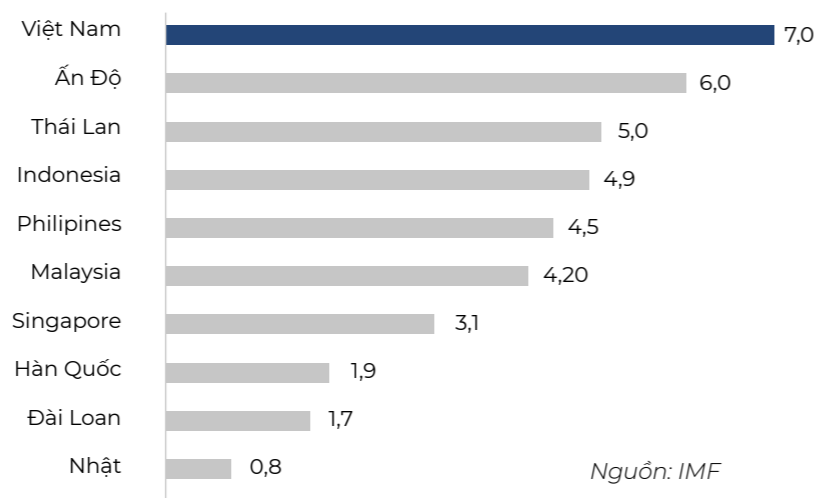
**Triển vọng kinh tế dự kiến sẽ cải thiện trong 12 tháng tới (%)**



**Niềm tin vào an ninh việc làm cao (%)**

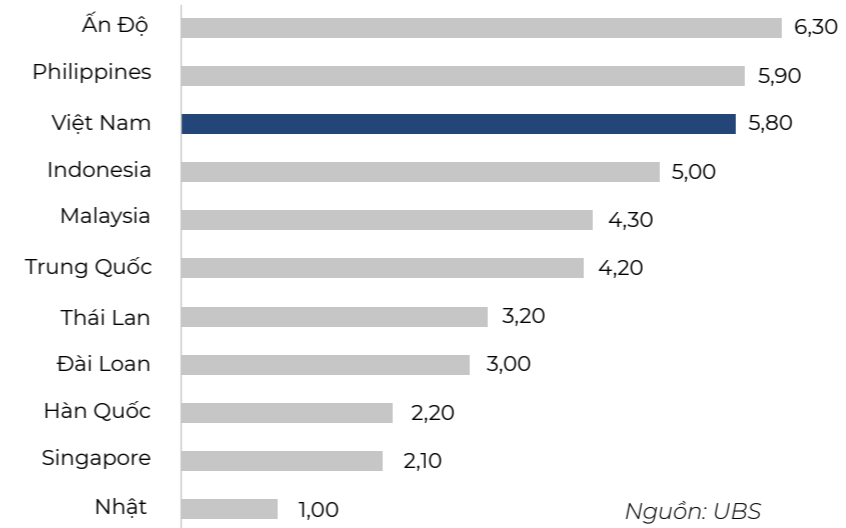


**DỰ BÁO TĂNG TRƯỞNG TIÊU DÙNG TƯ NHÂN NĂM 2024 (%)**



Nguồn: IMF

**DỰ BÁO TĂNG TRƯỞNG GDP NĂM 2024 (%)**



Nguồn: UBS

tiêu dùng chính của Masan vẫn đạt mức tăng trưởng ấn tượng, với EBIT tăng 40,1% so với cùng kỳ năm ngoái. Masan Consumer Holdings ("MCH") đã đạt được mức lợi nhuận kỷ lục trong năm tài chính 2023 tăng 30,5% so với cùng kỳ năm ngoái nhờ danh mục sản phẩm có tính cạnh tranh cao, thế mạnh về giá từ các thương hiệu lớn và hiệu suất hoạt động mạnh mẽ. Chiến lược "Go Global" của MCH đã giúp doanh thu xuất khẩu tăng vọt đến mức 1.005 tỷ đồng, đưa thương hiệu CHIN-SU vào top 8 sản phẩm bán chạy nhất trên Amazon. WinCommerce ("WCM"), thông qua công tác mở rộng mạng lưới và thành công trong việc nâng cấp, đổi mới mô hình cửa

hàng, đã duy trì được lợi nhuận, mang lại 694 tỷ đồng EBITDA. Thành công trong việc đổi mới cửa hàng đã giúp nâng mức tăng trưởng LFL, đặc biệt là ở mô hình cửa hàng WIN cho người tiêu dùng thành thị và "WinMart+ nông thôn" cho khu vực nông thôn. Masan MEATLife ("MML") mang lại doanh thu và mức tăng trưởng EBITDA bền vững cho tất cả các phân khúc nhờ sản lượng tăng. Doanh thu của Phúc Long Heritage ("PLH") bị ảnh hưởng do mức tiêu thụ tại hàng quán giảm, tuy nhiên, lợi nhuận của công ty vẫn tăng nhờ hợp lý hóa luân chuyển các kiosk. Hoạt động kinh doanh của MHT bị ảnh hưởng bởi giá hàng hóa và nhu cầu khách hàng giảm, bên cạnh đó là việc trì hoãn hoạt động nỗ lực khai

thác; tuy nhiên, một nhà thầu phụ trách nỗ lực mới đã được chỉ định và hoạt động này dự kiến sẽ tiếp tục vào Q1/2024. Đóng góp của Techcombank ("TCB"), công ty liên kết của Masan, vào EBITDA trong năm tài chính 2023 là 3.826 tỷ đồng, giảm 11,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Số lượng Hội viên Win tiếp tục tăng lên 8 triệu trên phạm vi toàn quốc, giúp Masan kết nối trực tiếp với người tiêu dùng và cải thiện hiệu quả phục vụ nhờ hiểu rõ hơn về nhu cầu hàng ngày của họ.

Trong tương lai, Masan vẫn sẽ tập trung thực hiện tốt chiến lược Point of Life ("POL"), tập trung tăng trưởng lợi nhuận thông qua các hoạt động kinh doanh tiêu dùng cốt lõi đã mang lại kết quả tích cực trong năm 2023 và đẩy mạnh số hóa người tiêu dùng Việt Nam bằng cách mở rộng chương trình Hội viên Win, giúp thương hiệu kết nối trực tiếp với người tiêu dùng. Masan tin rằng thị trường tiêu dùng Việt Nam sẽ tăng trưởng nhẹ trong nửa đầu năm 2024 và phục hồi nhanh chóng trong nửa cuối năm. Tuy nhiên, với những bất ổn trong bối cảnh kinh tế toàn cầu cùng tác động tiềm ẩn đi kèm đối với quỹ đạo phục hồi của Việt Nam, Masan đã chuẩn bị cho cả hai kịch bản: thị trường phục hồi ổn định và thị trường tăng trưởng nhanh. Masan sẽ tiếp tục chủ động đưa ra các phương án thay thế nhằm giảm nợ và giảm chi phí lãi vay ở các mảng kinh doanh không thuộc ngành cốt lõi, đồng thời tối ưu hóa chiến lược phân bổ vốn để cải thiện bảng cân đối kế toán.

## Tổng quan về kết quả hoạt động và triển vọng tăng trưởng

### Kết quả hợp nhất

Trong bối cảnh môi trường vĩ mô còn nhiều thách thức và nhu cầu trong nước sụt giảm, doanh thu thuần của Masan trong năm tài chính 2023 đạt 78.252 tỷ đồng, tăng 2,7% so với mức 76.189 tỷ đồng của năm tài chính 2022, nhờ nhu cầu ổn định đối với các sản phẩm tiêu dùng thiết yếu trong gia đình do MCH và MML cung cấp. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh bán lẻ hiện đại của Masan, WCM, tiếp tục tăng, với lợi nhuận thuần sau thuế hàng bách hóa phẩm đạt con số dương trong Q4/2023, kết quả này cùng với công tác đổi mới mô hình cửa hàng thành công đã tạo nền tảng vững chắc cho hoạt động mở rộng mạng lưới. Trong khi đó, PLH và MHT dễ bị tác động hơn trước những thách thức chung về vĩ mô.

EBITDA của MSN năm 2023 đã giảm 7,6% xuống còn 13.343 tỷ đồng so với cùng kỳ năm ngoái, nguyên nhân chủ yếu là do TCB và MHT đóng góp mức lợi nhuận thấp hơn, so với kết quả khả quan của mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi. TCX, nền tảng tiêu dùng bán lẻ hợp nhất WCM và MCH, của Masan đạt mức tăng trưởng EBITDA 10,1% trong năm tài chính 2023 nhờ biên EBITDA của MCH tăng lên 25,6% trong giai đoạn này. EBITDA trên cơ sở LFL của MML đã tăng đáng kể lên 79,9% nhờ tăng trưởng về khối lượng trong các phân khúc cũng như danh mục thịt chế biến đa dạng hơn. EBITDA của PLH trong năm

tài chính 2023 tăng 30,6% so với cùng kỳ năm ngoái và đạt EBITDA dương trong Q4/2023 nhờ hợp lý hóa số lượng cửa hàng trong WCM.

Theo báo cáo, lợi nhuận thuần sau thuế trước phân bổ cho cổ đông thiểu số giảm 60,7%, xuống còn 1.870 tỷ đồng trong năm tài chính 2023 chủ yếu do không có khoản thu nhập một lần, lợi nhuận từ MHT và TCB giảm cũng như chi phí tài chính tăng cao. Trong khi EBIT của các mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi<sup>4</sup> tăng đáng kể thêm 1.396 tỷ đồng, lợi nhuận của MHT và TCB lần lượt giảm 1.433 tỷ đồng và 484 tỷ đồng, chi phí lãi thuần và chi phí ngoại hối tăng 896 tỷ đồng.

Về bảng cân đối kế toán hợp nhất, tổng nợ tính đến ngày 31/12/2023 đã giảm nhẹ xuống mức 69.572 tỷ đồng so với con số 70.993 tỷ đồng vào năm 2022. Công ty tiếp tục thận trọng trong phân bổ và chi tiêu vốn, đồng thời tập trung cải thiện dòng tiền tự do. Nhờ đó, dòng tiền tự do ("FCF") trong năm tài chính 2023 đã tăng đáng kể lên mức 7.454 tỷ đồng so với 887 tỷ đồng trong năm tài chính 2022. Chỉ số nợ vay ròng trên EBITDA của 12 tháng gần nhất ("LTM") đạt 3,9x vào cuối năm tài chính 2023, so với 3,7x vào cuối năm tài chính 2022, do EBITDA giảm 7,6%.

Trong bối cảnh đầy thách thức, Công ty vẫn đạt được những thành tựu chiến lược nổi bật:



■ **EBIT năm 2023 của mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi đã tăng 40,1% so với cùng kỳ năm ngoái, kết quả này chủ yếu là nhờ lợi nhuận kỳ lục của MCH và lợi nhuận ổn định của WCM, bất chấp những khó khăn vĩ mô và vĩ mô ảnh hưởng đến tiêu dùng:**

- MCH tiếp tục đạt lợi nhuận kỳ lục trong Q4/2023, giúp lợi nhuận thuần sau thuế trong năm tài chính 2023 tăng 30,5% so với cùng kỳ năm ngoái, đồng thời duy trì mức hàng tồn kho hợp lý. Lợi nhuận trong năm tài chính 2023 của MCH

đến từ thể mạnh về danh mục sản phẩm, chiến lược giá cứng cổ bởi thương hiệu mạnh và vận hành hiệu quả. MCH cũng tận dụng chuỗi bán lẻ của WCM và các nền tảng số để thúc đẩy tốc độ đổi mới và nâng cao tỷ lệ thành công.

- Chiến lược "Go Global" trong năm 2023 đã mang lại kết quả tích cực, nổi bật nhất là thương hiệu CHIN-SU, với doanh thu xuất khẩu trong năm tài chính 2023 tăng 13,6% so với cùng kỳ năm ngoái và đạt mức 1.005 tỷ đồng. Đáng chú ý, thương

hiệu tương ớt CHIN-SU đã đạt được vị trí top 8 sản phẩm bán chạy nhất trên Amazon. Những thành tựu này mang lại tổng doanh thu xuất khẩu đạt mức tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 31% trong giai đoạn từ năm tài chính 2020 đến năm tài chính 2023. "Go Global" sẽ là động lực tăng trưởng quan trọng của MCH trong trung và dài hạn khi công ty dự định quảng bá văn hóa ẩm thực F&B của Việt Nam tới 8 tỷ người tiêu dùng trên toàn thế giới.

- Trong bối cảnh môi trường vĩ mô còn nhiều thách thức, WCM vẫn duy trì được lợi nhuận với 312 cửa hàng minimart được mở mới (WinMart+), mang lại 694 tỷ đồng EBITDA. Biên lợi nhuận thuần sau thuế của các cửa hàng minimart trên sơ sở LFL<sup>5</sup> đạt 3,7% trong Q4/2023.

■ **Việc WCM cải tạo thành công các cửa hàng đã nâng mức tăng trưởng LFL và là động lực tăng trưởng chính cho năm 2024:**

- Mức tăng trưởng LFL của các cửa hàng WIN đã tăng từ -4,8% vào tháng 2/2023 lên +4,9% vào tháng 12/2023, bù đắp cho mức tăng trưởng LFL -3,6% của các minimart không được cải tạo vào tháng 12. Kết quả tích cực mà mô hình cửa hàng WIN đạt được là minh chứng cho

<sup>4</sup> Mảng kinh doanh hàng tiêu dùng bao gồm TCX (MCH & WCM), MML và PLH.

<sup>5</sup> Tăng trưởng LFL của WCM bao gồm số liệu của những cửa hàng hoàn thiện đã mở từ trước năm 2022 và hiện vẫn đang hoạt động.



một mô hình thành công dành cho người tiêu dùng thành thị với mong muốn cải thiện trải nghiệm tiêu dùng, tiếp cận đa dịch vụ ("Point of Life") và nhiều sản phẩm tươi sống chất lượng cao hơn. Trọng tâm của WCM là tiếp tục chuyển đổi mô hình cửa hàng WIN mới và giúp đáp ứng đầy đủ các nhu cầu hàng ngày tại một địa điểm để hiện thực hóa mô hình bán lẻ "Point of Life" của Masan với mục tiêu giải quyết 80% nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng.

- Mô hình cửa hàng "WinMart+ nông thôn" ("dành cho khu vực nông thôn") với chi phí thấp và mức giá hợp lý đã nâng mức tăng trưởng LFL từ -13,4% trong tháng 2 lên +4,9% trong tháng 12. Cải thiện trong năng suất bán hàng của mô hình WinMart+ nông thôn là kết quả của việc chuyển đổi định hướng sản phẩm từ "Tươi Ngon Thượng Hạng!", vốn phù hợp hơn với người tiêu dùng thành thị, sang "Rẻ hơn, chất lượng hơn" phù hợp với người tiêu dùng có thu nhập thấp ở khu vực nông thôn. Mô hình mới cũng giúp giảm chi phí vận hành và CAPEX, góp phần nâng cao lợi nhuận của WCM trong năm 2024.

■ **Masan đặt nền tảng cho công cuộc số hóa người tiêu dùng thông qua việc tăng trưởng số lượng Hội viên WiN:**

- MSN đã triển khai thành công chương trình Hội viên WiN trên toàn quốc vào tháng 1/2023 và cung cấp lợi ích cho người tiêu dùng mua sắm trong hệ sinh thái Masan. Chương trình đã đạt mốc 8 triệu hội viên, đóng góp 55% vào tổng doanh thu của WCM<sup>6</sup>. Hội viên WiN cho phép MSN kết nối trực tiếp với người tiêu dùng, giúp công ty hiểu rõ hơn nhu cầu hàng ngày của họ và cung cấp các dịch vụ được cá nhân hóa. Trong năm 2024, chương trình Hội viên WiN sẽ tập trung vào việc kết nối các nhãn hàng với người tiêu dùng mục tiêu và vào các sản phẩm giá trị gia tăng khác bên cạnh danh mục nhu yếu phẩm. Đáng chú ý, tổng chi tiêu hàng tháng của mỗi hội viên thể hiện mức tăng ổn định, đạt 581.000 đồng vào tháng 12/2023, so với mức 486.000 đồng ban đầu vào tháng 3/2023.

■ **Masan tiếp tục củng cố bảng cân đối kế toán thông qua giảm đòn bẩy tài chính và chi phí lãi vay, đặt mục tiêu đưa tỷ lệ Nợ ròng / EBITDA dưới 3,5x:**

- Quý 4/2023, Bain Capital công bố khoản đầu tư vốn cổ phần trị giá 250 triệu USD vào Masan, khẳng

định niềm tin vững chắc đối với chiến lược tập trung vào lĩnh vực tiêu dùng của Masan và năng lực thực thi của Công ty.

- Trong Q4/2023, Công ty đã phòng ngừa thành công 100% rủi ro các khoản nợ dài hạn tính bằng USD với các điều khoản hợp lý từ việc Hoán đổi tiền tệ: 950 triệu USD tiền gốc vay đã được quy đổi sang tiền Việt Nam với tỷ giá 23.937 và lãi suất cố định là 8,93%/năm. Hoán đổi lãi suất cùng với giao dịch hối đoái kỳ hạn: 45 triệu USD thanh toán nợ gốc trong năm 2024 với tỷ giá hối đoái là 24.005; 300 triệu USD với lãi suất cố định 6,48% mỗi năm trong kỳ hạn 5 năm và với tỷ giá hối đoái của 1 năm ở mức 23.790 để giảm thiểu rủi ro về tiền tệ và lãi suất.

Năm 2024, MSN đặt mục tiêu doanh thu thuần hợp nhất từ 84.000-90.000 tỷ đồng và lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông thiểu số (không bao gồm các khoản lãi/lỗ ghi nhận một lần) từ 2.250-4.020 tỷ đồng. Để đạt được những mục tiêu đó, MSN sẽ tập trung vào các trụ cột chiến lược sau:

- Tiếp tục tập trung tăng trưởng lợi nhuận của các công ty thuộc mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi:
  - MCH sẽ tiếp tục đạt mức tăng trưởng doanh thu hai con số, đồng



thời duy trì mức lợi nhuận cao để nâng tổng lợi nhuận của MSN.

- WCM tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận bằng cách thúc đẩy tăng trưởng LFL và cải thiện hơn nữa biên lợi nhuận gộp thông qua việc đẩy mạnh chiến lược nhãn hàng riêng, tối ưu hóa chi phí logistics và giảm hao hụt hàng hóa.

■ Chương trình Hội viên WiN giúp tạo giá trị cho hệ sinh thái của Masan và các nhãn hàng đối tác.

- Giảm đòn bẩy tài chính để cải thiện bảng cân đối kế toán.
- Giảm sở hữu tại các mảng kinh doanh không cốt lõi trong khi vẫn duy trì chiến lược phân bổ vốn thận trọng.

<sup>6</sup> Đóng góp của các hội viên vào doanh thu trong tháng 12/2023.

## The CrownX

Trong năm tài chính 2020, thông qua hợp nhất WCM và MCH, The CrownX (TCX) đã được thành lập và đặt mục tiêu trở thành nền tảng bán lẻ tiêu dùng tích hợp hàng đầu. Trong bối cảnh năm tài chính 2023 mà môi trường vĩ mô còn nhiều thách thức, TCX vẫn đạt mức 57.684 tỷ đồng doanh thu, tăng 2,6% so với cùng kỳ năm ngoái, đồng thời, EBITDA cũng tăng 10,1% và đạt 8.111 tỷ đồng.

### MASAN CONSUMER HOLDINGS

Trong năm tài chính 2023, MCH có mức tăng doanh thu LFL ổn định<sup>7</sup> và tỷ lệ sinh lời cao kỷ lục, với 29.066 tỷ đồng doanh

thu thuần và 7.431 tỷ đồng EBITDA. Doanh thu trong năm tài chính 2023 tăng 9,0% trên cơ sở LFL so với cùng kỳ năm ngoái, chủ yếu nhờ ngành Chăm sóc cá nhân và gia đình ("HPC"; +39,4%), Gia vị (+18,2%), Cà phê (+11,5%) và Thực phẩm tiện lợi (+8,8%). Trong khi đó, ngành hàng Bia và Đồ uống ghi nhận mức tăng trưởng thấp hơn so với cùng kỳ năm ngoái, lần lượt là 3,1% và -28,0%, nguyên nhân do mức tiêu thụ tại hàng quán đang tạm thời giảm và việc thực thi Nghị định 100 đã làm giảm nhu cầu sử dụng đồ uống có cồn.

Biên lợi nhuận gộp của MCH đạt 44,9% trong năm tài chính 2023, tăng đáng kể từ mức 40,1% trong năm tài chính 2022 trên cơ sở LFL, nhờ tối ưu hóa danh mục sản

phẩm, sức mạnh thương hiệu, giá nguyên liệu thô thuận lợi và hiệu quả sản xuất được nâng cao. Ban Điều hành đã tái đầu tư một khoản đáng kể vào quảng cáo và marketing trên nền tảng số để nâng giá trị thương hiệu và cải thiện biên lợi nhuận gộp. Nhờ vậy, biên lợi nhuận EBITDA đã cải thiện 160 điểm cơ bản, từ 24,0% trong năm tài chính 2022 lên 25,6% trong năm tài chính 2023 trên cơ sở LFL, thể hiện rõ khả năng tăng trưởng lợi nhuận lâu dài của MCH.

Bên cạnh việc tiếp tục củng cố vị trí dẫn đầu thị trường tại Việt Nam trong các ngành hàng chính, lộ trình tiếp theo của MCH là "Go Global", theo ban lãnh đạo đã xác định thì đây là động lực tăng trưởng chính cho

MCH trong ngắn hạn và trung hạn. Nỗ lực triển khai chiến lược "Go Global" trong 2023 đã mang lại những kết quả tích cực với mức doanh thu xuất khẩu đạt 1.005 tỷ đồng, tương đương mức CAGR 31% trong giai đoạn 2020 - 2023. Đáng chú ý, CHIN-SU lọt top 8 sản phẩm gia vị bán chạy nhất trên Amazon. Với chiến lược "Going Global", MCH đã mở rộng quy mô thị trường thêm 131 lần, đạt đến 3,1 nghìn tỷ USD. Mục tiêu của chúng tôi là mang tất cả sản phẩm của

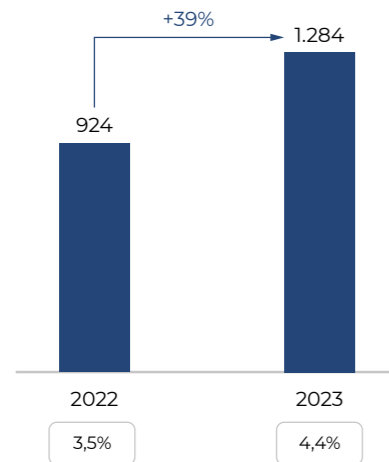
MCH đến với mỗi người tiêu dùng Việt và mang ít nhất một sản phẩm MCH đến với mỗi gia đình trên thế giới.

Bên cạnh động lực tăng trưởng chính trong tương lai là "Go Global", MCH có thể tận dụng mạng lưới bán lẻ trực tiếp rộng khắp của WCM cũng như chương trình Hội viên WiN để cải thiện (i) mô hình ra mắt sản phẩm, đưa các sản phẩm đã thành công trên toàn cầu đến với Việt Nam nhằm

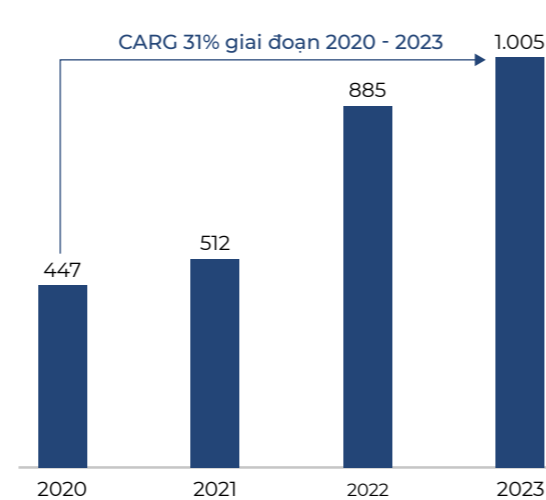
tăng tỷ lệ thành công, giảm thời gian đưa sản phẩm ra thị trường và (ii) mô hình đặt người tiêu dùng làm trọng tâm nhờ khả năng thu thập thông tin chi tiết và trực tiếp về người tiêu dùng, để tiếp thị trực tuyến đảm bảo tính cá nhân hóa, có mục tiêu. Năm 2023, MCH đã ra mắt nhiều sản phẩm, nổi bật là Lẩu tự sôi Omachi (Thực phẩm tiện lợi), EnerZ, Bupnon Tea365 (Đồ uống), Chanté và Sopa (HPC). Doanh thu từ các phát kiến mới của năm 2023 tăng 39% so với cùng kỳ năm ngoái và đạt mức 1.284 tỷ đồng, đóng góp 54% vào mức tăng trưởng doanh thu LFL.

Hướng tới hoạt động kinh doanh trong tương lai, MCH đã đầu tư một khoản đáng kể để số hóa toàn bộ hoạt động, trở thành một tổ chức ứng dụng sức mạnh của dữ liệu. Các sáng kiến quan trọng bao gồm áp dụng AI/ML trong hoạt động và quá trình ra quyết định để MCH có thể theo dõi kết quả kinh doanh theo thời gian thực và tối ưu hóa công tác quản lý sản xuất và hàng tồn kho. Ngoài ra, trong tương lai, MCH sẽ có cơ hội chuyển đổi mô hình phân phối sang hình thức bán lẻ để bán trực tiếp sản phẩm cho người tiêu dùng, trên nền tảng trực tuyến hoặc thông qua các đối tác GT của Masan, từ đó trực tiếp nắm được nhu cầu của người tiêu dùng theo thời gian thực. Tất cả những điều này cho thấy cơ hội phát triển to lớn mà MCH đang khai thác.

DOANH THU CỦA PHÁT KIẾN MỚI (TỶ ĐỒNG) VÀ ĐÓNG GÓP VÀO TỔNG DOANH THU (%)



DOANH THU XUẤT KHẨU (TỶ ĐỒNG)



<sup>7</sup> Số liệu LFL của MCH không tính mảng thịt chế biến vào doanh thu trong năm 2022.



**WINCOMMERCE**

	Mô hình cửa hàng			Mô hình siêu thị	
	Mini mall (thành thị)	Mini store (thành thị)	Mini store (nông thôn)	Tiêu chuẩn	Cao cấp
<b>Số lượng năm 2023</b>	425	1.886	1.190	140	Ra mắt tháng 6/2023
<b>Khu vực</b>	Thành thị	Thành thị + Ngoại ô	Ngoại ô + Nông thôn	Khu vực đông đúc ở thành thị	Khu vực chọn lọc ở thành thị
<b>Định vị</b>	Điểm đến “tất cả trong một” phục vụ mọi nhu cầu thiết yếu hàng ngày, phục vụ 80% chỉ tiêu tiêu dùng	Phục vụ nhu yếu phẩm cho người dân thành thị	Phục vụ nhu yếu phẩm cho người dân ở nông thôn, với một số hàng hóa tươi sống	Không gian mua sắm rộng rãi, thư thái	Trải nghiệm mua sắm đa tiện ích cho đối tượng khách hàng có thu nhập trung bình và cao
<b>Diện tích (m²)</b>	150-200	80-120	100	c. 1.500-2.000	<1,000
<b>Biên EBITDA cửa hàng</b>	5,8%	5,5%	4,7%	3,0%	-

Năm 2023 là một năm đặc biệt khó khăn đối với ngành bán lẻ hiện đại tại Việt Nam. Nhu cầu chung của thị trường sụt giảm trong giai đoạn đầu năm, do đó, WCM đã đưa ra quyết định chiến lược về việc chuyển trọng tâm từ mở rộng mạng lưới thuần túy sang cải tạo cửa hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động nhằm củng cố khả năng cạnh tranh của công ty, đồng thời mang lại mức tăng trưởng về lợi nhuận.

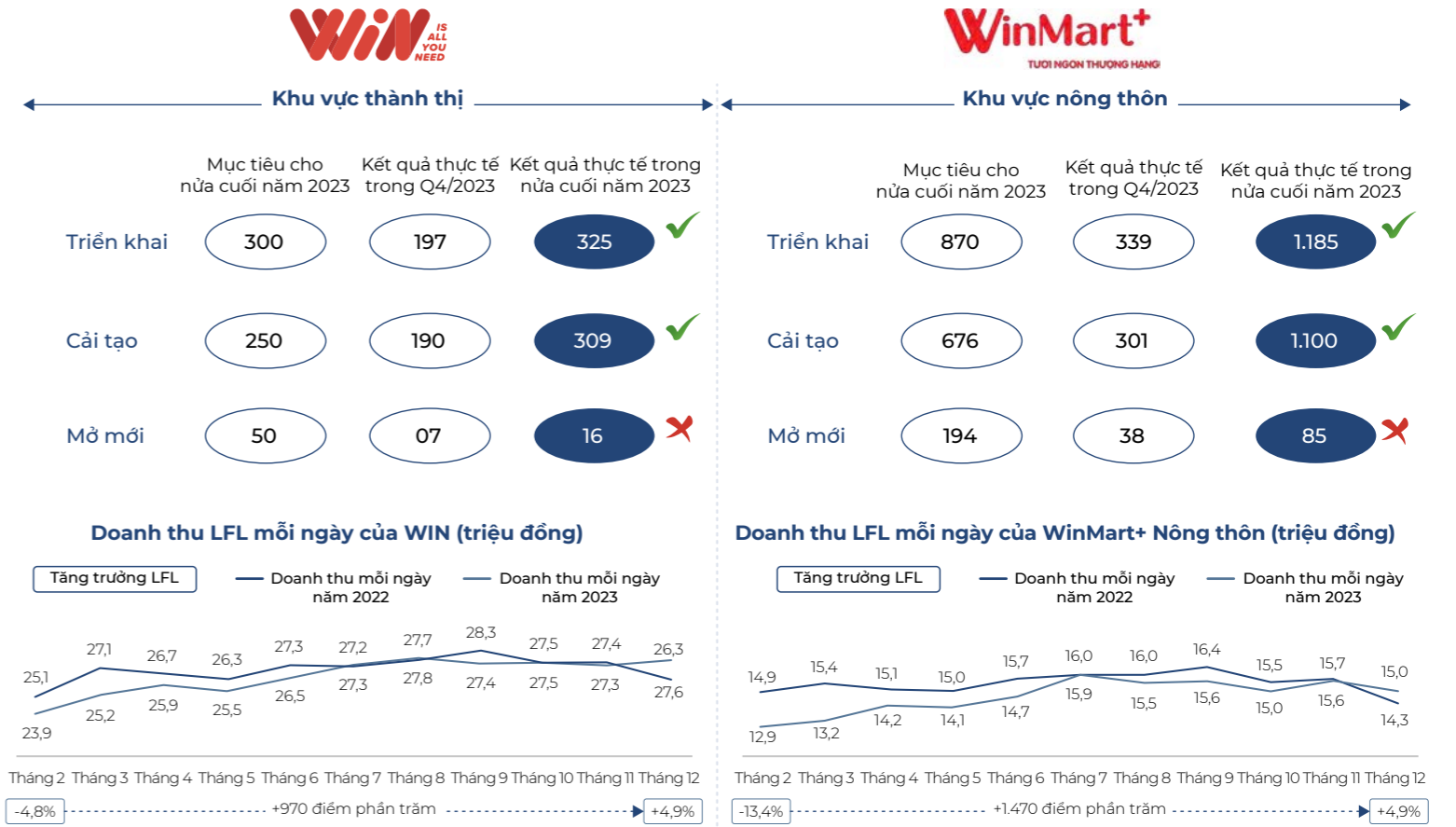
Nhờ vậy, WCM đã ghi nhận mức doanh thu 30.054 tỷ đồng trong năm tài chính 2023,

tăng 2,3% so với cùng kỳ năm ngoái, nhờ mở mới cửa hàng, tăng cường nhóm cửa hàng trong việc đổi mới mô hình cửa hàng. Đáng chú ý, tăng trưởng LFL<sup>9</sup> đã được cải thiện từ mức -10,4% trong Quý 1/2023 lên -3,8% trong Q4/2023 nhờ phục hồi tiêu dùng ổn định và các sáng kiến cải tạo cửa hàng.

Trong suốt năm tài chính 2023, WCM tập trung cải tạo các cửa hàng thành mô hình mới phù hợp với cả người tiêu dùng thành thị và nông thôn, và chỉ mở mới 312 cửa

hàng minimart (“WinMart+” hoặc “WMP”), so với kế hoạch ban đầu được đưa ra từ đầu năm là 800 - 1.200, nâng tổng số siêu thị, cửa hàng trên toàn quốc lên 3.633 tính đến cuối năm. Trong số tất cả các cửa hàng minimart, 1.615 cửa hàng áp dụng mô hình mới, cung cấp sản phẩm mức giá phù hợp theo phân khúc khách hàng ở khu vực thành thị và nông thôn, đạt hiệu suất hoạt động cao hơn so với các cửa hàng chưa được cải tạo. Cụ thể, để phục vụ người tiêu dùng thành thị một cách thuận tiện nhất, mô hình cửa hàng WIN tập hợp các sản

<sup>9</sup> Tăng trưởng LFL của WCM bao gồm số liệu của những cửa hàng hoàn thiện đã mở từ trước năm 2022 và hiện vẫn đang hoạt động.



phẩm và dịch vụ khác nhau của MSN, bao gồm nhu yếu phẩm, F&B, dược phẩm, viễn thông và dịch vụ tài chính, tại một địa điểm, và đã cải thiện mức tăng trưởng LFL từ -4,8% trong tháng 2 lên +4,9% trong tháng 12. Trong khi đó, mô hình cửa hàng tại khu vực nông thôn với chi phí cố định (CAPEX) và chi phí vận hành (OPEX) thấp hơn, giúp người tiêu dùng tiết kiệm chi phí, cũng cải thiện mức tăng trưởng LFL từ -13,4% trong tháng 2 lên +4,9% trong tháng 12.

Trong bối cảnh một năm đầy thách thức, sau khi đạt được mức hòa vốn EBIT lần đầu

tiên trong Q3/2023 giai đoạn hậu COVID-19, WCM đã duy trì được lợi nhuận với biên EBIT và EBITDA tăng nhẹ, lần lượt đạt mức hòa vốn và 3,2% trong Q4/2023. Biên lợi nhuận thuần sau thuế của cửa hàng minimart LFL đạt 3,7% trong Q4/2023.

Công ty logistics của Masan, Supra, tiếp tục mở rộng quy mô, đảm nhận khoảng một nửa số hàng hóa của WCM, giúp giảm 11% chi phí trên mỗi sản phẩm so với cùng kỳ năm ngoái đối với cả hàng hóa khô và sản phẩm tươi sống. Những nỗ lực hợp tác giữa WCM và Supra đang được thực hiện nhằm

tối ưu hóa và tăng cường số hóa chuỗi cung ứng, nâng cao hiệu quả hoạt động.

**PHÚC LONG HERITAGE**

Doanh thu thuần LFL của PLH<sup>9</sup> trong năm tài chính 2023 đạt 1.535 tỷ đồng, giảm 10,1% so với cùng kỳ ngoái, do quá trình hợp lý hóa các kiosk cũng như thách thức kinh tế vĩ mô khiến nhu cầu ăn uống tại hàng hóa của người tiêu dùng sụt giảm. Tuy nhiên, việc hợp lý hóa các kiosk cũng giúp cải thiện lợi nhuận, với biên EBITDA tăng từ 13,1% trong năm tài chính 2022 lên

<sup>9</sup> Số liệu của năm 2022 bao gồm cả giai đoạn chưa hợp nhất để đảm bảo so sánh công bằng



16,6% trong năm tài chính 2023. Trên cơ sở báo cáo, doanh thu giảm 2,8% và EBITDA tăng 30,6% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong bối cảnh môi trường vĩ mô đang ngày càng khó khăn, người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu, ban lãnh đạo thận trọng và chỉ mở mới 28 cửa hàng ngoài WCM trong năm tài chính 2023. Tại thời điểm cuối năm, PLH có 156 cửa hàng hoạt động ngoài WCM. Các cửa hàng này tạo ra 1.195 tỷ đồng doanh thu, giảm 1,2% so với cùng kỳ năm ngoái do doanh số bán hàng hàng ngày giảm nhưng được bù đắp thông qua mở mới cửa hàng, trong khi EBITDA giảm 29,4% so với cùng kỳ năm ngoái do đôn bẫy hoạt động.

Phúc Long đặt mục tiêu tạo ra khác biệt thông qua định hướng chiến lược “Chất lượng cao với giá phải chăng”, mang đến sản phẩm chất lượng cao, đồng thời vẫn tiếp cận được những người tiêu dùng mới đến với chuỗi cửa hàng của thương hiệu này. Là một thương hiệu nổi tiếng về chất lượng, Phúc Long tập trung chủ yếu vào các sản phẩm trà, hãng cũng xây dựng kế hoạch tăng cường các sản phẩm cà phê để tăng tần suất mua của khách hàng.

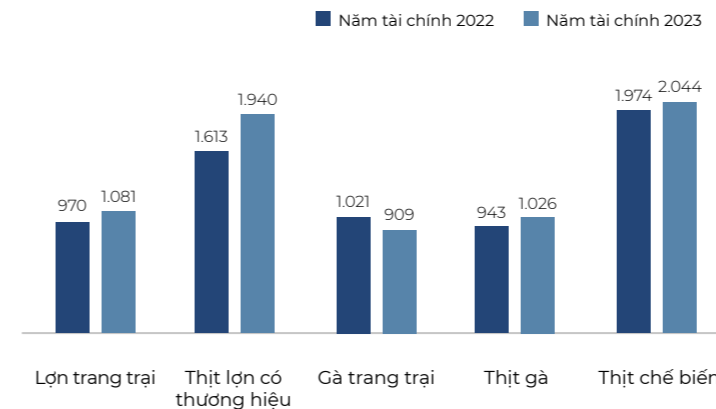
**MASAN MEATLIFE**

MML đạt được doanh thu và tăng trưởng EBITDA bền vững trong tất cả các phân

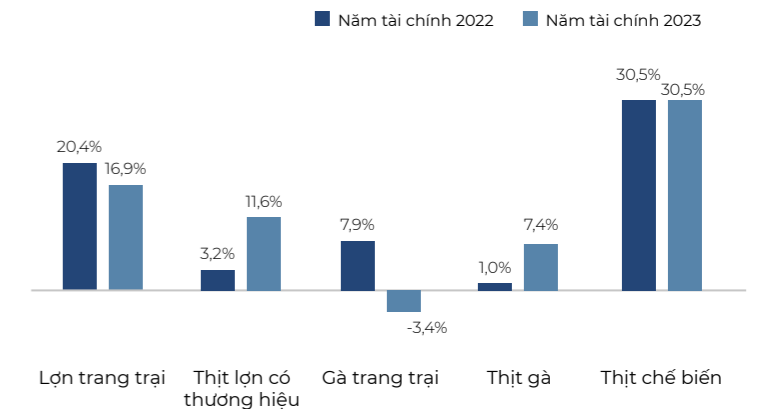
khúc nhờ sản lượng tăng, ngoại trừ mảng gà trang trại. Trên cơ sở LFL<sup>10</sup>, MML đạt 6.984 tỷ đồng trong năm tài chính 2023, tăng 10,9% so với cùng kỳ năm ngoái. Trên cơ sở báo cáo, doanh thu trong năm tài chính 2023 tăng 46,0% so với cùng kỳ năm ngoái.

So với năm 2022, phân khúc gà trang trại chịu nhiều ảnh hưởng do tình trạng sụt giảm về giá và sản lượng, tác động này được giảm nhẹ phần nào nhờ quá trình tích cực hợp lý hóa hoạt động tại trang trại gà của MML trong Q4/2023. Doanh thu từ thịt gà (thịt gia cầm được bán cho người tiêu dùng dưới thương hiệu của MML)

**Doanh thu theo phân khúc (tỷ đồng)**



**Biên lợi nhuận gộp theo phân khúc**



trong năm tài chính 2023 tăng 8,8% so với cùng kỳ năm ngoái nhờ sản lượng cao hơn, với biên lợi nhuận gộp được cải thiện đáng kể, từ mức 1,0% trong năm tài chính 2022 lên 7,4% trong năm tài chính 2023 nhờ giá mua gia cầm và chi phí sản xuất thấp hơn.

Đối với mảng thịt heo có thương hiệu, nhờ thu hẹp khoảng cách giá với chợ truyền thống thông qua mức giá độc quyền của MML cho các Hội viên WiN, sản lượng đã tăng 25,7% trong năm tài chính 2023 so với cùng kỳ năm ngoái, đồng thời, biên lợi nhuận gộp cũng tăng từ 3,2% trong năm tài chính 2022 lên 11,6% trong năm tài

chính 2023 nhờ những kết quả tích cực mà chiến lược thúc đẩy sản lượng tiêu thụ của MML mang lại, đặc biệt là trong khía cạnh giảm chi phí sản xuất.

Về mảng heo trang trại, do giá heo hơi giảm trong các quý gần đây nên biên lợi nhuận gộp cũng giảm từ mức 20,4% trong năm 2022 xuống 16,9% trong năm tài chính 2023.

Màng thịt chế biến đạt mức tăng trưởng doanh thu ổn định là 3,5% cùng biên lợi nhuận gộp là 30,5% so với cùng kỳ, đây là bước đầu trong chiến lược chuyển sang phân khúc thịt chế biến có thương hiệu.

Trong năm tài chính 2023, MML tiếp tục tăng trưởng về sản lượng tiêu thụ và mức độ sử dụng nhờ chiến lược giá cạnh tranh và linh hoạt, thu hẹp khoảng cách về giá giữa các sản phẩm MEATDeli và thịt nóng từ các chợ truyền thống kể từ đầu năm tài chính 2022. Nhờ tích hợp vào chương trình Hội viên WiN, doanh số bán ra hàng ngày tại các cửa hàng của WCM đối với các sản phẩm MEATDeli tăng 33%, từ mức 1,16 triệu đồng trong tháng 1 lên 1,55 triệu đồng vào tháng 12/2023. EBITDA của MML tăng lên 266 tỷ đồng nhờ phần đóng góp 157 tỷ đồng từ mảng thịt chế biến cũng như biên lợi nhuận cải thiện đáng kể của mảng thịt heo tươi có thương hiệu.

<sup>10</sup> Số liệu LFL của MML tính cả mảng thịt chế biến vào doanh thu trong năm 2022.

## MASAN HIGH-TECH MATERIALS

Năm 2023 là một năm đầy thử thách đối với MHT, cả về điều kiện vĩ mô và hoạt động. Do sự gián đoạn của dịch vụ nổ mìn, hoạt động khai thác quặng và tiêu thụ của Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo ("NPMC") trong năm tài chính 2023 bị hạn chế, điều này khiến sản lượng của tất cả các sản phẩm giảm đáng kể, đồng thời tăng chi phí sản xuất để chế biến quặng dự trữ cũ có chất lượng thấp. Do đó, giá thành trên mỗi sản phẩm của NPMC đã tăng đáng kể, ảnh hưởng tiêu cực đến lợi nhuận. Trong giai đoạn này, NPMC đã phải sử dụng các quặng dự trữ chất lượng thấp mà thông thường chỉ được chế biến khi mở ngừng hoạt động. Hoạt động nổ mìn đã hoạt động trở lại vào Q1/2024 với một nhà thầu mới, điều này cũng sẽ giúp giảm chi phí nổ mìn về lâu dài.

Ngoài vấn đề nổ mìn, MHT còn chịu ảnh hưởng từ tình trạng sụt giảm nhu cầu vonfram trên toàn cầu. Doanh thu công ty đã giảm 9,4% xuống 14.093 tỷ đồng và EBITDA giảm 51,6% xuống 1.550 tỷ đồng trong năm tài chính 2023.



## Môi trường kinh doanh

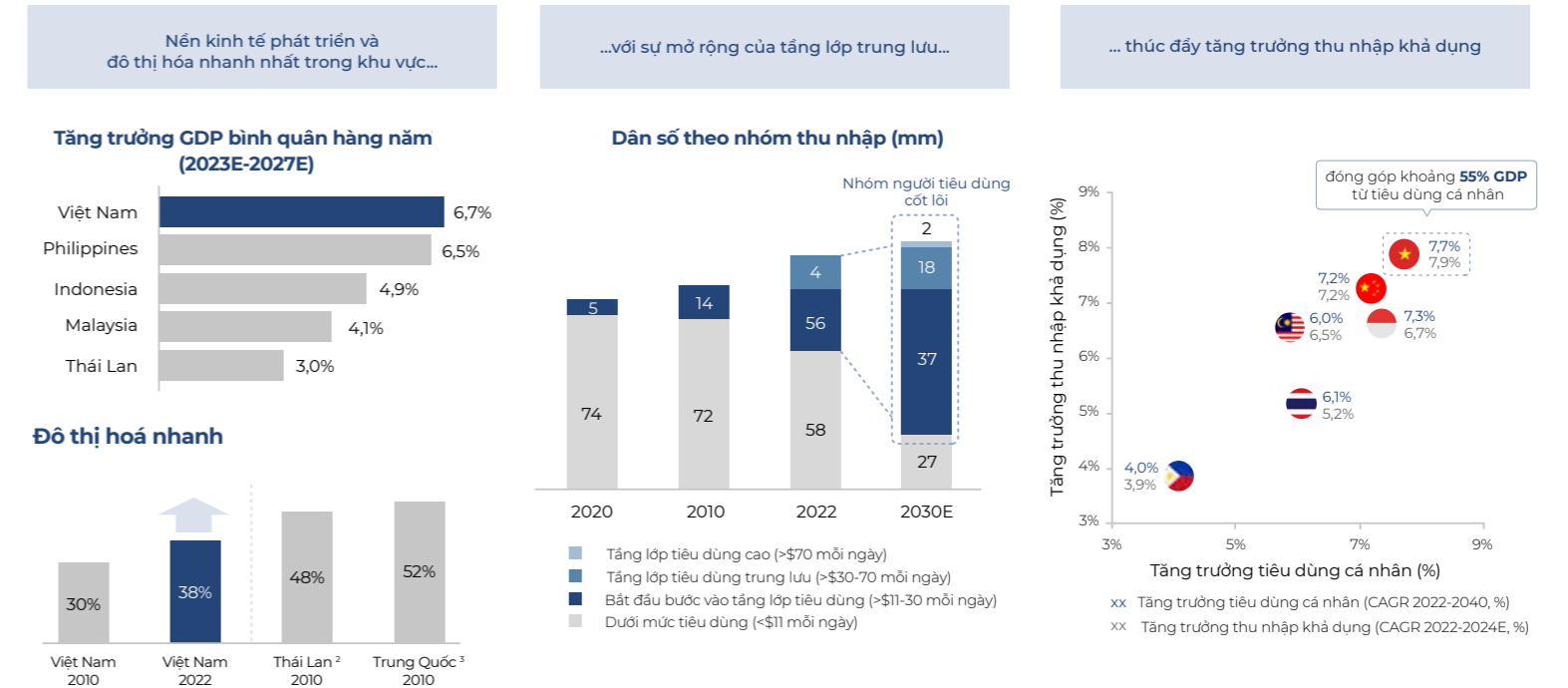
Hoạt động kinh doanh của Masan Group chủ yếu tại Việt Nam, do đó hiệu quả và chất lượng tài sản của chúng tôi cũng phụ thuộc rất lớn vào nền kinh tế Việt Nam. Vì vậy, trong tương lai, môi trường kinh tế trong nước cộng thêm các tác động bên ngoài như sự phát triển kinh tế trên toàn châu Á và thế giới sẽ ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động kinh doanh của Masan. Ngoài ra, các yếu tố kinh tế vĩ mô có thể ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động bao gồm chi tiêu và tiêu dùng cá nhân, tỷ lệ lạm phát, lãi suất, mặt bằng giá cả hàng hóa, gánh nặng trả nợ của người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp. Bên cạnh đó, khả năng cho vay tín dụng cũng như các yếu tố khác như sự lây lan của bệnh dịch, xung đột vũ trang quy mô lớn, khủng bố hay bất cứ sự cố xã hội, địa lý hoặc chính trị bất lợi nào cũng có thể ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của Masan.

Với tác động tích cực từ những thuận lợi vĩ mô, như lãi suất trong nước giảm, mức tăng trưởng xuất khẩu được cải thiện, sự phục hồi của thị trường du lịch và bất động sản, mang lại vào cuối năm 2023, Masan dự kiến nền kinh tế Việt Nam, đặc biệt là lĩnh vực tiêu dùng cá nhân trong nước, sẽ dần phục hồi trong nửa đầu năm 2024 và có thể tăng tốc trong nửa cuối năm. Tuy nhiên, Ban Điều hành vẫn thận trọng trước những bất ổn của thị trường toàn cầu, điều này được thể hiện trong dự báo tài chính năm 2024 của Masan.

Về dài hạn, mức tiêu dùng tại Việt Nam dự kiến sẽ tăng mạnh nhờ bộ phận người tiêu dùng trẻ, thuộc tầng lớp trung lưu và thành thạo công nghệ. Bộ phận người tiêu dùng này đang thúc đẩy tạo ra những hành vi mới với sản phẩm, địa điểm và cách thức mua sắm hàng hóa của mình. Cụ thể, ba xu hướng lớn đang thay đổi bối cảnh nhu cầu tiêu dùng:

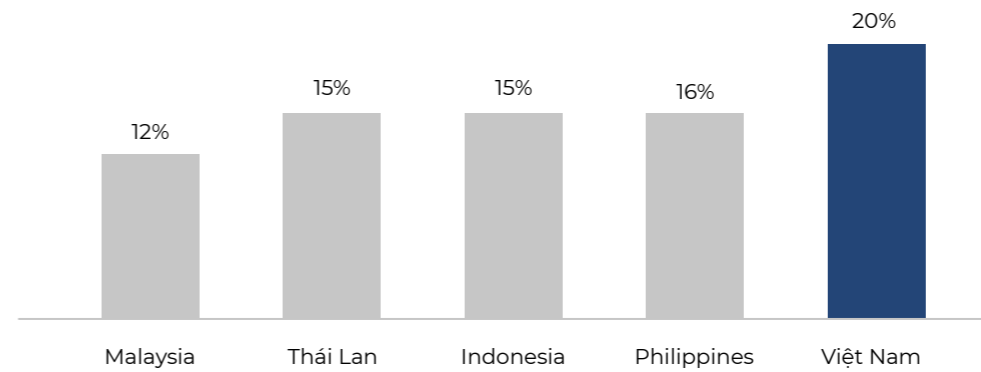
- Cao cấp hóa sản phẩm & dịch vụ - Hàng hóa tiêu dùng;
- Đẩy mạnh chuyển đổi từ bán lẻ truyền thống sang bán lẻ hiện đại - Nơi mua sắm;
- Tiếp cận sản phẩm & dịch vụ đa kênh - Cách thức tiếp cận hàng hóa.

## THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ TĂNG TRƯỞNG MẠNH NHỜ BỘ PHẬN NGƯỜI TIÊU DÙNG TRẺ, THUỘC TẦNG LỚP TRUNG LƯU VÀ THÀNH THẠO CÔNG NGHỆ



### TĂNG TRƯỞNG THEO CẤP SỐ NHÂN CỦA NỀN KINH TẾ INTERNET

CAGR của nền kinh tế số 2023 - 2025E



Nguồn: Bain, Google, Temasek; IMF, Euromonitor, Nielsen IQ Vietnam, Fitch Connect, Bộ KH&ĐT; <sup>1</sup>Trung bình tỷ lệ thay đổi hàng năm của GDP theo giá cố định (GDP thực) trong giai đoạn 2023E - 2027E; <sup>2</sup> Thái Lan đến năm 2016; <sup>3</sup> Trung Quốc đến năm 2012

Để biết thêm thông tin về nền kinh tế Việt Nam và tác động đối với hoạt động kinh doanh hiện tại của chúng tôi, vui lòng tham khảo phần "Tổng quan kinh tế vĩ mô" trong Báo cáo của Ban Điều hành.

Các phần dưới đây sẽ mang đến cái nhìn tổng quát và cập nhật về các lĩnh vực mà ở đó Masan có hoạt động.

## Ngành FMCG của Việt Nam

Ngành FMCG đang đẩy mạnh theo đuổi việc tạo giá trị cho người tiêu dùng do lạm phát liên tục tăng cao cũng như môi trường vĩ mô đầy thách thức ảnh hưởng đến sinh kế và thu nhập của người tiêu dùng. Đây cũng là nguyên nhân thúc đẩy người tiêu dùng châu Á mong muốn tìm kiếm những lựa chọn với giá cả hợp lý hơn. Tuy người tiêu dùng ở các thị trường phát triển nhanh như Indonesia, Philippines và Việt Nam vẫn duy trì khối lượng mua hàng nhưng yếu tố giá trị đang được quan tâm nhiều hơn, bằng chứng là các chương trình khuyến mãi ngày càng phổ biến.

Bất chấp xu hướng mua hàng thuộc phân khúc giá rẻ hơn của người tiêu dùng, các sản phẩm cao cấp vẫn có thể đảm bảo doanh số nếu mang lại giá trị rõ ràng và phù hợp với khu vực địa lý, vì những người tiêu dùng châu Á thông minh sẽ chọn những sản phẩm có giá trị phù hợp, với mức giá hợp lý. Ví dụ, tại Việt Nam, người tiêu dùng có xu hướng mua đồ ăn nhẹ và đồ ngọt đóng gói có chất lượng cao.

Việc tăng doanh số góp phần làm tăng chi tiêu vào FMCG, bất chấp những mối lo ngại về xu hướng mua hàng tập trung vào phân khúc giá rẻ hơn. Các nhà bán lẻ đã bảo đảm doanh số tổng thể bằng cách

mở rộng phạm vi tiếp cận ra ngoài các khu vực đô thị với mật độ dân cư cao để đến khu vực nông thôn và các thành phố cấp 2. Trong khi tổng mức tiêu thụ FMCG tại nhà đang dần phục hồi sau đại dịch COVID-19, một nghiên cứu về hiệu suất hàng quý của ngành FMCG cho thấy sụt giảm ngắn hạn về tăng trưởng giá trị, và khu vực nông thôn thể hiện khả năng phục hồi tốt hơn. Thị trường ở khu vực nông thôn mang lại cơ hội tăng trưởng đáng kể cho các danh mục thuộc ngành FMCG, đặc biệt là các sản phẩm chăm sóc cá nhân. Ngoài ra, các lĩnh vực phi thực phẩm đang tăng trưởng mạnh mẽ nhờ mức tiêu thụ tăng, đặc biệt là trong danh mục sản phẩm vệ sinh và chất tẩy rửa.

### GIA VỊ

Theo Euromonitor, doanh thu bán lẻ của thị trường nước sốt, nước chấm và gia vị tăng 9%, đạt mức 39,9 nghìn tỷ đồng vào năm 2023. Trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2028, phân khúc gia vị dự kiến sẽ tăng trưởng với mức CAGR là 11% trên cơ sở giá trị hiện tại và đạt 65,8 nghìn tỷ đồng.

Masan tiếp tục là công ty thiết lập xu hướng và duy trì vị trí dẫn đầu thị trường với 30% thị phần nhờ sở hữu các thương hiệu lớn cũng như phát triển sản phẩm mới. Trong danh mục nước mắm, 3 thương hiệu hàng đầu đều là của Masan (Nam Ngư, Nam Ngư II và CHIN-SU), chiếm hơn 70% thị phần. Nước tương và tương ớt của Masan cũng

chiếm lần lượt hơn 60% và 50% trong thị trường sản phẩm tương ứng.

Năm 2023 đánh dấu một cột mốc quan trọng khi Masan triển khai chiến lược “Go Global - mang thương hiệu Việt Nam ra thế giới”, chiến lược này giúp Masan mở rộng quy mô thị trường và nâng cao giá trị thương hiệu. Đây là đòn bẩy chiến lược giúp thúc đẩy tăng trưởng cho thương hiệu CHIN-SU cũng như danh mục sản phẩm của Masan, với mục tiêu mở rộng sự hiện diện của thương hiệu đến các thị trường quốc tế như Hàn Quốc, Úc, châu Âu và Bắc Mỹ.

### THỰC PHẨM TIỆN LỢI

Thị trường thực phẩm tiện lợi, gồm Gạo, Mì ống và Mì, đạt 63,8 nghìn tỷ đồng vào năm 2023 và được dự báo tăng trưởng với mức CAGR là 10%, cán mốc 104 nghìn tỷ đồng vào năm 2028. Omachi và Kokomi của Masan là những thương hiệu chủ chốt trong phân khúc này. Omachi là một thương hiệu mì ăn liền cao cấp nhắm đến phân khúc người tiêu dùng khá giả, chất lượng sản phẩm thể hiện ở bao bì cao cấp và khẩu phần thịt khô dồi dào trong mỗi gói mì.

Xu hướng đa dạng hóa vẫn duy trì trong năm 2023, bằng chứng là người tiêu dùng Việt Nam ngày càng quan tâm đến việc khám phá những hương vị mới từ các khu vực như Hàn Quốc, Nhật Bản và Tây Âu. Xu hướng này thể hiện rõ nhất ở thế hệ trẻ,

những người tiếp xúc nhiều hơn với trào lưu mới trên thế giới. Nhóm dân số trẻ, cả ở khu vực thành thị và nông thôn của Việt Nam, ngày càng hoạt động tích cực trên các nền tảng mạng xã hội như TikTok và Facebook, điều này ảnh hưởng đáng kể đến sở thích tiêu dùng, đặc biệt là về việc ăn uống lành mạnh. Mì gói cũng có những động lực tăng trưởng mới khi nhu cầu cho các nguyên liệu thay thế như rau củ quả, giúp tăng cường chất xơ và không có gluten, ít calo hơn so với các sản phẩm truyền thống.

Masan đã và đang tập trung nâng cao giá trị cho những sản phẩm mà người tiêu dùng sử dụng. Để đáp ứng các nhu cầu tiêu dùng mới đặc biệt là cho người tiêu dùng trẻ, Masan cũng cho ra mắt các sản phẩm mới như Phở Story và Omachi lẩu tự sôi. Trong tương lai, dự kiến người tiêu dùng sẽ hiểu rõ hơn về thực phẩm, có khẩu vị đa dạng hơn và ưu tiên các vấn đề về sức khỏe. Xu hướng này sẽ thúc đẩy nỗ lực phát triển sản phẩm mới, tập trung vào các sản phẩm có lợi cho sức khỏe, giảm hàm lượng muối và chất béo, đồng thời bổ sung chất xơ, protein, vitamin và khoáng chất.

### ĐỒ UỐNG

Năm 2023, nhận thức về sức khỏe và thể chất của người tiêu dùng Việt Nam đã có sự cải thiện rõ rệt. Xu hướng này bắt nguồn từ thời kỳ đại dịch COVID-19 và vẫn tiếp tục cho đến hiện tại. Những lo ngại về

lượng đường nạp vào đã thúc đẩy người tiêu dùng chuyển dần sang các lựa chọn đồ uống ít đường và tốt cho sức khỏe hơn, trong đó trà uống liền và nước đóng chai là loại nước giải khát dẫn đầu về doanh số bán hàng trong năm 2023. Do đó, đã có sự chuyển hướng đáng kể sang các lựa chọn lành mạnh hơn như các sản phẩm giảm đường và không đường của các danh mục như đồ uống có ga và trà uống liền. Bên cạnh đó, các sản phẩm thuộc thị trường ngách như nước đóng chai có hương vị và nước dừa đang ngày càng phổ biến nhờ lợi ích sức khỏe mà các sản phẩm này mang lại. Để đáp ứng nhu cầu của xu hướng này và mở rộng thị trường, nhiều nhà sản xuất nước giải khát đã ra mắt các sản phẩm thay thế lành mạnh hơn hoặc bổ sung vitamin và khoáng chất, khiến phân khúc nước giải khát ít đường trở thành danh mục có tính cạnh tranh cao. Nhằm thích ứng với nhu cầu đang thay đổi liên tục của người tiêu dùng, Masan đã cho ra mắt các dòng sản phẩm mới như nước tăng lực ít ngọt (EnerZ), nước đóng chai có vị (Vivant) và trà đóng chai (Bupnon Tea365) trong quý 2/2023.

### Nước tăng lực

Danh mục nước tăng lực duy trì được quỹ đạo hoạt động riêng trong thị trường nước giải khát với quy mô thị trường hơn 18 nghìn tỷ đồng vào năm 2023. Doanh số bán ra tại các kênh bán mang về như cửa hàng tiện lợi, siêu thị tăng 2% trong năm 2023, đạt



511 triệu lít, trong đó các loại nước tăng lực phổ biến đều có doanh số cao, cao nhất là sản phẩm của Công ty TNHH Red Bull (Việt Nam). Tuy vậy, tốc độ tăng trưởng của danh mục nước tăng lực giảm so với những năm trước, cho thấy áp lực về kinh tế và lạm phát đang ảnh hưởng đến thói quen chi tiêu của người tiêu dùng.

Nước tăng lực vẫn là sản phẩm phổ biến trong phân khúc người tiêu dùng trẻ tuổi, được yêu thích nhờ hương vị ngọt và khả năng tăng sức bền bỉ trong trường hợp học bài khuya hoặc tụ tập với bạn bè. Tuy nhiên, những lo ngại liên quan đến sức khỏe, đặc biệt là hàm lượng đường cao và các thành phần khác, đã khiến một số người phải xem xét lại thói quen tiêu thụ của mình. Lạm phát gia tăng cũng góp phần làm tăng đơn giá trung bình của nước tăng lực, khiến những khách hàng nhạy cảm về giá quyết định chuyển sang các lựa chọn thay thế với mức giá hợp lý hơn như nước đóng chai.

Trong bối cảnh thị trường còn nhiều thách thức, các sáng kiến về marketing và phát triển sản phẩm mới đã trở thành mối quan tâm chính đối với các nhà sản xuất nước tăng lực. Bốn thương hiệu hàng đầu trên thị trường, gồm Red Bull, Sting, Number 1 và Wake-up 247, thống trị doanh số bán hàng nhưng phải cạnh tranh gay gắt vì các doanh nghiệp đang nỗ lực khai thác tiềm năng tăng trưởng của danh mục này. Các chiến lược như thỏa thuận tài trợ và ra mắt sản phẩm mới nhằm mục đích tăng nhận diện

thương hiệu cũng như tăng thị phần. Trong tương lai, việc đổi mới sản phẩm dự kiến sẽ thúc đẩy doanh số bán hàng tăng trưởng mạnh mẽ hơn trong phân khúc nước tăng lực. Theo dự kiến, những doanh nghiệp đầu ngành sẽ đầu tư phát triển các công thức mới, bao gồm lựa chọn ít đường hoặc không đường, đồng thời kết hợp các thành phần tự nhiên hoặc hữu cơ để giải quyết các mối lo ngại về sức khỏe và thể chất ngày càng tăng của người tiêu dùng. Ngoài ra, việc bổ sung các chất dinh dưỡng khác như protein cho nước tăng lực có thể tăng sức hấp dẫn và giá trị của sản phẩm, thu hút những khách hàng quan tâm đến sức khỏe và mở rộng thị trường, bất chấp những thách thức đến từ những danh mục sản phẩm có tiếng trên thị trường.

### Nước đóng chai

Trong bối cảnh người tiêu dùng liên tục thay đổi sở thích và quan tâm hơn đến sức khỏe, thị trường nước đóng chai, cùng với nước trái cây, vẫn là một phân khúc có doanh số cao trong danh mục nước giải khát. Cả hai danh mục này đều được dự báo sẽ tăng trưởng đáng kể cho đến năm 2028, nhờ lợi ích sức khỏe và xu hướng lựa chọn đồ uống lành mạnh đang ngày càng phát triển trong cộng đồng người tiêu dùng. Năm 2023, quy mô thị trường của nước đóng chai là 20 tỷ đồng.

Doanh số bán ra tại các kênh không cho phép tiêu dùng tại chỗ của thị trường nước

đóng chai đã tăng 9% vào năm 2023 và đạt 940 triệu lít, trong đó nước đóng chai vẫn là danh mục bán chạy nhất, với mức tăng trưởng 9% tương tự và đạt 910 triệu lít. Dự báo cho thấy quỹ đạo tăng trưởng sẽ tiếp tục đi lên, với doanh số bán hàng dự kiến tại các kênh không cho phép tiêu dùng tăng với mức CAGR là 8% cho đến năm 2028, đạt 1.401 triệu lít. Sự tăng trưởng mạnh mẽ về doanh số bán ra của nước đóng chai có thể đến từ một số yếu tố. Thứ nhất, phong trào chăm sóc sức khỏe và thể chất ngày càng phát triển, cùng với việc giảm tiêu thụ rượu, đã nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về tầm quan trọng của việc uống đủ nước, đặc biệt là trong điều kiện thời tiết ẩm áp. Ngoài ra, việc thực thi nghiêm ngặt luật cấm lái xe sau khi uống rượu bia ở Việt Nam dẫn đến sự gia tăng về số lượng tài xế lựa chọn nước đóng chai thay vì đồ uống có cồn, góp phần đáng kể vào doanh số bán hàng cả ở kênh tiêu dùng tại chỗ như nhà hàng, quán ăn và bán mang về.

Hơn nữa, tình trạng lạm phát tăng cao ở Việt Nam cũng tác động tích cực đến doanh số bán ra của nước đóng chai, đặc biệt là kênh tiêu dùng tại chỗ. Nước đóng chai thường là lựa chọn ít tốn kém nhất trong thực đơn và ngày càng được ưu tiên hơn các loại đồ uống khác. Để đáp ứng với những thay đổi về hành vi tiêu dùng và sự thay đổi không ngừng của thị trường, các doanh nghiệp sản xuất nước đóng chai dự kiến sẽ tập trung vào nhiều chiến lược



khác nhau. Bán lẻ trên nền tảng thương mại điện tử dự kiến sẽ tăng thị phần trong thị trường nước đóng chai, phản ánh thay đổi trong thói quen mua sắm và tính tiện lợi của hình thức mua hàng trực tuyến. Hơn nữa, các nhà sản xuất dự kiến sẽ tiếp tục đầu tư phát triển các giải pháp đóng gói mới để sản phẩm trở nên khác biệt và thu hút được người tiêu dùng.

Phân khúc nước đóng chai có khả năng tăng trưởng mạnh mẽ hơn nhờ hình ảnh sản phẩm tốt cho sức khỏe và nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng, đây là cơ hội để các doanh nghiệp trong ngành đổi mới và tăng cường sự hiện diện trên thị trường, đáp ứng sự phát triển trong sở

thích tiêu dùng và xu hướng thị trường.

### Cà phê

Năm 2023, giá xuất khẩu cà phê bình quân đạt 2.834 USD/tấn, tăng 14,1%, mức tăng đáng kể so với năm trước, với tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê đạt gần 4,2 tỷ USD. Ngành cà phê Việt Nam được hưởng lợi lớn từ giá cà phê Robusta tăng vọt. Tuy nhiên, Hiệp hội Cà phê-Ca cao Việt Nam (Vicofa) dự báo sản lượng cà phê niên vụ 2023-2024 sẽ giảm còn 1,6-1,7 triệu tấn so với mức 1,78 triệu tấn trong giai đoạn trước.

Năm nay, Việt Nam đang tập trung vào các sáng kiến nhằm thúc đẩy tăng trưởng bền vững ngành cà phê, bao gồm nỗ lực trong

công tác đảm bảo truy xuất nguồn gốc và tuân thủ các quy định của Liên minh Châu Âu về nạn phá rừng. Ngoài ra, bên cạnh các mặt hàng xuất khẩu khác như rau củ, trái cây, hạt điều, cà phê vẫn là một trong những mặt hàng đóng góp hàng đầu vào giá trị xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Với thu nhập khả dụng tăng cao do thời gian làm việc dài hơn, ngành hàng cà phê tiếp tục đạt mục tiêu tăng trưởng dài hạn. Ngoài ra, Masan tiếp tục là một trong những công ty dẫn đầu thị trường ở phân khúc cà phê hòa tan, với hai thương hiệu “Vinacafé” và “Wake-up”. Trong tương lai, Masan sẽ tiếp tục tìm hiểu các mô hình mới như cà phê rang, xay cũng như cà phê uống liền để đảm bảo tăng trưởng bền vững.

### SẢN PHẨM CHĂM SÓC CÁ NHÂN VÀ GIA ĐÌNH

Tại Việt Nam, nhu cầu đối với các sản phẩm chăm sóc gia đình tăng ổn định trong suốt năm 2023 do nhiều yếu tố khác nhau như quy mô dân số thuộc tầng lớp trung lưu ngày càng mở rộng, với mức thu nhập khả dụng tăng cùng sự quan tâm đặc biệt đến sức khỏe và vệ sinh, nhất là trong bối cảnh đại dịch vẫn đang tiếp diễn. Tuy nhiên, dù thị trường đạt mức tăng trưởng tích cực nhưng tốc độ tăng doanh số bán lẻ vẫn chậm hơn so với năm trước, nguyên nhân chủ yếu là do chi phí sinh hoạt tăng cao trong dài hạn, làm giảm niềm tin của người tiêu dùng. Để thích ứng với bối cảnh kinh



tế này, người tiêu dùng hướng tới các lựa chọn thay thế hiệu quả hơn về chi phí, bao gồm lựa chọn sản phẩm có kích thước bao bì lớn hơn, một xu hướng đặc biệt phổ biến ở các phân khúc có thu nhập thấp hơn.

Các doanh nghiệp địa phương đã thể hiện khả năng phục hồi và tăng trưởng đáng chú ý trong lĩnh vực chăm sóc gia đình, đồng thời mở rộng mạng lưới phân phối một cách có chiến lược để bao gồm các kênh bán lẻ hiện đại như các siêu thị lớn và nền tảng thương mại điện tử. CTCP Bột giặt Net của Masan đã tận dụng các thương vụ mua lại mang tính chiến lược để tăng cường sự hiện diện trên thị trường.

Thị trường sản phẩm chăm sóc gia đình có khả năng duy trì quỹ đạo đi lên cả về doanh số bán lẻ và giá trị hiện tại nhờ các yếu tố như quy mô tầng lớp trung lưu ngày càng mở rộng, thu nhập khả dụng tăng và tốc độ đô thị hóa nhanh chóng. Danh mục chiếm ưu thế, sản phẩm giặt-xả, dự kiến sẽ tiếp tục duy trì được đà tăng trưởng nhờ sự phổ biến của máy giặt tự động trong các hộ gia đình, đặc biệt là ở khu vực nông thôn. Đáng chú ý, nước giặt đậm đặc được dự báo sẽ tăng trưởng mạnh mẽ nhờ sự tiện lợi và đa dạng về mùi hương, trong khi các phân khúc khác như bột giặt và nước giặt tay có thể có tốc độ tăng trưởng chậm hơn.

Khi mức sống của người tiêu dùng tăng, nhu cầu về các sản phẩm chăm sóc gia đình chất lượng cao hơn cũng sẽ tăng cao,

bao gồm cả những sản phẩm có công thức từ thành phần tự nhiên, thân thiện với môi trường và hữu cơ, phù hợp với xu hướng bền vững đang ngày càng phổ biến, đặc biệt là trong nhóm người tiêu dùng trẻ. Ngoài ra, thị phần của lĩnh vực thương mại điện tử dự kiến sẽ tăng với mức độ phổ biến ngày càng cao của điện thoại thông minh và các nền tảng như Shopee, Lazada, tận dụng các tính năng mới như phát trực tiếp và tiếp thị qua người có sức ảnh hưởng.

Trong phân khúc sản phẩm giặt-xả, các mặt hàng như nước xả vải nằm trong top danh mục bán chạy nhất trong năm 2023, với doanh thu bán lẻ tăng đáng kể. Xu hướng tăng kích thước bao bì dự kiến sẽ thu hút được sự chú ý, do người tiêu dùng có nhu cầu mua các sản phẩm đảm bảo tính tiện lợi, đặc biệt là trong bối cảnh tàn suất mua sắm giảm. Trong danh mục rửa chén, các sản phẩm máy rửa chén tự động đạt mức tăng trưởng đáng kể do các yếu tố như tần suất nấu ăn tại nhà gia tăng và nhận thức về vệ sinh được nâng cao. Hơn nữa, độ bao phủ của máy rửa chén trong các gia đình ngày càng tăng, do xu hướng đô thị hóa và sở thích của người tiêu dùng là ưa chuộng các đặc tính vệ sinh vượt trội, điều này càng thúc đẩy mở rộng thị trường. Thị trường sản phẩm chăm sóc gia đình ở Việt Nam mang đến những cơ hội tăng trưởng đầy hứa hẹn, thúc đẩy các doanh nghiệp trong ngành đổi mới và đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người

tiêu dùng về chất lượng, sự tiện lợi và tính bền vững.

### Bia

Bia được người tiêu dùng Việt Nam ưa chuộng, bất kể mức thu nhập của họ, phần lớn là do giá bia rẻ hơn so với rượu vang và rượu mạnh. Ngoài ra, ngày càng nhiều người lựa chọn bia vì lý do sức khỏe, do bia có hàm lượng cồn (“ABV”) thấp hơn nên gây ít rủi ro cho sức khỏe hơn rượu mạnh. Không giống như rượu mạnh, thường có ABV vượt quá 15%, doanh nghiệp trong phân khúc bia có thể thực hiện các chiến dịch quảng cáo thường xuyên, bao gồm quảng cáo trên truyền hình, để duy trì và nâng cao nhận thức về thương hiệu.

Bất chấp một số thách thức trong ngành, bao gồm luật nghiêm ngặt cấm lái xe sau khi uống rượu bia, lĩnh vực đồ uống có cồn vẫn có thể tăng trưởng đáng kể theo dự báo cho đến năm 2028. Yếu tố góp phần cho sự tăng trưởng này là quá trình phát triển không ngừng của nền kinh tế Việt Nam cũng như thu nhập khả dụng ngày càng tăng. Ngoài ra, việc nới lỏng các biện pháp giãn cách xã hội, cùng với tỷ lệ tiêm chủng cao, sẽ thúc đẩy doanh số tại các kênh tiêu dùng tại chỗ. Đổi mới trong việc cung cấp sản phẩm, đặc biệt là danh mục bia, sẽ kích thích hơn nữa nhu cầu của người tiêu dùng, đồng thời, các doanh nghiệp hàng đầu cũng sẽ đầu tư mạnh cho công tác tiếp thị để duy trì tương tác



Báo Cáo Thường Niên 2023

với người tiêu dùng. Với sự phát triển của thị trường bia, mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp chủ chốt như Heineken Việt Nam và SABECO sẽ ngày càng tăng cao. Hơn nữa, nhu cầu đối với nhiều loại đồ uống có cồn dự kiến sẽ ngày càng tăng khi tập khách hàng mở rộng, đặc biệt là nhóm người tiêu dùng khá giả ở thành thị với mong muốn tìm kiếm các sản phẩm đa dạng, chất lượng cao. Tuy nhiên, trên thị trường vẫn còn đó những thách thức, bao gồm hạn chế trong việc quảng cáo các sản phẩm có nồng độ cồn (ABV) cao, đặc biệt là khi xem xét trong bối cảnh mà sở thích của người trẻ tuổi là những đồ uống có hàm lượng ABV thấp hơn.

### Ngành Bán lẻ của Việt Nam

Trong lĩnh vực bán lẻ, các cửa hàng nhu yếu phẩm châu Á và các công ty FMCG đang nỗ lực khắc phục tác động của lạm phát cũng như sự thay đổi trong nhu cầu người tiêu dùng. Trên khắp châu Á, tỷ lệ lạm phát vượt quá 6% kể từ năm 2022 đã làm hạn chế tăng trưởng chi tiêu, ảnh hưởng đến lợi nhuận của chuỗi bán lẻ nhu yếu phẩm cũng như các công ty FMCG. Xu hướng này đặc biệt phổ biến ở Việt Nam, nơi mà cửa hàng minimart và siêu thị đang ngày càng phát triển, đặc biệt là ở các khu vực thành thị và ngoại ô đông dân cư như Đồng bằng sông Cửu Long, Đồng bằng sông Hồng và bờ biển Đông Nam Bộ. Đáng chú ý, các cửa hàng tiện lợi là tâm điểm phát triển, thu hút người tiêu

dùng trẻ tuổi với đồ ăn sẵn nóng hổi, nước giải khát, thời gian mở cửa 24/7 và đầy đủ các nhu yếu phẩm cần thiết. Ngược lại, mức độ cạnh tranh giữa các siêu thị và đại siêu thị đang ngày càng tăng, đặc biệt trong bối cảnh phát triển mạnh của các siêu thị mini. Những siêu thị mini này có thể mở rộng dễ dàng và nhanh chóng hơn, với chi phí vận hành thấp hơn do diện tích sàn nhỏ hơn. Để thích ứng với nhu cầu luôn thay đổi của người tiêu dùng, các siêu thị đang tìm kiếm những mô hình kinh doanh nhỏ hơn, sáng tạo hơn để phục vụ thị trường nông thôn, phản ánh xu hướng ngày càng phổ biến, kinh doanh qua mô hình cửa hàng nhu yếu phẩm hiện đại. Hơn nữa, tỷ lệ thâm nhập của bán lẻ hiện đại tại Việt Nam đạt 12,2% vào năm 2023, cho thấy tiềm năng tăng trưởng đáng kể, đặc biệt khi so sánh với các nước trong khu vực như Indonesia (22,6%), Philippines (28,9%) và Thái Lan (48,4%).

Mặc dù tình trạng lạm phát nhìn chung đã ổn định nhưng tốc độ tăng trưởng doanh số của lĩnh vực bán lẻ đã chậm lại. Năm 2023, chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân tại Việt Nam tăng 3,25% so với cùng kỳ năm ngoái, thấp hơn mức mục tiêu là 4,5%. Đáng chú ý, việc tăng giá ở các lĩnh vực thiết yếu như giáo dục, nhà ở, thực phẩm và bán lẻ điện đã góp phần gây ra tình trạng lạm phát. Do đó, các kênh thương mại bán lẻ truyền thống đang gặp nhiều thách thức, điều này thúc đẩy các cửa hàng trực tuyến và cửa hàng mini

phát triển và đóng vai trò là các kênh bán lẻ thay thế.

Sự phát triển nhanh chóng của các cửa hàng mini và cửa hàng trực tuyến ở nông thôn Việt Nam cho thấy xu hướng mua sắm tiện lợi và trải nghiệm mua sắm chuyên biệt của người tiêu dùng đang ngày càng phổ biến.

Để đáp ứng những xu hướng này, các nhà bán lẻ đang điều chỉnh lại chiến lược của mình. Họ tập trung hơn vào việc tăng cường khả năng tiếp cận cũng như sự hiện diện trên nền tảng trực tuyến để đáp ứng sở thích tiêu dùng đang thay đổi. Chiến lược điều chỉnh này phản ánh xu hướng của ngành, hướng tới sự tiện lợi và trải nghiệm mua sắm chuyên biệt, nêu bật tầm quan trọng của tính linh hoạt và đổi mới trong lĩnh vực bán lẻ.

## Ngành trà và cà phê của Việt Nam

Theo Euromonitor, lĩnh vực trà và cà phê đặc sản phục vụ tiêu thụ ở hàng quán được dự đoán sẽ đạt mức CAGR cao là 8,6%, tăng từ 1,2 tỷ USD vào năm 2022 lên 1,5 tỷ USD vào năm 2025. Trong phân khúc này, trong khi mức CAGR của các chuỗi cửa hàng cà phê và trà dự kiến sẽ tăng trưởng mạnh mẽ hơn với mức CAGR là 10,0%, giúp doanh thu tăng từ 626 triệu USD lên 833 triệu USD.

Tuy nhiên, trong năm 2023, phân khúc này phải đối mặt với những thách thức gia tăng do mức độ cạnh tranh ngày càng lớn từ những đối thủ mới và việc người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu, ảnh hưởng đến nhu cầu ăn uống tại hàng quán. Thực tế là trong năm 2023, số lượng các cửa hàng đã tăng 5% lên 36.684, theo Euromonitor.

Dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến vẫn rất phổ biến trong năm 2023 khi các doanh nghiệp luôn nỗ lực thích ứng với bối cảnh không ngừng thay đổi. Các nền tảng của bên thứ ba như Shopee Food và Grab đã đóng vai trò quan trọng trong thời kỳ đại dịch khi việc ăn uống bị hạn chế và người tiêu dùng dần quen với sự tiện lợi và an toàn của dịch vụ giao hàng. Đáng chú ý, Phúc Long Heritage, với mức độ hiện diện trực tuyến và giá trị thương hiệu mạnh mẽ, có thể tạo ra ~30% doanh thu đến từ kênh giao đồ ăn.

## Ngành thịt của Việt Nam

Năm 2023, ngành thịt của Việt Nam phải đối mặt với thách thức do lạm phát và suy thoái kinh tế. Doanh thu và doanh số bán hàng tăng trưởng với tốc độ chậm hơn năm trước, tổng doanh số đạt 4,6 triệu tấn, tăng 7%, với quy mô thị trường là 14 tỷ USD vào năm 2023. Euromonitor dự đoán ngành này sẽ tiếp tục tăng trưởng với mức CAGR là 4% cho đến năm 2028 và đạt 5,8 triệu tấn. Trong bối cảnh môi trường vĩ mô còn nhiều thách thức, người tiêu dùng Việt Nam ưu tiên tiết kiệm tiền và giảm tần suất đi ăn

ngoài, điều này ảnh hưởng đến mức tiêu thụ thịt nói chung, đặc biệt là thịt cừ non, thịt cừ già và dê, vốn phụ thuộc nhiều vào lĩnh vực dịch vụ thực phẩm.

GDP tăng theo dự kiến sẽ thúc đẩy thu nhập khả dụng, dẫn đến tần suất đi ăn ngoài tăng lên và mức tiêu thụ thịt tăng trưởng nhanh hơn ở cả kênh bán lẻ và dịch vụ thực phẩm vào năm 2028. Tuy các sản phẩm thịt có thương hiệu như MEATDeli chiếm tỷ trọng ít hơn trong tổng lượng tiêu thụ thịt, ngày càng nhiều người tiêu dùng lựa chọn các sản phẩm có thương hiệu có mã QR giúp truy xuất nguồn gốc, thể hiện qua tốc độ tăng trưởng 4% từ năm 2020 đến năm 2023. Tuy nhiên, thị trường thịt Việt Nam, đặc biệt là thịt heo, chưa có hệ thống tiêu chuẩn thống nhất hay doanh nghiệp quy mô lớn, doanh nghiệp dẫn đầu thị trường. Người tiêu dùng vẫn lo ngại về nguồn gốc, chất lượng vệ sinh của thịt và hiện chưa có sản phẩm nào đáp ứng tiêu chí tươi ngon, an toàn, giá cả phải chăng do năng suất thấp, chuỗi giá trị phân mảnh và chưa chuẩn hóa. Chính phủ là cơ quan quy định giá thịt, trong đó thịt nội địa thường có giá thấp hơn thịt nhập khẩu. Người tiêu dùng ưa chuộng thịt nóng hơn thịt mát hoặc thịt đông lạnh, điều này góp phần giúp thịt nội địa phát triển mạnh trên thị trường. Mặc dù một số người tiêu dùng chuyển sang sử dụng các sản phẩm thịt mát và đông lạnh trong thời kỳ đại dịch, nhưng vẫn quay lại chọn thịt nóng do sở thích và dễ dàng mua. Ngoài ra, ngày càng nhiều người tiêu



dùng lựa chọn các sản phẩm thịt có thương hiệu có truy xuất nguồn gốc. MEATDeli của Masan đã thu hút được sự ưa chuộng của người tiêu dùng Việt Nam khi cung cấp các loại thịt tươi đóng gói đi kèm mã QR truy xuất nguồn gốc. Tính năng này giúp người tiêu dùng dễ dàng xác minh nguồn gốc, ngày tháng sản xuất của sản phẩm, từ đó nâng cao niềm tin vào chất lượng của sản phẩm.

## THỊT CHẾ BIẾN

Năm 2023, doanh thu bán lẻ trong lĩnh vực thịt, hải sản và các sản phẩm chế biến thay thế cho thịt tăng 5%, đạt 12,7 nghìn

tỷ đồng. Phân khúc thịt chế biến đi ngược lại xu hướng chung với doanh số bán lẻ tăng so với năm trước, phần lớn là do giá cả hợp lý. Những sản phẩm này, đặc biệt là xúc xích, có vị trí quan trọng trong nền ẩm thực truyền thống của Việt Nam và thường góp mặt trong các buổi họp mặt gia đình.

Đặc biệt, người tiêu dùng trẻ thường lựa chọn thịt chế biến thay vì thịt tươi trong những sự kiện này để tiết kiệm thời gian. Tần suất gia tăng của các hoạt động tụ tập vào các dịp lễ như Tết Nguyên Đán trong năm 2023 đã góp phần vào sự tăng trưởng của danh mục này, bên cạnh đó,

theo truyền thống, các loại đồ nướng cũng thường được dùng làm quà tặng trong thời gian này. Ngoài việc chuyển sang lối sống lành mạnh hơn, ngày càng nhiều người tiêu dùng Việt Nam quan tâm đến các loại thịt có nguồn gốc thực vật. Do đó, số lượng các sản phẩm thịt làm từ thực vật đã tăng trong suốt năm 2023.

Masan đã xây dựng được các thương hiệu nổi tiếng như Heo Cao Bồi và Pönnie, cùng nhiều thương hiệu khác, và được công nhận rộng rãi trên thị trường thông qua hợp tác với thương hiệu Jin-Ju Ham từ Hàn Quốc. Theo dự báo, lĩnh vực này sẽ tăng trưởng liên tục trong tương lai nhờ



quá trình đổi mới để phù hợp với thị hiếu và sở thích của người tiêu dùng Việt Nam.

### Ngành ngân hàng tại Việt Nam

Việc lãi suất giảm liên tục đã tác động tích cực đến tỷ lệ tài khoản vãng lai và tài khoản tiết kiệm (CASA) của các ngân hàng trong giai đoạn các quý giữa năm tài chính 2023. Mặc dù mỗi ngân hàng có sự thay đổi CASA khác nhau, xu hướng chung trong Q2 và Q3/2023 là tăng CASA. Trung bình, CASA của các ngân hàng niêm yết đã tăng 1,4 điểm phần trăm từ mức thấp trong Q1/2023 lên 19,8% (giảm 1,5 điểm phần trăm từ đầu năm đến nay). Theo dự báo, CASA sẽ tiếp tục phục hồi ổn định trong các quý sắp tới, do tỷ lệ cấp vốn tương đối thấp dẫn đến chi phí cấp vốn giảm.

Năm 2023, hoạt động ngân hàng doanh nghiệp vẫn là động lực thúc đẩy tăng trưởng tín dụng trong khi nhu cầu tín dụng từ phân khúc bán lẻ vẫn giảm. Theo Savills, nhu cầu từ phân khúc bán lẻ, chủ yếu là vay thế chấp, bị hạn chế do tâm lý người mua kém, nguồn cung mới hạn chế, sản phẩm tồn có giá đắt và những lo ngại về pháp lý. Khó khăn tài chính cũng như mong muốn chờ đợi mức giá thị trường hấp dẫn hơn của người mua tiềm năng, hay việc chủ đầu tư hạ giá là những yếu tố then chốt.

Việc lãi suất giảm liên tục nhìn chung đã tác động tích cực đến tỷ lệ tài khoản vãng lai và tài khoản tiết kiệm (CASA) của hầu hết các ngân hàng từ Q2/2023. Trung bình, tỷ lệ CASA của các ngân hàng niêm yết đã tăng 1,4 điểm phần trăm từ mức đáy trong Q1/2023 lên 19,8% trong Q3/2023.

Masan đặt mục tiêu giúp người tiêu dùng Việt Nam có thể tiếp cận được tốt hơn các dịch vụ và giải pháp tài chính thông qua mạng lưới phân phối từ offline đến online và số hóa hồ sơ người tiêu dùng bằng công cụ chấm điểm tín dụng được hỗ trợ bởi trí tuệ nhân tạo và máy học. Năm 2022, MSN đã hợp tác với Techcombank ("TCB") triển khai các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ mới tại 266 cửa hàng và cửa hàng WIN và cửa hàng WinMart+ ("WMP"). Trong năm tài chính 2023, WCM đã mở thành công tổng cộng 1 triệu tài khoản ngân hàng tại chuỗi các cửa hàng siêu thị của mình, với 22% giao dịch được thanh toán qua TPay, phản ánh nỗ lực của Masan trong việc phát triển tập khách hàng mới trong mạng lưới cửa hàng.

### Ngành Vonfram toàn cầu

Theo MMR, quy mô thị trường vonfram toàn cầu được định giá 5,14 tỷ USD vào năm 2022 và dự kiến sẽ có mức tăng trưởng CAGR là 8% từ năm 2023 - 2029, đạt gần 8,81 tỷ USD.

Năm 2023, giá vonfram giảm còn 300 USD/mtu vào tháng 12, với tổng mức thay đổi trên thị trường là ~3% kể từ nửa đầu năm 2023 và duy trì ổn định một cách bất thường. Chênh lệch giá mua/giá bán tăng lên mức \$300-325 do khối lượng giao dịch tiếp tục ở mức thấp.

Vì Trung Quốc là nhà sản xuất và tiêu thụ vonfram chính trên toàn cầu, tất cả đều quan tâm theo dõi dữ liệu kinh tế vĩ mô của nước này để tìm những dấu hiệu cho thấy đà phục hồi kinh tế đã quay trở lại. Theo thống kê của NBS, nền kinh tế Trung Quốc tăng trưởng 5,2% trong Q4/2023, cao hơn một chút so với mục tiêu chính thức, nhưng tâm lý chung vẫn giảm hơn nhiều so với dự báo của nhiều nhà phân tích do khủng hoảng tài sản tăng và nhu cầu ảm đạm kéo theo triển vọng phát triển không mấy khởi sắc. Vì đầu tư vào bất động sản giảm, nền kinh tế phụ thuộc nhiều hơn vào sản xuất và dịch vụ, những lĩnh vực vốn đã cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ một cách đáng ngạc nhiên. Trong 6 tháng cuối 2023, sản lượng công nghiệp tăng 4,6% so với cùng kỳ năm trước và doanh số bán lẻ tăng 7,2% với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, các lĩnh vực liên quan đến bất động sản vẫn còn nhiều thách thức; đầu tư bất động sản giảm từ -8,8% xuống -9,1% và doanh số bất động sản nhà ở giảm từ -1,5% xuống -3,2%. Những điều chỉnh diễn ra trong nền kinh tế có thể sẽ kéo

dài nhiều năm và vẫn chưa biết Bắc Kinh sẽ lựa chọn theo đuổi biện pháp kích thích nền kinh tế nào, cũng như các nhà chức trách sẽ cân bằng chính sách tiền tệ ngắn hạn và dài hạn như thế nào.

Trong khi các yếu tố hỗ trợ cơ bản như nhu cầu đối với các sản phẩm điện và điện tử vẫn giữ nguyên đà tăng trưởng, các bên tham gia thị trường duy trì cách tiếp cận không chấp nhận rủi ro đối với hoạt động mua sắm trong suốt Q4/2023, tự giới hạn ở mức tối thiểu theo hợp đồng và giảm lượng hàng tồn kho an toàn tích trữ trong thời điểm cung ứng có nhiều yếu tố bất định hơn. Mặc dù nhu cầu ở cuối chuỗi cung ứng tạm thời chưa khởi sắc, mức tồn kho tổng thể trên toàn chuỗi cung ứng vẫn ở mức thấp. Sự sẵn có của nguyên liệu thô sơ cấp còn hạn chế do các nhà sản xuất và kinh doanh sẵn tiền mặt từ chối bán nguyên liệu với giá thành dưới mức chi phí, và nhiều nhà máy luyện kim của Trung Quốc đã quyết định ngừng hoạt động thay vì tiếp tục chịu sức ép lợi nhuận từ cả hai phía. Ban Điều hành kỳ vọng rằng thị trường đã chạm đáy và lượng hàng tồn kho đã được giảm xuống đến mức nhu cầu mới trong Q2/2024 có khả năng sẽ nâng giá trở lại.

## Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động và kết quả kinh doanh

Chúng tôi là công ty mẹ với tài sản chính là những khoản đầu tư vào các công ty con, chủ yếu là i) Công ty TNHH Sherpa (“The Sherpa”) hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong Công ty Cổ phần The CrownX (“TCX”), CTCP Mobicast (“Mobicast”) và Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”); ii) Công ty Cổ phần The CrownX, hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong nền tảng bán lẻ hàng tiêu dùng trong Masan Consumer Holdings (“MCH”) cũng như CTCP Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Wincommerce (“WCM”); iii) Masan Consumer Holdings, công ty hiện nắm giữ lợi ích kinh tế trong lĩnh vực thực phẩm, đồ uống có thương hiệu và các sản phẩm chăm sóc gia đình và cá nhân như CTCP Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”), Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”) và CTCP Bột giặt Net (“NET”); iv) WinCommerce nắm giữ lợi ích kinh tế trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ hiện đại như siêu thị và minimart; v) Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”), công ty kinh doanh thịt tích hợp có thương hiệu hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong MNS Meat, doanh nghiệp kinh doanh thịt heo có thương hiệu tích hợp, 3F VIET, doanh nghiệp kinh doanh thịt gà có thương hiệu tích hợp của chúng tôi và công ty liên kết VISSAN (“VISSAN”); vi) Công ty Cổ phần Tầm nhìn Masan, nắm giữ lợi ích kinh tế tại CTCP High-Tech Materials (“MHT”), nắm giữ lợi ích của Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPM”) và H.C. Starck (“HCS”); và vii) công ty liên kết Ngân hàng Techcombank (“TCB”).

Vì vậy, những rủi ro ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các công ty này cũng tác động đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2023, chúng tôi sở hữu 99,99% lợi ích kinh tế tại Công ty The Sherpa. Sherpa sở hữu trực tiếp và gián tiếp 85% lợi ích kinh tế tại Phúc Long Heritage và 70% lợi ích kinh tế tại Mobicast tính đến ngày 31/12/2023. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của The Sherpa cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Sherpa sở hữu 72,65% lợi ích kinh tế tại The CrownX tính đến ngày 31/12/2023, trong khi Masan Group gián tiếp sở hữu 12,26% lợi ích kinh tế tại The CrownX, tương đương tỷ lệ sở hữu 84,91%. Phần lợi ích kinh tế còn lại tại The CrownX thuộc sở hữu của Alibaba, Barings Private Equity Asia, SK Group, Cơ quan Đầu tư Abu Dhabi, TPC, Seatown Holdings và các nhà đầu tư khác. The CrownX, nền tảng bán lẻ-tiêu dùng hàng đầu của chúng tôi, hợp nhất lợi ích kinh tế của chúng tôi trong WCM và MCH, hai mảng kinh doanh lớn nhất của Masan Group tính theo doanh thu. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của The CrownX Corporation



cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2023, chúng tôi nắm giữ 72,77% lợi ích kinh tế tại MCH, phần còn lại thuộc sở hữu trực tiếp của Singha Corporation. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MCH cũng có tác động trực tiếp đến

hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2023, chúng tôi nắm giữ 71,53% lợi ích kinh tế tại WCM, phần còn lại thuộc sở hữu trực tiếp của SK Group. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của WCM cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động

kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2023, chúng tôi nắm giữ 94,83% lợi ích kinh tế tại MML, phần còn lại thuộc sở hữu của các nhà đầu tư bên thứ ba khác. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MML sẽ trực tiếp ảnh hưởng đến kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của chúng ta.

Tính đến ngày 31/12/2023, chúng tôi nắm giữ 86,39% cổ phần tại MHT, phần còn lại thuộc sở hữu của Mitsubishi Materials Corporation, ban quản lý và các nhà đầu tư khác. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MHT cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

**Những công ty con và công ty liên kết của Masan Group hoạt động trong các ngành phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ và vị trí dẫn đầu thị trường của chúng tôi có thể bị lung lay nếu các đối thủ cạnh tranh đạt được những bước tiến quan trọng để giành lấy thị phần.**

WCM vận hành một trong những hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất Việt Nam và cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng

lưới phân phối và phân loại sản phẩm. Mức độ thâm nhập của bán lẻ hiện đại ở Việt Nam vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực và do đó chúng tôi đang phải cạnh tranh không chỉ với các nhà bán lẻ hiện đại khác mà cả các cửa hàng truyền thống với lợi thế chi phí quản lý thấp hơn. Tuy nhiên, khi tỷ lệ thâm nhập của bán lẻ hiện đại tăng lên, chúng tôi kỳ vọng sẽ trở nên cạnh tranh hơn so với các đối thủ hiện tại và trong tương lai, cả trong nước và nước ngoài. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thậm chí là phá giá để cạnh tranh. WCM có thể buộc



phải đầu tư nhiều hơn vào công nghệ, các kênh phân phối và mở rộng mạng lưới, tăng cường thương hiệu cũng như các hoạt động quảng bá và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Masan Consumer Holdings cạnh tranh chủ yếu dựa vào hình ảnh thương hiệu, giá cả, hệ thống phân phối và các danh mục sản phẩm. Thị trường thực phẩm và đồ uống tại Việt Nam sẽ ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn khi có nhiều thương hiệu và công ty thực phẩm quốc tế nổi tiếng thâm nhập vào thị trường. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thậm chí là phá giá để cạnh tranh. MCH có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như khuyến mãi và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Masan MEATLife đã chuyển đổi sang kinh doanh thịt có thương hiệu với nhiều cấp độ cạnh tranh khác nhau trong chuỗi giá trị tích hợp ngành thịt. Trong khi thị trường đậm động vật tương đối phân mảnh, quy mô phát triển của nhóm đối thủ cạnh tranh hiện tại và sự gia nhập của các công ty lớn, trong nước cũng như nước ngoài, có thể dẫn đến hành vi phá giá để giành

thị phần gây bất lợi cho chúng ta. Ngoài ra, chúng ta còn phải cạnh tranh với các sản phẩm thịt nhập khẩu. Mặc dù MML là công ty tiên phong xây dựng thương hiệu mạnh cho phân khúc thịt cũng như đầu tư vào các hoạt động nuôi trồng và chế biến thịt với quy mô và tiêu chuẩn tốt nhất, chúng tôi không bảo đảm là có thể cạnh tranh hiệu quả với các đối thủ hiện tại và trong tương lai. Trong một thị trường mà người tiêu dùng không thể phân biệt được sự khác nhau giữa các sản phẩm tương tự, MML có thể phải cạnh tranh về giá để bảo vệ thị phần, khiến cho biên lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Masan High-Tech Materials, doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm vonfram cạnh sâu lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc, có phạm vi hoạt động toàn cầu với vị thế đáng kể trong thị trường. Cả khách hàng và đối thủ cạnh tranh của chúng tôi đều là người nước ngoài vì chúng ta xuất khẩu tất cả các sản phẩm vonfram được chế biến tại Việt Nam. Nhiều đối thủ cạnh tranh của chúng tôi là từ Trung Quốc, với tư cách là một trong những nhà sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm vonfram lớn nhất thế giới với nhiều quy mô và mức độ sở hữu/hỗ trợ khác nhau của chính phủ. Ở dạng cô đặc và hóa chất, vonfram là một sản phẩm không thể hiện rõ sự khác biệt so với các sản phẩm tương tự với những khách hàng nhạy cảm về giá. MHT có lợi thế là một nhà sản xuất hóa chất ổn định

và tin cậy, đồng thời là một lựa chọn thay thế cho nguồn cung từ Trung Quốc. Với việc mua lại HC Starck, MHT đã thâm nhập sâu hơn vào chuỗi giá trị vonfram bằng cách sản xuất các sản phẩm vonfram theo đặt hàng riêng và phức tạp hơn, có chất lượng cao hơn và cạnh tranh ít hơn về giá. Tuy nhiên, không có gì đảm bảo rằng các đối thủ cạnh tranh của MHT sẽ không thể sản xuất các sản phẩm vonfram tương tự có giá trị gia tăng cao hơn cũng như giảm giá để chiếm thị phần, làm giảm tỷ suất lợi nhuận và do đó ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Mobicast là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động ảo ("MVNO"), hoạt động với thương hiệu Wintel (trước đây là Reddi). MVNO thường thuê băng thông mạng từ các công ty viễn thông truyền thống, do đó, bất kỳ gián đoạn nào trong hoạt động của các doanh nghiệp viễn thông truyền thống đều có thể ảnh hưởng đến hoạt động của Mobicast. Mobicast cạnh tranh chủ yếu dựa trên chất lượng mạng, hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và các dịch vụ giá trị gia tăng. Sức ép cạnh tranh ngày càng tăng có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc phá giá để cạnh tranh. Mobicast có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như khuyến mãi và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút

và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

Ngân hàng Techcombank có thể phải đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt hơn từ các định chế tài chính trong và ngoài nước. Ngân hàng Nhà nước đã cho phép các ngân hàng nước ngoài hoạt động tại Việt Nam thông qua các chi nhánh. Khi Ngân hàng Nhà nước tiếp tục thực thi chính sách tự do hóa khu vực ngân hàng, Techcombank cũng có thể phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt hơn từ các ngân hàng đang hoạt động tại Việt Nam. Điều này có thể gây ra ảnh hưởng bất lợi đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

**Masan Group phụ thuộc vào khả năng duy trì các hoạt động tuyển dụng hoặc giữ chân nhân viên có trình độ phù hợp với các vị trí quản lý then chốt của mình.**

Mặc dù Masan Group không phụ thuộc vào bất kỳ một cá nhân riêng lẻ nào trong Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát, Ban Điều hành hoặc đội ngũ quản lý cấp cao, nhưng sự thành công của Masan Group phụ thuộc đáng kể vào kỹ năng, trình độ, nỗ lực, cũng như khả năng tuyển dụng và giữ chân nhân họ cùng những nhân viên giỏi khác. Do sự cạnh tranh khốc liệt tại Việt Nam, chúng tôi phải thường xuyên đối mặt với nhiều thách thức trong việc tuyển dụng và giữ chân đủ chuyên viên

giỏi. Việc mất đi nhân sự chủ chốt có thể gây ra ảnh hưởng bất lợi đối với hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của Masan Group.

**Triển vọng kinh doanh của Masan Group gắn liền trực tiếp với triển vọng kinh tế Việt Nam và thế giới.**

Triển vọng kinh doanh của chúng tôi gắn liền với triển vọng kinh tế của Việt Nam, vốn phụ thuộc nhiều vào triển vọng kinh tế toàn cầu do chiến lược tăng trưởng dựa trên FDI và định hướng xuất khẩu. Với các hoạt động kinh doanh vật liệu trong lĩnh vực tiêu dùng và bán lẻ, suy thoái kinh tế ở Việt Nam có thể dẫn đến niềm tin của người tiêu dùng và sức mua giảm, từ đó ảnh hưởng bất lợi đáng kể đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của chúng tôi.

**Kết quả tài chính của Masan High-Tech Materials sẽ bị ảnh hưởng bởi sự biến động của giá cả hàng hóa.**

Dự án Núi Pháo bán các sản phẩm có giá trị gia tăng chế biến từ vonfram, florit, bismut và đồng. Giá bán sản phẩm của công ty sẽ phụ thuộc vào tình hình cung cầu của thị trường quốc tế và mặt bằng giá của những sản phẩm này. Bất kỳ biến động nào về giá cả toàn cầu đối với khoáng sản mà chúng tôi bán cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh tại High-Tech Materials của chúng tôi.

## Thảo luận của Ban Điều hành và phân tích kết quả tài chính

Phần này sẽ thảo luận và phân tích kết quả tài chính hợp nhất năm 2023 của Masan Group. Số liệu phân tích theo từng công ty con là số liệu kiểm toán, số liệu phân tích theo ngành là số liệu báo cáo của Ban Điều hành. Để biết thêm thông tin chi tiết hơn về các công ty con và công ty liên kết niêm yết khác của chúng tôi như Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (HNX-UPCoM: "MCH"), Công ty Cổ phần Masan MEATLife (HNX-UPCoM: "MML"), Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (HNX-UPCoM: "MSR") và Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam ("Techcombank" hoặc "TCB"; HSX: "TCB"), vui lòng tham khảo báo cáo thường niên chính thức được công bố tại website của các công ty.

### Doanh thu

Đơn vị tỷ đồng	2023 Kiểm toán	2022 Kiểm toán
Doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh		
The CrownX	57.684	56.221
<i>Masan Consumer Holdings ("MCH")</i>	29.066	28.103
<i>WinCommerce ("WCM")</i>	30.054	29.369
Masan MEATLife ("MML")	6.984	4.785
Masan High-Tech Materials ("MHT")	14.093	15.550
<b>Tổng cộng</b>	<b>78.252</b>	<b>76.189</b>

Tổng doanh thu thuần của Masan Group tăng 2,7% lên 78.252 tỷ đồng trong năm 2023 từ mức 76.189 tỷ đồng năm 2022. TCX ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu thuần 2,6% so với cùng kỳ ngoài vào năm 2023 nhờ doanh thu MCH tăng 3,4% so với cùng kỳ năm 2023. Trên cơ sở đó, doanh thu của MCH tăng 9,0% vào năm 2023 và 5,4% so với cùng kỳ năm trước trong Q4/2023. Doanh thu của WCM tăng 2,3% so với cùng kỳ năm trước vào năm 2023 và 3,0% so với cùng kỳ năm trước trong Q4/2023 nhờ việc

mở thêm cửa hàng mới và tăng mạnh số lượng cửa hàng trong năm 2022.

Lợi nhuận gộp hợp nhất tăng 5,2% lên 22.121 tỷ đồng trong năm 2023 từ mức 21.035 tỷ đồng trong năm 2022. Biên lợi nhuận gộp của Masan Group tăng 28,3% trong năm 2023 từ mức 27,6% của năm 2022. Biên lợi nhuận gộp hợp nhất gia tăng nhờ cải thiện trong biên lợi nhuận gộp của MCH, WCM và MML. Nhìn chung, MCH đóng góp 59% lợi nhuận gộp hợp

nhất của Masan trong năm 2023, đứng thứ 2 là WCM với 33% và MML 5%.

Lợi nhuận gộp của MCH tăng 21,8% từ 11.214 tỷ đồng năm 2022 lên 13.046 tỷ đồng trong năm 2023. Lợi nhuận gộp của WCM tăng trưởng ở mức 6,4%, từ 6.802 tỷ đồng năm 2022 lên 7.240 tỷ đồng trong năm 2023. Lợi nhuận gộp của MML tăng lên 1.053 tỷ đồng, LFL tăng 12,2% so với cùng kỳ năm trước với mức tăng trưởng được báo cáo là 206,0%.



### Lợi nhuận gộp

Đơn vị tỷ đồng	2023 Kiểm toán	2022 Kiểm toán
Lợi nhuận gộp theo lĩnh vực kinh doanh		
The CrownX	20.106	17.565
<i>Masan Consumer Holdings ("MCH")</i>	13.046	11.214
<i>WinCommerce ("WCM")</i>	7.240	6.802
Masan MEATLife ("MML")	1.053	344
Masan High-Tech Materials ("MHT")	784	2.377
<b>Tổng cộng</b>	<b>22.121</b>	<b>21.035</b>



### Chi phí bán hàng

Tính theo phần trăm doanh thu thuần, chi phí bán hàng đã tăng 140 điểm cơ bản vào năm 2023 so với năm 2022, chủ yếu do WCM giảm đôn bẫy hoạt động, MCH đầu tư nhiều hơn cho bán hàng và quảng cáo, nhờ đó có thể thúc đẩy giá trị thương hiệu cũng như đôn bẫy hoạt động của MHT thấp hơn do doanh thu và hiệu quả hoạt động bị ảnh hưởng bất lợi.

### Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí quản lý doanh nghiệp trong năm 2023 giảm 2,7% xuống còn 3.750

tỷ đồng so với 3.854 tỷ đồng năm 2022. Chi phí quản lý doanh nghiệp tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần giảm từ mức 5,0% trong năm 2022 xuống 4,8% năm 2023. Công ty đã tích cực tối ưu hóa chi phí hành chính để nâng cao lợi nhuận chung.

### Doanh thu hoạt động tài chính

Doanh thu hoạt động tài chính giảm 6,6% xuống còn 2.405 tỷ đồng trong năm 2023 so với mức 2.576 tỷ đồng trong năm 2022, chủ yếu do ghi nhận lãi một lần từ các hoạt động đầu tư.

### Chi phí tài chính

Chi phí tài chính trong năm 2023 tăng 27,8% lên 8.130 tỷ đồng so với mức 6.362 tỷ đồng năm 2022 do lãi suất tăng và chi phí FX.

### Lợi nhuận từ công ty liên kết

Lợi nhuận từ công ty liên kết phần lớn đến từ phần đóng góp lợi nhuận của Techcombank tương ứng với tỷ lệ phần trăm lợi ích kinh tế của Tập đoàn. Lợi nhuận từ công ty liên kết đã giảm 10,2% xuống còn 3.895 tỷ đồng trong năm 2023, từ mức 4.339 tỷ đồng năm 2022.

### Lợi nhuận thuần sau thuế

Theo báo cáo, lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty ("NPAT Post-MI") đã giảm 60,7%, xuống còn 1.870 tỷ đồng trong năm 2023, so với mức 4.754 tỷ đồng năm 2022, nguyên nhân chủ yếu là do không có thu nhập một lần, lợi nhuận từ MHT và TCB giảm cũng như chi phí tài chính tăng cao. Trong khi EBIT của các mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi tăng đáng kể thêm 1.396 tỷ đồng, lợi nhuận của MHT và TCB lần lượt giảm 1.433 tỷ đồng và 484 tỷ đồng, chi phí lãi thuần và ngoại hối tăng 896 tỷ đồng.

### Tiền và các khoản tương đương tiền

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2023, tiền và các khoản tương đương tiền ghi nhận 10.125 tỷ đồng, giảm từ mức 13.853 tỷ đồng cuối năm 2022. Lượng tiền mặt giảm chủ yếu do việc trả các khoản nợ đến hạn trong năm 2023. Tuy nhiên, Công ty cũng đã cải thiện dòng tiền từ hoạt động kinh doanh từ âm 3.789 tỷ đồng năm 2022 lên mức 500 tỷ đồng năm 2023.

### Hàng tồn kho

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2023, hàng tồn kho giảm xuống 13.175 tỷ đồng từ mức 14.445 tỷ đồng cuối năm 2022. Công ty đã giảm lượng hàng tồn kho nhằm tối ưu

vốn lưu động và dòng tiền từ hoạt động kinh doanh.

### Tài sản cố định

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2023, tài sản cố định đạt mức 42.886 tỷ đồng, giảm từ mức 43.535 tỷ đồng vào cuối năm 2022.

### Đầu tư vào Công ty liên kết

Đầu tư vào Công ty liên kết bao gồm lợi ích kinh tế trong Techcombank, VISSAN, Cholimex Food JSC đạt mức 30.281 tỷ đồng vào cuối năm 2023.

### Tổng tài sản

Tổng tài sản tăng nhẹ 4,3% ở mức 147.383 tỷ đồng vào cuối năm 2023 so với 141.342 tỷ đồng vào cuối năm 2022.

### Các khoản vay

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2023, tổng nợ giảm nhẹ 2,0% về mức 69.572 tỷ đồng, so với 70.993 tỷ đồng tại thời điểm 31 tháng 12 năm 2022.

### Vốn chủ sở hữu

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2023, vốn chủ sở hữu đạt mức 38.237 tỷ đồng, tăng 4,4% so với 36.637 tỷ đồng vào ngày 31 tháng 12 năm 2022, chủ yếu đến từ lợi nhuận.



## Triển vọng Tài chính năm 2024

Triển vọng tương lai phản ánh kỳ vọng của Masan Group tính đến ngày phát hành báo cáo và có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố rủi ro đã phân tích trong báo cáo thường niên này. Kết quả tài chính trong tương lai không thể dự đoán chính xác và có thể bị ảnh hưởng trọng yếu bởi các yếu tố nằm ngoài tầm kiểm soát và khả năng dự báo của chúng ta. Dự toán ngân sách và kế hoạch kinh doanh cuối cùng mà MSN và các công ty con của chúng tôi sẽ trình bày tại ĐHCĐTN của mỗi công ty có thể khác với triển vọng tài chính phân tích dưới đây.

Trên cơ sở sơ bộ, tùy thuộc vào quy trình phê duyệt của công ty, điều kiện vĩ mô và tốc độ phục hồi của thị trường tiêu dùng, dự báo tài chính năm 2024 của Masan dự kiến doanh thu thuần hợp nhất sẽ đạt từ 84.000 đến 90.000 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng 7% và 15% so với cùng kỳ năm ngoái. Lợi nhuận thuần sau thuế trong hoạt động kinh doanh chính trước phân bổ Cổ đông thiểu số trong năm tài chính 2024 dự báo sẽ đạt từ 2.250 đến 4.020 tỷ đồng, số liệu này trong năm tài chính 2023 là 1.950 tỷ đồng.

### ■ Trụ cột chiến lược:

- Tiếp tục tập trung tăng trưởng lợi nhuận của các công ty thuộc mảng kinh doanh tiêu dùng cốt lõi:
  - MCH sẽ tiếp tục đạt mức tăng trưởng doanh thu hai con số, đồng thời duy trì mức lợi nhuận cao để đóng góp vào tổng lợi nhuận của MSN.

- WCM tập trung vào tăng trưởng lợi nhuận bằng cách thúc đẩy tăng trưởng LFL và cải thiện hơn nữa biên lợi nhuận gộp thông qua việc đẩy mạnh chiến lược nhãn hàng riêng, tối ưu hóa chi phí logistics và giảm hao hụt.

- Chương trình Hội viên WiN giúp tạo giá trị cho hệ sinh thái của Masan và các nhãn hàng đối tác.

- Triển khai chương trình khách hàng thân thiết với các kế hoạch được thiết kế lại để tăng mức độ gắn kết của hội viên trong toàn bộ hệ sinh thái tiêu dùng của MSN.

- Ứng dụng công nghệ AI để cá nhân hóa các dịch vụ dành cho hội viên, tăng chi tiêu cho mỗi hội viên và tối ưu hóa khoản chi cho tiếp thị và khuyến mãi.

- Thí điểm quảng cáo thương hiệu và công dịch vụ tài chính cho ngân hàng đối tác.

- Giảm đòn bẩy tài chính để cải thiện bảng cân đối kế toán.

- Giảm lợi ích ở các mảng kinh doanh không cốt lõi, đồng thời duy trì chiến lược phân bổ vốn thận trọng.

- **TCX:** dự kiến doanh thu thuần đạt mức 63.000 đến 68.000 tỷ đồng, tăng 9% đến 18% so với năm tài chính 2023.

- Doanh thu thuần của **MCH** dự kiến đạt từ 32.500 tỷ đồng đến 36.000 tỷ đồng trong năm 2024, với mức tăng

trưởng đóng góp chủ yếu của ngành hàng Thực phẩm tiện lợi, Đồ uống và Chăm sóc gia đình, cá nhân. Bên cạnh các sản phẩm, ngành kinh doanh chủ chốt, MCH còn đang phát triển các năng lực và quy trình đổi mới nhằm hoàn thiện danh mục FMCG trong tương lai. Ban lãnh đạo nhận thấy tiềm năng tăng trưởng của kế hoạch kinh doanh năm 2024 có sự đóng góp không nhỏ của việc mở rộng quy mô các phát kiến thực hiện trong năm 2023 và sự đón nhận của người tiêu dùng cho lộ trình đổi mới sáng tạo trong năm 2024.

- Trong năm tài chính 2024, **WCM** dự kiến đạt doanh thu thuần từ 32.500 đến 34.000 tỷ đồng, tăng lần lượt so với cùng kỳ từ 8% đến 13%. Mức tăng trưởng này được thúc đẩy bởi tốc độ tăng trưởng LFL nhanh hơn, mở rộng mạng lưới, và kết quả tích cực của các cửa hàng mới. Trong kịch bản cơ sở với doanh thu thuần 32.500 tỷ đồng, trong đó thị trường phục hồi với tốc độ chậm hơn dự kiến, tăng trưởng LFL được dự báo thận trọng trong khoảng 0% - 5%, WCM dự kiến mở mới 400 cửa hàng tiện lợi. Trong trường hợp tâm lý người tiêu dùng khởi sắc trở vào đầu năm 2024, tăng trưởng LFL được dự báo sẽ đạt trong khoảng 9% đến 13% và WCM sẽ mở mới 700 cửa hàng tiện lợi. Chương trình Hội viên WiN dự kiến sẽ thúc đẩy chi tiêu của thành viên và bắt đầu gặt hái doanh thu thông qua



quảng cáo và các giải pháp thấu hiểu người tiêu dùng cho các nhãn hàng.

- **PLH** dự kiến đạt 1.790 đến 2.170 tỷ đồng, tương ứng mức tăng trưởng 17% đến 41% so với cùng kỳ. PLH dự kiến mở từ 30 đến 60 cửa hàng mới ngoài WCM (bao gồm cửa hàng tiêu chuẩn, cửa hàng Flagship và ki-ốt) tập trung vào Hà Nội và TP.HCM. Phúc Long cũng sẽ bắt đầu tích hợp chương trình khách hàng thân thiết vào Hội viên WiN của Masan, mang đến nhiều lợi ích, đồng thời cũng mang lại một nguồn doanh thu khác cho PLH. Ngoài ra, Phúc Long sẽ nâng cao năng suất bán hàng thông qua các dự án

marketing các cửa hàng địa phương, triển khai chương trình khuyến mãi trên toàn quốc, và các chương trình theo mùa giúp thu hút lượng khách hàng trẻ mới.

- **MML** dự kiến đạt doanh thu thuần trong khoảng 7.100 và 7.800 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 2% đến 12% so với cùng kỳ nhờ tập trung đầu tư vào mảng kinh doanh thịt chế biến và giảm quy mô trang trại chăn nuôi gà. Trong đó, doanh thu từ mảng thịt lợn có thương hiệu và thịt chế biến dự kiến tăng trưởng lần lượt từ 15% đến 28% và từ 12% đến 33% so với cùng kỳ. MML đã và đang nỗ lực định vị Ponnice là thương hiệu xúc xích

tiết trung cao cấp. Để tăng doanh số bán hàng hàng ngày tại mỗi điểm bán WCM lên 2,5 triệu đồng, MML có kế hoạch ra mắt các quầy thịt trong WCM, triển khai chiến dịch digital marketing mục tiêu đến các Hội viên WiN, đồng thời thiết lập hệ thống tự động bổ sung hàng.

- **MHT** dự kiến đạt doanh thu thuần từ 15.000 đến 15.800 tỷ đồng, tương ứng tăng lần lượt 6% đến 12% so với cùng kỳ. MHT đã thuê nhà thầu nỗ lực mới trong quý 1/2024. Trọng tâm của MHT là thực hiện các hoạt động tối ưu hóa chi phí, đặc biệt là trong hoạt động vận hành, thu mua, đồng thời giảm đòn bẩy tài chính.



## Triển vọng Bảng cân đối kế toán 2024

Tính đến ngày 31/12/2023, tổng nợ của MSN là 69.572 tỷ đồng, với số dư tiền và các khoản tương đương tiền đạt 16.919 tỷ đồng. Tỷ lệ Nợ ròng/EBITDA hợp nhất của Masan đạt 3,9x tính đến cuối tháng 12/2023. Masan sẽ tập trung vào việc củng cố bảng cân đối kế toán và giảm đòn bẩy tài chính, đồng thời duy trì mức Nợ ròng/EBITDA mục tiêu dưới 3,5x thông qua các giải pháp sau:

- Cải thiện các hệ số tài chính nhờ các mảng kinh doanh tiêu dùng đóng góp EBITDA cao hơn trong năm tài chính 2024, so với năm 2023.
- Giảm nợ tại MSN và các công ty con bằng cách tận dụng dòng tiền tự do từ hoạt động kinh doanh và cải thiện chu kỳ vòng quay tiền mặt của vốn lưu động.
- Tìm kiếm các giải pháp chiến lược của công ty để giảm mức nợ ròng.





# 04 BÁO CÁO TÀI CHÍNH



Báo cáo này là Báo cáo tài chính hợp nhất. Để xem Báo cáo Tài chính riêng lẻ, vui lòng truy cập vào website của Công ty theo mã QR.



## Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan Thông tin về Công ty

### Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số

0303576603

ngày 18 tháng 11 năm 2004

Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp đã được điều chỉnh nhiều lần, lần điều chỉnh gần nhất là vào ngày 7 tháng 9 năm 2023. Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.

### Hội đồng Quản trị

Dr Nguyễn Đăng Quang

Chủ tịch

Bà Nguyễn Hoàng Yến

Thành viên

Ông Nguyễn Thiếu Nam

Thành viên

Bà Chae Rhan Chun

Thành viên

(từ ngày 24 tháng 4 năm 2023)

Ông Ji Han Yoo

Thành viên

(đến ngày 24 tháng 4 năm 2023)

Ông Nguyễn Đoàn Hùng

Thành viên

Ông David Tan Wei Ming

Thành viên

Bà Nguyễn Thị Thu Hà

Thành viên

### Ban Tổng Giám đốc

Ông Danny Le

Tổng Giám đốc

Ông Nguyễn Thiếu Nam

Phó Tổng Giám đốc

Ông Michael Hung Nguyen

Phó Tổng Giám đốc

### Ủy ban Kiểm toán

Ông Nguyễn Đoàn Hùng

Chủ tịch

Bà Nguyễn Thị Thu Hà

Thành viên

### Người đại diện theo pháp luật

Dr Nguyễn Đăng Quang

Chủ tịch

Ông Danny Le

Tổng Giám đốc

### Trụ sở đăng ký

23 Lê Duẩn

Phường Bến Nghé, Quận 1

Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

# Tuyên bố trách nhiệm của Ban Tổng Giám đốc đối với Báo cáo Tài chính Hợp nhất

Ban Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) trình bày báo cáo này và báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023.

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính. Khi lập báo cáo tài chính hợp nhất, Ban Tổng Giám đốc Công ty được yêu cầu phải:

- Lựa chọn các chính sách kế toán phù hợp và sau đó áp dụng các chính sách này một cách nhất quán;
- Thực hiện các đánh giá và ước tính một cách hợp lý và thận trọng;
- Nêu rõ các chuẩn mực kế toán áp dụng có được tuân thủ hay không, và các khác biệt trọng yếu nếu có đã được trình bày và giải thích trong báo cáo tài chính hợp nhất; và
- Lập báo cáo tài chính hợp nhất theo giả định hoạt động liên tục trừ khi giả định Tập đoàn sẽ tiếp tục hoạt động kinh doanh không còn phù hợp.

Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng chịu trách nhiệm bảo đảm các số sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn, với mức độ chính xác hợp lý tại mọi thời điểm, và đảm bảo rằng các số sách kế toán tuân thủ các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính. Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng có trách nhiệm quản lý tài sản của Tập đoàn và do đó phải thực hiện các biện pháp thích hợp nhằm ngăn ngừa và phát hiện những gian lận và những vi phạm khác.

Ban Tổng Giám đốc Công ty cam kết rằng Ban Tổng Giám đốc đã tuân thủ những yêu cầu trên trong việc lập báo cáo tài chính hợp nhất này.

## Phê duyệt báo cáo tài chính hợp nhất

Chúng tôi phê duyệt báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Tập đoàn tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023, báo cáo tài chính hợp nhất này được lập phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

Thay mặt Ban Tổng Giám đốc



Danny Le  
Tổng Giám đốc  
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam  
Ngày 1 tháng 3 năm 2024

# Báo cáo kiểm toán độc lập

## KÍNH GỬI CÁC CỔ ĐÔNG

### Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Chúng tôi đã kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”), bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Tổng Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành ngày 1 tháng 3 năm 2024, được trình bày từ trang 5 đến trang 83.

### Trách nhiệm của Ban Tổng Giám đốc

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất này theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính, và chịu trách nhiệm về kiểm soát nội bộ mà Ban Tổng Giám đốc xác định là cần thiết để đảm bảo việc lập báo cáo tài chính hợp nhất không có sai sót trọng yếu do gian lận hay nhầm lẫn.

### Trách nhiệm của kiểm toán viên

Trách nhiệm của chúng tôi là đưa ra ý kiến về báo cáo tài chính hợp nhất này dựa 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 tuân thủ chuẩn mực và các quy định về đạo đức nghề nghiệp và lập kế hoạch và thực hiện cuộc kiểm toán để đạt được sự đảm bảo hợp lý về việc liệu báo cáo tài chính hợp nhất có còn sai sót trọng yếu hay không.

Công việc kiểm toán bao gồm việc thực hiện các thủ tục nhằm thu thập các bằng chứng kiểm toán về các số liệu và các thuyết minh trong báo cáo tài chính. Các thủ tục được lựa chọn dựa trên xét đoán của kiểm toán viên, bao gồm đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu trong báo cáo tài chính do gian lận hoặc nhầm lẫn. Khi thực hiện các đánh giá rủi ro này, kiểm toán viên xem xét kiểm soát nội bộ của Công ty liên quan tới việc lập và trình bày báo cáo tài chính trung thực và hợp lý nhằm thiết kế các thủ tục kiểm toán phù hợp với tình hình thực tế, tuy nhiên không nhằm mục đích đưa ra ý kiến về hiệu quả của kiểm soát nội bộ của Công ty. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá tính thích hợp của các chính sách kế toán được áp dụng và tính hợp lý của các ước tính kế toán của Ban Tổng Giám đốc Công ty, cũng như đánh giá việc trình bày tổng thể báo cáo tài chính.

Chúng tôi tin rằng các bằng chứng kiểm toán mà chúng tôi thu được là đầy đủ và thích hợp làm cơ sở cho ý kiến kiểm toán của chúng tôi.

### Ý kiến của kiểm toán viên

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

### Chi nhánh Công ty TNHH KPMG tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Báo cáo kiểm toán số: 23-01-00416-24-2



Phạm Thị Hoàng Anh  
Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề  
Kiểm toán số 3434-2022-007-1  
Phó Tổng Giám đốc  
Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 1 tháng 3 năm 2024

Triệu Tích Quyên  
Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề  
Kiểm toán số 4629-2023-007-1

# Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2023

Mẫu B 01 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>TÀI SẢN</b>				
<b>TÀI SẢN NGẮN HẠN</b>	<b>100</b>		<b>43.763.477</b>	<b>47.674.624</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>110</b>	<b>6</b>	<b>10.124.515</b>	<b>13.853.100</b>
Tiền	111		3.290.554	1.718.476
Các khoản tương đương tiền	112		6.833.961	12.134.624
<b>Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>	<b>120</b>	<b>13</b>	<b>6.794.791</b>	<b>3.659.175</b>
Chứng khoán kinh doanh	121		4.183.054	3.302.172
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123		2.611.737	357.003
<b>Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	<b>130</b>	<b>7</b>	<b>11.985.015</b>	<b>13.929.560</b>
Phải thu khách hàng	131		2.309.810	2.735.816
Trả trước cho người bán	132		725.077	1.227.666
Phải thu về cho vay ngắn hạn	135		81.150	-
Phải thu ngắn hạn khác	136		8.898.758	10.007.179
Dự phòng phải thu khó đòi	137		(34.943)	(47.369)
Tài sản thiếu chờ xử lý	139		5.163	6.268
<b>Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>	<b>8</b>	<b>13.174.868</b>	<b>14.445.345</b>
Hàng tồn kho	141		13.496.602	14.634.281
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(321.734)	(188.936)
<b>Tài sản ngắn hạn khác</b>	<b>150</b>		<b>1.684.288</b>	<b>1.787.444</b>
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		327.933	374.120
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		1.208.789	1.253.949
Thuế và các khoản khác phải thu Ngân sách Nhà nước	153		147.566	159.375

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>Tài sản dài hạn</b>	<b>200</b>		<b>103.619.995</b>	<b>93.668.191</b>
<b>Các khoản phải thu dài hạn</b>	<b>210</b>	<b>7</b>	<b>11.210.955</b>	<b>2.113.762</b>
Phải thu về cho vay dài hạn	215		-	81.150
Phải thu dài hạn khác	216		11.210.955	2.032.612
<b>Tài sản cố định</b>	<b>220</b>		<b>42.885.823</b>	<b>43.535.355</b>
Tài sản cố định hữu hình	221	9	30.468.702	30.611.529
Nguyên giá	222		52.985.169	50.465.195
Giá trị hao mòn lũy kế	223		(22.516.467)	(19.853.666)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224		310.884	349.310
Nguyên giá	225		444.649	472.986
Giá trị hao mòn lũy kế	226		(133.765)	(123.676)
Tài sản cố định vô hình	227	10	12.106.237	12.574.516
Nguyên giá	228		16.690.945	16.375.200
Giá trị hao mòn lũy kế	229		(4.584.708)	(3.800.684)
<b>Bất động sản đầu tư</b>	<b>230</b>	<b>11</b>	<b>708.670</b>	<b>729.763</b>
Nguyên giá	231		1.216.349	1.148.248
Giá trị hao mòn lũy kế	232		(507.679)	(418.485)
<b>Tài sản dở dang dài hạn</b>	<b>240</b>		<b>3.127.230</b>	<b>3.324.848</b>
Xây dựng cơ bản dở dang	242	12	3.127.230	3.324.848
<b>Đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>250</b>	<b>13</b>	<b>33.219.467</b>	<b>31.333.885</b>
Đầu tư vào các công ty liên kết	252		30.281.765	28.480.242
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác	253		2.937.702	2.853.643
<b>Tài sản dài hạn khác</b>	<b>260</b>		<b>12.467.850</b>	<b>12.630.578</b>
Chi phí trả trước dài hạn	261	14	7.418.042	7.259.881
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	15	676.669	302.220
Lợi thế thương mại	269	16	4.373.139	5.068.477
<b>TỔNG TÀI SẢN</b>	<b>270</b>		<b>147.383.472</b>	<b>141.342.815</b>

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

# Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2023

Mẫu B 01 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>NGUỒN VỐN</b>				
<b>NỢ PHẢI TRẢ</b>	<b>300</b>		<b>109.146.231</b>	<b>104.706.076</b>
<b>Nợ ngắn hạn</b>	<b>310</b>		<b>50.422.500</b>	<b>65.320.877</b>
Phải trả người bán ngắn hạn	311		6.317.999	7.489.371
Người mua trả tiền trước	312		861.932	566.330
Thuế phải nộp Ngân sách Nhà nước	313	17	1.103.204	536.310
Phải trả nhân viên	314		264.300	248.365
Chi phí phải trả ngắn hạn	315	18(a)	4.819.044	4.184.351
Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	318		67.059	15.691
Phải trả ngắn hạn khác	319	19(a)	8.919.791	11.671.935
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	20	28.030.197	40.567.379
Dự phòng phải trả ngắn hạn	321		7.826	9.997
Quỹ khen thưởng, phúc lợi	322		31.148	31.148
<b>Nợ dài hạn</b>	<b>330</b>		<b>58.723.731</b>	<b>39.385.199</b>
Phải trả người bán dài hạn	331		19.289	24.324
Chi phí phải trả dài hạn	333	18(b)	31.186	-
Phải trả dài hạn khác	337	19(b)	8.199.245	752.378
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn	338	21	41.541.894	30.425.625
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	15	3.406.398	3.541.671
Dự phòng phải trả dài hạn	342	22	5.525.719	4.641.201

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>VỐN CHỦ SỞ HỮU</b>	<b>400</b>		<b>38.237.241</b>	<b>36.636.739</b>
<b>Vốn chủ sở hữu</b>	<b>410</b>	<b>23</b>	<b>38.237.241</b>	<b>36.636.739</b>
Vốn cổ phần	411	24	14.308.434	14.237.248
Thặng dư vốn cổ phần	412	24	8.723.078	8.723.128
Vốn khác của chủ sở hữu	414	25	(8.388.147)	(8.388.147)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		(224.222)	(385.158)
Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	420		342.381	583.625
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		11.798.056	11.381.940
- Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kế đến cuối năm trước	421a		11.381.940	17.656.897
- Lợi nhuận/(lỗ) sau thuế trong năm	421b		416.116	(6.274.957)
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		11.677.661	10.484.103
<b>TỔNG NGUỒN VỐN</b>	<b>440</b>		<b>147.383.472</b>	<b>141.342.815</b>

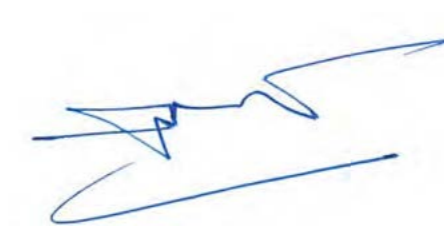
Ngày 1 tháng 3 năm 2024

Người lập:

Người duyệt:



**Nguyễn Huy Hùng**  
Kế toán trưởng



**Đoàn Thị Mỹ Duyên**  
Giám đốc Tài chính



**Danny Le**  
Tổng Giám đốc

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

# Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

	Mã số	Thuyết minh	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>Tổng doanh thu</b>	<b>01</b>	<b>27</b>	<b>78.516.999</b>	<b>76.380.750</b>
<b>Các khoản giảm trừ doanh thu</b>	<b>02</b>	<b>27</b>	<b>265.380</b>	<b>191.525</b>
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>10</b>	<b>27</b>	<b>78.251.619</b>	<b>76.189.225</b>
<b>Giá vốn hàng bán</b>	<b>11</b>	<b>28</b>	<b>56.130.507</b>	<b>55.154.201</b>
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>20</b>		<b>22.121.112</b>	<b>21.035.024</b>
Doanh thu hoạt động tài chính	21	29	2.405.205	2.575.563
Chi phí tài chính	22	30	8.129.513	6.361.642
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	23		6.946.060	4.847.702
Phân lãi trong các công ty liên kết	24	13(c)	3.895.982	4.339.650
Chi phí bán hàng	25	31	14.192.355	12.511.539
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	32	3.750.002	3.854.314
<b>Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh</b>	<b>30</b>		<b>2.350.429</b>	<b>5.222.742</b>
Thu nhập khác	31	33	309.976	279.707
Chi phí khác	32	34	97.431	355.299
<b>Kết quả từ hoạt động khác</b>	<b>40</b>		<b>212.545</b>	<b>(75.592)</b>
<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>50</b>		<b>2.562.974</b>	<b>5.147.150</b>
<b>Chi phí thuế thu nhập hiện hành</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	<b>1.288.786</b>	<b>626.750</b>
<b>Lợi ích thuế thu nhập hoãn lại</b>	<b>52</b>	<b>35</b>	<b>(595.739)</b>	<b>(233.984)</b>
<b>Lợi nhuận thuần sau thuế (mang sang trang sau)</b>	<b>60</b>		<b>1.869.927</b>	<b>4.754.384</b>

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

Mẫu B 02 – DN/HN

(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>Lợi nhuận thuần sau thuế (mang sang từ trang trước)</b>	<b>60</b>		<b>1.869.927</b>	<b>4.754.384</b>
<b>Phân bổ:</b>				
Cổ đông của Công ty	61		418.695	3.566.996
Cổ đông không kiểm soát	62		1.451.232	1.187.388
<b>Lãi trên cổ phiếu</b>				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu (VND)	70	36	294	2.511

Ngày 1 tháng 3 năm 2024

Người lập:

Người duyệt:

**Nguyễn Huy Hùng**  
Kế toán trưởng

**Đoàn Thị Mỹ Duyên**  
Giám đốc Tài chính



**Danny Le**  
Tổng Giám đốc

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

# Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(Phương pháp gián tiếp)

Mẫu B 03 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Mã số	Thuyết minh	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH</b>			
<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>01</b>	<b>2.562.974</b>	<b>5.147.150</b>
<b>Điều chỉnh cho</b>			
Khấu hao và phân bổ	02	4.123.663	4.406.523
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	02	(117.107)	-
Các khoản dự phòng	03	407.345	232.844
Lỗ/(lãi) chênh lệch tỷ giá hối đoái chưa thực hiện	04	59.093	(40.984)
Lãi từ hoạt động đầu tư	05	(5.870.297)	(5.848.866)
Chi phí lãi vay và chi phí khác	06	7.422.409	5.340.053
<b>Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động</b>	<b>08</b>	<b>8.588.080</b>	<b>9.236.720</b>
Biến động các khoản phải thu và tài sản khác	09	452.139	(671.677)
Biến động hàng tồn kho	10	1.076.401	(1.736.144)
Biến động các khoản phải trả và nợ khác	11	(442.419)	(1.432.197)
Biến động các khoản trả trước	12	426.228	95.094
Biến động chứng khoán kinh doanh	13	(880.882)	(3.302.172)
<b>Tiền lãi vay đã trả</b>	<b>14</b>	<b>(7.902.879)</b>	<b>(5.070.517)</b>
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15	(816.207)	(903.262)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17	-	(4.697)
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh</b>	<b>20</b>	<b>500.461</b>	<b>(3.788.852)</b>
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ</b>			
Tiền chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21	(2.228.795)	(4.165.321)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22	17.461	23.919
Tiền chi cho vay, tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và đầu tư khác	23	(28.673.709)	(11.336.453)
Tiền thu hồi cho vay, tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và đầu tư khác	24	20.544.165	4.750.015
Tiền chi cho các khoản đầu tư công cụ vốn	25	-	(14.163.385)
Hợp nhất kinh doanh, đã trừ đi số dư tiền của công ty con được hợp nhất	25	(11.812)	(2.472.176)
Tiền thu từ thanh lý các khoản đầu tư công cụ vốn	26	708.600	283.750
Tiền thu từ lãi, cổ tức và thu nhập khác từ hoạt động đầu tư	27	1.820.418	632.392
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư</b>	<b>30</b>	<b>(7.823.672)</b>	<b>(26.447.259)</b>

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này

Mã số	Thuyết minh	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH</b>			
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu trừ đi chi phí phát hành liên quan	31	71.136	(40.387)
Tiền thu từ đi vay, phát hành trái phiếu và khác	33	91.059.079	78.059.927
Tiền trả nợ gốc vay, trái phiếu và khác	34	(87.324.894)	(54.956.359)
Tiền trả nợ gốc thuê tài chính	35	(15.289)	(13.927)
Tiền chi trả cổ tức	36	(243.821)	(1.253.082)
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính</b>	<b>40</b>	<b>3.546.211</b>	<b>21.796.172</b>
<b>Lưu chuyển tiền thuần trong năm</b>	<b>50</b>	<b>(3.777.000)</b>	<b>(8.439.939)</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm</b>	<b>60</b>	<b>13.853.100</b>	<b>22.304.822</b>
<b>Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái</b>	<b>61</b>	<b>48.415</b>	<b>(11.783)</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm</b>	<b>70</b>	<b>10.124.515</b>	<b>13.853.100</b>

Ngày 1 tháng 3 năm 2024

Người lập:

Người duyệt:

**Nguyễn Huy Hùng**  
Kế toán trưởng

**Đoàn Thị Mỹ Duyên**  
Giám đốc Tài chính



**Danny Le**  
Tổng Giám đốc

Các thuyết minh đính kèm là bộ phận hợp thành của báo cáo tài chính hợp nhất này



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Các thuyết minh này là bộ phận hợp thành và cần được đọc đồng thời với báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm.

## 1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam. Hoạt động chính của Công ty bao gồm tư vấn quản lý, tư vấn đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán và pháp luật) và thực hiện các hoạt động huy động vốn và đầu tư.

Báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) và lợi ích của Tập đoàn trong các công ty liên kết.

Các hoạt động chính của các công ty con và các công ty liên kết được mô tả như sau:

### Công ty con

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu trực tiếp</b>					
1	Công ty TNHH The SHERPA (“SHERPA”)		Tư vấn quản lý đầu tư	100%	99,9%
2	Công ty TNHH Zenith Investment (“ZENITH”)		Tư vấn quản lý đầu tư	100%	99,9%
3	Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”)	(a)	Tư vấn quản lý đầu tư	-	94,9
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
1	Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	84,9%	84,9%
2	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (“MCH”)	(vi)	Tư vấn quản lý đầu tư	72,8%	72,8%
3	Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”)	(i)	Tư vấn quản lý đầu tư	48,5%	48,5%
4	Công ty TNHH Masan Master Brewer (“MMBr”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	48,5%	48,5%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY (“MBPY”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	48,5%	48,5%
6	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery HG (“MBHG”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	48,5%	48,5%
7	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution (“MBD”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	48,5%	48,5%
8	Công ty TNHH Masan Brewery MB (“MBMB”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	48,5%	48,5%
9	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	68,3%	68,3%
10	Masan Consumer (Thailand) Limited (“MTH”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	68,3%	68,3%
11	Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan (“MSF”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	68,3%	68,3%
12	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan (“MSI”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	68,3%	68,3%
13	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến (“VTF”)	(i)	Sản xuất gia vị	68,3%	68,3%
14	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD (“MHD”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	68,3%	68,3%
15	Công ty Cổ phần Masan PQ (“MPQ”)	(i)	Sản xuất gia vị	68,3%	68,3%
16	Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc (“NPQ”)	(i)	Sản xuất gia vị	68,3%	68,3%
17	Công ty TNHH Masan Long An (“MLA”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	68,3%	68,3%

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
18	Công ty TNHH Masan HN (“HNF”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	68,3%	68,3%
19	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	67,4%	67,4%
20	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hào (“VHC”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	61,1%	61,1%
21	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha (“KRP”)	(i)	Sản xuất đồ uống	61,6%	61,6%
22	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage (“MSB”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	68,3%	68,3%
23	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB (“MMB”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	68,3%	68,3%
24	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG (“MHG”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi và bao bì	68,3%	68,3%
25	Công ty TNHH Masan HG 2 (“MH2”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và bao bì	68,3%	68,3%
26	Công ty Cổ phần Masan Jinju (“MSJ”)	(iii)	Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi	71,1%	71,1%
27	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh (“QNW”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	44,9%	44,9%
28	Công ty TNHH Masan HPC (“HPC”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	68,3%	68,3%
29	Công ty Cổ phần Bột giặt Net (“NET”)	(i)	Kinh doanh các sản phẩm gia dụng	35,7%	35,7%
30	Công ty TNHH Masan Innovation (“INV”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	68,3%	68,3%
31	Công ty TNHH Hi-Fresh (“HIF”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	68,3%	68,3%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
32	Công ty TNHH Giặt ủi Chuyên nghiệp Joints Pro (“JPR”)	(i)	Dịch vụ giặt ủi	68,3%	68,3%
33	Công ty TNHH Tâm nhìn Masan (trước đây là “Công ty Cổ phần Tâm nhìn Masan”) (“MH”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	100,0%	99,9%
34	Công ty TNHH Mapleleaf (“MPL”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
35	Công ty Cổ phần Masan Blue (“MBL”)	(ii)	Kinh doanh và phân phối	99,8%	99,8%
36	Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	86,4%	86,4%
37	Công ty TNHH Một Thành viên Tài nguyên Masan Thái Nguyên (“MRTN”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	86,4%	86,4%
38	Công ty TNHH Một Thành viên Thương mại và Đầu tư Thái Nguyên (“TNTI”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	86,4%	86,4%
39	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPM”)	(ii)	Khai thác và chế biến quặng	86,4%	86,4%
40	Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”)	(ii)	Khai thác sâu kim loại màu và kim loại quý (vonfram)	86,4%	86,4%
41	H.C. Starck Holding (Germany) GmbH (Germany) (“HCS”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	86,4%	86,4%
42	Chemilytics Beteiligungs GmbH (Germany)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	86,4%	86,4%
43	H.C. Starck GmbH (Germany)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	86,4%	86,4%
44	Chemische Fabriken Oker und Braunschweig AG (Germany)	(ii)	Sản xuất hóa chất dùng trong sản xuất giấy và phụ gia cho ngành vật liệu hấp thụ	86,4%	86,4%

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
45	H.C. Starck Infrastructure GmbH & Co. KG (Germany)	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	86,4%	86,4%
46	Chemilytics GmbH & Co. KG (Germany)	(ii)	Phân tích hóa học và dữ liệu đo lường vật lý	86,4%	86,4%
47	H.C. Starck Tungsten GmbH (Germany)	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	86,4%	86,4%
48	H.C. Starck Nonferrous Metals Trading (Shanghai) Co. Ltd. (China)	(ii)	Kinh doanh và phân phối	86,4%	86,4%
49	H.C. Starck Canada Inc. (Canada)	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	86,4%	86,4%
50	H.C. Starck Tungsten GK (Japan)	(ii)	Kinh doanh và phân phối	86,4%	86,4%
51	H.C. Starck Tungsten LLC (USA)	(ii)	Kinh doanh và phân phối	86,4%	86,4%
52	H.C. Starck Jiangwu Tungsten Specialities (Ganzhou) Co. Ltd. (China)	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	51,8%	51,8%
53	Chemitas GmbH (Germany)	(ii) (Thuyết minh 5)	Cung cấp năng lượng, quản lý chất thải và dịch vụ hậu cần	86,4%	-
54	Công ty Cổ phần Masan MEATLife ("MML")	(v) (a)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,9%	-
55	Công ty TNHH MNS Meat ("MNS Meat")	(iii)	Đạm động vật	94,9%	94,9%
56	Công ty TNHH MML Farm Nghệ An ("Farm Nghệ An")	(iii)	Chăn nuôi lợn	94,9%	94,9%
57	Công ty TNHH MNS Farm ("MNS Farm")	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,9%	94,9%
58	Công ty TNHH MNS Meat Processing ("MNS Meat Processing")	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	94,9%	94,9%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
59	Công ty TNHH MEATDeli HN ("MEATDeli Hà Nam")	(iii)	Chế biến thịt	94,9%	94,9%
60	Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn ("MEATDeli Sài Gòn")	(iii)	Chế biến thịt	94,9%	94,9%
61	Công ty Cổ phần 3F Việt ("3F Viet")	(iii)	Chăn nuôi và kinh doanh gà	48,4%	48,4%
62	Công ty TNHH Thực Phẩm 3F Việt ("3F Viet Food")	(iii)	Chế biến và kinh doanh thịt	48,4%	48,4%
63	Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM ("WCM")	(vi)	Tư vấn quản lý đầu tư	71,5%	71,5%
64	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce ("WinCommerce")	(iv)	Kinh doanh và phân phối	71,5%	71,5%
65	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco ("WinEco")	(v)	Nông nghiệp	100,0%	98,9%
66	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất và Phát triển Nông nghiệp WinEco – Tam Đảo ("WinEco Tam Đảo")	(v)	Nông nghiệp	89,0%	88,1%
67	Công ty TNHH Nông nghiệp Đồng Nai – WinEco ("WinEco Đồng Nai")	(v)	Nông nghiệp	77,5%	76,7%
68	Công ty Cổ phần The Supra ("The Supra")	(iv)	Dịch vụ kho bãi và lưu trữ hàng hóa	71,5%	71,5%
69	Công ty Cổ phần Dr.Win ("Dr.Win")	(iv)	Bán lẻ thuốc, dụng cụ y tế, mỹ phẩm và vật phẩm vệ sinh trong các cửa hàng chuyên doanh	46,5%	46,5%
70	Công ty Cổ phần CX Infra ("CXI")	(iv)	Xây dựng	36,4%	36,4%

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty con sở hữu gián tiếp</b>					
71	Công ty Cổ phần Mobicast (“MOB”)	(v)	Viễn thông	70,0%	70,0%
72	Công ty Cổ phần Đầu tư Draco (“DRC”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
73	Công ty Cổ phần Đầu tư Fornax (“FOR”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	99,9%
74	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)	(v)	Đồ ăn và thức uống	85,0%	85,0%
75	Công ty Cổ phần The O2 (“The O2”)	(v)	Nghiên cứu thị trường	50,0%	50,0%
76	Công ty Cổ phần Đầu tư Sagitta (“Sagitta”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	98,0%
77	Công ty TNHH Masan Agri (trước đây là “Công ty Cổ phần Masan Agri”) (“Masan Agri”)	(v) (a)	Tư vấn quản lý đầu tư	100,0%	99,9%
78	Công ty Cổ phần Đầu tư Lepus (“Lepus”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	98,0%	98,0%
79	Công ty Cổ phần Đầu tư Eirene (“Eirene”)	(v) (b)	Tư vấn quản lý đầu tư	99,9%	-

(a) Như một phần của dự án tái cơ cấu tập đoàn, Công ty đã chuyển nhượng toàn bộ lợi ích vốn sở hữu trong MML cho Masan Agri vào tháng 10 năm 2023. Do kết quả của giao dịch này, MML đã trở thành một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty.

(b) Công ty con sở hữu gián tiếp này của Công ty đã được thành lập trong tháng 3 năm 2023.

## Công ty liên kết

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2023	1/1/2023
<b>Công ty liên kết sở hữu trực tiếp</b>					
1	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam (“Techcombank”)		Ngân hàng	Thuyết minh 13(c)	
<b>Công ty liên kết sở hữu gián tiếp</b>					
1	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex (“Cholimex”)	(vii)	Sản xuất và kinh doanh gia vị	32,8%	32,8%
2	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”)	(viii)	Sản xuất thực phẩm và bán lẻ	24,9%	24,9%
3	Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd.	(ix)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	30,0%	30,0%

- (i) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MCH.
- (ii) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của ZENITH.
- (iii) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MML.
- (iv) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của WCM.
- (v) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của SHERPA.
- (vi) Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp của CrownX.
- (vii) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MCH.
- (viii) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu trực tiếp của MML.
- (ix) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MHT.

Tỷ lệ lợi ích kinh tế trong các công ty con phản ánh tỷ lệ lợi ích trực tiếp và gián tiếp của Công ty trong các công ty con, được xác định căn cứ vào tỷ lệ sở hữu vốn (trực tiếp và gián tiếp) trong các công ty con, trừ khi có thỏa thuận khác (nếu có). Tỷ lệ lợi ích kinh tế trong các công ty liên kết phản ánh tỷ lệ lợi ích trực tiếp của Công ty và các công ty con trong các công ty liên kết.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, Tập đoàn có 35.895 nhân viên (1/1/2023: 37.112 nhân viên).

## Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường

Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường của Công ty và các công ty con nằm trong phạm vi 12 tháng.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 2. CƠ SỞ LẬP BÁO CÁO TÀI CHÍNH

### (a) Tuyên bố về tuân thủ

Báo cáo tài chính hợp nhất này được lập theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

### (b) Cơ sở đo lường

Báo cáo tài chính hợp nhất, trừ báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất, được lập trên cơ sở dồn tích theo nguyên tắc giá gốc. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất được lập theo phương pháp gián tiếp.

### (c) Kỳ kế toán năm

Kỳ kế toán năm của Công ty là từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 31 tháng 12.

### (d) Đơn vị tiền tệ kế toán và trình bày báo cáo tài chính

Đơn vị tiền tệ kế toán của Công ty là Đồng Việt Nam (“VND”). Báo cáo tài chính hợp nhất này được lập và trình bày bằng triệu Đồng Việt Nam (“Triệu VND”).

### (e) Số liệu so sánh

Số liệu so sánh tại ngày 1 tháng 1 năm 2023 được mang sang từ số liệu được kiểm toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2022.

## 3. NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

Sau đây là những chính sách kế toán chủ yếu được Tập đoàn áp dụng trong việc lập báo cáo tài chính hợp nhất này.

### (a) Cơ sở hợp nhất

- (i) Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung  
Hợp nhất kinh doanh mà trong đó các công ty chịu sự kiểm soát chung bởi cùng một nhóm cổ đông (“Cổ đông Kiểm soát”) trước và sau khi hợp nhất phù hợp với định nghĩa hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung vì có sự nối tiếp rủi ro và quyền lợi của Cổ đông Kiểm soát. Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung này đặc biệt

nằm ngoài phạm vi của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 11 Hợp nhất kinh doanh và trong sự chọn lựa chính sách kế toán liên quan đến các giao dịch này, Tập đoàn đã cân nhắc Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 01 Chuẩn mực chung và Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 21 Trình bày báo cáo tài chính. Dựa trên các chuẩn mực này, Tập đoàn đã áp dụng cơ sở kế toán sáp nhập (“nguyên tắc mang sang toàn bộ”). Tài sản và nợ phải trả của các công ty được hợp nhất theo giá trị sổ sách hiện tại dưới khía cạnh nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát. Chênh lệch giữa giá phí mua và giá trị của tài sản thuần được mua được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu.

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất bao gồm kết quả hoạt động kinh doanh và lưu chuyển tiền tệ của các công ty được hợp nhất từ ngày mua.

- (ii) Hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung  
Hợp nhất kinh doanh không chịu kiểm soát chung được hạch toán theo phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà sự kiểm soát đã được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát là quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của doanh nghiệp nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của doanh nghiệp đó. Khi xem xét sự kiểm soát, Tập đoàn cũng xem xét quyền biểu quyết tiềm năng mà có thể thực hiện được ở hiện tại. Theo phương pháp mua, tài sản và các khoản nợ phải trả của công ty được mua được ghi nhận theo giá trị hợp lý tại ngày mua. Giá phí hợp nhất kinh doanh (giá phí mua) bao gồm tổng giá trị hợp lý tại ngày trao đổi của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận, các công cụ vốn chủ sở hữu đã phát hành bởi Tập đoàn và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh. Lợi thế thương mại là phần chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của công ty được mua. Khoản chênh lệch âm, được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Các chi phí giao dịch, ngoại trừ các chi phí liên quan đến

việc phát hành công cụ nợ hoặc chứng khoán vốn, mà Tập đoàn phát sinh khi hợp nhất kinh doanh bao gồm các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh, như chi phí trả cho tư vấn tài chính, tư vấn pháp lý, thẩm định viên về giá và các nhà tư vấn liên quan đến hợp nhất kinh doanh. Các chi phí giao dịch này được tính vào giá phí hợp nhất kinh doanh. Các chi phí quản lý chung và các chi phí khác không liên quan trực tiếp đến giao dịch hợp nhất kinh doanh cụ thể đang được ghi nhận thì không được tính vào giá phí hợp nhất kinh doanh, mà được ghi nhận là chi phí phát sinh trong năm.

- (iii) Các công ty con  
Các công ty con là các công ty chịu sự kiểm soát của Tập đoàn. Sự kiểm soát này tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của một doanh nghiệp nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của doanh nghiệp đó. Khi đánh giá quyền kiểm soát, quyền bỏ phiếu tiềm năng có thể thực hiện được tại thời điểm hiện tại cũng được xem xét. Báo cáo tài chính của các công ty con được bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất kể từ ngày quyền kiểm soát bắt đầu có hiệu lực đến ngày quyền kiểm soát chấm dứt.

- (iv) Các công ty liên kết (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu)  
Các công ty liên kết là những công ty mà Tập đoàn có sự ảnh hưởng đáng kể nhưng không kiểm soát các chính sách tài chính và hoạt động kinh doanh của công ty. Sự ảnh hưởng đáng kể này được giả định tồn tại khi Tập đoàn nắm giữ từ 20% đến 50% quyền biểu quyết của một công ty khác. Các công ty liên kết được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu) trong báo cáo tài chính hợp nhất. Các khoản đầu tư này được ghi nhận ban đầu theo giá gốc, bao gồm chi phí giao dịch. Sau khi ghi nhận ban đầu, báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm phần mà Tập đoàn được hưởng trong lãi hoặc lỗ của đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, sau khi được điều chỉnh theo chính sách kế toán của Tập đoàn, kể từ ngày bắt đầu sự ảnh hưởng đáng kể cho đến ngày kết thúc sự ảnh hưởng đáng kể. Giá

trị ghi số của các khoản đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu cũng được điều chỉnh cho những thay đổi về lợi ích của nhà đầu tư trong đơn vị nhận đầu tư phát sinh từ những thay đổi vốn chủ sở hữu của đơn vị nhận đầu tư mà không phản ánh trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh (như việc chênh lệch tỷ giá do chuyển đổi báo cáo tài chính, v.v...). Khi Tập đoàn chia sẻ khoản lỗ trong đơn vị nhận đầu tư theo phần sở hữu của Tập đoàn vượt quá giá trị ghi số của khoản đầu tư của Tập đoàn trong đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, thì giá trị ghi số của khoản đầu tư đó (bao gồm các khoản đầu tư tài chính dài hạn, nếu có) sẽ được ghi giảm về không và Tập đoàn không phải tiếp tục ghi nhận các khoản lỗ phát sinh sau đó trừ khi Tập đoàn có nghĩa vụ phải thanh toán hay đã thanh toán thay cho đơn vị nhận đầu tư. Lãi hoặc lỗ do thanh lý lợi ích trong một công ty liên kết mà không không dẫn đến việc mất ảnh hưởng đáng kể, bao gồm cả sự suy giảm lợi ích trong công ty liên kết (được xem như là thanh lý một phần vốn chủ sở hữu), được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

- (v) Lợi ích cổ đông không kiểm soát (“NCI”)  
NCI được xác định theo tỷ lệ phần sở hữu của cổ đông không kiểm soát trong tài sản thuần của đơn vị bị mua lại tại ngày mua.

Việc thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong công ty con mà không dẫn đến việc mất quyền kiểm soát được kế toán tương tự như các giao dịch vốn chủ sở hữu. Chênh lệch giữa giá trị thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong tài sản thuần của công ty con và số tiền thanh toán hoặc nhận được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu, ngoại trừ trong trường hợp chênh lệch phát sinh từ các giao dịch liên đới ràng buộc bởi việc phải phát hành cổ phiếu hoặc tăng vốn góp có thặng dư thì khoản chênh lệch được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu.

- (vi) Các giao dịch được loại trừ khi hợp nhất  
Các giao dịch, số dư trong nội bộ Tập đoàn và các khoản thu nhập và chi phí chưa thực hiện phát sinh từ các giao

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

dịch nội bộ được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất. Tuy nhiên, chênh lệch tỷ giá hối đoái phát sinh liên quan đến các khoản mục tiền tệ trong nội bộ tập đoàn, bao gồm cả ngắn hạn và dài hạn, được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các khoản lãi và lỗ chưa thực hiện phát sinh từ các giao dịch với công ty liên kết được trừ vào khoản đầu tư trong phạm vi lợi ích của Tập đoàn tại công ty liên kết.

(vii) **Mất quyền kiểm soát**  
Khi mất quyền kiểm soát tại một công ty con, Tập đoàn dừng ghi nhận tài sản và nợ phải trả của công ty con cũng như lợi ích cổ đông không kiểm soát và các cấu phần vốn chủ sở hữu khác. Bất kỳ khoản lãi hoặc lỗ nào phát sinh từ sự kiện này đều được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Sau khi thoái vốn, phần lợi ích còn lại trong công ty con trước đó (nếu có) được ghi nhận theo giá trị ghi sổ còn lại của khoản đầu tư trên báo cáo tài chính riêng của công ty mẹ, sau khi được điều chỉnh theo tỷ lệ tương ứng cho những thay đổi trong vốn chủ sở hữu kể từ ngày mua nếu Tập đoàn vẫn còn ảnh hưởng đáng kể trong đơn vị nhận đầu tư, hoặc trình bày theo giá gốc của khoản đầu tư còn lại nếu không còn ảnh hưởng đáng kể.

## (b) Ngoại tệ

(i) Các giao dịch bằng ngoại tệ  
Các giao dịch bằng các đơn vị tiền tệ khác VND trong năm được quy đổi sang VND theo tỷ giá xấp xỉ với tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch.

Các khoản mục tài sản và nợ phải trả có gốc bằng đơn vị tiền tệ khác VND, ngoại trừ các khoản vay có gốc bằng đơn vị tiền tệ khác VND đã được dự phòng rủi ro hối đoái bằng các công cụ tài chính, được quy đổi sang VND theo tỷ giá tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi Công ty hoặc các công ty con thường xuyên có giao dịch.

(ii) Hoạt động ở nước ngoài  
Cho mục đích trình bày báo cáo tài chính hợp nhất, tài sản và nợ phải trả của các hoạt động ở nước ngoài được quy

đổi sang VND như sau:

- Các tài sản và nợ phải trả, bao gồm lợi thế thương mại và các điều chỉnh giá trị hợp lý phát sinh tại ngày mua, được quy đổi sang VND theo tỷ giá mua chuyển khoản (đối với tài sản) và bán chuyển khoản (đối với nợ phải trả) tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi các công ty con thường xuyên có giao dịch;
- Doanh thu, thu nhập, chi phí và lưu chuyển tiền tệ của các hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND theo tỷ giá hối đoái xấp xỉ tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch; và
- Vốn góp được quy đổi sang VND theo tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch. Lỗ lũy kế/lợi nhuận sau thuế chưa phân phối và các quỹ và dự phòng được lấy từ lợi nhuận/lỗ thuần và các biến động đã được quy đổi.

Chênh lệch tỷ giá hối đoái phát sinh do quy đổi báo cáo tài chính của các hoạt động ở nước ngoài sang VND được ghi nhận vào bảng cân đối kế toán hợp nhất vào khoản mục “Chênh lệch tỷ giá hối đoái” thuộc vốn chủ sở hữu. Khi chênh lệch tỷ giá hối đoái liên quan đến một hoạt động kinh doanh ở nước ngoài được hợp nhất nhưng không được sở hữu toàn bộ bởi Tập đoàn, chênh lệch tỷ giá hối đoái lũy kế phát sinh do quy đổi được phân bổ cho và ghi nhận là một phần của khoản mục cổ đông không kiểm soát trên bảng cân đối kế toán hợp nhất.

## (c) Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền bao gồm tiền mặt và tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn. Các khoản tương đương tiền là các khoản đầu tư ngắn hạn có tính thanh khoản cao có thể dễ dàng chuyển đổi thành khoản tiền xác định trước, ít rủi ro về thay đổi giá trị và được giữ nhằm đáp ứng nhu cầu thanh toán ngắn hạn hơn là cho mục đích đầu tư hay các mục đích khác.

## (d) Các khoản đầu tư

(i) Chứng khoán kinh doanh  
Chứng khoán kinh doanh là các trái phiếu và chứng chỉ

tiền gửi được Tập đoàn nắm giữ vì mục đích kinh doanh, tức là mua vào bán ra để thu lợi nhuận trong thời gian ngắn. Chứng khoán kinh doanh được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua cộng các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, chứng khoán kinh doanh được xác định theo giá gốc trừ đi thu nhập lãi liên quan đến giai đoạn trước khi mua chứng khoán kinh doanh và dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh. Dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh được lập khi có bằng chứng là giá thị trường của chứng khoán giảm xuống thấp hơn giá trị ghi sổ của chúng. Sau khi khoản dự phòng được lập, nếu giá thị trường của chứng khoán tăng lên thì khoản dự phòng sẽ được hoàn nhập. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của chứng khoán kinh doanh không vượt quá giá trị ghi sổ của các chứng khoán này khi giá định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(ii) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn  
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn là các khoản đầu tư mà Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con dự định và có khả năng nắm giữ đến ngày đáo hạn. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn bao gồm tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn. Các khoản đầu tư này được ghi nhận theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

(iii) Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác  
Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác là những đơn vị mà Công ty hoặc các công ty con không có quyền kiểm soát hoặc ảnh hưởng đáng kể được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua và các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, các khoản đầu tư này được xác định theo giá gốc trừ đi dự phòng giảm giá đầu tư. Dự phòng giảm giá đầu tư được lập khi đơn vị nhận đầu tư phát sinh lỗ dẫn đến Tập đoàn có khả năng mất vốn, trừ khi có bằng chứng rằng giá trị của khoản đầu tư không bị suy giảm. Dự phòng giảm giá đầu tư được hoàn nhập khi đơn vị nhận đầu tư sau đó tạo ra lợi nhuận để bù trừ cho các khoản lỗ đã được lập dự phòng trước kia. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của khoản đầu tư không vượt quá giá trị ghi sổ của chúng khi giá định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

## (e) Các khoản phải thu

Các khoản phải thu khách hàng và các khoản phải thu khác được phản ánh theo giá gốc trừ đi dự phòng phải thu khó đòi.

## Bao thanh toán

Theo các điều khoản thị trường và yêu cầu về thanh toán, Tập đoàn ký kết các thỏa thuận bao thanh toán để chuyển giao khoản phải thu khách hàng. Đối với các giao dịch bao thanh toán, Tập đoàn đánh giá có ghi giảm toàn bộ khoản phải thu hay không dựa trên mức độ chuyển giao rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu.

Nếu Tập đoàn:

- Chuyển giao phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu, Tập đoàn sẽ ghi giảm khoản phải thu và ghi nhận riêng rẽ tài sản hoặc nợ phải trả đối với các quyền và nghĩa vụ phát sinh từ việc chuyển giao khoản phải thu;
- Còn nắm giữ phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu, Tập đoàn sẽ tiếp tục ghi nhận khoản phải thu; và
- Không chuyển giao cũng như không nắm giữ phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu của khoản phải thu thì Tập đoàn xác định xem liệu có nắm giữ quyền kiểm soát đối với khoản phải thu hay không. Nếu Tập đoàn không nắm giữ quyền kiểm soát thì Tập đoàn sẽ ghi giảm khoản phải thu và ghi nhận riêng rẽ tài sản hoặc nợ phải trả đối với các quyền và nghĩa vụ phát sinh hoặc còn nắm giữ từ việc chuyển giao khoản phải thu. Nếu Tập đoàn nắm giữ quyền kiểm soát thì Tập đoàn sẽ tiếp tục ghi nhận khoản phải thu đến giá trị còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao.

Mức độ còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao là mức độ Tập đoàn bị ảnh hưởng bởi những thay đổi về giá trị của tài sản chuyển giao và được xác định bằng giá trị thấp hơn giữa giá trị ghi sổ của khoản phải thu và số tiền cao nhất mà Tập đoàn phải trả (“số tiền bảo lãnh”).

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Khi Tập đoàn tiếp tục ghi nhận tài sản chuyển giao đến giá trị còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao, Tập đoàn đồng thời ghi nhận nghĩa vụ liên quan. Nghĩa vụ liên quan ban đầu được ghi nhận bằng số tiền bảo lãnh cộng với giá trị hợp lý của bảo lãnh. Sau đó, giá trị hợp lý của bảo lãnh được phân bổ dần theo thời gian vào báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất.

## (f) Hàng tồn kho

Hàng tồn kho được phản ánh theo giá trị bằng với số thấp hơn giữa giá gốc và giá trị thuần có thể thực hiện được. Giá gốc được tính theo phương pháp bình quân gia quyền và bao gồm tất cả các chi phí liên quan phát sinh để có được hàng tồn kho ở địa điểm và trạng thái hiện tại. Đối với thành phẩm và sản phẩm dở dang, giá gốc bao gồm chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và các chi phí chung đã được phân bổ. Giá trị thuần có thể thực hiện được là giá bán ước tính của hàng tồn kho, trừ đi chi phí ước tính để hoàn thành sản phẩm và chi phí bán hàng ước tính.

Tập đoàn áp dụng phương pháp kê khai thường xuyên để hạch toán hàng tồn kho.

## (g) Tài sản cố định hữu hình

(i) Nguyên giá  
Tài sản cố định hữu hình được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá tài sản cố định hữu hình bao gồm giá mua, hoặc chi phí xây dựng, các loại thuế mua hàng không hoàn lại và chi phí liên quan trực tiếp để đưa tài sản đến vị trí và trạng thái hoạt động cho mục đích sử dụng đã dự kiến, và chi phí để tháo dỡ, di dời tài sản và khôi phục hiện trường tại địa điểm đặt tài sản. Các chi phí phát sinh sau khi tài sản cố định hữu hình đã đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa, bảo dưỡng và đại tu được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà chi phí phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính thu được từ việc sử dụng tài sản cố định hữu

hình vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hoá như một khoản nguyên giá tăng thêm của tài sản cố định hữu hình. Trong trường hợp tài sản cố định hữu hình đã hoàn thành và đưa vào sử dụng nhưng nguyên giá chưa được quyết toán, các tài sản cố định này sẽ được ghi nhận theo nguyên giá tạm tính và nguyên giá này sẽ được điều chỉnh sau khi quyết toán được phê duyệt. Tài sản cố định hữu hình cũng bao gồm giá trị hợp lý của các tài sản cố định hữu hình khác từ hợp nhất kinh doanh.

Sau khi hoàn thành giai đoạn xây dựng mỏ, tài sản được chuyển thành “nhà cửa và vật kiến trúc”, “máy móc và thiết bị” hoặc “tài sản khai khoáng khác” trong tài sản cố định hữu hình. Tài sản khai khoáng khác bao gồm chi phí phục hồi mỏ và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản và tài nguyên khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh.

(ii) Khấu hao  
*Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh*

Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh được khấu hao theo phương pháp khấu hao theo sản lượng. Theo phương pháp này, cơ sở khấu hao là trữ lượng khoáng sản đã xác định được là khối lượng quặng (tấn) mà Tập đoàn có thể khai thác kinh tế và hợp pháp từ tài nguyên khoáng sản của Tập đoàn, và một phần tài nguyên khoáng sản dự kiến chuyển đổi thành trữ lượng. Cơ sở khấu hao cho tài sản liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản dựa trên:

- Ước tính tài nguyên khoáng sản dự kiến chuyển đổi thành trữ lượng theo đánh giá của các chuyên gia mỏ cho dự án Núi Pháo; và
- Ước tính tài nguyên khoáng sản dự kiến có thể được tái chế từ quặng đuôi ô-xít (“OTC”).

Cơ sở khấu hao áp dụng cho các loại tài sản khai khoáng như sau:

	Cơ sở khấu hao
Máy móc, thiết bị chỉ liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản	(a)
Máy móc, thiết bị liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản và được sử dụng trong quá trình tái chế OTC	(a) và (b)
Giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản	(a) và (b)

Kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2023, Tập đoàn đã thay đổi ước tính về trữ lượng và tài nguyên khoáng sản dựa trên (i) kết quả đánh giá kỹ thuật của chuyên gia khai mỏ về trữ lượng khoáng sản trong khu vực dự án Núi Pháo, và (ii) phần tài nguyên dự kiến có thể chuyển đổi thành trữ lượng khoáng sản. Những số liệu cập nhật này thể hiện sản lượng quặng ước tính có thể được khai thác hợp pháp và có hiệu quả kinh tế từ các tài sản khai thác khoáng sản của Tập đoàn.

Chi tiết thay đổi về giá trị quặng tương đương còn lại làm cơ sở tính khấu hao từ ngày 1 tháng 1 năm 2023 như sau:

	Giá trị tăng lên tính theo tấn quặng
Máy móc, thiết bị liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản	9.941.325
Giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản từ hợp nhất kinh doanh	9.941.325

Sự thay đổi này đã làm giảm chi phí khấu hao trong năm với số tiền là 151.735 triệu VND.

*Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động chế biến khoáng sản*

Máy móc và thiết bị liên quan trực tiếp đến quá trình chế biến chuyên sâu các sản phẩm vonfram của MTC được khấu hao theo phương pháp khấu hao theo sản lượng. Tổng sản lượng sản xuất ước tính mà tài sản cố định hữu hình được khấu hao trên cơ sở sản lượng như sau:

	Tấn Vonfram
Nhà máy ST	171.865
Nhà máy APT	166.990

*Tài sản khác*

Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của tài sản cố định hữu hình. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

■ Nhà cửa và vật kiến trúc	4 - 50 năm
■ Nâng cấp tài sản thuê	3 - 5 năm
■ Máy móc và thiết bị	2 - 25 năm
■ Phương tiện vận chuyển	3 - 25 năm
■ Thiết bị văn phòng và tài sản khác	3 - 25 năm
■ Tài sản khai khoáng khác	26 năm

Tài sản cố định đã hoàn thành và đưa vào sử dụng trước khi quyết toán chi phí xây dựng được ghi nhận theo nguyên giá tạm tính. Khi các chi phí xây dựng được quyết toán và phê duyệt, nguyên giá tạm tính sẽ được điều chỉnh theo chi phí quyết toán và khấu hao lũy kế sẽ không được điều chỉnh. Khấu hao sau đó được tính theo nguyên giá được duyệt trừ đi giá trị hao mòn lũy kế cho giai đoạn trước khi quyết toán tài sản cố định được duyệt, chia cho thời gian khấu hao còn lại của tài sản cố định theo các quy định có liên quan.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## (h) Tài sản cố định vô hình

(i) Quyền sử dụng đất  
Quyền sử dụng đất lâu dài được phản ánh theo nguyên giá và không tính khấu hao. Quyền sử dụng đất có thời hạn được phản ánh theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của quyền sử dụng đất bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc có được quyền sử dụng đất. Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 50 năm. Giá trị hợp lý của quyền sử dụng đất phát sinh từ hợp nhất kinh doanh được xác định theo phương pháp so sánh trực tiếp bằng cách so sánh giá tham khảo/giá giao dịch gần nhất của bất động sản tương tự trong cùng khu vực.

(ii) Phần mềm máy vi tính  
Nguyên giá của phần mềm máy vi tính bao gồm:

- Giá mua của phần mềm máy vi tính mới mà phần mềm này không phải là một bộ phận gắn kết với phần cứng có liên quan thì được vốn hóa và hạch toán như tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của phần mềm máy vi tính được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 2 đến 10 năm; và
- Chi phí tự phát triển phần mềm máy vi tính được vốn hóa trong giai đoạn phát triển phần mềm nếu thỏa mãn các tiêu chí sau:
  - Các chi phí này phát sinh liên quan trực tiếp ở giai đoạn phát triển phần mềm;
  - Tập đoàn có dự kiến hoàn thành phần mềm được xây dựng rõ ràng từ chương trình thiết kế, mô hình liệt kê các hoạt động cần thiết cho việc hoàn thành giai đoạn phát triển và dự định hoàn thành dự án sau giai đoạn phát triển;
  - Tập đoàn có khả năng triển khai và sử dụng phần mềm sau giai đoạn phát triển;
  - Tập đoàn có đầy đủ nguồn lực về kỹ thuật, tài chính và nhân sự để hoàn tất các giai đoạn phát triển phần mềm; và
  - Tập đoàn có thể xác định được chi phí phát sinh

liên quan đến giai đoạn phát triển phần mềm một cách đáng tin cậy.

(iii) Chi phí triển khai  
Chi phí triển khai bao gồm:

- Chi phí cho các hoạt động triển khai mà thông qua các hoạt động này các kết quả nghiên cứu được áp dụng vào việc lập kế hoạch hoặc thiết kế các quy trình sản xuất và sản xuất các sản phẩm mới hoặc được cải tiến đáng kể, sẽ được vốn hóa nếu sản phẩm hoặc quy trình sản xuất đó khả thi về mặt kỹ thuật và thương mại và Tập đoàn có đủ nguồn lực để hoàn tất việc triển khai. Các chi phí triển khai được vốn hóa bao gồm nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và một phần chi phí chung được phân bổ thích hợp. Các chi phí triển khai khác được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất như là một khoản chi phí trong năm khi các chi phí này phát sinh.
- Các hoạt động triển khai mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của các hoạt động triển khai có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó. Giá trị hợp lý của các hoạt động triển khai được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 16 năm.

(iv) Thương hiệu  
Thương hiệu mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của thương hiệu phát sinh khi hợp nhất kinh doanh được ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 9 đến 30 năm.

Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ việc hợp nhất kinh doanh được tính bằng việc chiết khấu các khoản tiền bản quyền mà doanh nghiệp tiết kiệm được từ việc sở hữu thương hiệu đó.

(v) Quan hệ khách hàng  
Quan hệ khách hàng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con, được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của quan hệ khách hàng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 5 đến 36 năm.

Giá trị hợp lý của quan hệ khách hàng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(vi) Tài nguyên nước khoáng  
Tài nguyên nước khoáng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 37 năm.

Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng cách sử dụng phương pháp so sánh trực tiếp hoặc phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn. Phương pháp so sánh trực tiếp ước tính giá trị của tài nguyên nước khoáng bằng cách so sánh với giá tham khảo/giao dịch gần nhất của tài nguyên nước khoáng tương tự trong cùng một vùng. Đối với phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, giá trị của tài nguyên nước khoáng được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(vii) Quyền khai thác khoáng sản  
Quyền khai thác khoáng sản được tính dựa trên trữ lượng khai thác còn lại nhân với đơn giá do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công bố theo Nghị định số 67/2019/NĐ-CP ngày 31 tháng

7 năm 2019 (“Nghị định 67”) có hiệu lực từ ngày 15 tháng 9 năm 2019, thay thế cho Nghị định số 203/2013/NĐ/CP ngày 28 tháng 11 năm 2013. Nguyên giá của quyền khai thác khoáng sản được phản ánh theo giá trị hiện tại của tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và được vốn hóa và hạch toán là tài sản cố định vô hình. Quyền khai thác khoáng sản được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên vòng đời kinh tế của trữ lượng khoáng sản của mỏ và phần tài nguyên có khả năng trở thành trữ lượng mỏ.

(viii) Công nghệ  
Công nghệ mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của công nghệ được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 5 đến 31 năm.

Giá trị hợp lý của công nghệ có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định dựa vào phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(ix) Quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng  
Chi phí để có được quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 4 đến 30 năm.

(x) Giấy phép  
Giấy phép mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của giấy phép được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là 12 năm.

Giá trị hợp lý của giấy phép có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

## (i) Bất động sản đầu tư

(i) Nguyên giá Bất động sản đầu tư cho thuê được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của bất động sản đầu tư cho thuê bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc đưa tài sản đến điều kiện cần thiết để tài sản có thể hoạt động theo cách thức đã dự kiến bởi Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con. Các chi phí phát sinh sau khi bất động sản đầu tư cho thuê đã được đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa và bảo trì được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà các chi phí này phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính thu được từ bất động sản đầu tư cho thuê vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hóa như một khoản nguyên giá tăng thêm của bất động sản đầu tư cho thuê.

(ii) Khấu hao Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của bất động sản đầu tư. Không tính khấu hao đối với quyền sử dụng đất lâu dài. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

- Nhà cửa 20 - 60 năm
- Cơ sở hạ tầng 5 - 20 năm

## (j) Xây dựng cơ bản dở dang

Xây dựng cơ bản dở dang phản ánh các khoản chi phí heo giống, chi phí xây dựng và máy móc chưa được hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong và tài sản khoáng sản chưa khai thác. Không tính khấu hao cho xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình nuôi heo giống, xây dựng, lắp đặt và thử nghiệm.

Tài sản khoáng sản chưa khai thác bao gồm giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản, các chi phí liên quan đến việc triển khai trữ lượng này đã phát sinh trong hợp nhất kinh doanh và các chi phí triển khai phát sinh sau này. Những tài sản này đủ điều kiện để được vốn hóa khi trữ lượng khoáng sản liên quan đã được chứng minh là có tính khả thi về lợi ích kinh tế và kỹ thuật. Những tài sản này ban đầu được ghi nhận theo giá trị hợp lý như một phần của giao dịch hợp nhất kinh doanh và các chi phí triển khai liên quan đến việc khai thác sau đó sẽ được vốn hóa sau khi cần trừ tiền thu về từ việc bán khoáng sản khai thác trong giai đoạn triển khai. Sau khi hoàn tất công tác triển khai, mà thời điểm xác định là khi sản phẩm có thể bán bắt đầu được khai thác từ mỏ, tất cả các tài sản này được phân loại thành “máy móc và thiết bị” và “tài sản khai khoáng khác” trong tài sản cố định hữu hình hoặc chi phí trả trước dài hạn.

## (k) Chi phí trả trước dài hạn

(i) Chi phí khai thác khoáng sản khác Căn cứ hướng dẫn tại Công văn số 12727/BTC-TCĐN ngày 14 tháng 9 năm 2015 của Bộ Tài chính về việc ghi nhận các chi phí liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản là chi phí trả trước dài hạn thuộc tài sản dài hạn.

Chi phí khai thác khoáng sản khác bao gồm:

- Chi phí thăm dò, đánh giá và phát triển mỏ (bao gồm chi phí bóc đất đá phát triển mỏ); và
- Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất (như được nêu dưới đây trong phần “Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ”).

### Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ

Hoạt động khai thác mỏ lộ thiên đòi hỏi phải bóc lớp đất đá phủ bên trên và các loại phế liệu khác để tiếp cận thân quặng cần khai thác. Chi phí bóc đất đá phát sinh trong quá trình phát triển mỏ (chi phí bóc đất đá phát triển mỏ) được ghi nhận vào chi phí xây dựng mỏ. Toàn bộ chi phí bóc đất đá phát triển mỏ phát sinh trong giai đoạn xây dựng được kết chuyển vào chi phí khai thác khoáng sản khác.

Chi phí loại bỏ đất đá trong giai đoạn sản xuất của mỏ (chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất) được giữ lại chờ phân bổ khi chi phí này làm phát sinh lợi ích trong tương lai:

- Khi Tập đoàn chắc chắn thu được lợi ích kinh tế trong tương lai;
- Khi có thể xác định được thành phần của phần thân quặng mà khả năng tiếp cận đã được cải thiện; và
- Khi các chi phí phát sinh có thể được tính toán được một cách đáng tin cậy.

Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất được phân bổ giữa hàng tồn kho và chi phí trả trước dài hạn dựa trên tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời mỏ của các thành phần xác định được của thân quặng.

Tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời của mỏ là tỷ lệ giữa tổng lượng đất đá và phế liệu ước tính phải bóc trên tổng lượng quặng ước tính có thể thu hồi được lợi ích kinh tế trong suốt vòng đời mỏ của các thành phần xác định được của thân quặng. Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất được ghi nhận thành chi phí trả trước dài hạn khi tỷ lệ bóc đất đá thực tế của kỳ hiện tại cao hơn tỷ lệ bóc đất đá trung bình trong vòng đời của mỏ.

Chi phí bóc đất đá trong quá trình phát triển mỏ và sản xuất được phân bổ một cách có hệ thống dựa trên trữ lượng khoáng sản và tài nguyên dự kiến có thể chuyển đổi thành trữ lượng khoáng sản của các thành phần của phần thân quặng có liên quan.

Trong năm, NPM, một công ty con của Tập đoàn, đã thay đổi ước tính về trữ lượng và tài nguyên khoáng sản làm cơ sở để tính toán và phân bổ chi phí bóc đất đá trong quá trình phát triển mỏ và sản xuất. Sự thay đổi ước tính được dựa trên kết quả đánh giá kỹ thuật của chuyên gia khai mỏ về trữ lượng khoáng sản trong khu vực dự án Núi Pháo và phần tài nguyên dự kiến có thể chuyển đổi thành trữ lượng khoáng sản như được trình bày tại Thuyết minh 3(g)(ii). Sự thay đổi này đã làm giảm chi phí phân bổ trong năm với số tiền là 32.299 triệu VND.

(ii) Chi phí đất trả trước Chi phí đất trả trước bao gồm tiền thuê đất trả trước, kể cả các khoản liên quan đến đất thuê mà Tập đoàn đã nhận được giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nhưng không đủ điều kiện ghi nhận tài sản cố định vô hình theo Thông tư số 45/2013/TT-BTC do Bộ Tài chính ban hành ngày 25 tháng 4 năm 2013 hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng và trích khấu hao tài sản cố định, và các chi phí phát sinh khác liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất từ 35 đến 50 năm.

(iii) Chi phí bồi thường đất Chi phí bồi thường đất bao gồm các chi phí phát sinh liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất..

(iv) Công cụ và dụng cụ Công cụ và dụng cụ bao gồm các tài sản Tập đoàn nắm giữ để sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh bình thường, với nguyên giá của mỗi tài sản thấp hơn 30 triệu VND và do đó không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định theo quy định hiện hành.

Công cụ và dụng cụ được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn hữu dụng ước tính là từ trên 1 đến 3 năm.

(v) Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước bao gồm giá trị thương hiệu và giá trị tiềm năng phát triển. Giá trị thương hiệu được xác định trên cơ sở các chi phí thực tế cho việc tạo dựng và bảo vệ nhãn hiệu, tên thương mại trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp trước thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp 5 năm (bao gồm chi phí thành lập doanh

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

ngành, chi phí đào tạo nhân viên, chi phí quảng cáo, tuyên truyền trong và ngoài nước để quảng bá, giới thiệu sản phẩm, giới thiệu công ty, xây dựng trang web). Giá trị tiềm năng phát triển được đánh giá trên cơ sở khả năng sinh lời của doanh nghiệp trong tương lai khi so sánh tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp với lãi suất trái phiếu Chính phủ có kỳ hạn 5 năm. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm kể từ khi doanh nghiệp chính thức chuyển thành công ty cổ phần (được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh công ty cổ phần lần đầu).

(vi) Heo giống  
Heo giống với nguyên giá mỗi con thấp hơn 30 triệu VND được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ trên 1 đến 3 năm. Chi phí phân bổ heo giống có liên quan trực tiếp đến việc chăn nuôi heo thịt trong sản phẩm dở dang được vốn hóa vào giá gốc của sản phẩm dở dang.

(vii) Chi phí trả trước dài hạn khác  
Chi phí trả trước dài hạn khác bao gồm chi phí trước hoạt động và các chi phí trả trước khác được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính.

## (l) Lợi thế thương mại

Lợi thế thương mại phát sinh từ việc hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung do mua lại công ty con và công ty liên kết.

Lợi thế thương mại được phản ánh theo giá gốc trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Giá gốc của lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua. Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm. Giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được ghi giảm xuống bằng giá trị có thể thu hồi khi Ban Tổng Giám đốc xác định khoản lợi thế thương mại không thể thu hồi toàn bộ.

Đối với các khoản đầu tư vào công ty liên kết, giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại được bao gồm trong giá trị ghi sổ của khoản đầu tư và không được phân bổ.

## (m) Các khoản phải trả

Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được phản ánh theo giá gốc.

## (n) Dự phòng

Dự phòng được ghi nhận nếu, do kết quả của một sự kiện trong quá khứ, Tập đoàn có nghĩa vụ pháp lý hiện tại hoặc nghĩa vụ liên đới có thể ước tính một cách tin cậy, và chắc chắn sẽ làm giảm sút các lợi ích kinh tế trong tương lai để thanh toán các khoản nợ phải trả do nghĩa vụ đó. Dự phòng được xác định bằng cách chiết khấu các dòng tiền dự kiến phải trả trong tương lai với tỷ lệ chiết khấu trước thuế phản ánh được sự đánh giá hiện tại của thị trường về giá trị thời gian của đồng tiền và những rủi ro cụ thể với khoản nợ phải trả đó.

(i) Quyền khai thác mỏ  
Theo quy định của Luật khoáng sản năm 2010, NPM, một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước tiền cấp quyền khai thác mỏ. Tiền cấp quyền khai thác được tính trên cơ sở trữ lượng còn lại có thể khai thác và giá tính tiền cấp quyền khai thác, được xác định theo giá tính thuế tài nguyên theo các văn bản pháp luật về thuế tài nguyên tại thời điểm xác định tiền cấp quyền khai thác là Nghị định 67.

Giá tính thuế tài nguyên do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công bố. Phương pháp quy đổi dựa vào các thông số khác nhau của hệ số quy đổi theo hướng dẫn của Nghị định 67.

(ii) Phục hồi môi trường mỏ  
Hoạt động khai thác và chế biến khoáng sản của Tập đoàn làm phát sinh nghĩa vụ đóng cửa mỏ hoặc phục hồi môi trường mỏ. Hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ có thể bao gồm việc giải bản mỏ và tháo dỡ thiết bị; phục hồi mặt bằng đất và khu vực khai thác. Phạm vi công việc phải thực hiện và các chi phí liên quan tùy thuộc vào các quy định của Bộ Tài nguyên và Môi trường (“Bộ TNMT”) và các chính sách môi trường của Tập đoàn theo Báo cáo Tác động Môi trường.

Dự phòng chi phí của mỗi chương trình đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được ghi nhận tại thời điểm xảy ra ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường. Khi mức độ ảnh hưởng tiêu cực tăng lên trong suốt thời gian hoạt động, thì khoản dự phòng sẽ tăng lên tương ứng. Chi phí được tính vào khoản dự phòng bao gồm tất cả chi phí liên quan đến các hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ dự kiến và dự phòng sẽ được trích lập trong suốt thời gian khai thác, chế biến khoáng sản tương ứng với mức độ ảnh hưởng đến môi trường tại ngày kế thúc kỳ kế toán năm.

Trong trường hợp hoạt động phục hồi môi trường mỏ được tiến hành một cách có hệ thống trong suốt thời gian hoạt động, chứ không phải tại thời điểm đóng cửa, dự phòng được trích lập cho công việc phục hồi liên tục còn tồn đọng ước tính tại ngày báo cáo và chi phí được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các chi phí vận hành thông thường có thể ảnh hưởng đến các hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ sau này, như xử lý chất thải được tiến hành như một phần không thể tách rời của quá trình khai thác hoặc sản xuất, không được bao gồm trong dự phòng. Chi phí phát sinh từ các trường hợp không dự kiến trước được, như ô nhiễm do chất thải ngoài kế hoạch, được ghi nhận là chi phí và nợ phải trả khi sự kiện làm phát sinh nghĩa vụ có thể xảy ra và chi phí có khả năng ước tính đáng tin cậy.

Thời gian đóng cửa thực tế và chi phí phục hồi môi trường mỏ phụ thuộc vào vòng đời của mỏ. Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được xác định bằng cách chiết

khấu các dòng tiền dự kiến trong tương lai về giá trị hiện tại và được xác định theo xác suất ước tính của các dòng có thể tiền phát sinh đối với mỗi hoạt động khai thác. Các xét đoán và ước tính trọng yếu được sử dụng để hình thành dự kiến về các hoạt động trong tương lai và giá trị và thời gian của dòng tiền liên quan. Những dự kiến này được hình thành dựa trên yêu cầu về môi trường và pháp lý hiện hành làm phát sinh một nghĩa vụ liên đới.

Khi dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được ghi nhận lần đầu, chi phí tương ứng được vốn hóa như một tài sản nếu nghĩa vụ về đóng cửa và phục hồi môi trường là không thể tránh khỏi đối với việc xây dựng tài sản. Chi phí đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ đã vốn hóa được ghi nhận vào tài sản khai thác khoáng sản khác và được khấu hao sau đó. Chênh lệch về giá trị của khoản dự phòng tăng lên theo thời gian do ảnh hưởng của việc chiết khấu đến giá trị hiện tại, được ghi nhận là chi phí tài chính.

Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ sẽ được điều chỉnh theo các thay đổi về ước tính. Các điều chỉnh này sẽ được hạch toán như là thay đổi trong chi phí được vốn hóa tương ứng, trừ trường hợp số giảm dự phòng cao hơn chi phí được vốn hóa chưa được trích khấu hao của các tài sản liên quan, khi đó chi phí được vốn hóa được giảm xuống bằng không và phần chênh lệch còn lại được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các thay đổi về chi phí được vốn hóa dẫn đến thay đổi về chi phí khấu hao trong tương lai. Các thay đổi về giá trị và thời gian ước tính của các dòng tiền trong tương lai đối với hoạt động đóng cửa và phục hồi mỏ là một sự kiện bình thường phù hợp với các xét đoán và ước tính quan trọng liên quan.

(iii) Dự phòng trợ cấp thôi việc  
Theo Bộ luật Lao động Việt Nam, khi nhân viên làm việc cho công ty từ 12 tháng trở lên (“nhân viên đủ điều kiện”) tự nguyện chấm dứt hợp đồng lao động của mình thì bên sử dụng lao động phải thanh toán tiền trợ cấp thôi việc cho nhân viên đó tính dựa trên số năm làm việc và mức lương tại thời điểm thôi việc của nhân viên đó. Dự phòng trợ cấp thôi việc được lập trên cơ sở số năm nhân viên làm

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

việc cho Tập đoàn và mức lương bình quân của họ trong vòng sáu tháng trước ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Cho mục đích xác định số năm làm việc của nhân viên, thời gian nhân viên đã tham gia bảo hiểm thất nghiệp theo quy định của pháp luật và thời gian làm việc đã được Tập đoàn chi trả trợ cấp thôi việc được loại trừ.

(iv) Trợ cấp hưu trí  
Trợ cấp hưu trí là các khoản phúc lợi khi nghỉ hưu và được phân loại thành quỹ với mức đóng góp xác định hoặc quỹ với mức trợ cấp xác định.

Với quỹ với mức đóng góp xác định, Tập đoàn sẽ phải đóng góp một khoản tiền cố định vào một quỹ riêng. Nhân viên sẽ nhận được khoản tiền trợ cấp hưu trí trong tương lai dựa trên số tiền đã đóng và thu nhập mang lại từ việc đầu tư của quỹ riêng này. Tập đoàn không có nghĩa vụ pháp lý hay nghĩa vụ liên đới phải chi trả thêm khoản đóng góp nào nếu quỹ đó không có đủ tài sản để chi trả cho tất cả nhân viên khoản trợ cấp liên quan đến thời gian làm việc của nhân viên trong năm hiện tại và trước đó. Các khoản đóng góp của Tập đoàn cho quỹ với mức đóng góp xác định sẽ được ghi nhận là chi phí trong năm được chi trả.

Với quỹ với mức trợ cấp xác định, nhân viên sẽ nhận được một khoản trợ cấp hưu trí xác định khi nghỉ hưu, khoản trợ cấp thường phụ thuộc vào một hoặc nhiều yếu tố như tuổi tác, số năm làm việc và lương thưởng tại thời điểm nghỉ hưu. Dự phòng phải trả cho quỹ với mức trợ cấp xác định được xác định bằng giá trị hiện tại của nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định được tính toán hàng năm bởi các chuyên gia độc lập. Giá trị hiện tại của nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định được ước tính bằng cách chiết khấu dòng tiền phải trả ước tính trong tương lai sử dụng lãi suất của trái phiếu doanh nghiệp chất lượng cao AA với thời hạn tương tự thời hạn phải trả các khoản trợ cấp này, thể hiện bằng đơn vị tiền tệ mà khoản trợ cấp sẽ được thanh toán. Tập đoàn xác định chi phí lãi thuần trên nợ phải trả/(tài sản) phúc lợi thuần xác định trong năm bằng cách áp dụng tỷ lệ chiết khấu được sử dụng để đo lường

nghĩa vụ phúc lợi xác định vào đầu kỳ kế toán đối với nợ phải trả phúc lợi thuần xác định, có tính đến bất kỳ những thay đổi trong nghĩa vụ phúc lợi thuần được xác định trong năm do các khoản đóng góp. Chi phí lãi thuần và các chi phí khác liên quan đến các quỹ lợi ích xác định được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Việc xác định nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định còn bao gồm ước tính dòng tiền tương lai, tỷ lệ nghỉ việc của nhân viên, tỷ lệ tử vong và tỷ lệ tăng lương trong tương lai.

Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, bao gồm chênh lệch tăng giảm do định giá thông kê và thuế thu nhập hoãn lại liên quan, được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

## (o) Trái phiếu phát hành

Trái phiếu thường  
Tại thời điểm ghi nhận ban đầu, trái phiếu được xác định theo giá gốc bao gồm khoản tiền thu được từ việc phát hành trái phiếu trừ đi chi phí phát hành. Các khoản chiết khấu, phụ trội và chi phí phát hành được phân bổ dần theo phương pháp đường thẳng trong suốt kỳ hạn của trái phiếu.

## (p) Thuế

Thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận hoặc lỗ của năm bao gồm thuế thu nhập hiện hành và thuế thu nhập hoãn lại. Thuế thu nhập doanh nghiệp được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất ngoại trừ trường hợp có các khoản thuế thu nhập liên quan đến các khoản mục được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu, thì khi đó các thuế thu nhập này cũng được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu.

Thuế thu nhập hiện hành là khoản thuế dự kiến phải nộp dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm, sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm, và các khoản điều chỉnh thuế phải nộp liên quan đến những năm trước.

Thuế thu nhập hoãn lại được tính theo phương pháp bảng cân đối kế toán cho các chênh lệch tạm thời giữa giá trị ghi sổ cho mục đích báo cáo tài chính và giá trị sử dụng cho mục đích tính thuế của các khoản mục tài sản và nợ phải trả. Giá trị của thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận dựa trên cách thức dự kiến thu hồi hoặc thanh toán giá trị ghi sổ của các khoản mục tài sản và nợ phải trả sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực hoặc cơ bản có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chỉ được ghi nhận trong phạm vi chắc chắn có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các chênh lệch tạm thời này có thể sử dụng được. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại được ghi giảm trong phạm vi không còn chắc chắn là các lợi ích về thuế liên quan này sẽ sử dụng được.

## (q) Vốn chủ sở hữu

(i) Vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần  
Cổ phiếu phổ thông được phân loại như vốn chủ sở hữu. Phần chênh lệch tăng do giá phát hành cổ phiếu cao hơn mệnh giá được ghi nhận vào thặng dư vốn cổ phần. Chi phí liên quan trực tiếp đến việc phát hành cổ phiếu phổ thông, trừ đi ảnh hưởng thuế, được ghi nhận là khoản giảm thặng dư vốn cổ phần.

(ii) Vốn khác của chủ sở hữu  
Các thỏa thuận phát hành một số lượng cổ phiếu nhất định vào một ngày ấn định trong tương lai, được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý tại ngày của các thỏa thuận và được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu nếu không tồn tại các thỏa thuận thay thế nào khác.

## (r) Doanh thu

(i) Doanh thu bán hàng  
Doanh thu bán hàng được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất khi phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu sản phẩm hoặc hàng hoá được chuyển giao cho người mua. Đối với doanh thu bán khoáng sản, giá bán thường được xác định sơ bộ tại ngày

ghi nhận doanh thu và ngày điều chỉnh giá bán phát sinh sau đó dựa trên biến động giá niêm yết trên thị trường hoặc giá theo hợp đồng cho đến ngày định giá chính thức. Khoảng thời gian giữa thời điểm ghi nhận doanh thu sơ bộ và thời điểm định giá chính thức thường là từ 30 đến 60 ngày, tuy nhiên một số trường hợp có thể lên đến 90 ngày. Doanh thu ghi nhận sơ bộ được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý ước tính của tổng giá trị các khoản phải thu. Trong trường hợp các điều kiện trong hợp đồng mua bán cho phép điều chỉnh giá bán dựa trên bản khảo sát hàng hóa của khách hàng, kết quả phân tích được lập bởi một bên thứ ba sẽ được sử dụng, trừ khi bản khảo sát của khách hàng nằm trong phạm vi sai sót đã được quy định trong hợp đồng, khi đó doanh thu được ghi nhận dựa trên bản phân tích chất lượng sản phẩm gần nhất.

Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu hoặc liên quan tới khả năng hàng bán bị trả lại. Doanh thu bán hàng được ghi nhận theo giá trị thuần sau khi khấu trừ chiết khấu bán hàng đã tính trên hóa đơn.

(ii) Doanh thu cung cấp dịch vụ  
Doanh thu cung cấp dịch vụ được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo tỷ lệ phần trăm hoàn thành của giao dịch. Tỷ lệ phần trăm hoàn thành công việc được đánh giá dựa trên khảo sát các công việc đã được thực hiện. Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu.

(ii) Doanh thu cho thuê  
Doanh thu cho thuê tài sản trong hợp đồng thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng cho thuê được ghi nhận như là một bộ phận hợp thành của tổng doanh thu cho thuê trong suốt thời hạn của hợp đồng thuê.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

## (s) Doanh thu hoạt động tài chính và chi phí tài chính

- (i) Doanh thu hoạt động tài chính  
Doanh thu hoạt động tài chính bao gồm lãi tiền gửi, lãi từ các khoản cho vay và chứng khoán kinh doanh; lãi từ thanh lý các khoản đầu tư; lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái và các thu nhập tài chính khác. Thu nhập lãi được ghi nhận theo tỷ lệ tương ứng với thời gian dựa trên số dư gốc và lãi suất áp dụng.
- (ii) Chi phí tài chính  
Chi phí tài chính bao gồm chi phí lãi vay từ các khoản vay, trái phiếu và các khoản đặt cọc; chi phí vay và phát hành trái phiếu được phân bổ (sau đây được gọi chung là “chi phí đi vay”); lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái và các chi phí tài chính khác. Chi phí đi vay được ghi nhận là chi phí trong năm khi chi phí này phát sinh, ngoại trừ trường hợp chi phí đi vay liên quan đến các khoản vay cho mục đích hình thành tài sản cố định hữu hình đủ điều kiện vốn hóa chi phí đi vay thì khi đó chi phí đi vay phát sinh trong suốt thời gian hình thành tài sản sẽ được vốn hóa và ghi vào nguyên giá các tài sản này.

## (t) Thuê tài sản

- (i) Tài sản thuê  
Các hợp đồng thuê được phân loại là thuê tài chính nếu theo các điều khoản của hợp đồng, Tập đoàn, với tư cách là bên đi thuê, đã nhận phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu. Tài sản cố định hữu hình dưới hình thức thuê tài chính được thể hiện bằng số tiền tương đương với số thấp hơn giữa giá trị hợp lý của tài sản cố định và giá trị hiện tại của các khoản tiền thuê tối thiểu, tính tại thời điểm bắt đầu thuê, trừ đi giá trị hao mòn lũy kế.

Khấu hao của tài sản thuê tài chính được hạch toán theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian ngắn hơn giữa thời hạn thuê và thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính trừ khi chắc chắn là Tập đoàn sẽ có quyền sở hữu tài sản khi hết hạn hợp đồng thuê. Thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính nhất quán với tài sản cố định hữu hình được nêu trong Thuyết minh 3(g).

Các tài sản thuê theo các hợp đồng thuê khác được phân loại là thuê hoạt động và không được ghi nhận trên bảng cân đối kế toán hợp nhất.

- (ii) Các khoản thanh toán tiền thuê  
Các khoản thanh toán tiền thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng đi thuê được ghi nhận như là một bộ phận hợp thành của tổng chi phí thuê, trong suốt thời hạn thuê.

Các khoản thanh toán tiền thuê tài sản thuê tài chính được chia tách thành chi phí tài chính và khoản trả nợ gốc thuê tài chính. Chi phí tài chính phải được tính theo từng kỳ kế toán trong suốt thời hạn thuê để đạt tới một tỷ lệ lãi suất định kỳ cố định trên số dư nợ gốc còn lại.

## (u) Lãi trên cổ phiếu

Tập đoàn trình bày lãi cơ bản và lãi suy giảm trên cổ phiếu (“EPS”) cho các cổ phiếu phổ thông. Lãi cơ bản trên cổ phiếu được tính bằng cách lấy lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty (sau khi đã trừ đi khoản phân bổ vào quỹ khen thưởng và phúc lợi cho kỳ kế toán năm) chia cho số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền lưu hành trong năm. Lãi suy giảm trên cổ phiếu được xác định bằng cách điều chỉnh lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân đang lưu hành có tính đến các ảnh hưởng của cổ phiếu phổ thông tiềm năng.

Trong năm, Công ty không có các cổ phiếu phổ thông tiềm năng, do vậy Công ty không trình bày lãi suy giảm trên cổ phiếu.

## (v) Báo cáo bộ phận

Một bộ phận là một hợp phần có thể xác định riêng biệt được của Tập đoàn khi tham gia vào việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan (bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh), hoặc cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ

trong một môi trường kinh tế cụ thể (bộ phận chia theo khu vực địa lý), mỗi bộ phận này chịu rủi ro và thu được lợi ích khác biệt với các bộ phận khác. Mẫu báo cáo bộ phận chính yếu và thứ yếu của Tập đoàn được lập lần lượt theo hoạt động kinh doanh và theo khu vực địa lý.

## (w) Các bên liên quan

Các bên được coi là bên liên quan của Tập đoàn nếu một bên có khả năng, trực tiếp hoặc gián tiếp, kiểm soát bên kia hoặc gây ảnh hưởng đáng kể tới bên kia trong việc ra các quyết định tài chính và hoạt động, hoặc khi Tập đoàn và bên kia cùng chịu sự kiểm soát chung hoặc ảnh hưởng đáng kể chung. Các bên liên quan có thể là các công ty hoặc các cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được coi là bên liên quan.

## (x) Kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên

Cổ phiếu phát hành cho nhân viên theo kế hoạch về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên được phát hành theo giá quy định trong Nghị quyết của Hội đồng Quản trị.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

Tập đoàn có năm (5) bộ phận, như được trình bày dưới đây, là các hoạt động kinh doanh chiến lược của Tập đoàn. Các hoạt động kinh doanh chiến lược này đem đến các dịch vụ và sản phẩm khác nhau, và được quản lý theo phương pháp riêng vì các hoạt động này đòi hỏi các chiến lược tiếp thị và công nghệ khác nhau. Đối với từng hoạt động kinh doanh chiến lược, Ban Tổng Giám đốc của Tập đoàn soát xét các báo cáo quản lý nội bộ định kỳ.

Tập đoàn nắm giữ các bộ phận kinh doanh sau đây thông qua nhóm công ty con riêng:

- Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu
- MEATLife: chuỗi giá trị thịt
- Vật liệu công nghệ cao
- Bán lẻ tiêu dùng
- Khác: dịch vụ tài chính, dịch vụ viễn thông, chuỗi bán lẻ đồ ăn và thức uống và các dịch vụ khác

## (a) Báo cáo theo bộ phận kinh doanh

	Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Loại trừ		Tổng	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Doanh thu bán hàng ra bên ngoài	27.500.834	26.819.469	5.001.712	3.004.511	14.093.253	15.549.548	29.894.724	29.237.912	1.761.096	1.577.785	-	-	78.251.619	76.189.225
Doanh thu giữa các bộ phận	1.565.647	1.284.020	1.982.731	1.780.060	-	-	159.503	137.016	689.147	38.857	(4.397.028)	(3.239.953)	-	-
Lợi nhuận gộp của bộ phận	12.993.895	10.903.130	846.188	321.879	784.276	2.376.906	6.869.451	6.507.907	627.302	925.202	-	-	22.121.112	21.035.024
Kết quả kinh doanh của bộ phận	6.589.010	5.517.687	(234.245)	(455.952)	(82.726)	1.349.841	(655.186)	(1.025.947)	2.788.280	3.963.007	-	-	8.405.133	9.348.636
Chi phí không phân bổ thuần													(6.535.206)	(4.594.252)
<b>Lợi nhuận thuần</b>													<b>1.869.927</b>	<b>4.754.384</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Tổng	
	31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Tài sản của bộ phận	37.198.492	28.610.561	9.223.291	9.938.529	39.846.461	40.964.993	21.432.683	20.726.133	33.191.309	28.800.403	140.892.236	129.040.619
Tài sản không phân bổ											6.491.236	12.302.196
<b>Tổng tài sản</b>											<b>147.383.472</b>	<b>141.342.815</b>
Nợ phải trả của bộ phận	14.641.011	11.860.939	7.254.785	7.297.134	21.724.716	24.774.892	12.801.432	15.198.042	3.218.018	867.341	59.639.962	59.998.348
Nợ phải trả không phân bổ											49.506.269	44.707.728
<b>Tổng nợ phải trả</b>											<b>109.146.231</b>	<b>104.706.076</b>

	2023		2022		2023		2022		2023		2022	
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Chi tiêu vốn	589.598	1.372.469	257.285	667.447	842.029	1.330.036	249.472	467.634	288.422	320.871	2.226.806	4.158.457
Chi tiêu vốn không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	1.990	6.864	1.990	6.864
Chi phí khấu hao	633.041	779.192	371.973	302.436	1.084.475	1.204.204	339.347	604.953	269.393	19.204	2.698.229	2.909.989
Chi phí khấu hao không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	4.506	5.072	4.506	5.072
Chi phí phân bổ	217.339	263.288	116.281	117.591	516.096	613.953	995.156	1.142.294	716.458	280.071	2.561.330	2.417.197
Chi phí phân bổ không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	3.420	2.383	3.420	2.383

## (b) Bộ phận theo khu vực địa lý

Dựa trên thông tin về vị trí địa lý của khách hàng và tài sản là ở Việt Nam ("Trong nước") hay ở các nước khác ngoài Việt Nam ("Nước ngoài"), Tập đoàn nắm giữ các bộ phận theo khu vực địa lý sau đây thông qua từng nhóm công ty con:

	Nước ngoài		Trong nước		Tổng	
	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Doanh thu thuần bán hàng ra bên ngoài	13.207.381	15.543.151	65.044.238	60.646.074	78.251.619	76.189.225
Chi tiêu vốn	125.430	118.775	2.103.366	4.046.546	2.228.796	4.165.321

	Nước ngoài		Trong nước		Tổng	
	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Tổng tài sản	12.251.735	13.993.318	135.131.737	127.349.497	147.383.472	141.342.815

## 5. HỢP NHẤT KINH DOANH

Vào ngày 5 tháng 7 năm 2023, HCS, một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty đã mua 100% lợi ích vốn chủ sở hữu của Chemitas GmbH (Germany) ("Chemitas"), một công ty được thành lập tại Đức, với tổng khoản thanh toán là 13 triệu EUR, bao gồm phí giao dịch, tương đương với 349.961 triệu VND.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B.09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Tại ngày hợp nhất kinh doanh, giá trị ghi sổ thuần của các tài sản và các nợ phải trả có thể xác định được của Chemitas như sau:

	Giá trị ghi nhận Triệu VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	338.149
Hàng tồn kho, thuần	42.309
Tài sản ngắn hạn khác	171.773
Tài sản cố định hữu hình, thuần	414.793
Tài sản cố định vô hình, thuần	49.902
Xây dựng cơ bản dở dang	21.071
Tài sản dài hạn khác	125.766
Nợ ngắn hạn	(132.564)
Nợ dài hạn	(564.131)
Tài sản thuần có thể xác định được	467.068
Tài sản thuần được hợp nhất	467.068
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	(117.107)
Giá phí hợp nhất kinh doanh	349.961
Tiền và các khoản tương đương tiền thu được từ hợp nhất kinh doanh	338.149
Tiền thuần đã chi	(11.812)

## 6. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Tiền mặt	50.183	101.525
Tiền gửi ngân hàng	3.089.519	1.574.013
Tiền đang chuyển	150.852	42.938
Các khoản tương đương tiền	6.833.961	12.134.624
	10.124.515	13.853.100

Các khoản tương đương tiền phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với kỳ hạn gốc không quá ba tháng kể từ ngày giao dịch.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, tiền gửi ngân hàng với giá trị ghi sổ là 479.258 triệu VND (1/1/2023: 23.056 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 20).

## 7. CÁC KHOẢN PHẢI THU

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, một phần của khoản phải thu ngắn hạn được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của một công ty con (Thuyết minh 20).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, trong khoản trả trước cho người bán của Tập đoàn bao gồm 341.797 triệu VND (1/1/2023: 650.754 triệu VND) liên quan đến các khoản trả trước mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác.

### (a) Phải thu về cho vay ngắn hạn

Các khoản cho vay ngắn hạn cấp cho các cổ đông sáng lập và đồng thời cũng là các nhân sự quản lý chủ chốt của một công ty con được đảm bảo bằng 7.170.640 cổ phần của công ty con nắm giữ bởi các cổ đông này, hưởng lãi suất là 12% một năm (1/1/2023: 12% một năm) và đáo hạn vào ngày 31 tháng 10 năm 2024.

### (b) Phải thu khác

Phải thu khác bao gồm:

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>Phải thu ngắn hạn khác</b>		
Đặt cọc ngắn hạn (*)	5.738.314	9.113.136
Phải thu từ thanh lý khoản đầu tư	1.606.669	-
Lãi phải thu	326.146	407.696
Tạm ứng cho nhân viên	15.218	25.475
Phải thu khác (**)	1.212.411	460.872
	<b>8.898.758</b>	<b>10.007.179</b>
<b>Phải thu dài hạn khác</b>		
Đặt cọc dài hạn (*)	9.538.896	429.170
Phải thu khác (***)	1.672.059	1.603.442
	<b>11.210.955</b>	<b>2.032.612</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(\*) Đặt cọc ngắn hạn và dài hạn lần lượt bao gồm 5.510.000 triệu VND và 9.086.740 triệu VND liên quan đến khoản đặt cọc ngắn hạn và dài hạn trả cho các đối tác để đầu tư như một phần của hoạt động quản lý nguồn vốn của Tập đoàn (1/1/2023: lần lượt là 9.015.000 triệu VND và không).

(\*\*) Trong khoản phải thu ngắn hạn khác bao gồm 788.003 triệu VND phải thu liên quan đến tiền cấp quyền khai thác khoáng sản ("TCQKTKS") của dự án khai thác mỏ Núi Pháo (1/1/2023: 241.979 triệu VND). Phải thu tiền cấp quyền khai thác khoáng sản tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 thể hiện tiền cấp quyền khai thác khoáng sản bổ sung của Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo ("NPM") – một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty cho giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2024 và phí hành chính liên quan mà NPM đã nộp cho cơ quan có thẩm quyền dựa trên tính toán tạm thời của Tổng cục Địa chất và Khoáng sản Việt Nam ("TCĐCKSVN") theo Công văn số 3724/ĐCKS-KTĐCKS ngày 28 tháng 12 năm 2018 ("Công văn 3724") và sau đó là tính toán của Bộ Tài nguyên và Môi trường ("Bộ TNMT") theo Quyết định số 1640/QĐ-BTNMT ban hành ngày 23 tháng 8 năm 2021 ("Quyết định 1640").

NPM không đồng ý với khoản tiền bổ sung này và cơ sở của Công văn 3724 vì Ban Giám đốc của NPM cho rằng công văn này là không hợp lý và không theo đúng các quy định hiện hành, bởi vì giá được sử dụng để tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản ("Giá tính TCQKTKS") được dựa trên giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm tài nguyên khoáng sản thay vì giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp. Theo quy định tại Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12 tháng 2 năm 2015 của Chính phủ và hướng dẫn tại Thông tư số 152/2015/TT-BTC ngày 2 tháng 10 năm 2015 của Bộ Tài chính về Thuế tài nguyên, nếu tài nguyên khai thác không bán ra mà phải qua sản xuất, chế biến mới bán ra, thì giá tính thuế tài nguyên là (=) giá bán sản phẩm công nghiệp trừ đi (-) chi phí chế biến phát sinh của công đoạn chế biến từ sản phẩm tài nguyên thành sản phẩm công nghiệp nhưng không thấp hơn giá tính thuế do Ủy ban Nhân dân ("UBND") cấp tỉnh quy định. Sản phẩm của NPM là sản phẩm công nghiệp mà giá để tính thuế tài nguyên được xác định theo giá cao hơn giữa giá bán trừ (-) chi phí chế biến và giá tính thuế do UBND tỉnh quy định. TCĐCKSVN đã không sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp; mà sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm tài nguyên khoáng sản – quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% <WO3 <0,3%). Trước ngày hiệu lực của Công văn 3724, NPM đã thanh toán TCQKTKS sử dụng ước tính giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp, theo Quyết định số 500/QĐ-BTNMT ("Quyết định 500") do Bộ TNMT ban hành ngày 4 tháng 3 năm 2015.

Vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định 1640 để phê duyệt TCQKTKS cho Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724 mặc dù giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định. Khi ban hành Quyết định 1640 này, Bộ TNMT tiếp tục sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng 0,1% < WO3 <0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp mà bất cập của việc sử dụng giá này đã được NPM nêu rõ trước đây. Theo Điểm 3 Điều 15 Nghị định 67, đối với những trường hợp đang tạm thu TCQKTKS, khi giá tính thuế tài nguyên do UBND cấp tỉnh ban hành đang có hiệu lực và đúng quy định về giá khoáng sản nguyên khai để tính TCQKTKS thì được áp dụng chính thức, thay thế giá tính TCQKTKS tạm thu trước đây. Ban Giám đốc của NPM đánh giá rằng vì giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định bởi UBND Tỉnh Thái Nguyên, Giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa phù hợp với quy định của pháp luật hiện hành.

NPM cũng đã có nhiều công văn gửi các cấp có thẩm quyền nêu rõ vấn đề và tìm hướng giải quyết phù hợp cho vấn đề TCQKTKS của NPM. Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 978/VPCP-KTTH ngày 8 tháng 2 năm 2021, Công văn số 5987/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 8 năm 2021 và tiếp đó là chỉ đạo bổ sung của Phó Thủ tướng Chính phủ tại Thông báo số 226/TB-VPCP ngày 16 tháng 6 năm 2023 ("Thông báo 226"), vấn đề TCQKTKS của NPM đang được Bộ Tài chính, Bộ TNMT và

UBND Tỉnh Thái Nguyên xem xét. Theo đó, TCQKTKS cho Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo sẽ được Bộ TNMT xác định lại sau khi (1) giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được ấn định và được UBND Tỉnh Thái Nguyên ban hành chính thức; và (2) khung giá tính thuế tài nguyên đối với quặng vonfram mỏ Núi Pháo do Bộ Tài chính ban hành và giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho quặng vonfram của NPM do UBND Tỉnh Thái Nguyên ban hành.

Như đề cập tại Thuyết minh 37 của báo cáo tài chính hợp nhất này, UBND Tỉnh Thái Nguyên, Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên và các cơ quan chức năng có liên quan hiện đang phối hợp làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho các sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM cho rằng bằng việc áp dụng giá được xác định trong Quyết định 500, NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về TCQKTKS và khoản tiền tạm nộp trên đây sẽ được hoàn lại hoặc bù trừ cho các khoản nợ phải trả về TCQKTKS trong tương lai dựa trên diễn giải của NPM về quy định pháp luật liên quan, bao gồm các quy định về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và quy định về thuế tài nguyên. Do đó, Tập đoàn đã ghi nhận khoản TCQKTKS nộp bổ sung và các khoản phí hành chính liên quan là khoản phải thu và chưa ghi nhận TCQKTKS tăng thêm theo Quyết định 1640 là nợ phải trả. Ban Giám đốc của NPM tin rằng khoản phải thu này sẽ được thu hồi khi giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định chính thức.

(\*\*\*) Phải thu dài hạn khác bao gồm khoản phải thu 1.228.947 triệu VND từ Ngân sách Nhà nước đối với chi phí bồi thường đất của Dự án Khai thác Khoáng sản Núi Pháo tại Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên (1/1/2023: 1.230.754 triệu VND). Khoản này sẽ được căn trừ với phí thuê đất hàng năm trong tương lai.

Biến động dự phòng phải thu khó đòi trong năm như sau:

	<b>2023</b> <b>Triệu VND</b>	<b>2022</b> <b>Triệu VND</b>
Số dư đầu năm	47.369	33.369
Dự phòng trích lập trong năm	733	17.394
Dự phòng sử dụng trong năm	(3.254)	(3.145)
Dự phòng hoàn nhập trong năm	(9.905)	(249)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>34.943</b>	<b>47.369</b>



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 8. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2023		1/1/2023	
	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND
Hàng mua đang đi đường	256.960	-	266.501	-
Nguyên vật liệu	1.989.099	(87.084)	2.393.413	(35.241)
Công cụ và dụng cụ	1.098.721	(28.422)	1.114.789	(10.372)
Sản phẩm dở dang	1.517.776	(69.288)	1.631.701	(30.643)
Thành phẩm	4.545.610	(104.637)	5.131.895	(58.630)
Hàng hóa	4.048.146	(31.575)	3.947.303	(54.050)
Hàng gửi đi bán	40.290	(728)	148.679	-
	<b>13.496.602</b>	<b>(321.734)</b>	<b>14.634.281</b>	<b>(188.936)</b>

Biến động của dự phòng giảm giá hàng tồn kho trong năm như sau:

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Số dư đầu năm	188.936	134.532
Dự phòng trích lập trong năm	271.985	166.848
Dự phòng sử dụng trong năm	(103.587)	(86.406)
Dự phòng hoàn nhập trong năm	(35.600)	(26.038)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>321.734</b>	<b>188.936</b>

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, một phần hàng tồn kho được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của một công ty con (Thuyết minh 20).

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 có 43.971 triệu VND (1/1/2023: 76.639 triệu VND) hàng tồn kho chậm luân chuyển.

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 có 3.041.609 triệu VND (1/1/2023: 2.081.953 triệu VND) hàng tồn kho được ghi nhận theo giá trị thuần có thể thực hiện được.

## 9. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Máy móc và thiết bị	Phương tiện vận chuyển	Thiết bị văn phòng và khác	Tài sản khai khoáng khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
<b>Nguyên giá</b>							
Số dư đầu năm	16.822.833	95.045	27.925.589	178.551	347.250	5.095.927	50.465.195
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	170.957	-	314.027	-	-	-	484.984
Tăng trong năm/điều chỉnh sau quyết toán	19.881	-	55.314	532	13.307	-	89.034
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	333.484	-	1.337.536	13.152	83.277	-	1.767.449
Chuyển từ/(sang) chi phí trả trước dài hạn	(602)	-	(1.055)	-	9.468	-	7.811
Chuyển từ chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	22	-	-	-	22
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	-	-	25.119	3.219	-	-	28.338
Chuyển từ hàng tồn kho	-	-	76.411	-	1.277	-	77.688
Thanh lý/xóa sổ	(9.775)	(39.778)	(130.184)	(24.562)	(30.597)	-	(234.896)
Phân loại lại	-	-	(18.128)	(63)	18.191	-	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	76.739	-	222.805	-	-	-	299.544
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>17.413.517</b>	<b>55.267</b>	<b>29.807.456</b>	<b>170.829</b>	<b>442.173</b>	<b>5.095.927</b>	<b>52.985.169</b>
<b>Khấu hao lũy kế</b>							
Số dư đầu năm	4.255.734	89.756	13.597.404	76.090	189.957	1.644.725	19.853.666
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	12.529	-	57.662	-	-	-	70.191
Khấu hao trong năm	790.526	2.781	1.646.070	22.336	31.418	120.459	2.613.590
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	-	(776)	-	(3.088)	-	(3.864)
Chuyển sang chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	(7)	-	-	-	(7)
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	-	-	13.806	2.161	-	-	15.967
Thanh lý/xóa sổ	(7.095)	(39.778)	(118.779)	(19.604)	(28.133)	-	(213.389)
Phân loại lại	-	-	(10.057)	(64)	10.121	-	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	21.676	-	158.637	-	-	-	180.313
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>5.073.370</b>	<b>52.759</b>	<b>15.343.960</b>	<b>80.919</b>	<b>200.275</b>	<b>1.765.184</b>	<b>22.516.467</b>
<b>Giá trị còn lại</b>							
Số dư đầu năm	12.567.099	5.289	14.328.185	102.461	157.293	3.451.202	30.611.529
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>12.340.147</b>	<b>2.508</b>	<b>14.463.496</b>	<b>89.910</b>	<b>241.898</b>	<b>3.330.743</b>	<b>30.468.702</b>

Trong tài sản cố định hữu hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 có các tài sản có nguyên giá 3.609.635 triệu VND (1/1/2023: 3.315.662 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, tài sản cố định hữu hình với giá trị còn lại là 12.956.782 triệu VND (1/1/2023: 14.739.139 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 10. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm máy vi tính	Chi phí triển khai	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Tài nguyên nước khoáng	Quyền khai thác khoáng sản	Quyền khai thác nguồn nước khoáng	Công nghệ	Khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
<b>Nguyên giá</b>											
Số dư đầu năm	3.819.867	1.006.231	712.652	3.587.638	3.716.729	412.698	792.657	2.104.642	76.957	145.129	16.375.200
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	8.178	29.550	-	-	26.090	-	-	-	-	-	63.818
Tăng trong năm	4.441	3.258	-	75	-	-	-	706	-	-	8.480
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	-	8.665	-	-	-	-	-	23.618	-	-	32.283
Thanh lý/xóa sổ	-	(4.514)	-	-	-	-	-	-	-	-	(4.514)
Biến động khác	-	-	-	-	-	-	-	-	(722)	-	(722)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(2.587)	18.547	38.083	62.218	12.778	-	-	85.823	-	1.538	216.400
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>3.829.899</b>	<b>1.061.737</b>	<b>750.735</b>	<b>3.649.931</b>	<b>3.755.597</b>	<b>412.698</b>	<b>792.657</b>	<b>2.214.789</b>	<b>76.235</b>	<b>146.667</b>	<b>16.690.945</b>
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>											
Số dư đầu năm	434.618	832.517	158.657	880.647	742.171	161.137	282.797	258.504	30.242	19.394	3.800.684
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	-	13.916	-	-	-	-	-	-	-	-	13.916
Khấu hao trong năm	136.378	80.595	35.321	137.784	126.146	19.548	37.767	137.856	2.797	11.398	725.590
Thanh lý/xóa sổ	-	(4.058)	-	-	-	-	-	-	-	-	(4.058)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	18.802	10.265	6.045	1.056	-	-	12.090	-	318	48.576
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>570.996</b>	<b>941.772</b>	<b>204.243</b>	<b>1.024.476</b>	<b>869.373</b>	<b>180.685</b>	<b>320.564</b>	<b>408.450</b>	<b>33.039</b>	<b>31.110</b>	<b>4.584.708</b>
<b>Giá trị còn lại</b>											
Số dư đầu năm	3.385.249	173.714	553.995	2.706.991	2.974.558	251.561	509.860	1.846.138	46.715	125.735	12.574.516
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>3.258.903</b>	<b>119.965</b>	<b>546.492</b>	<b>2.625.455</b>	<b>2.886.224</b>	<b>232.013</b>	<b>472.093</b>	<b>1.806.339</b>	<b>43.196</b>	<b>115.557</b>	<b>12.106.237</b>

Trong tài sản cố định vô hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 có các tài sản có nguyên giá 1.589.727 triệu VND (1/1/2023: 1.032.579 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, tài sản cố định vô hình với giá trị còn lại là 515.313 triệu VND (1/1/2023: 585.151 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

## 11. BẤT ĐỘNG SẢN ĐẦU TƯ

	Quyền sử dụng đất	Nhà cửa và cơ sở hạ tầng	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
<b>Nguyên giá</b>			
Số dư đầu năm	33.285	1.114.963	1.148.248
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	2.085	66.016	68.101
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>35.370</b>	<b>1.180.979</b>	<b>1.216.349</b>
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>			
Số dư đầu năm	-	418.485	418.485
Khấu hao trong năm	-	63.090	63.090
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	26.104	26.104
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>-</b>	<b>507.679</b>	<b>507.679</b>
<b>Giá trị còn lại</b>			
Số dư đầu năm	33.285	696.478	729.763
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>35.370</b>	<b>673.300</b>	<b>708.670</b>

Trong bất động sản đầu tư tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 có các tài sản có nguyên giá 9.447 triệu VND (1/1/2023: 6.854 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, bất động sản đầu tư với giá trị còn lại là 627.808 triệu VND (1/1/2023: 648.733 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20 và Thuyết minh 21).

Giá trị hợp lý của bất động sản đầu tư cho thuê không được xác định bởi vì Tập đoàn chưa thực hiện việc xác định giá trị hợp lý.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 12. XÂY DỰNG CƠ BẢN DỒ DANG

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Số dư đầu năm	3.324.848	2.021.827
Tăng trong năm	2.013.622	3.500.260
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	21.071	35.209
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(1.767.449)	(1.809.081)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(32.283)	(43.247)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(428.521)	(346.919)
Thanh lý/xóa sổ	(11.171)	(31.258)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	7.113	(1.943)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>3.127.230</b>	<b>3.324.848</b>

Các công trình xây dựng cơ bản dở dang lớn tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm như sau:

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Nhà cửa và vật kiến trúc	515.461	404.356
Chi phí bồi thường đất	412.261	376.944
Máy móc và thiết bị	1.693.552	1.816.335
Phần mềm máy vi tính	17.437	36.110
Tài sản khác	488.519	691.103
	<b>3.127.230</b>	<b>3.324.848</b>

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, xây dựng cơ bản dở dang với giá trị ghi sổ là 2.241.466 triệu VND (1/1/2023: 1.947.552 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 21).

Trong năm, chi phí đi vay với giá trị là 129.114 triệu VND được vốn hóa vào xây dựng cơ bản dở dang (2022: 69.717 triệu VND).

## 13. CÁC KHOẢN ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>		
Chứng khoán kinh doanh (a)	4.183.054	3.302.172
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn (b)	2.611.737	357.003
	6.794.791	3.659.175
<b>Đầu tư tài chính dài hạn</b>		
Đầu tư vào các công ty liên kết (c)	30.281.765	28.480.242
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác (d)	2.937.702	2.853.643
	<b>33.219.467</b>	<b>31.333.885</b>

### (a) Chứng khoán kinh doanh

	31/12/2023				1/1/2023			
	Số lượng	Giá gốc Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND	Số lượng	Giá gốc Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND
▪ Chứng chỉ tiền gửi (**)	-	-	(*)	-	21.000	2.100.000	(*)	-
▪ Trái phiếu (***)	17.464.600	4.183.054	(*)	-	12.000.000	1.202.172	(*)	-
		<b>4.183.054</b>				<b>3.302.172</b>		

(\*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của chứng khoán kinh doanh để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của chứng khoán kinh doanh có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

(\*\*) Tập đoàn đã mua các chứng chỉ tiền gửi này với mục đích nắm giữ chúng trong thời gian ngắn (dưới 12 tháng).

(\*\*\*) Tập đoàn đã mua các trái phiếu này với mục đích nắm giữ chúng trong thời gian ngắn (dưới 12 tháng). Trái phiếu được hưởng lãi suất theo quy định tại các thỏa thuận trái phiếu tương ứng. Tập đoàn có cam kết mua lại các trái phiếu doanh nghiệp này từ một bên liên quan.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## (a) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn thể hiện các khoản tiền gửi có kỳ hạn bằng VND tại ngân hàng với kỳ hạn gốc trên ba tháng và dưới 12 tháng kể từ ngày giao dịch. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, khoản tiền gửi có kỳ hạn với giá trị ghi sổ là 100.000 triệu VND được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của Tập đoàn (1/1/2023: 100.000 triệu VND) (Thuyết minh 20).

## (c) Đầu tư vào các công ty liên kết

	31/12/2023				1/1/2023			
	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND
Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam ("Techcombank") (i)	19,9%	19,9%	27.649.293	22.224.583	19,9%	19,9%	25.905.197	19.426.431
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex ("Cholimex") (ii)	32,8%	32,8%	294.757	(*)	32,8%	32,8%	249.392	(*)
Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản ("Vissan") (iii)	24,9%	24,9%	2.126.163	(*)	24,9%	24,9%	2.135.490	(*)
Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd. (China) ("Jiangwu") (iv)	30,0%	30,0%	211.552	(*)	30,0%	30,0%	190.163	(*)
			<b>30.281.765</b>				<b>28.480.242</b>	

(\*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư vào các công ty liên kết này để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

Cho mục đích thuyết minh thông tin, giá trị hợp lý của khoản đầu tư vào Techcombank tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023 được xác định bằng cách tham khảo giá niêm yết tại các ngày tương ứng trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh.

- (i) Tập đoàn sở hữu 19,9% lợi ích kinh tế trực tiếp trong Techcombank (1/1/2023: 19,9% lợi ích kinh tế trực tiếp và 1,5% lợi ích kinh tế trong Techcombank theo một hợp đồng kỳ hạn).
- (ii) MSC nắm giữ 32,8% lợi ích vốn chủ sở hữu của Cholimex.
- (iii) MML nắm giữ 24,9% lợi ích vốn chủ sở hữu của Vissan.
- (iv) H.C. Starck Tungsten GmbH (Germany) nắm giữ 30,0% lợi ích vốn chủ sở hữu của Jiangwu.

Biến động các khoản đầu tư vào các công ty liên kết trong năm như sau:

	Techcombank Triệu VND	Cholimex Triệu VND	Vissan Triệu VND	Jiangwu Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	25.905.197	249.392	2.135.490	190.163	28.480.242
Phần lợi nhuận phát sinh trong năm của các công ty liên kết	3.825.839	58.661	1.772	9.710	3.895.982
Cổ tức đã công bố	-	(13.296)	(11.099)	-	(24.395)
Thanh lý khoản đầu tư	(2.081.743)	-	-	-	(2.081.743)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	11.679	11.679
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>27.649.293</b>	<b>294.757</b>	<b>2.126.163</b>	<b>211.552</b>	<b>30.281.765</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## (d) Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác

Chi tiết các khoản đầu tư góp vốn của Tập đoàn vào các đơn vị khác như sau:

	31/12/2023					1/1/2023				
	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	% sở hữu trên vốn điều lệ	% quyền biểu quyết trên vốn điều lệ	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND
<ul style="list-style-type: none"> <li>Công ty Cổ phần Trusting Social ("TSVN") (i)</li> <li>Nyobolt Limited ("Nyobolt") (ii)</li> </ul>	25,1%	25,1%	1.511.280	-	(*)	25,1%	25,1%	1.511.280	-	(*)
			<b>2.937.702</b>	<b>-</b>				<b>2.853.643</b>	<b>-</b>	

(\*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

(i) Trong tháng 4 năm 2022, SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã đầu tư 65 triệu USD cho 25,1% lợi ích vốn chủ sở hữu của TSVN. Theo thỏa thuận giữa SHERPA và Trust IQ Pte. Ltd. ("TSSG") (công ty mẹ của TSVN) và TSVN, SHERPA có một số quyền nhất định đối với TSVN và TSSG.

(ii) Khoản đầu tư này phản ánh 21,5% lợi ích vốn chủ sở hữu hay 15% lợi ích vốn chủ sở hữu trên cơ sở pha loãng hoàn toàn. Biến động trong năm của khoản đầu tư này là do chênh lệch quy đổi tiền tệ.

Ban Tổng Giám đốc đánh giá rằng Tập đoàn không có ảnh hưởng đáng kể đối với TSVN và Nyobolt, do đó các khoản đầu tư này được hạch toán là khoản đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác.

## (e) Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát trong các công ty con trong các năm trước

### (i) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần The CrownX ("CrownX")

Liên quan đến các giao dịch phát hành 7.611.593 cổ phiếu phổ thông của CrownX trong tháng 6 và tháng 12 năm 2021, Công ty, SHERPA và CrownX đã ký thỏa thuận ("Thỏa thuận Cổ đông") với Alibaba.Com Singapore E-Commerce Private Limited, Thunbergia Pte. Limited, Credit Suisse AG, Chi nhánh Singapore, TCX Madrid Holdings Pte.Ltd và Seatown Master Fund (sau đây được gọi chung là "Nhà đầu tư"), theo đó, Tập đoàn cam kết với Nhà đầu tư sẽ nỗ lực tối đa để thực hiện phát hành lần đầu ra công chúng ("IPO") cổ phiếu của CrownX trước ngày 11 tháng 6 năm 2026 (có thể được gia hạn tối đa một năm theo quyết định của Tập đoàn) ("Thời hạn IPO"). Trong trường hợp CrownX không thực hiện được IPO theo các điều kiện đã thỏa thuận, mỗi Nhà đầu tư sẽ có quyền chọn được yêu cầu SHERPA, công ty mẹ của CrownX hoặc bên được chỉ định bởi SHERPA, mua cổ phiếu mà Nhà đầu tư đó đã mua trong vòng gọi vốn này với mức giá đã được đồng ý trong thỏa thuận. Quyền chọn này có thể được thực hiện sau Thời hạn IPO và tiếp tục có hiệu lực cho đến ngày tròn 9 năm 1 tháng kể từ ngày hoàn tất giao dịch – ngày 11 tháng 6 năm 2021. Quyền chọn này chỉ có thể được thực hiện một lần đối với tất cả các cổ phiếu nói trên.

SK Investment Vina Pte. Ltd ("SK") cũng ký kết Thỏa thuận Cổ đông nêu trên và được hưởng quyền lợi như các Nhà đầu tư trên đối với 3.636.521 cổ phiếu phổ thông CrownX mà SK mua lại từ một bên thứ ba trong tháng 12 năm 2021.

Trong năm 2022, Hội đồng Quản trị của CrownX đã phê duyệt chương trình quyền chọn cổ phiếu cho nhân viên của CrownX, các công ty con của CrownX và nhân viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và các công ty con, những người đã có đóng góp cho sự phát triển của CrownX ("ESOP"). Tổng số cổ phiếu ESOP được phê duyệt theo ESOP cấp cho nhân viên tối đa là 7.743.652 cổ phiếu CrownX (sẽ được điều chỉnh tương ứng trong trường hợp hợp nhất, chia tách, chia nhỏ, phát hành cổ phiếu thưởng, phân loại lại hoặc các sự kiện tương tự khác). Trong năm, sự kiện phát hành chưa xảy ra và không có cổ phiếu ESOP nào đã được phát hành.

### (ii) Giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials ("MHT")

Liên quan đến giao dịch phát hành 109.915.542 cổ phiếu phổ thông của MHT cho Mitsubishi Materials Corporation ("Nhà đầu tư") vào ngày 26 tháng 10 năm 2020 với tổng khoản thanh toán là 2.094.331 triệu VND, MHT đã cấp cho Nhà đầu tư một quyền chọn bán. Theo thỏa thuận bổ sung và sửa đổi gần nhất ngày 21 tháng 12 năm 2023, các bên đã đồng ý rằng trong trường hợp quyền chọn bán, nghĩa là khi (i) MHT và Nhà đầu tư (hoặc công ty liên kết của các công ty này) không thiết lập được nền tảng vận hành chung cho mảng kinh doanh vonfram cận sâu trước ngày 29 tháng 2 năm 2024 hoặc (ii) khi có sự thay đổi về quyền kiểm soát trong MHT hoặc (iii) trong suốt giai đoạn đã thỏa thuận giữa các bên, Nhà đầu tư sẽ có quyền không thể hủy ngang để yêu cầu MHT hoặc bên được chỉ định bởi MHT mua toàn bộ cổ phiếu đã phát hành trên với tổng khoản thanh toán tương đương với giá phát hành là 2.094.331 triệu VND trừ đi tổng các khoản mà Nhà đầu tư nhận được từ việc chuyển nhượng cổ phiếu của MHT, cổ tức và phân phối từ MHT và điều chỉnh cho các sự kiện suy giảm vốn chủ sở hữu. Thời hạn hoàn thành quyền chọn bán là 18 tháng kể từ ngày MHT nhận được thông báo thực hiện quyền chọn bán từ Nhà đầu tư. Quyền chọn bán được thực hiện phụ thuộc vào sự phê duyệt của Hội đồng Quản trị, cổ đông và cơ quan quản lý Việt Nam.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 14. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Chi phí khai thác khoáng sản khác Triệu VND	Chi phí đất trả trước Triệu VND	Chi phí bồi thường đất Triệu VND	Công cụ và dụng cụ Triệu VND	Lợi thế thương mại từ cổ phần hóa Triệu VND	Heo giống Triệu VND	Khác Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	1.721.727	1.441.304	1.343.663	1.541.846	9.404	42.907	1.159.030	7.259.881
Tăng trong năm	208.557	6.429	1.808	311.914	-	-	601.425	1.130.133
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	-	-	-	(11.675)	-	-	-	(11.675)
Chuyển sang chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	-	(8.749)	-	-	-	(8.749)
Chuyển từ/(sang) xây dựng cơ bản dở dang	-	(8.587)	1.062	377.753	-	41.334	16.959	428.521
Phân bổ trong năm	(155.321)	(35.137)	(73.485)	(622.334)	(3.135)	(23.792)	(392.236)	(1.305.440)
Thanh lý/xóa sổ	-	-	-	(60.081)	-	(14.203)	(336)	(74.620)
Biến động khác	-	-	-	399	-	-	(399)	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(9)	-	-	-	(9)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>1.774.963</b>	<b>1.404.009</b>	<b>1.273.048</b>	<b>1.529.064</b>	<b>6.269</b>	<b>46.246</b>	<b>1.384.443</b>	<b>7.418.042</b>

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, chi phí trả trước dài hạn với giá trị ghi sổ là 437.407 triệu VND (1/1/2023: 554.470 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 21).

## 15. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI PHẢI TRẢ

### (a) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và thuế thu nhập hoãn lại phải trả được ghi nhận

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>Tài sản thuế thu nhập hoãn lại:</b>		
Chi phí phải trả và dự phòng (*)	404.706	211.488
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	297.826	225.807
Lãi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	84.173	70.370
Lỗi tính thuế mang sang	633.907	279.542
Tài sản cố định hữu hình	52	408
Cấn trừ (*)	(773.893)	(536.209)
Khác	29.898	50.814
Tổng tài sản thuế thu nhập hoãn lại	676.669	302.220
<b>Thuế thu nhập hoãn lại phải trả:</b>		
Tài sản cố định hữu hình (*)	(851.159)	(663.481)
Tài sản cố định vô hình	(2.944.381)	(3.039.978)
Lỗi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	(52.546)	(36.154)
Dự phòng và các khoản khác	(3.289)	(15.008)
Đầu tư vào các công ty liên kết	(350.749)	(346.477)
Cấn trừ (*)	796.165	559.427
Khác	(439)	-
Tổng thuế thu nhập hoãn lại phải trả	(3.406.398)	(3.541.671)
<b>Thuế thu nhập hoãn lại phải trả thuần</b>	<b>(2.729.729)</b>	<b>(3.239.451)</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## (b) Biến động của các chênh lệch tạm thời trong năm

	1/1/2023 Triệu VND	Tăng từ hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất Triệu VND	Ghi nhận trong vốn chủ sở hữu Triệu VND	31/12/2023 Triệu VND
Chi phí phải trả, dự phòng và các khoản khác	153.512	3.907	291.043	4.686	453.148
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	225.807	28.617	(11.193)	54.595	297.826
Lãi/(lỗ) chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	34.216	-	2.153	(4.742)	31.627
Lỗi tính thuế mang sang	279.542	-	334.188	20.177	633.907
Tài sản cố định hữu hình	(595.073)	(113.385)	(112.044)	(30.605)	(851.107)
Tài sản cố định vô hình	(3.039.978)	(4.529)	143.651	(43.525)	(2.944.381)
Đầu tư vào các công ty liên kết	(297.477)	-	(52.059)	(1.213)	(350.749)
	<b>(3.239.451)</b>	<b>(85.390)</b>	<b>595.739</b>	<b>(627)</b>	<b>(2.729.729)</b>

(\*) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và nợ thuế thu nhập hoãn lại phải trả phát sinh từ HCS và các công ty con được trình bày trên cơ sở thuần bởi vì các công ty con có quyền hợp pháp để căn trừ tài sản thuế thu nhập hoãn lại và nợ thuế thu nhập hoãn lại phải trả do cùng một cơ quan thuế quản lý và trên cùng một đơn vị chịu thuế.

(\*\*) Thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận vào vốn chủ sở hữu bao gồm thuế thu nhập hoãn lại liên quan đến tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí - dự phòng trợ cấp hưu trí. Như đã đề cập ở Thuyết minh 3(n), các khoản mục này được ghi nhận trong chỉ tiêu "Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu" theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

## 16. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	Triệu VND
<b>Giá gốc</b>	
Số dư đầu năm/cuối năm	7.446.614
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>	
Số dư đầu năm	2.378.137
Phân bổ trong năm	695.338
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>3.073.475</b>
<b>Giá trị còn lại</b>	
Số dư đầu năm	5.068.477
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>4.373.139</b>

## 17. THUẾ PHẢI NỘP NGÂN SÁCH NHÀ NƯỚC

	1/1/2023 Triệu VND	Phát sinh Triệu VND	Tăng từ hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Nộp Triệu VND	Căn trừ/ Phân loại lại/ Hoàn lại Triệu VND	31/12/2023 Triệu VND
Thuế thu nhập doanh nghiệp	252.268	1.288.786	19.527	(816.207)	3.050	747.424
Thuế giá trị gia tăng	94.280	9.517.243	-	(1.738.916)	(7.698.411)	174.196
Thuế tiêu thụ đặc biệt	82.958	458.926	-	(505.043)	-	36.841
Thuế xuất nhập khẩu	-	223.044	-	(221.853)	-	1.191
Thuế thu nhập cá nhân	32.321	432.885	-	(396.682)	(33.777)	34.747
Các loại thuế khác	74.483	768.193	6.162	(742.619)	2.586	108.805
	<b>536.310</b>	<b>12.689.077</b>	<b>25.689</b>	<b>(4.421.320)</b>	<b>(7.726.552)</b>	<b>1.103.204</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 18. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

### (a) Chi phí phải trả ngắn hạn

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mại	1.568.282	735.517
Chi phí lãi vay	741.680	967.960
Thưởng và lương tháng 13	722.727	616.526
Phải trả cho xây dựng công trình	420.473	335.539
Chi phí kho vận	251.074	168.625
Mua hàng chưa nhận hóa đơn	167.715	141.341
Chi phí trưng bày và nghiên cứu thị trường	131.975	44.713
Chiết khấu thương mại và chi phí hỗ trợ khách hàng	45.922	71.727
Chi phí tư vấn	23.924	20.058
Thuế và lệ phí tài nguyên môi trường	15.690	138.873
Chi phí khác	729.582	943.472
	<b>4.819.044</b>	<b>4.184.351</b>

### (b) Chi phí phải trả dài hạn

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Chi phí lãi vay	31.186	-

## 19. PHẢI TRẢ KHÁC

### (a) Phải trả ngắn hạn khác

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Đặt cọc đầu tư ngắn hạn nhận từ bên thứ ba (*)	8.008.238	10.271.238
Phải trả cho các ngân hàng trong nước theo thỏa thuận thư tín dụng (**)	499.635	936.287
Lãi phải trả (*)	9.712	178.119
Cổ tức phải trả	11.995	10.744
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	11.462	15.841
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn nhận được	14.175	16.209
Phải trả khác	364.574	243.497
	<b>8.919.791</b>	<b>11.671.935</b>

### (b) Phải trả dài hạn khác

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Đặt cọc đầu tư dài hạn nhận từ bên thứ ba (*)	7.803.740	-
Ký quỹ, ký cược dài hạn nhận được	36.660	38.228
Phải trả khác	358.845	714.150
	<b>8.199.245</b>	<b>752.378</b>



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

(\*) Theo các hợp đồng hợp tác kinh doanh, Tập đoàn cam kết cung cấp lợi tức đầu tư trên số tiền đặt cọc nhận được cho các bên thứ ba theo mức được quy định trong hợp đồng hợp tác kinh doanh liên quan.

(\*\*) Khoản này phản ánh các khoản phải trả cho các ngân hàng trong nước theo các thỏa thuận thư tín dụng. Khoản chưa thanh toán chịu mức phí cố định từ 2,9% đến 12% một năm (1/1/2023: 4,3% đến 13,2% một năm) trên số dư chưa thanh toán trong thời gian trả chậm từ 3 đến 9 tháng và được đảm bảo bằng 110 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2023: 110 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp). Trong trường hợp Tập đoàn chậm thanh toán khi đến hạn, các khoản phải trả này sẽ được chuyển thành các khoản vay.

Biến động khoản phải trả này trong năm như sau:

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Số dư đầu năm	936.287	1.404.689
Tăng trong năm	780.896	2.659.533
Thanh toán trong năm	(1.217.548)	(3.127.935)
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>499.635</b>	<b>936.287</b>

## 20. VAY, TRÁI PHIẾU VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH NGẮN HẠN

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Vay ngắn hạn	19.067.526	17.047.074
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả (Thuyết minh 21)	8,962,671	23.520.305
	<b>28.030.197</b>	<b>40.567.379</b>

	1/1/2023	Biến động trong năm			31/12/2023
	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ Triệu VND	Tăng Triệu VND	Hoàn trả Triệu VND	Đánh giá lại Triệu VND	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ Triệu VND
Vay ngắn hạn	17.047.074	50.079.175	(48.132.698)	73.975	19.067.526
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả (Thuyết minh 21)	23.520.305	8.841.004	(23.397.090)	(1.548)	8.962.671
	<b>40.567.379</b>	<b>58.920.179</b>	<b>(71.529.788)</b>	<b>72.427</b>	<b>28.030.197</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay ngắn hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	5,1% - 9,5%	973.637	2.123.280
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	4,5% - 10,4%	2.346.388	2.407.234
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	EUR	3,2%	274.300	779.220
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	2,8% - 6,2%	15.049.973	11.559.264
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	USD	3,2% - 8,3%	335.881	142.777
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	CNY	3,8% - 4,4%	87.347	35.299
			<b>19.067.526</b>	<b>17.047.074</b>

Các khoản vay ngân hàng có đảm bảo được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) Một số cổ phiếu của các công ty con sở hữu gián tiếp;
- (ii) Một số tài sản cố định và bất động sản đầu tư của các công ty con;
- (iii) Một số hàng tồn kho và phải thu ngắn hạn của một công ty con;
- (iv) Một số tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn và có kỳ hạn; và
- (v) Bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các hợp đồng vay trên.

## 21. VAY, TRÁI PHIẾU VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH DÀI HẠN

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Vay dài hạn ngân hàng	33.725.965	18.444.260
Trái phiếu thường	16.435.049	35.142.828
Nợ thuê tài chính	343.551	358.842
	<b>50.504.565</b>	<b>53.945.930</b>
Hoàn trả trong vòng 12 tháng (Thuyết minh 20)	(8.962.671)	(23.520.305)
Hoàn trả sau 12 tháng	<b>41.541.894</b>	<b>30.425.625</b>

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
<b>Vay dài hạn (*)</b>					
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	4,6% - 13,5%	2024 - 2028	3.421.131	3.761.651
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	6,5% - 9,3%	2027 - 2028	29.870.500	14.256.000
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	CNY	4,7%	2024	94.334	-
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	6,6% - 8,4%	2024	340.000	426.609
				<b>33.725.965</b>	<b>18.444.260</b>
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(3.467.128)	(1.317.816)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				<b>30,258,837</b>	<b>17.126.444</b>
<b>Trái phiếu thường (**)</b>					
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	VND	8,1% - 13,5%	2024 - 2028	16.574.230	35.413.775
				(139.181)	(270.947)
				<b>16.435.049</b>	<b>35.142.828</b>
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(5.479.909)	(22.187.234)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				<b>10.955.140</b>	<b>12.955.594</b>
<b>Nợ thuê tài chính (***)</b>					
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	VND	8,6% - 11,2%	2035	343.551	358.842
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				(15.634)	(15.255)
				<b>327.917</b>	<b>343.587</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B.09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## (\*) Vay dài hạn

Các khoản vay dài hạn được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) Một số tài sản cố định và bất động sản đầu tư của các công ty con;
- (ii) Một số xây dựng cơ bản dở dang của các công ty con;
- (iii) Một số chi phí trả trước dài hạn của các công ty con;
- (iv) Một số cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp;
- (v) Một số vốn cổ phần đã phát hành của một công ty con sở hữu gián tiếp và toàn bộ các lợi ích liên quan; và
- (vi) Bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các hợp đồng vay trên.

## (\*\*) Trái phiếu thường

Bảo lãnh phát hành	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND	Ngày đáo hạn	Lãi suất	Tài sản thế chấp
<b>Công ty Cổ phần Chứng khoán Kỹ thương</b>					
■ Trái phiếu được đảm bảo	5.284.000	11.261.434	2024 - 2027	Từ 9,2% đến 10,2% một năm trong năm đầu tiên, và từ 3,3% đến 5,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(i), (iii), (iv), (v)
■ Trái phiếu không đảm bảo	4.899.980	17.452.341	2024 - 2026	Từ 9,3% đến 11,5% một năm trong năm đầu tiên, và từ 2,5% đến 4,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
<b>Công ty Cổ phần Chứng khoán VPS</b>					
■ Trái phiếu được đảm bảo	3.000.000	3.000.000	2025	9,9% một năm trong năm đầu tiên, 10,9% một năm trong năm thứ 2 và 3,9% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(ii), (v)
<b>Công ty Cổ phần Chứng khoán MB</b>					
■ Trái phiếu được đảm bảo	1.140.000	1.500.000	2026	9,2% một năm trong năm đầu tiên và 3,2% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(i), (v)
■ Trái phiếu không đảm bảo	50.250	-	2028	Từ 11,45% đến 11,65% một năm trong năm đầu tiên và 4,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
<b>Công ty TNHH Chứng khoán Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam</b>					
■ Trái phiếu không đảm bảo	1.700.000	1.700.000	2027	4,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B.09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Bảo lãnh phát hành	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND	Ngày đáo hạn	Lãi suất	Tài sản thế chấp
<b>Công ty Cổ phần Chứng khoán VPBank</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Trái phiếu được đảm bảo</li> </ul>	500.000	500.000	2027	9,3% một năm trong năm đầu tiên và 4,24% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(iii), (vi)
Tổng trái phiếu thường dài hạn theo mệnh giá	<b>16.574.230</b>	<b>35.413.775</b>			
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(5.479.909)	(22.187.234)			
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	(139.181)	(270.947)			
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	<b>10.955.140</b>	<b>12.955.594</b>			

Các khoản trái phiếu được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) Một số cổ phiếu của các công ty con sở hữu gián tiếp;
- (ii) Một số cổ phiếu của một công ty con sở hữu trực tiếp;
- (iii) Một số tài sản dài hạn của các công ty con;
- (iv) Tiền gửi có kỳ hạn của một công ty con;
- (v) Bảo lãnh bởi Credit Guarantee and Investment Facility; và
- (vi) Bảo lãnh bởi Công ty.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các thỏa thuận phát hành trái phiếu trên.

## (\*\*\*) Nợ thuê tài chính

Các khoản thanh toán tiền thuê tối thiểu trong tương lai, bao gồm cả tiền gốc và lãi, theo các hợp đồng thuê tài chính không được hủy ngang như sau:

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Trong vòng 1 năm	48.795	47.886
Từ 2 đến 5 năm	177.368	187.267
Sau 5 năm	349.531	388.009
	<b>575.694</b>	<b>623.162</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 22. DỰ PHÒNG PHẢI TRẢ DÀI HẠN

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Trợ cấp hưu trí	5.009.184	4.138.629
Quyền khai thác mỏ	379.259	370.321
Chi phí phục hồi môi trường mỏ	119.203	113.831
Trợ cấp thôi việc	18.073	18.420
	<b>5.525.719</b>	<b>4.641.201</b>

Biến động của các khoản dự phòng trong năm như sau:

	Trợ cấp hưu trí Triệu VND	Quyền khai thác mỏ Triệu VND	Chi phí phục hồi môi trường mỏ Triệu VND	Trợ cấp thôi việc Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	4.138.629	370.321	113.831	18.420	4.641.201
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	324.135	-	-	-	324.135
Dự phòng trích lập/(hoàn nhập) trong năm	168.340	8.938	5.372	(347)	182.303
Dự phòng sử dụng trong năm	(237.638)	-	-	-	(237.638)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (*)	344.952	-	-	-	344.952
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	270.766	-	-	-	270.766
Số dư cuối năm	<b>5.009.184</b>	<b>379.259</b>	<b>119.203</b>	<b>18.073</b>	<b>5.525.719</b>

(\*) Như đã đề cập ở Thuyết minh 3(n), tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí – dự phòng trợ cấp hưu trí và thuế thu nhập hoãn lại liên quan, được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

## 23. BIẾN ĐỘNG CỦA VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần Triệu VND	Thặng dư vốn cổ phần Triệu VND	Vốn khác của chủ sở hữu Triệu VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái Triệu VND	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu Triệu VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối Triệu VND	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty Triệu VND	Lợi ích cổ đồng không kiểm soát Triệu VND	Tổng Triệu VND
<b>Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2022</b>	11.805.347	11.084.247	(8.388.147)	(339.255)	(147.087)	18.795.877	32.810.982	9.525.670	42.336.652
Phát hành cổ phiếu mới	2.431.901	(2.361.119)	-	-	-	-	70.782	-	70.782
Hợp nhất kinh doanh	-	-	-	-	-	-	-	1.065.661	1.065.661
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	(9.847.835)	(9.847.835)	(1.309.493)	(11.157.328)
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	3.566.996	3.566.996	1.187.388	4.754.384
Cổ tức đã phân phối của Công ty	-	-	-	-	-	(1.138.980)	(1.138.980)	-	(1.138.980)
Cổ tức đã phân phối bởi các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(95.089)	(95.089)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	730.712	-	730.712	115.526	846.238
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(45.903)	-	-	(45.903)	1.644	(44.259)
Biến động khác	-	-	-	-	-	5.882	5.882	(7.204)	(1.322)
<b>Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2022</b>	<b>14.237.248</b>	<b>8.723.128</b>	<b>(8.388.147)</b>	<b>(385.158)</b>	<b>583.625</b>	<b>11.381.940</b>	<b>26.152.636</b>	<b>10.484.103</b>	<b>36.636.739</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Vốn cổ phần Triệu VND	Thặng dư vốn cổ phần Triệu VND	Vốn khác của chủ sở hữu Triệu VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái Triệu VND	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu Triệu VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối Triệu VND	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty Triệu VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát Triệu VND	Tổng Triệu VND
<b>Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2023</b>	14.237.248	8.723.128	(8.388.147)	(385.158)	583.625	11.381.940	26.152.636	10.484.103	36.636.739
Phát hành cổ phiếu mới	71.186	(50)	-	-	-	-	71.136	-	71.136
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	418.695	418.695	1.451.232	1.869.927
Cổ tức đã phân phối bởi các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(245.072)	(245.072)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	(241.244)	-	(241.244)	(37.995)	(279.239)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	160.936	-	-	160.936	25.868	186.804
Biến động khác	-	-	-	-	-	(2.579)	(2.579)	(475)	(3.054)
<b>Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2023</b>	<b>14.308.434</b>	<b>8.723.078</b>	<b>(8.388.147)</b>	<b>(224.222)</b>	<b>342.381</b>	<b>11.798.056</b>	<b>26.559.580</b>	<b>11.677.661</b>	<b>38.237.241</b>

## 24. VỐN CỔ PHẦN VÀ THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN

Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành của Công ty là:

	31/12/2023		1/1/2023	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
<b>Vốn cổ phần được duyệt</b>	1.430.843.406	14.308.434	1.423.724.783	14.237.248
<b>Vốn cổ phần đã phát hành</b>				
Cổ phiếu phổ thông	1.430.843.406	14.308.434	1.423.724.783	14.237.248
<b>Vốn cổ phần đã phát hành</b>				
Cổ phiếu phổ thông	1.430.843.406	14.308.434	1.423.724.783	14.237.248
<b>Thặng dư vốn cổ phần</b>	-	8.723.078	-	8.723.128

Cổ phiếu phổ thông có mệnh giá là 10.000 VND. Mỗi cổ phiếu phổ thông tương ứng với một phiếu biểu quyết tại các cuộc họp cổ đông của Công ty. Các cổ đông được nhận cổ tức mà Công ty công bố vào từng thời điểm. Tất cả cổ phiếu phổ thông đều có thứ tự ưu tiên như nhau đối với tài sản còn lại của Công ty. Các quyền lợi của các cổ phiếu đã được Công ty mua lại đều bị tạm ngừng cho tới khi chúng được phát hành lại.

Trong năm 2018, Công ty đã ký một thỏa thuận cấp cho SK Investment Vina I Pte. Ltd. ("SK"), một cổ đông, một quyền chọn bán. Trong trường hợp Công ty và SK không thực hiện được việc tạo ra giá trị và sự cộng hưởng từ mối quan hệ đối tác hoặc không đồng ý với các định hướng chiến lược của Công ty, SK có một quyền chọn không thể hủy ngang để yêu cầu Công ty hoặc người được chỉ định bởi Công ty mua lại toàn bộ 109.899.932 cổ phiếu của Công ty đã phát hành vào ngày 2 tháng 10 năm 2018 ("Ngày Hoàn Tất") với giá mỗi cổ phiếu là 100.000 VND, giá này sẽ được trừ đi các khoản chi trả cổ tức bằng cổ phiếu và các khoản phân phối bằng cổ phiếu mà Công ty đã trả cũng như các sự kiện gộp hay chia tách cổ phiếu và các sự kiện tương tự. Quyền chọn này sẽ được thực hiện sau năm thứ 5 kể từ Ngày Hoàn Tất và trong năm thứ 6 kể từ Ngày Hoàn Tất. Quyền chọn này chỉ có thể được thực hiện một lần đối với toàn bộ số cổ phiếu trên và sẽ vô hiệu nếu SK bán bất kỳ cổ phiếu nào trong số đó.

Biến động vốn cổ phần trong năm như sau:

	2023		2022	
	Số lượng cổ phiếu	Mệnh giá Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Mệnh giá Triệu VND
Số dư đầu năm	1.423.724.783	14.237.248	1.180.534.692	11.805.347
Phát hành cổ phiếu từ nguồn vốn chủ sở hữu	-	-	236.106.884	2.361.069
Phát hành cổ phiếu mới bằng tiền	7.118.623	71.186	7.083.207	70.832
<b>Số dư cuối năm</b>	<b>1.430.843.406</b>	<b>14.308.434</b>	<b>1.423.724.783</b>	<b>14.237.248</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 25. VỐN KHÁC CỦA CHỦ SỞ HỮU

Các thỏa thuận phát hành một số lượng cổ phiếu nhất định vào một ngày ấn định trong tương lai, được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý tại ngày của các thỏa thuận và được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu nếu không tồn tại các thỏa thuận thay thế nào khác.

## 26. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

### (a) Cam kết thuê hoạt động

Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê hoạt động không được huỷ ngang như sau:

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Trong vòng 1 năm	2.341.100	2.190.574
Từ 2 đến 5 năm	3.957.083	4.286.169
Sau 5 năm	1.397.539	1.477.263
	<b>7.695.722</b>	<b>7.954.006</b>

### (b) Cam kết chi tiêu vốn

Tại ngày lập báo cáo, Tập đoàn có các cam kết vốn sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hợp nhất:

	31/12/2023 Triệu VND	1/1/2023 Triệu VND
Đã được duyệt và đã ký hợp đồng	393.426	4.030.749
Đã được duyệt nhưng chưa ký hợp đồng	3.388.042	1.327.625
	<b>3.781.468</b>	<b>5.358.374</b>

## (c) Ngoại tệ

	31/12/2023		1/1/2023	
	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND
USD	30.171.762	727.156	36.733.406	859.859
EUR	5.043.261	133.419	9.992.304	248.768
JPY	272.215.588	46.157	463.833.343	81.653
THB	58.898.301	40.286	45.255.027	29.823
CNY	7.473.826	25.120	13.688.957	41.614
CAD	1.810.973	32.684	1.058.111	18.117
AUD	3.606	59	-	-
		<b>1.004.881</b>		<b>1.279.834</b>

## 27. TỔNG DOANH THU

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán và dịch vụ đã cung cấp không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Tổng doanh thu		
■ Thành phẩm, hàng hóa và dịch vụ cung cấp	78.516.999	76.380.750
Các khoản giảm trừ		
■ Chiết khấu thương mại	214.346	73.279
■ Hàng bán bị trả lại	51.034	118.246
	265.380	191.525
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>78.251.619</b>	<b>76.189.225</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 28. GIÁ VỐN HÀNG BÁN

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Tổng giá vốn hàng bán		
■ Thành phẩm và hàng hóa đã bán và dịch vụ cung cấp	55.894.122	55.013.391
■ Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	236.385	140.810
	<b>56.130.507</b>	<b>55.154.201</b>

## 29. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Thu nhập lãi từ tiền gửi, cho vay và hoạt động đầu tư khác	1.733.905	878.418
Lãi từ thanh lý khoản đầu tư	233.526	-
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	347.874	512.939
Lãi từ đánh giá lại giá trị khoản đầu tư trước đây	-	642.110
Thu nhập khác	89.900	542.096
	<b>2.405.205</b>	<b>2.575.563</b>

## 30. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Chi phí lãi từ đi vay, trái phiếu phát hành và hoạt động đầu tư khác	6.946.060	4.847.702
Chi phí đi vay, phát hành trái phiếu và thanh lý trái phiếu	476.349	498.245
Chi phí thư tín dụng UPAS	36.605	29.844
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	384.444	799.985
Chi phí khác	286.055	185.866
	<b>8.129.513</b>	<b>6.361.642</b>

## 31. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	4.492.698	2.940.360
Chi phí kho vận	1.525.334	1.430.307
Chi phí nhân viên	3.315.216	3.394.255
Chi phí trưng bày	169.218	179.289
Chi phí dịch vụ mua ngoài	2.998.056	2.961.911
Chi phí khác	1.691.833	1.605.417
	<b>14.192.355</b>	<b>12.511.539</b>

## 32. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Chi phí nhân viên	1.730.505	1.683.232
Phân bổ giá trị hợp lý của tài sản từ hợp nhất kinh doanh	116.252	87.851
Phân bổ lợi thế thương mại	695.338	682.271
Chi phí khấu hao và phân bổ	209.997	215.070
Chi phí nghiên cứu phát triển	86.119	86.180
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	76.393	105.152
Chi phí thuê văn phòng	97.521	84.900
Chi phí dịch vụ mua ngoài	499.403	392.407
Chi phí khác	238.474	517.251
	<b>3.750.002</b>	<b>3.854.314</b>



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## 33. THU NHẬP KHÁC

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Lợi thế thương mại âm phát sinh từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	117.107	-
Lãi từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	5.967	1.598
Thu từ bồi thường bảo hiểm	177	42.720
Thu nhập khác	186.725	235.389
	<b>309.976</b>	<b>279.707</b>

## 34. CHI PHÍ KHÁC

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Lỗ từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22.409	84.463
Chi phí khác	75.022	270.836
	<b>97.431</b>	<b>355.299</b>

## 35. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

### (a) Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>Chi phí thuế thu nhập hiện hành</b>		
Năm hiện hành	1.286.462	746.651
Dự phòng thiếu/(thừa) trong những năm trước	2.324	(119.901)
	<b>1.288.786</b>	<b>626.750</b>
<b>Lợi ích thuế thu nhập hoãn lại</b>		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(250.551)	(170.402)
Lợi ích của các khoản lỗ tính thuế được ghi nhận	(334.188)	-
Hoàn nhập ghi giảm tài sản thuế thu nhập hoãn lại và khác	(11.000)	(63.582)
	<b>(595.739)</b>	<b>(233.984)</b>
<b>Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>693.047</b>	<b>392.766</b>

### (b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2023		2022	
	%	Triệu VND	%	Triệu VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	100,0%	2.562.974	100,0%	5.147.150
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	20,0%	512.595	20,0%	1.029.430
Ảnh hưởng của các mức thuế suất khác nhau áp dụng cho các công ty con	(25,4%)	(649.971)	(12,6%)	(648.870)
Ảnh hưởng của các giao dịch hợp nhất	(7,0%)	(179.121)	(0,4%)	(19.646)
Thu nhập miễn thuế	(0,1%)	(2.333)	-	-
Chi phí không được khấu trừ thuế	1,2%	31.144	1,6%	81.619
Ảnh hưởng của phần lãi trong các công ty liên kết, trừ đi ảnh hưởng thuế	(30,4%)	(779.196)	(16,8%)	(865.142)
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận	30,7%	787.633	11,2%	578.266
Chi phí lãi vay không được trừ theo Nghị định 132/2020/NĐ-CP	40,5%	1.038.949	8,5%	436.982
Dự phòng thiếu/(thừa) trong những năm trước	0,1%	2.324	(2,3%)	(119.901)
Lỗ tính thuế đã sử dụng	(0,6%)	(15.005)	(0,3%)	(16.390)
Khác	(2,1%)	(53.972)	(1,2%)	(63.582)
	<b>27,0%</b>	<b>693.047</b>	<b>7,7%</b>	<b>392.766</b>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

## (c) Thuế suất áp dụng

Theo Luật thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành, Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp theo mức thuế suất thuế thu nhập phổ thông là 20% trên lợi nhuận tính thuế.

Một số công ty con của Công ty hưởng các mức ưu đãi miễn giảm thuế suất khác nhau.

## (d) Các khoản thuế tiềm tàng

Luật thuế và việc áp dụng các luật này tại các quốc gia nơi Công ty và các công ty con phụ thuộc vào diễn giải và thay đổi theo thời gian, từ cục thuế này đến cục thuế khác. Tình hình quyết toán thuế có thể phụ thuộc vào việc thanh tra của các cơ quan có thẩm quyền khác nhau và các cơ quan này có thẩm quyền phạt, đánh thuế và tính lãi chậm nộp. Điều này có thể làm phát sinh rủi ro về thuế cho Công ty và các công ty con. Ban Tổng Giám đốc cho rằng Tập đoàn đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải về luật thuế của Ban Tổng Giám đốc, bao gồm các yêu cầu về chuyển giá, ưu đãi thuế và cách tính thuế thu nhập doanh nghiệp. Tuy nhiên, các cơ quan có thẩm quyền liên quan có thể có những cách hiểu khác nhau và ảnh hưởng (nếu có) có thể là đáng kể.

## 36. LÃI TRÊN CỔ PHIẾU

Việc tính lãi cơ bản trên cổ phiếu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 được dựa trên lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông phổ thông trong năm là 418.695 triệu VND (2022: lợi nhuận thuần phân bổ cho cổ đông phổ thông trong năm là 3.566.996 triệu VND) và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền đang lưu hành trong năm là 1.425.987.140 cổ phiếu (2022: 1.420.425.755 cổ phiếu), được tính như sau:

### (a) Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	418.695	3.566.996

### (b) Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền đang lưu hành

	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm	1.423.724.783	1.180.534.692
Ảnh hưởng của cổ phiếu phát hành từ nguồn vốn chủ sở hữu	-	236.106.884
Ảnh hưởng của cổ phiếu đã phát hành bằng tiền	2.262.357	3.784.179
Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm	<b>1.425.987.140</b>	<b>1.420.425.755</b>

## (c) Lãi cơ bản trên cổ phiếu

	2023 VND	2022 VND
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	294	2.511

## 37. NỢ TIỀM TÀNG

Như được trình bày ở Thuyết minh 7(\*\*), vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định 1640 để phê duyệt TCQKTKS cho Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724 mặc dù giá tính thuế tài nguyên được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định. Khi ban hành Quyết định 1640 này, Bộ TNMT tiếp tục sử dụng giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho tài nguyên khoáng sản – quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% < WO3 < 0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế tài nguyên được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp mà vấn đề này đã được NPM nêu rõ trước đây. Giá tính TCQKTKS chính thức theo Quyết định 1640 là 1.831.085 VND/tấn, trong khi Giá tính TCQKTKS tạm thu theo Quyết định 500 là 775.026 VND/tấn. Vào ngày 6 tháng 10 năm 2021, NPM nhận được Thông báo số 3937/TB-CTTNG về việc nộp TCQKTKS của Cục Thuế Tỉnh Thái Nguyên. Thông báo này nhằm thông báo cho NPM về TCQKTKS phải nộp thêm theo Quyết định 1640, trong đó TCQKTKS phải nộp thêm do áp dụng các mức giá tính TCQKTKS khác nhau trong giai đoạn từ 2015 đến 2021 là 394,5 tỷ VND. Vào ngày 8 tháng 12 năm 2021, Cục Thuế Tỉnh Thái Nguyên đã có Công văn số 4883/CTTNG-QLN yêu cầu NPM nộp TCQKTKS là 125,8 tỷ VND tương ứng với số TCQKTKS phải nộp còn thiếu cho năm 2021, kèm theo lãi chậm nộp là 4,1 tỷ VND.

Sau khi Quyết định 1640 được ban hành, NPM đã gửi nhiều công văn đến Thủ tướng Chính phủ và Bộ TNMT để đề xuất tạm thời chưa thực hiện thu bổ sung thu TCQKTKS theo Quyết định 1640 và yêu cầu xác định lại TCQKTKS áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM tin rằng NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về TCQKTKS dựa trên diễn giải của NPM về quy định pháp luật liên quan, bao gồm các quy định về TCQKTKS và quy định về thuế tài nguyên. Do đó, Ban Giám đốc của NPM đã gửi công văn lên cơ quan quản lý các cấp để nêu rõ vấn đề và xin giải quyết phù hợp cho việc xác định TCQKTKS của NPM.

Trong năm 2021, theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 978/VPCP-KTTH ngày 8 tháng 2 năm 2021 và Công văn số 5987/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 8 năm 2021, vụ việc đang được Bộ Tài chính, Bộ TNMT, UBND Tỉnh Thái Nguyên và Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên xem xét để báo cáo cho Thủ tướng Chính phủ và Ủy ban Kinh tế của Quốc hội. Trong năm 2022, các cơ quan ban ngành có liên quan cấp Trung ương và địa phương, thông qua buổi họp do TCĐCKS chủ trì, đã thống nhất xác định có bất cập về giá tính thuế tài nguyên làm căn cứ tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản cho Dự án khai thác khoáng sản Núi Pháo. Trên cơ sở đó, UBND Tỉnh Thái Nguyên đã và đang làm việc với Bộ Tài chính và Bộ TNMT để tìm kiếm đơn vị tư vấn kỹ

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

thuật, đồng thời chỉ đạo Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên phối hợp với các sở, ngành liên quan của địa phương hoàn thiện thủ tục lựa chọn đơn vị tư vấn kỹ thuật phù hợp để xây dựng cơ chế xác định giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM. Sau đó, NPM đã nhận được thêm chỉ đạo từ Phó Thủ tướng Chính phủ theo Thông báo 226, theo đó, TCQKTKS cho Dự án khai thác khoáng sản Núi Pháo sẽ được Bộ TNMT xác định lại sau khi (1) giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho các sản phẩm công nghiệp của NPM được UBND Tỉnh Thái Nguyên ấn định và ban hành chính thức; và (2) khung giá tính thuế tài nguyên đối với quặng vonfram mỏ Núi Pháo do Bộ Tài chính ban hành và giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho quặng vonfram của NPM do UBND Tỉnh Thái Nguyên ban hành. Tại thời điểm phát hành báo cáo này, UBND Tỉnh Thái Nguyên, Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên và các cơ quan chức năng các cấp có liên quan vẫn đang phối hợp làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho các sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM đánh giá vì giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được UBND Tỉnh Thái Nguyên xác định, cho nên giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa phù hợp với quy định phát luật hiện hành. Do đó, NPM tin rằng khi giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được ban hành, TCQKTKS chính thức của Dự án Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo cho giai đoạn từ 2015 đến năm 2024 sẽ được xác định, và thay thế số TCQKTKS như đã phê duyệt tại Quyết định 1640.

Kết quả cuối cùng của vấn đề TCQKTKS này hiện nay vẫn chưa có và phụ thuộc vào việc giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định và Bộ TNMT có chấp thuận tính toán lại TCQKTKS tại Quyết định 1640 theo giá tính thuế tài nguyên đó khi được xác định. Do đó, Tập đoàn chưa ghi nhận TCQKTKS bổ sung theo Quyết định 1640 là nợ phải trả trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

## 38. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Ngoài các số dư và giao dịch với các bên liên quan được trình bày trong các thuyết minh khác của báo cáo tài chính hợp nhất này, Tập đoàn có các giao dịch chủ yếu với các bên liên quan theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam trong năm như sau:

Bên liên quan	Tính chất giao dịch	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>Công ty liên kết</b>			
Techcombank và các công ty con của Techcombank	Khoản vay đã nhận Khoản vay đã trả Trái phiếu phát hành (đại lý phát hành) Chi phí phát hành trái phiếu Mua chứng khoán kinh doanh Bán chứng khoán kinh doanh Chi phí lãi vay, trái phiếu	3.027.246 2.868.121 7.300.000 32.085 11.000.658 7.868.014 384.726	4.423.179 3.730.817 2.000.000 39.262 6.710.550 7.710.854 525.611
<b>Các bên liên quan khác</b>			
Thành viên quản lý chủ chốt	Thù lao trả cho thành viên quản lý chủ chốt (*)	<b>173.122</b>	<b>178.968</b>

Tại ngày và cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 và 2022, Tập đoàn có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn, các chứng chỉ tiền gửi, các khoản vay và số dư phải trả và phí dịch vụ đại lý tại Techcombank và các công ty con của Techcombank theo các điều khoản giao dịch thông thường.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, các công ty liên kết của Tập đoàn sở hữu 1.698.097 triệu VND (1/1/2023: 1.270.359 triệu VND) trái phiếu đã phát hành của Tập đoàn.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, 12.065.750 triệu VND (1/1/2023: 2.986.205 triệu VND) trái phiếu phát hành được sở hữu bởi Công ty và các công ty con và được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất.

(\*) Các thành viên Hội đồng Quản trị Công ty và Ủy ban Kiểm toán Công ty không hưởng thù lao cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 và 2022.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023  
(tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN  
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC  
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

Bao gồm trong thù lao trả cho thành viên quản lý chủ chốt, thù lao, lương và tiền thưởng thực tế của từng thành viên trong Hội đồng Quản trị Công ty và Ủy ban Kiểm toán Công ty và Tổng Giám đốc Công ty trong năm là:

Tên	Chức vụ	2023 Triệu VND	2022 Triệu VND
<b>Hội đồng Quản trị</b>			
Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	-	-
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	-	-
Ông Nguyễn Thiệu Nam	Thành viên	-	-
Bà Chae Rhan Chun	Thành viên	-	-
	(từ ngày 24 tháng 4 năm 2023)	-	-
Ông Ji Han Yoo	Thành viên	-	-
	(đến ngày 24 tháng 4 năm 2023)	-	-
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên	-	-
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên	-	-
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	-	-
<b>Ủy ban kiểm toán</b>			
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Chủ tịch		
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên		
<b>Tổng Giám đốc</b>			
Ông Danny Le			
Lương, thưởng và các phúc lợi khác		14.686	11.899

## 39. CÁC SỰ KIỆN SAU NGÀY TRÊN BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Trong tháng 12 năm 2023, Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đã thông qua việc phát hành cổ phiếu cho người lao động theo chương trình quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên sau khi được Đại hội đồng Cổ đông Thường niên thông qua vào tháng 4 năm 2023. Việc phát hành cổ phiếu đã được hoàn tất trong tháng 1 năm 2024.

Trong tháng 1 năm 2024, Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Masan MEATLife đã thông qua việc phát hành cổ phiếu cho người lao động theo chương trình quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên sau khi được Đại hội đồng Cổ đông Thường niên thông qua vào tháng 4 năm 2023. Việc phát hành cổ phiếu đã được hoàn tất trong tháng 2 năm 2024.

Ngoài các sự kiện nêu trên, không có sự kiện trọng yếu nào khác phát sinh sau ngày lập bảng cân đối kế toán cần phải điều chỉnh hoặc thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

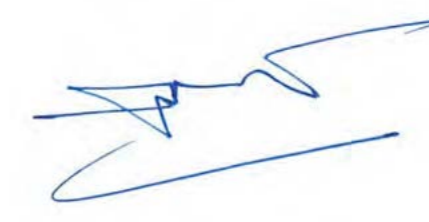
Ngày 1 tháng 3 năm 2024

Người lập:

Người duyệt:



**Nguyễn Huy Hùng**  
Kế toán trưởng



**Đoàn Thị Mỹ Duyên**  
Giám đốc Tài chính



**Danny Le**  
Tổng Giám đốc



# 05 THÔNG TIN CHUNG VỀ CÔNG TY

## Lịch sử và Cấu trúc của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan



### Lịch sử Công ty

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”, “Tập đoàn Masan” hay “Masan Group”) được thành lập vào tháng 11/2004 dưới tên gọi Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San. Tháng 8/2009, Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (tên tiếng Anh là Ma San Group Corporation) và niêm yết thành công tại Sở Giao dịch chứng khoán Tp. HCM vào ngày 05/11/2009 với mã chứng khoán là MSN. Tháng 7/2015, Công ty chính thức sử dụng tên gọi như hiện nay là Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan. Dù theo các giấy đăng ký kinh doanh, Công ty được thành lập từ năm 2004 nhưng tính thời điểm thành lập và hoạt động của các cổ đông lớn, công ty con và các công ty tiền nhiệm của chúng tôi thì Masan Group đã hoạt động được hơn 28 năm.

Masan Group là công ty mẹ giữ lợi ích kinh tế kiểm soát tại các công ty The CrownX (“TCX”), Masan Consumer Holdings (“MCH”), Masan MEATLife (“MML”), Masan High-Tech Materials (“MHT”) và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (sở hữu 99,99% Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce; với “WCM” và “WinCommerce” được sử dụng thay thế cho nhau trong báo cáo này), với lợi ích kinh tế tương ứng là 84,9%, 72,8%, 94,8%, 86,4% và 71,5% tại thời điểm 31/12/2023. Tỷ lệ sở hữu hợp nhất của chúng tôi trong vốn điều lệ ở Techcombank là 19,9% vào ngày 31/12/2023 (không bao gồm tỷ lệ lợi ích kinh tế theo hợp đồng kỳ hạn).

Các sự kiện quan trọng trong lịch sử Công ty bao gồm:

- Tiền thân của Tập đoàn Masan là công ty Công Nghệ - Kỹ Thuật - Thương Mại Việt Tiến được thành lập vào năm 1996, là nhà máy sản xuất gia vị tại Thành phố Hồ Chí Minh.
- Từ năm 2000 đến năm 2002, Tập đoàn Masan đã phát triển thành công ty thực phẩm bằng việc thành lập thêm các công ty như Công ty Xuất nhập khẩu Minh Việt và Công ty Cổ phần Công Nghiệp Masan.
- Năm 2002, Tập đoàn Masan đã chuyển hướng từ thị trường xuất khẩu sang tập trung vào thị trường nội địa, qua việc giới thiệu thương hiệu “CHIN-SU”. Sau thành công CHIN-SU, Công ty cũng đã gặt hái những thành công tiếp theo khi giới thiệu thương hiệu “Nam Ngư” và “Tam Thái Tử” trong năm 2007.
- Tháng 11/2004, Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San được thành lập, sau này được đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San, là nền tảng để tái cấu trúc hoạt động kinh doanh của toàn Tập đoàn Masan.
- Năm 2008, Công ty Cổ phần Công nghiệp - Thương mại Ma San (Masan Trading và sau này trở thành Masan Consumer), công ty sở hữu các cổ phần của công ty con trong ngành hàng thực phẩm của Tập đoàn Masan lần đầu tiên đạt doanh thu 2.000 tỷ đồng.
- Năm 2008, với tầm nhìn hiện thực hóa chiến lược ngành và chiến lược thực thi để thiết lập nền tảng quy mô hơn và chuyên nghiệp hơn, các cổ đông của chúng tôi đã tuyển dụng đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, bao gồm đội ngũ điều hành với kinh nghiệm đa quốc gia và thành tích xây dựng các doanh nghiệp trong các thị trường mới nổi, trong đó phải nhắc đến việc bổ nhiệm ông Madhur Maini là Tổng Giám đốc trong tháng 8/2008.
- Tháng 8/2009, Cổ phần Tập đoàn Ma San nắm giữ 19,9% cổ phần tại Techcombank và 54,8% cổ phần tại Masan Consumer.
- Tháng 9 và 10/2009, TPG thông qua quỹ đầu tư vốn tăng trưởng (TPG Growth) đã đầu tư 630 tỷ đồng vào Công ty dưới hình thức trái phiếu chuyển đổi, được chuyển đổi hoàn toàn thành cổ phần công ty trong tháng 06/2012.
- Tháng 10/2009, BankInvest thông qua Quỹ Private Equity New Markets đầu tư vào Công ty và tham gia vào Hội đồng Quản trị.
- Tháng 10/2009, Công ty tăng quyền sở hữu trong Masan Consumer lên 76,6%.
- Ngày 05/11/2009, chúng tôi chính thức niêm yết trên Sàn Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh với giá niêm yết là 36.000 đồng một cổ phiếu và bắt đầu giao dịch với mã chứng khoán “MSN”. Với giá cuối phiên giao dịch 43.200 đồng một cổ phiếu vào ngày niêm yết, Công

ty đã trở thành công ty lớn thứ sáu tại Việt Nam xét theo mức vốn hóa thị trường.

- Tháng 4/2010, Công ty Cổ phần Tài Nguyên Masan (Masan Resources, nay đổi tên thành Masan High-Tech Materials) được thành lập.
- Tháng 7/2010, Công ty mua 85% vốn điều lệ Công ty Liên doanh Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo ("Nuiphaovica") và đổi tên công ty thành Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo.
- Tháng 12/2010, Công ty tăng sở hữu tại Masan Consumer lên 86,6%.
- Tháng 12/2010 và 01/2011, Công ty tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank lên 30,6% sau khi mua trái phiếu chuyển đổi của Techcombank.
- Tháng 4/2011, KKR đầu tư 159 triệu USD vào Masan Consumer để mua 10% cổ phần.
- Tháng 10/2011, Masan Consumer thâm nhập vào thị trường đồ uống thông qua thương vụ mua 50,3% cổ phần của Vinacafe Biên Hòa, nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất tại Việt Nam.
- Tháng 02/2012, Masan Consumer tăng tỷ lệ sở hữu tại Vinacafé lên 53,2%.
- Tháng 5/2012, Công ty thu hút đầu tư thêm 50 triệu USD thông qua việc cấp khoản vay chuyển đổi bắt buộc, chuyển

đổi thành cổ phiếu Công ty, cho Kairos Capital Limited, một công ty đầu tư thuộc Richard Chandler Corporation.

- Tháng 01/2013, Công ty bán 8,7% cổ phần tại Masan Consumer cho KKR với trị giá 200 triệu USD, giảm tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn tại Masan Consumer xuống 77,7%.
- Tháng 02/2013, Masan Consumer mua 24,9% cổ phần tại Vĩnh Hào.
- Tháng 4/2013, Masan Consumer tăng tỷ lệ sở hữu tại Vĩnh Hào lên 63,5%.
- Tháng 7/2013, Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (chủ sở hữu mỏ đa kim vonfram Núi Pháo) liên doanh với H.C.Starck và thành lập công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H.C.Starck để sản xuất các sản phẩm chế biến sâu Vonfram có giá trị cao hơn. Việc hợp tác với H.C.Starck đánh dấu một bước phát triển mới của dự án và minh chứng cho chất lượng sản phẩm mỏ và giảm thiểu rủi ro cho dự án khi hợp tác với khách hàng có tiếng tăm trên thế giới cho sản phẩm Vonfram của chúng tôi.
- Tháng 12/2013, Công ty TNHH Hoa Bằng Lăng, đã đổi tên thành Công ty TNHH MasanConsumerHoldings ("Masan Consumer Holdings" hoặc "MCH"). MCH được tái cấu trúc hướng tới tập trung vào ngành hàng thực phẩm và đồ uống.
- Tháng 3/2014, Nhà máy chế biến

khoáng sản của Mỏ Núi Pháo thực hiện chạy thử thành công.

- Tháng 5/2014, Masan Consumer thành lập công ty con Masan Beverage. Theo đó sở hữu của Masan Consumer tại Vinacafe Biên Hòa và Vĩnh Hào được chuyển sang công ty này.
- Tháng 9/2014, Tập đoàn mua công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên để sản xuất sản phẩm bia có nhãn hiệu "Sư Tử Trắng". Công ty TNHH Masan Brewery (trước đây là một công ty con nắm giữ các khoản đầu tư) được tái cấu trúc để sở hữu cổ phần của công ty bia này và được chuyển thành công ty con của MCH. Dưới sự quản lý của chúng tôi, nhà máy bia đã hoạt động hết công suất sau khi tung hàng thử nghiệm tại miền Tây. Năm 2015, Công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên đổi tên gọi mới là Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY.
- Cuối năm 2014, Masan Consumer đã thành lập một số công ty con để mở rộng sự hiện diện của chúng tôi tại các khu vực chiến lược nhằm tăng công suất và tiếp cận gần hơn đến người tiêu dùng. Chúng tôi đã bắt đầu xây dựng tại nhà máy ở Nghệ An và bắt đầu xin giấy phép cho nhà máy tại Hậu Giang.
- Tháng 12/2014, Masan Consumer Holdings đã phát hành thành công trái phiếu kỳ hạn 10 năm, huy động 2.100 tỷ đồng với lãi suất cố định 8%. Trái phiếu được tổ chức Credit Guarantee and Investment Facility ("CGIF"), một quỹ ủy thác của Ngân hàng Phát triển Châu Á

("ADB") bảo lãnh, và đây là thương vụ đầu tiên của CGIF tại Việt Nam.

- Tháng 12/2014, Masan Consumer đã mua 32,8% cổ phần của Công ty Thực phẩm Cholimex. Masan Group cũng chấm dứt đầu tư vào các công ty không thuộc ngành cốt lõi như bao bì thực phẩm thông qua việc bán công ty TNHH MTV Bao bì Minh Việt và các đơn vị khác mà Tập đoàn không sở hữu cổ phần kiểm soát.
- Tháng 01/2015, Masan Consumer đã mua 99,99% cổ phần của Saigon Nutri Food, một công ty sản xuất thịt chế biến, nhằm tiến tới thâm nhập vào chuỗi giá trị thịt.
- Tháng 4/2015, Tập đoàn Masan mua lại Công ty TNHH Sam Kim, cổ đông kiểm soát hai công ty Proconco và ANCO. Công ty Sam Kim sau đó được đổi tên thành Masan Nutri-Science. Việc mua lại Masan Nutri-Science ngay lập tức biến Tập đoàn Masan trở thành một trong những công ty thức ăn chăn nuôi lớn nhất Việt Nam. Mục tiêu của Masan Nutri-Science là chuyển đổi ngành đạm động vật của Việt Nam nhằm cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu.
- Tháng 6/2015, MCH phát hành trái phiếu kỳ hạn 5 năm trị giá 9.000 tỷ đồng do Vietcombank thu xếp với sự tham gia của các ngân hàng trong nước. Giao dịch này là một phần trong nỗ lực của chúng tôi nhằm đơn giản hóa cấu trúc tài sản, thanh toán các

khoản nợ lãi suất cao, gia hạn ngày đáo hạn, giảm nợ tiền USD, và tăng số dư tiền mặt để dành cho các khoản đầu tư tiếp theo trong lĩnh vực tiêu dùng. Đây là đợt phát hành trái phiếu lớn nhất từ trước đến nay tại Việt Nam.

- Tháng 07/2015, Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San chính thức được đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan.
- Tháng 9/2015, sau khi đã khẳng định thành công của việc vận hành thử nghiệm và gia tăng công suất sản xuất của nhà máy Công ty Núi Pháo, cổ phiếu của Masan Resources đã đăng ký giao dịch trên hệ thống giao dịch UPCoM thuộc Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội và trở thành một trong những công ty đại chúng có giá trị vốn hóa lớn nhất được đăng ký giao dịch trên Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội.
- Tháng 11/2015, Masan MB khánh thành trung tâm sản xuất nước mắm và mì ăn liền ở tỉnh Nghệ An để nâng cao công suất sản xuất đáp ứng nhu cầu tăng trưởng và tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng.
- Tháng 12/2015, Masan Beverage mua lại cổ phần kiểm soát của Công ty Nước Khoáng Thiên nhiên Quảng Ninh, chủ sở hữu thương hiệu Quang Hanh, để cùng với việc kiểm soát Vĩnh Hào, trở thành nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nước khoáng trong nước có quy mô đáng kể tại Việt Nam

và củng cố nền tảng đồ uống đóng chai của Tập đoàn.

- Tháng 12/2015, MCH và Singha ký thỏa thuận đối tác chiến lược để phục vụ tốt hơn cho 250 triệu người tiêu dùng tại thị trường "Inland ASEAN". Ngay lập tức, thị trường thực phẩm và đồ uống mà Masan có thể tiếp cận tăng gấp nhiều lần. Theo thỏa thuận, Singha sẽ đầu tư 1,1 tỷ USD vào MCH và mảng kinh doanh bia của Masan, và đây sẽ là thỏa thuận M&A lớn nhất trong lịch sử các doanh nghiệp Việt Nam. Đợt góp vốn đầu tiên diễn ra trong tháng 1/2016 với khoản tiền 650 triệu USD.
- Tháng 12/2015, một ngày sau khi ký kết thỏa thuận với Singha, Masan Brewery HG khánh thành nhà máy bia mới tại tỉnh Hậu Giang với công suất tăng hơn 4 lần công suất hiện tại.
- Tháng 01/2016, MCH tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Masan Consumer lên 96,7%. Masan Beverage đã tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại Vĩnh Hào lên 84,2% và Masan tăng tỷ lệ sở hữu tại Proconco lên 75,2%.
- Tháng 02/2016, Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%.
- Tháng 3/2016, ANCO đã mua 14% cổ phần của VISSAN và trở thành đối tác chiến lược.
- Tháng 4/2016, Masan Beverage mua thêm 4,32% cổ phần Nước khoáng Vĩnh

- Hào, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vinh Hào lên 88,56%.
- Tháng 6/2016, ANCO tăng tỷ lệ sở hữu tại VISSAN lên 24,94%, và Masan Nutri-Farm (NA) được thành lập và hiện nay được đổi tên thành MNS Farm Nghệ An.
  - Tháng 7/2016, Masan Consumer Thailand được thành lập, vài tháng sau, Masan và đối tác chiến lược Singha giới thiệu sản phẩm gia vị đầu tiên tại Thái Lan, nước mắm CHIN-SU Yod Thong. Đây là bước chân nhỏ đầu tiên của chúng tôi trong hành trình chinh phục thị trường In-land ASEAN để có thể phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng của khu vực.
  - Tháng 11/2016, Masan Nutri-Farm (NA) khởi công trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An, đánh dấu hoàn tất việc thực hiện mô hình 3F.
  - Tháng 12/2016, Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.
  - Tháng 12/2016, Masan Group, thông qua công ty con, hoàn tất việc chào mua công khai cổ phiếu Masan Resources, đồng thời Mount Kellet thoái vốn, Masan Group đã nâng tỷ lệ lợi ích kinh tế sở hữu gián tiếp tại Masan Resources từ 72,7% lên 93,8%, tạo điều kiện cho cơ hội tăng trưởng và kế hoạch huy động vốn chiến lược cho giai đoạn tiếp theo.
  - Tháng 01/2017, Masan Group thực hiện việc chia cổ tức bằng tiền cho toàn bộ cổ đông của Công ty với tỷ lệ cổ tức được chia là 30% (mỗi cổ phần nhận được 3.000 đồng).
  - Tháng 01/2017, Masan Group thực hiện việc phát hành cổ phiếu thưởng cho toàn bộ cổ đông của Công ty (cổ đông sở hữu 02 cổ phiếu được nhận 01 cổ phiếu thưởng).
  - Tháng 01/2017, cổ phần của Masan Consumer được đăng ký giao dịch trên sàn UpCoM, một sàn chứng khoán do Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội quản lý.
  - Tháng 4/2017, KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science, nền tảng thịt của thương hiệu Tập đoàn Masan, để sở hữu 7,5% cổ phần, biến công ty trở thành doanh nghiệp thịt có thương hiệu hàng đầu, và đầu tư 100 triệu USD để mua lại cổ phần Masan Group từ PENM Partners, công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân của Đan Mạch. Đây là khoản đầu tư thứ hai của KKR vào Masan, sau khoản đầu tư vào Masan Consumer Corporation với tổng giá trị 359 triệu USD.
  - Tháng 11/2017, Masan Group hoàn thành việc mua lại cổ phiếu quỹ là 100.665.722 cổ phiếu, tăng tổng số cổ phiếu quỹ lên 109.899.932 hoặc 9,50% vốn điều lệ Công ty.
  - Tháng 12/2017, Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage, công ty con của Masan Consumer đã chào mua công khai cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa từ 68,5% lên 100%. Sau khi thương vụ chào mua công khai hoàn tất vào ngày 5/2/2018, Masan Beverage đã tăng tỷ lệ sở hữu lên 98,49%.
  - Tháng 12/2017, Masan Horizon, công ty con của Masan Group đã mua lại cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết tại Masan Resources với trị giá 22,9 triệu USD. Như vậy, tỷ lệ lợi ích kinh tế sở hữu của Masan Group tại Masan Resources (bao gồm cả cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết) tăng từ 93,8% lên 96,0% sau khi mua lại. Việc thoái vốn của nhà đầu tư tư nhân tại Masan Resources sẽ mang lại cho Masan Resources khả năng linh động hơn để có thể huy động vốn tăng trưởng chiến lược sau này.
  - Tháng 12/2017, Masan Group cũng đã tất toán khoản vay chuyển đổi trị giá 30 triệu USD với Goldman Sachs, tránh việc phải phát hành thêm 13,6 triệu cổ phiếu để chuyển đổi.
  - Tháng 01/2018, PENM Partners đầu tư 16 triệu USD để mua lại 0,8% vốn điều lệ của Masan Nutri-Science từ Masan Group.
  - Tháng 02/2018, Masan Nutri-Science khởi công Tổ hợp chế biến thịt mát tại Hà Nam nhằm cung cấp thịt mát đến người tiêu dùng.
  - Tháng 6/2018, Công ty Jinju Ham, một công ty sản xuất thịt chế biến hàng đầu tại Hàn Quốc, đã đầu tư mua 25% cổ phần phát hành mới của Saigon Nutri Food. Saigon Nutri Food sau đó được đổi tên thành Masan Jinju.
  - Tháng 8/2018, Núi Pháo, công ty con của Masan Resources, đã mua 49% phần vốn góp trong Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H.C.Starck từ H.C.Starck với giá trị 29,1 triệu USD. Sau giao dịch này, công ty liên doanh hiện nay trở thành một công ty con do Masan Resources sở hữu 100% và được đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan.
  - Tháng 10/2018, SK Group đầu tư khoảng 470 triệu USD để trở thành cổ đông nước ngoài lớn nhất của Công ty.
  - Tháng 12/2018, Masan Nutri-Science khánh thành Tổ hợp chế biến thịt mát tại Hà Nam và giới thiệu thành công ra thị trường thương hiệu thịt mát “MEATDeli”.
  - Tháng 7/2019, Masan Nutri-Science đặt trọng tâm vào ngành thịt, công bố đổi tên thành Masan MEATLife. Mục tiêu cuối cùng của Masan MEATLife là cung cấp các sản phẩm thịt ngon, an toàn và giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.
  - Tháng 9/2019, Công ty TNHH Vonfram Masan, một công ty con thuộc sở hữu của Công ty cổ phần Tài nguyên Masan (MSR), đã ký thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh Vonfram của Tập đoàn H.C Starck (Cộng hoà Liên bang Đức). Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR: trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao dựa trên nền tảng chuỗi giá trị tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới.
  - Tháng 12/2019, Masan Group và VinGroup đã thỏa thuận nguyên tắc về việc sáp nhập MCH và VinCommerce và VinEco thông qua hoán đổi cổ phần. Thoả thuận nhằm tối ưu hóa thể mạnh hoạt động của mỗi bên, đồng thời tạo nên một Tập đoàn Hàng tiêu dùng - Bán lẻ mới có sức cạnh tranh vượt trội và quy mô hàng đầu Việt Nam. Masan Group là cổ đông sở hữu đa số cổ phần (năm 70% cổ phần) của công ty mới. Công ty mới sẽ nắm giữ 85,7% cổ phần MCH và 83,7% cổ phần VinCommerce.
  - Tháng 12/2019, hơn 324,3 triệu cổ phiếu của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (MML) đã được đăng ký giao dịch tập trung trên UPCoM.
  - Tháng 02/2020, Công ty TNHH Masan HPC đã hoàn tất mua vào 52% cổ phần Công ty Cổ phần Bột giặt NET (NETCO) với mức giá trung bình 48.000 đồng/cổ phần và tổng giá trị giao dịch khoảng 560 tỷ đồng.
  - Tháng 6/2020, Công ty Cổ phần The CrownX (“The CrownX”) chính thức đi vào hoạt động. Đây là công ty sở hữu Công ty Cổ phần Masan Consumer Holdings (“MCH”) - công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh và Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại VinCommerce (“VCM”) - nền tảng bán lẻ hiện đại (“MT”) đứng số 1 Việt Nam về thị phần. The CrownX nắm giữ 85,71% cổ phần của MCH và 83,74% cổ phần của VCM.
  - Tháng 6/2020, Vonfram Masan hoàn tất giao dịch mua lại nền tảng kinh doanh vonfram từ H.C. Starck Group GmbH.
  - Tháng 6/2020, Đại Hội đồng Cổ đông thường niên năm 2020 của Masan Resources đã thông qua nghị quyết phê duyệt việc đổi tên công ty thành Masan High-Tech Materials.
  - Tháng 10/2020, Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”) – một công ty thành viên của Công ty công bố hai bước tiến chiến lược trong hành trình mang đến các sản phẩm thịt tươi ngon, dinh dưỡng cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam: (i) khánh thành Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli Sài Gòn trị giá 1.800 tỷ đồng tại Long An; và (ii) mở rộng hoạt động sang thị trường thịt gia cầm thông qua việc rót vốn 613 tỷ đồng để sở hữu 51% Công ty Cổ phần 3F VIỆT - doanh nghiệp nội địa có nền tảng sản xuất thịt gia cầm hàng đầu.
  - Tháng 10/2020, Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”) và Mitsubishi Materials Corporation (“MMC”) đã ký cam kết thiết lập liên minh chiến lược hướng đến mục tiêu phát triển nền tảng vật liệu vonfram



công nghệ cao hàng đầu. Như một phần của hợp tác này, MMC đăng ký mua 109.915.542 cổ phần phổ thông phát hành mới theo phương thức chào bán riêng lẻ với tổng giá trị tiền mặt là 90 triệu USD. Sau khi hoàn tất phát hành, MMC nắm giữ 10,0% vốn cổ phần pha loãng hoàn toàn của MHT, qua đó trở thành cổ đông lớn thứ hai của MHT.

- Tháng 4/2021, Tập đoàn Masan và SK Group ("SK") công bố về việc ký kết thỏa thuận SK mua lại 16,26% cổ phần của VinCommerce với tổng giá trị tiền mặt là 410 triệu USD. Với Giao dịch này, VCM được định giá 2,5 tỷ USD cho 100% vốn chủ sở hữu.
- Tháng 5/2021, Tập đoàn Masan và nhóm các nhà đầu tư trong đó có Tập đoàn Alibaba và Baring Private Equity Asia đã công bố ký kết thỏa thuận mua cổ phần phát hành mới của The CrownX với tổng giá trị tiền mặt là 400 triệu USD tương đương với 5,5% tỷ lệ sở hữu sau phát hành. Thông qua Giao dịch này, The CrownX được định giá 6,9 tỷ USD (trước phát hành) cho 100% vốn chủ sở hữu. Sau đợt phát hành này, tỉ lệ sở hữu của Tập đoàn Masan tại The CrownX là 80,2%.
- Tháng 5/2021, Công ty TNHH The Sherpa – một công ty thành viên của Tập đoàn Masan công bố ký kết thỏa thuận mua 20% Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage – công ty sở hữu thương hiệu Phúc Long, một trong những thương hiệu chuỗi bán lẻ trà và cà phê

hàng đầu Việt Nam. Giá trị Giao dịch là 15 triệu USD.

- Tháng 7/2021, Tập đoàn Masan ("Masan") và The CrownX ("TCX"), một công ty thành viên của Masan, công bố về việc mua lại cổ phần của TCX từ các cổ đông thiểu số. Sau Giao dịch, tỉ lệ sở hữu trực tiếp và gián tiếp của Tập đoàn Masan tại The CrownX tăng từ 80,2% lên 84,9%.
- Tháng 9/2021, Công ty Cổ phần Masan MEATLife và Công ty TNHH De Heus đã ký kết Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác Đối tác. Sự kết hợp giữa De Heus - chuyên gia, nhà cung cấp hàng đầu các sản phẩm dinh dưỡng cho động vật và Masan Group – Tập đoàn Tiêu dùng - Bán lẻ hàng đầu Việt Nam, được xem là một sự kết hợp đầy triển vọng, có thể đẩy nhanh quá trình hiện đại hóa chuỗi giá trị đạm động vật. Các bên đều cam kết xúc tiến phát triển một hoặc nhiều thỏa thuận hợp tác trước quý đầu tiên của năm 2022.
- Tháng 9/2021, Công ty TNHH The Sherpa – một thành viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan đã công bố hoàn tất mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast với tổng giá trị tiền mặt là 297 tỷ đồng, bước đầu mở rộng sang lĩnh vực viễn thông. Là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động, Mobicast sở hữu thương hiệu mạng Reddi (nay đã đổi tên thành Wintel) tích hợp hoàn chỉnh các dịch vụ viễn thông. Việc mở rộng sang lĩnh vực viễn thông là bước đầu để Masan số hóa hệ

sinh thái tiêu dùng "Point of Life" và mang đến trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ tích hợp xuyên suốt từ offline đến online.

- Tháng 11/2021, Tập đoàn Masan công bố hợp tác chiến lược với De Heus Việt Nam (công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan). Theo đó, De Heus Việt Nam sẽ tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi ("Giao dịch") và đầu tư từ 600 - 700 triệu USD vào chuỗi cung ứng đạm động vật tại Việt Nam. Giao dịch là một phần của Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác được hai bên ký kết vào tháng 9/2021: Masan MEATLife sẽ tập trung nguồn lực phát triển các sản phẩm thịt có thương hiệu còn De Heus sẽ ưu tiên cung cấp các giải pháp dinh dưỡng, con giống và chăn nuôi.
- Tháng 11/2021, Tập đoàn Masan và SK Group đã công bố ký kết thỏa thuận mua lại cổ phần của The CrownX với tổng giá trị tiền mặt là 345 triệu USD, trong đó SK Group đầu tư 340 triệu USD. Sau giao dịch, tỉ lệ sở hữu của Masan và SK tại The CrownX lần lượt là 84,9% và 4,9%.
- Tháng 12/2021, Tập đoàn Masan công bố ký kết Giao dịch với nhóm các nhà đầu tư bao gồm TPG, Platinum Orchid (thuộc sở hữu của Quỹ đầu tư Quốc gia Abu Dhabi) và SeaTown Master Fund (do công ty con của Temasek Holdings quản lý) cho khoản đầu tư 350 triệu USD vào Công ty Cổ phần The CrownX. Giao dịch khép lại vòng huy động vốn cuối



cùng vào hệ sinh thái TCX. Được thành lập vào nửa đầu năm 2020, đến cuối năm 2021 hệ sinh thái này đã thu hút nguồn vốn hơn 1,5 tỷ USD từ các nhà đầu tư hàng đầu thế giới.

- Tháng 01/2022, Tập đoàn Masan tiến hành mua thêm 31% cổ phần Phúc Long Heritage với giá trị đầu tư 110 triệu USD, nâng tỷ lệ sở hữu của Masan Group tại Phúc Long Heritage lên 51%, qua đó nắm quyền chi phối thương hiệu đồ uống này.
- Tháng 3/2022, Tập đoàn Masan đã tăng tỷ lệ sở hữu lợi ích kinh tế vào MML từ 87,8% lên 94,9% thông qua việc mua lại 2 công ty Công ty TNHH Taivas và Công ty TNHH Hatsun.
- Tháng 4/2022, Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 65 triệu USD để

mua 25% cổ phần Công ty Cổ phần Trusting Social ("Trusting Social"), công ty con của Trust IQ Pte.Ltd. có trụ sở tại Singapore. Theo đó, thỏa thuận hợp tác với Trusting Social sẽ giúp thúc đẩy quá trình chuyển đổi của hệ sinh thái tiêu dùng – công nghệ tích hợp từ offline đến online ("O2O") mà Tập đoàn Masan đang hướng đến và cung cấp các giải pháp ứng dụng trí tuệ nhân tạo và fintech để mang đến các trải nghiệm vượt trội nhất cho khách hàng.

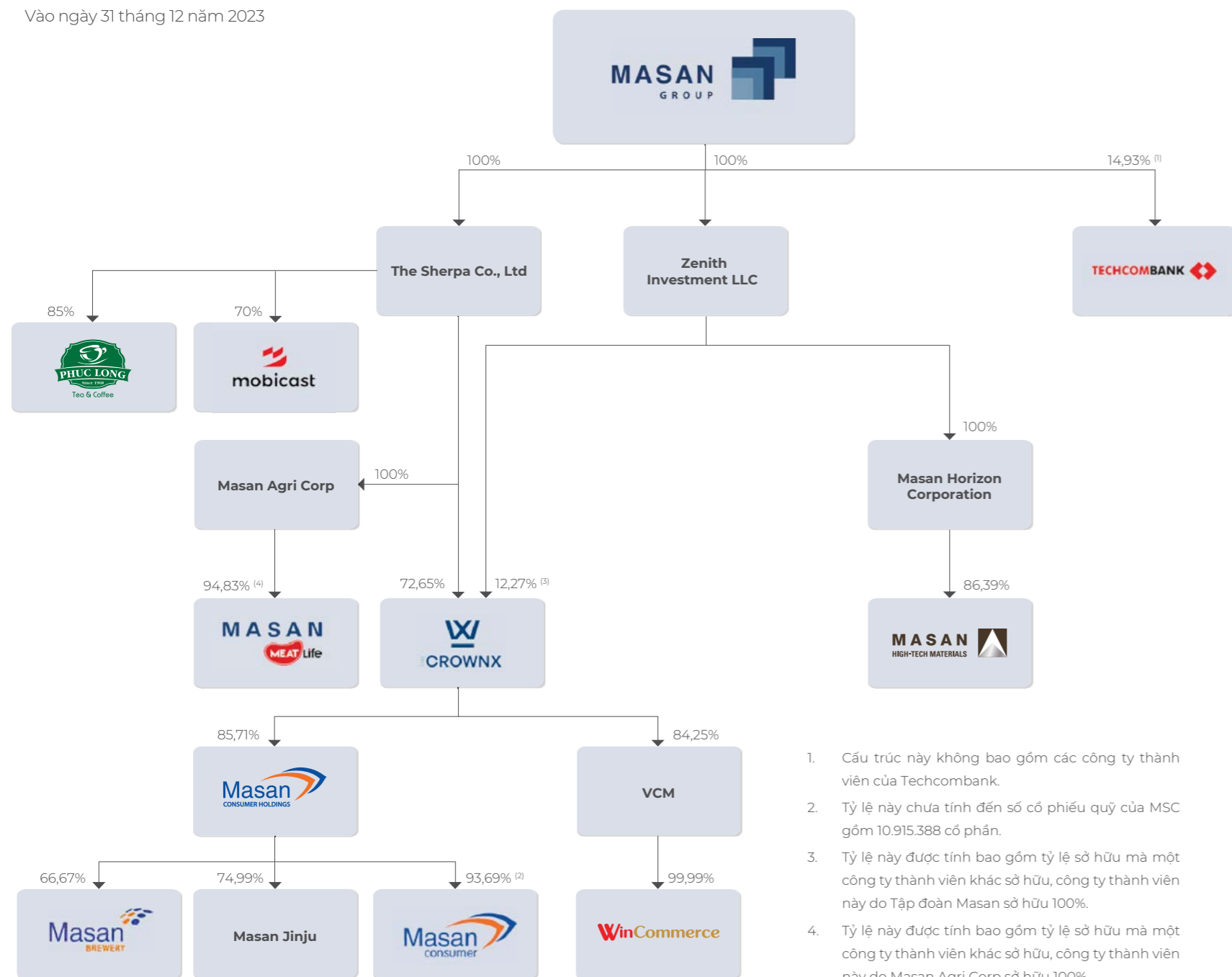
- Tháng 7/2022, Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 45 triệu GBP để sở hữu 15% cổ phần của Nyobolt Limited, có trụ sở tại Anh Quốc, trên cơ sở pha loãng. Nyobolt Limited là một công ty chuyên cung cấp giải pháp pin Li-on sạc nhanh và thỏa thuận chiến lược này sẽ giúp MHT dẫn tiến gần hơn với người dùng cũng như góp phần đẩy

mạnh bước phát triển nền kinh tế tuần hoàn.

- Tháng 8/2022, Tập đoàn Masan tiến hành mua thêm 34% cổ phần Phúc Long Heritage, nâng tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn Masan tại Phúc Long lên 85%.
- Tháng 7/2023, Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 13 triệu EUR để mua 100% vốn cổ phần của Chemitas GmbH, nhà cung cấp dịch vụ cung cấp năng lượng, quản lý chất thải và hậu cần có trụ sở tại Goslar, Đức.
- Tháng 12/2023, Masan công bố Bain Capital – Quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu thế giới - cam kết đầu tư 250 triệu USD vào Tập đoàn Masan.

# Cấu trúc Tập đoàn

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2023



- Cấu trúc này không bao gồm các công ty thành viên của Techcombank.
- Tỷ lệ này chưa tính đến số cổ phiếu quỹ của MSC gồm 10.915.388 cổ phần.
- Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty thành viên khác sở hữu, công ty thành viên này do Tập đoàn Masan sở hữu 100%.
- Tỷ lệ này được tính bao gồm tỷ lệ sở hữu mà một công ty thành viên khác sở hữu, công ty thành viên này do Masan Agri Corp sở hữu 100%.

## THE CROWN X

The CrownX là nền tảng tiêu dùng bán lẻ hợp nhất lợi ích của Tập đoàn Masan tại Masan Consumer Holdings và WinCommerce. The CrownX được thiết lập nhằm hiện thực hóa tầm nhìn trở thành một “Point of Life” tích hợp xuyên suốt từ offline đến online để phục vụ đa dạng nhu cầu sản phẩm và dịch vụ của người tiêu dùng Việt Nam.

## Masan Consumer Holdings

Masan Consumer Holdings được thành lập với vai trò là nền tảng chính để Tập đoàn đầu tư thêm vào các ngành thực phẩm và đồ uống và các ngành hàng liên quan khác. Các công ty chính trong danh mục của MCH bao gồm Masan Consumer và Masan Brewery.

Masan Consumer Holdings là một trong những công ty hàng tiêu dùng hàng đầu Việt Nam. Công ty sản xuất và phân phối nhiều loại sản phẩm thực phẩm và đồ uống, bao gồm nước tương, nước mắm, nước chấm, tương ớt, hạt nêm, mì ăn liền, cháo ăn liền, thực phẩm chế biến sẵn, cà phê hòa tan, ngũ cốc ăn liền, đồ uống đóng chai và bia. Công ty đã phát triển danh mục sản phẩm, đội ngũ bán hàng và các kênh phân phối trong nước/quốc tế để thiết lập vị trí hàng đầu trong thị trường thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Việt Nam. Những thương hiệu chủ chốt của Masan Consumer Holdings bao gồm CHIN-SU, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Kokomi, Tiến Vua, Vinacafé, Wake-up Coffee, Wake-up 247, Compact, EnerZ, Bupnon Tea365, Vĩnh Hào, Quang Hanh, Vivant, Faith, Red Ruby, Lush và Sứ Tử Trắng. Với việc hoàn tất đề nghị chào mua công khai Công ty Cổ phần Bột giặt Net, Masan Consumer đã chính thức tiến vào

ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình bao gồm các sản phẩm bột giặt Joins, Super Net, nước giặt Chante', Sopa, nước rửa chén Homey, sữa tắm La'Petal.

## WinCommerce

WinCommerce là nền tảng bán lẻ hiện đại có độ phủ lớn nhất Việt Nam với hơn 132 siêu thị WinMart và 3.501 cửa hàng WinMart+/WIN với đa dạng mô hình tính đến cuối năm 2023. Đồng thời, thông qua hợp tác chiến lược với một công ty liên quan, WinEco, WinCommerce sở hữu nguồn cung ổn định các loại cây rau củ quả ngắn ngày có giá trị cao và đạt tiêu chuẩn quốc tế được cung cấp từ hệ thống 14 nông trường sản xuất nông nghiệp công nghệ cao của WinEco.

## MASAN MEATLIFE

Masan MEATLife được thành lập với sứ mệnh mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt truy xuất được nguồn gốc, chất lượng và giá cả hợp lý. Masan MEATLife đã ra mắt thành công thương hiệu thịt ủ mát “MEATDeli” theo công nghệ chế biến đáp ứng tiêu chuẩn châu Âu. Tầm nhìn của Masan MEATLife là trở thành công ty hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) hàng đầu trong lĩnh vực thịt có thương hiệu với danh mục thịt mát và thịt mát chế biến đa dạng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại của người Việt Nam.

## MASAN HIGH-TECH MATERIALS

Masan High-Tech Materials là nhà cung cấp vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu thế giới với các cơ sở sản xuất tại Việt Nam, Đức, Canada và Trung Quốc. Sản phẩm của Masan High-Tech Materials được sử dụng

trong các ngành công nghiệp then chốt trên toàn cầu như điện tử, hóa chất, ô tô, hàng không vũ trụ, năng lượng và được phẩm. Là nhà sản xuất các sản phẩm vonfram cận sâu lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc, Công ty có 2 trung tâm nghiên cứu và phát triển tại Đức và Việt Nam và hiện đang vận hành mỏ đa kim Núi Pháo và một nhà máy chế biến vonfram hiện đại tại tỉnh Thái Nguyên. Masan High-Tech Materials cũng là nhà sản xuất Florit và Bismut lớn hàng đầu thế giới.

## TECHCOMBANK

Techcombank hiện là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam xét trên thu nhập hoạt động, quy mô tổng tài sản, tín dụng, huy động, số lượng khách hàng và hệ thống mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch. Techcombank đã xây dựng mạng lưới kinh doanh dẫn đầu ngành về huy động tiền gửi cá nhân và tín dụng dành cho cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong gần 30 năm qua kể từ ngày thành lập, Ngân hàng đã phát triển nhiều sản phẩm và dịch vụ tài chính đa dạng để đáp ứng nhu cầu tài chính của tầng lớp người tiêu dùng mới nổi và các doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam.

## Cấu trúc vốn<sup>1</sup>

■ 2023 EBITDA <sup>2</sup> (tỷ đồng)	13.343
■ Số dư tiền và các khoản tương đương tiền (tỷ đồng) <sup>3</sup>	16.919
■ Tổng nợ (tỷ đồng)	69.572
■ Nợ thuần (tỷ đồng)	52.653
■ Số cổ phiếu đã phát hành	1.430.843.406
■ Vốn điều lệ (tỷ đồng)	14.308
■ Vốn chủ sở hữu <sup>4</sup> (tỷ đồng)	26.560

- Số liệu theo Bảng cân đối kế toán tại ngày 31/12/2023.
- EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại. Đóng góp của công ty liên kết Techcombank ("TCB") được đưa vào do tầm quan trọng của TCB trong kết quả hoạt động của MSN.
- Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn.
- Không bao gồm lợi ích cổ đông không kiểm soát.

## Quản trị doanh nghiệp

### Cơ cấu Tổ chức

<b>Chấp thuận</b>	Đại Hội Đồng Cổ Đông	
<b>Phê duyệt</b>	Hội đồng Quản trị	■ Ủy ban Kiểm toán (trực thuộc Hội đồng Quản trị)
<b>Quản trị chiến lược</b>	Ban Điều hành <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tổng Giám đốc</li> <li>■ Các Phó Tổng Giám đốc</li> <li>■ Giám đốc Tài chính</li> <li>■ Kế toán Trưởng</li> </ul>	
<b>Thực thi</b>	Bộ phận Chiến lược và Phát triển	Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Nguồn Nhân lực, Quan hệ đối ngoại, Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị

Tập đoàn Masan cam kết quản trị doanh nghiệp hiệu quả, thực hiện quy trình, chính sách theo thông lệ tốt nhất và minh bạch. Ngoài việc được giám sát từ các nhà đầu tư, tổ chức lớn, các quy định về quản trị doanh nghiệp theo pháp luật Việt Nam, chúng tôi đã thành lập Hội đồng Chiến lược và Phát triển. Hoạt động quản trị doanh nghiệp được hỗ trợ và tư vấn bởi thành viên độc lập Hội đồng Quản trị và các bên tư vấn khác.

### HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị được cổ đông bầu ra để điều hành hoạt động của Tập đoàn Masan. Các thành viên Hội đồng Quản trị họp định kỳ hoặc thảo luận riêng về các quyết định chiến lược do Ban Điều hành đệ trình. Chi tiết về trách nhiệm của Hội đồng Quản trị được trình bày trong phần Hội đồng Quản trị.

### ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy ban Kiểm toán là cơ quan chuyên môn thuộc Hội đồng Quản trị. Ủy ban Kiểm toán, ngoài các quyền và nghĩa vụ khác, rà soát hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro, giám sát tính trung thực của báo cáo tài chính của Công ty và thực hiện các hoạt động giám sát khác nhằm bảo đảm Công ty tuân thủ quy định của pháp luật, yêu cầu của cơ quan quản lý và quy định nội bộ khác của Công ty.

### BAN ĐIỀU HÀNH

Được dẫn dắt bởi Tổng Giám đốc, Ban Điều hành có nhiệm vụ chính là quản lý chiến lược, phân bổ nguồn lực ở cấp quản lý cấp cao, kế toán tài chính và kiểm soát, phân bổ vốn, quản trị, và kiểm soát nội bộ. Tổng Giám đốc và thành viên được hỗ trợ và tư vấn bởi Hội đồng Chiến lược và Phát triển.

## BỘ PHẬN CHIẾN LƯỢC VÀ PHÁT TRIỂN

Bộ phận Chiến lược và Phát triển làm việc sát sao với các Tổng Giám đốc và đội ngũ lãnh đạo của các công ty con để phát triển chiến lược phục vụ cho tăng trưởng bền vững và tạo giá trị gia tăng. Bộ phận Chiến lược và Phát triển chịu trách nhiệm phối hợp với các phòng ban khác để thực hiện các giao dịch lớn như M&A, hợp tác chiến lược. Từ những thương thảo ban đầu cho đến ký kết hợp đồng, Bộ phận Chiến lược và Phát triển đều áp dụng quy trình chặt chẽ nhằm bảo đảm có được các chấp thuận từ cấp lãnh đạo khi thực hiện giao dịch. Một giao dịch được đánh giá dựa trên các phân tích chiến lược, những điều khoản thương mại, ảnh hưởng của chính sách kế toán, cấu trúc công ty, tính hợp pháp và phù hợp với các thỏa thuận hiện tại và tiềm năng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trong tương lai.

## BỘ PHẬN TÀI CHÍNH & KẾ TOÁN, LUẬT & TUÂN THỦ, QUAN HỆ ĐỐI NGOẠI VÀ NGUỒN NHÂN LỰC

Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực chịu trách nhiệm thực hiện các báo cáo tài chính, tuân thủ luật pháp, xây dựng thương hiệu và quan hệ đối ngoại, và quản lý các công việc hành chính hàng ngày trong Công ty. Những vị trí quản lý cấp cao của bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực giữ vai trò quan trọng trong việc thực thi và theo dõi các giao dịch sau khi hoàn tất.

## ỦY BAN MÔI TRƯỜNG, XÃ HỘI, VÀ QUẢN TRỊ

Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị tư vấn cho Tổng Giám đốc về chiến lược bền vững của công ty cũng như các xu hướng, rủi ro và cơ hội liên quan đến Môi trường, Xã hội, và Quản trị. Ủy ban thúc đẩy chương trình nghị sự về phát triển bền vững ở cấp độ nhóm và phối hợp chặt chẽ giữa các phân khúc kinh doanh và chức năng nội bộ của công ty, trong việc thực hiện và điều chỉnh chiến lược theo chủ đề/phát triển bền vững bao gồm các chính sách, thủ tục, sáng kiến, chương trình và xếp hạng. Thông tin chi tiết về Ủy ban Môi trường, Xã hội, và Quản trị và thành tích của Ủy ban, vui lòng xem Chương Phát triển Bền vững.

## Hội đồng quản trị

## TRÁCH NHIỆM VÀ THẨM QUYỀN CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị có một thành viên điều hành và sáu thành viên không điều hành. 2/7 thành viên của Hội đồng Quản trị là thành viên độc lập. Hoạt động của Hội đồng Quản trị được tổ chức bởi Chủ tịch Hội đồng Quản trị.

Thành viên của Hội đồng Quản trị bao gồm:

### ■ **Dr. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch**

Dr. Nguyễn Đăng Quang là Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Masan Group. Ông hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, gồm Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation), Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Mobicast, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Techcombank.

Dr. Quang đã góp phần quan trọng trong quá trình thành lập và phát triển nhiều hoạt động kinh doanh và công ty con của chúng tôi. Ông là người có tầm nhìn chiến lược, đã hỗ trợ quá trình chuyên môn hóa Masan Group trong giai đoạn phát triển đầu tiên đồng thời vẫn giữ được bản sắc văn hóa cũng như các giá trị Việt Nam.

Dr. Quang có học vị Tiến sĩ Khoa học Kỹ thuật của Đại học Vật lý Ứng dụng thuộc Viện Hàn Lâm Khoa Học Belarus và bằng Thạc sĩ Quản lý và Quản trị Kinh doanh của Đại học Kinh tế Nga Plekhanov.

### ■ **Ông Nguyễn Thiếu Nam, Thành viên**

Ông Nguyễn Thiếu Nam là Phó Tổng Giám đốc và là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty. Ông đã từng giữ vai trò điều hành cấp cao tại các công ty con và công ty liên kết của chúng tôi như Masan Consumer và Techcombank. Ông là thành viên HĐQT tại 05 công ty khác, bao gồm Công ty Cổ phần Masan, Công ty Cổ phần Tập đoàn Baltic Titan và Công ty Cổ phần The CrownX, Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Nước Khoáng Quảng Ninh, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Masan High-Tech Materials.

Ông Nguyễn Thiếu Nam cũng nắm giữ các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

1.	Công ty Cổ phần Masan	Phó Tổng Giám đốc
2.	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Chủ tịch Hội đồng Thành viên (HĐTV)
3.	Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương	Chủ tịch Công ty và Giám đốc
4.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery Distribution	Chủ tịch
5.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY	Chủ tịch
6.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Chủ tịch
7.	Công ty TNHH Masan Master Brewer	Chủ tịch
8.	Công ty TNHH Masan Brewery MB	Chủ tịch
9.	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	Thành viên HĐTV
10.	Công ty TNHH Masan Brewery	Thành viên HĐTV
11.	Công ty TNHH Vonfram Masan	Thành viên HĐTV
12.	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco	Chủ tịch công ty và Tổng Giám đốc
13.	Công ty TNHH Nông Nghiệp Đồng Nai - WinEco	Chủ tịch HĐTV và Giám đốc
14.	Công ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất và Phát Triển Nông Nghiệp WinEco – Tam Đảo	Chủ tịch HĐTV và Giám đốc

Tại Masan Group, ông Nam quản lý mảng quan hệ với các đối tác quan trọng và lãnh đạo công tác thực thi trong nước. Ông đã góp phần thúc đẩy quá trình bồi thường và tái định cư Dự Án Núi Pháo, tạo điều kiện cho quá trình thu hồi đất lên tới 91% diện tích đất cần thiết cho dự án tính đến tháng 6/2011, so với mức thu hồi chỉ đạt 2% diện tích đất trước khi Masan Group tiếp nhận. Gần đây, ông Nam giữ vai trò quan trọng trong chiến lược tham gia ngành thịt mát có thương hiệu của Tập đoàn.

Ông tốt nghiệp trường Đại học Thương mại Hà Nội với bằng Cử nhân Kinh tế.

### ■ **Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên**

Bà Nguyễn Hoàng Yến là Phó Tổng Giám đốc của Masan Consumer. Bà là nhà quản lý điều hành chủ chốt của Masan Consumer từ những năm đầu thành lập khi đây còn là một công ty kinh doanh thực phẩm. Bà đã đóng góp vào sự chuyển đổi Masan Consumer một cách toàn diện, giúp công ty này trở thành doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống có thương hiệu lớn trong nước.

Bà hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, cụ thể Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Masan PQ, thành viên Hội đồng Quản trị của Masan Corporation, Masan Consumer, Công ty Cổ phần Bột giặt NET (NETCO), và Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa.

Bà Nguyễn Hoàng Yến còn nắm các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

1.	Công ty TNHH Cát Trắng	Chủ tịch HĐQT và TGD
2.	Công ty TNHH MTV Nam Ngư Phú Quốc	Chủ tịch công ty
3.	Công ty TNHH Masan Long An	Chủ tịch công ty
4.	Công ty TNHH Masan Consumer Holdings	Phó Tổng Giám đốc

Bà Nguyễn Hoàng Yến tốt nghiệp Đại học Ngoại ngữ Hà Nội, chuyên ngành Tiếng Nga.

#### ■ Bà Chae Rhan Chun, Thành viên

Bà Chae Rhan Chun là Giám đốc khu vực Việt Nam của SK SUPEX Council. Trước đây, bà Chae Rhan Chun từng làm việc tại J.P.Morgan, Ngân hàng Standard Chartered, v.v. Bà Chae Rhan Chun có bằng Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh (MBA) tại Trường Kinh doanh Booth thuộc Đại học Chicago.

Bà Chae Rhan Chun đồng thời cũng là Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Maroon Bells và Tập đoàn Imexpharm, và là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Tập đoàn Vingroup.

#### ■ Ông Nguyễn Đoàn Hùng, Thành viên độc lập

Ông Nguyễn Đoàn Hùng cũng là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng. Trước đó ông từng giữ nhiều chức vụ cấp cao khi làm việc cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam như Trưởng ban Nghiên cứu, Xây dựng và Phát triển thị trường vốn; Chánh văn phòng Thống đốc NHNN, Vụ trưởng Vụ Quản lý Ngoại hối. Ông Hùng cũng từng là Phó chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, và là thành viên độc lập trong Hội đồng Quản trị Ngân hàng Techcombank. Ông Nguyễn Đoàn Hùng có bằng Cử nhân tiếng Anh từ ĐH Ngoại Ngữ Hà Nội, và bằng Thạc sĩ Quản trị Tài chính của ĐH London.

#### ■ Ông David Tan Wei Ming, Thành viên độc lập

David Tan hiện là thành viên HĐQT tại TPG Capital Asia. Trước đó ông là Giám đốc của KKR Châu Á. Ông từng giữ vị trí thành viên Hội đồng Quản trị tại Masan Consumer và Masan MEATLife. Với 12 năm hoạt động trong lĩnh vực quỹ đầu tư tư nhân, David có nhiều kinh nghiệm trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp đa ngành ở Đông Nam Á phát triển thành các công ty hàng đầu thị trường. Ông David Tan có bằng Cử nhân Khoa học chuyên ngành Kinh tế và bằng Cử nhân Xã hội.

#### ■ Bà Nguyễn Thị Thu Hà, Thành viên

Bà Nguyễn Thị Thu Hà hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Masan và Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan. Trước đó bà từng làm việc tại Cơ quan Hợp tác Quốc Tế Nhật Bản (JICA). Bà Hà có bằng Cử nhân Luật, Khoa luật, Đại học Quốc gia (Hà Nội); Cử nhân Kinh tế, chuyên ngành Kinh tế Đối ngoại, Đại học Ngoại thương Hà Nội; Cử nhân Ngoại ngữ tiếng Anh và tiếng Nga, Đại học Ngoại ngữ - Đại học Quốc gia Hà Nội.

Chủ tịch Hội đồng Quản trị đóng vai trò lãnh đạo quan trọng và tham gia:

- Chủ trì các cuộc họp của Hội đồng Quản trị và đóng vai trò lãnh đạo hiệu quả;
- Duy trì đối thoại với Ban Điều hành và chỉ đạo chiến lược phù hợp;
- Giám sát hiệu quả hoạt động của Hội đồng Quản trị; và
- Là đại sứ cho Tập đoàn, bao gồm chủ trì Đại hội đồng Cổ đông và xử lý các vấn đề liên quan đến cộng đồng và giữ quan hệ với những cổ đông lớn.

Hội đồng Quản trị có trách nhiệm vạch ra phương hướng, chiến lược và mục tiêu tài chính của Tập đoàn, và giám sát sự tiến triển của những vấn đề này. Hiện HĐQT chưa thành lập các Tiểu ban trực thuộc.

Các thành viên không điều hành thường xuyên trao đổi với Ban Điều hành để nắm được diễn biến và hiệu quả hoạt động của Tập đoàn.

Tính đến ngày 31/12/2023, chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu Masan Group của các thành viên Hội đồng Quản trị như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Dr. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch công ty	18	0,00
Ông Nguyễn Thiệu Nam	Thành viên	721.567	0,05
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	50.898.280	3,56
Bà Chae Rhan Chun	Thành viên	0	0
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên độc lập	0	0
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên độc lập	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	0	0

### HỢP HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị thường xuyên họp để thảo luận về phương hướng, chiến lược và tiến độ phát triển kinh doanh. Thông thường, các chủ đề tại cuộc họp Hội đồng Quản trị bao gồm:

- Báo cáo về những dự án lớn và những vấn đề trong hoạt động kinh doanh hiện tại;
- Báo cáo kết quả kinh doanh và quản trị doanh nghiệp;
- Trình bày những dự án kinh doanh cụ thể; và
- Các vấn đề của các cuộc họp trước và những vấn đề còn tồn đọng.

### HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Trong năm 2023, Hội đồng Quản trị đã ban hành 26 Nghị quyết thuộc thẩm quyền theo hình thức họp và lấy ý kiến bằng văn bản. Những vấn đề chính trong năm 2023 được các thành viên Hội đồng Quản trị thảo luận và thông qua gồm:

- Phê duyệt tăng vốn điều lệ của Công ty do phát hành ESOP;
- Triệu tập Đại Hội đồng Cổ đông Thường niên;
- Phê duyệt kế hoạch kiểm toán nội bộ năm 2023;
- Triển khai thực hiện phát hành cổ phiếu ESOP;
- Phê duyệt thay đổi về CFO;
- Ban hành các quyết định phê duyệt liên quan đến cổ phiếu ưu đãi cổ tức;
- Tăng vốn và thay đổi các công ty con;
- Triển khai các giao dịch khác của Masan Group và các công ty con.

Trong năm qua không có cuộc họp riêng biệt nào dành cho các thành viên không điều hành. Các phê chuẩn của Hội đồng Quản trị có sự tham gia của tất cả các thành viên.

Đa số thành viên HĐQT, các cán bộ quản lý khác và Thư ký công ty đã hoàn thành chương trình đào tạo về quản trị công ty cho các công ty đại chúng do Trung tâm Nghiên cứu khoa học và Đào tạo Chứng khoán thuộc Ủy ban Chứng khoán Nhà nước tổ chức và cấp chứng chỉ hoàn thành. Ngoài ra, các cán bộ quản lý cũng được cập nhật các quy định được ban hành liên quan đến quản trị doanh nghiệp áp dụng đối với công ty đại chúng.

## BAN ĐIỀU HÀNH

Ban Điều hành chịu trách nhiệm thực thi kế hoạch phát triển kinh doanh của Masan Group và báo cáo kết quả kinh doanh. Tổng Giám đốc lãnh đạo Ban Điều hành.

Hiện nay, Ban Điều hành có các thành viên điều hành cao cấp nhất của Masan Group, gồm Tổng Giám đốc, hai Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng. Thành viên của Ban Điều hành bao gồm:

### ■ Ông Danny Le - Tổng Giám đốc

Ngày 19/6/2020, Hội đồng Quản trị đã thông qua Nghị quyết bổ nhiệm ông Danny Le làm Tổng Giám đốc Masan Group với nhiệm kỳ 5 năm. Trước khi gia nhập Masan, ông Danny Le từng là chuyên viên phân tích, bộ phận Ngân hàng Đầu tư tại Morgan Stanley trong giai đoạn 2006-2010. Khoảng thời gian này, ông Danny Le đã tham gia nhiều thương vụ M&A và các giao dịch trên thị trường vốn và tư nhân hoá cho nhiều khách hàng trên toàn cầu. Gia nhập Masan Group từ năm 2010, ông Danny Le có vai trò quan trọng trong việc xây dựng chiến lược tăng trưởng của Masan Group, cũng như trực tiếp tổ chức các giao dịch M&A tạo dựng Nền tảng Chiến lược của Tập đoàn.

Ông Danny Le tốt nghiệp Đại học Bowdoin, Mỹ.

### ■ Ông Nguyễn Thiệu Nam - Phó Tổng Giám đốc

*Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị*

### ■ Ông Michael Hung Nguyen - Phó Tổng Giám đốc

Ông Michael Hung Nguyen phụ trách các dự án chiến lược (bao gồm các cơ hội kinh doanh mới), thị trường vốn (cổ phiếu, trái phiếu, các công cụ tài chính khác), quản trị quan hệ với các nhà đầu tư chiến lược, và các nhiệm vụ quản trị khác. Ông đã xây dựng nền tảng thực hiện giao dịch và hoạt động kinh doanh của Công ty để hỗ trợ các công ty con và sự phát triển của Công ty trong các lĩnh vực mới. Ông đã tham gia từ đầu vào quá trình chuyển đổi Masan từ một công ty thực phẩm thành một Tập đoàn tư nhân hàng đầu qua việc huy động hơn 2 tỷ USD vốn cho công ty và dẫn dắt một số thương vụ mua bán doanh nghiệp quan trọng.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông Michael đã hỗ trợ xây dựng nhóm thực thi ngân hàng đầu tư tại Việt Nam của J.P. Morgan và làm việc trong lĩnh vực M&A, thị trường vốn và các giao dịch tư nhân với các khách hàng tài chính, bất động sản và tiêu dùng. Trước khi đến Việt Nam, ông Michael đã tư vấn và cung cấp các giải pháp cho nhiều khách hàng quốc tế tại J.P. Morgan ở New York.

Ông Michael H. Nguyen tốt nghiệp Đại học Harvard, Mỹ.

### ■ Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên – Giám đốc Tài chính

Bà Duyên có 17 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán. Ngày 29/12/2023, Hội đồng Quản trị đã thông qua nghị quyết bổ nhiệm bà Đoàn Thị Mỹ Duyên làm Giám đốc Tài chính của Tập đoàn Masan. Bà gia nhập Masan từ năm 2011 và đóng vai trò quan trọng trong công tác xây dựng chiến lược tăng trưởng của Tập đoàn Masan. Trước khi gia nhập Masan, bà Duyên từng làm việc cho các công ty kiểm toán toàn cầu trong Big 4.

Bà Duyên có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và có bằng Thạc sĩ Tài chính Doanh nghiệp và bằng Kế toán tại Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

### ■ Ông Nguyễn Huy Hùng - Kế toán trưởng

Ông Hùng có 16 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán. Trước khi gia nhập Tập đoàn Masan, ông từng giữ vị trí Giám đốc Kiểm toán của KPMG, Việt Nam. Ông Hùng có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và tốt nghiệp Đại Học Kinh tế - Luật - Đại Học Quốc Gia Thành Phố Hồ Chí Minh.

Tính đến ngày 31/12/2023, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan Group của các thành viên Ban Điều hành như sau:

Ban Điều hành	Vị trí	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Danny Le	Tổng Giám đốc	3.408.644	0,24
Ông Nguyễn Thiệu Nam	Phó Tổng Giám đốc	721.567	0,05
Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc	3.533.058	0,25
Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên	Giám đốc Tài chính	653.235	0,046
Ông Nguyễn Huy Hùng	Kế toán Trưởng	50.799	0,004

## ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy ban Kiểm toán bao gồm các thành viên sau đây:

### ■ Ông Nguyễn Đoan Hùng - Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

*Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị*

### ■ Bà Nguyễn Thị Thu Hà - Thành viên Ủy ban Kiểm toán

*Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị*

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2023, chi tiết về sở hữu cổ phiếu Công ty của các thành viên Ủy ban Kiểm toán như sau:

Thành viên Ủy ban Kiểm toán	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Nguyễn Đoan Hùng	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	0	0

### Hoạt động của ủy Ban Kiểm toán

Trong năm 2023, Ủy ban Kiểm toán đã tổ chức 2 cuộc họp nhằm xem xét, đánh giá tình hình tài chính, hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro của Công ty. Một số kết quả chính từ hoạt động giám sát của Ủy ban Kiểm toán trong năm:

- Ban Điều hành thực hiện đúng và đầy đủ trách nhiệm điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty tuân thủ đúng Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, Nghị quyết của Đại Hội đồng Cổ đông, các Nghị quyết của Hội đồng Quản trị, các quy chế nội bộ và các quy định khác của pháp luật;
- Các báo cáo tài chính và các công bố kết quả kinh doanh hàng quý của Công ty được lập phản ánh trung thực về kết quả tài chính, tình hình hoạt động của Công ty;
- Các nghị quyết của HĐQT đã được ban hành phù hợp với thẩm quyền của HĐQT và nội dung của các nghị quyết này tuân thủ nghị quyết của Đại Hội đồng Cổ đông, Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, và các quy định khác của pháp luật.

### Thù lao của Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc

Trong năm 2023, các thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty không hưởng thù lao (trừ thành viên Nguyễn Đoàn Hùng nhận một khoản thanh toán cho các chi phí điện thoại, chi phí đi lại là 1.080.000.000 đồng). Tiền lương và tiền thưởng của Tổng Giám đốc phát sinh cho cả năm 2023 được thể hiện trong báo cáo tài chính năm 2023 của Công ty.

### Hợp đồng hoặc giao dịch với người nội bộ và người có liên quan của người nội bộ

Danh sách người có liên quan của Công ty, người nội bộ và người có liên quan của người nội bộ được liệt kê tại Báo cáo tình hình quản trị năm 2023 và được công bố trên website của Công ty.

Trong năm 2023, Công ty thực hiện các giao dịch trọng yếu với người có liên quan của Công ty; hoặc với cổ đông lớn, người nội bộ, người có liên quan của người nội bộ như sau:

No.	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ liên quan với Công ty	Nội dung, số lượng, tổng giá trị giao dịch
1	Công ty TNHH The Sherpa	Công ty con	<ul style="list-style-type: none"><li>- Góp vốn</li><li>- Cho vay nội bộ</li><li>- Hoàn trả khoản vay</li><li>- Chia sẻ chi phí</li><li>- Chi phí lãi vay</li></ul>
2	Công ty TNHH Zenith Investment	Công ty con	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cho vay nội bộ</li><li>- Hoàn trả khoản vay</li><li>- Chi phí lãi vay</li><li>- Mua chứng chỉ tiền gửi</li><li>- Thanh toán lãi trái phiếu</li></ul>

STT	Tên tổ chức/cá nhân	Mối quan hệ liên quan với Công ty	Nội dung, số lượng, tổng giá trị giao dịch
3	Công ty TNHH Masan Agri	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cho vay nội bộ</li><li>- Hoàn trả khoản vay</li><li>- Thanh toán khoản đầu tư</li></ul>
4	Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chia sẻ chi phí dịch vụ</li><li>- Mua hàng</li></ul>
5	Công ty Cổ phần Tâm nhìn Masan	Công ty con	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cho vay nội bộ</li><li>- Hoàn trả khoản vay</li><li>- Thanh toán lãi trái phiếu</li><li>- Chi phí lãi vay</li></ul>
6	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cho vay</li><li>- Thu hồi khoản cho vay</li><li>- Chi phí lãi vay</li><li>- Thanh toán lãi trái phiếu</li></ul>
7	Công ty TNHH Vonfram Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chi phí lãi vay</li></ul>
8	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Thanh toán lãi trái phiếu</li><li>- Chi phí mua hàng</li><li>- Chia sẻ chi phí</li></ul>
9	Công ty Cổ phần Mobicast	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cho vay</li><li>- Thu hồi khoản cho vay</li><li>- Chi phí lãi vay</li><li>- Mua hàng</li></ul>
10	Công ty Cổ phần The CrownX	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chia sẻ chi phí</li><li>- Chi phí lãi vay</li></ul>
11	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chi phí mua hàng</li><li>- Chia sẻ chi phí</li></ul>
12	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cho vay nội bộ</li><li>- Hoàn trả khoản vay</li><li>- Chi phí lãi vay</li><li>- Chi phí mua hàng</li></ul>
13	Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Tổ chức liên quan của người nội bộ	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chia sẻ chi phí</li></ul>

## Thông tin cổ đông

Tại thời điểm 31/12/2023, vốn điều lệ của Masan Group là 14.308.434.060.000 đồng.

### CƠ CẤU CỔ ĐÔNG TÍNH ĐẾN NGÀY 31/12/2023

#### Cổ phần

Tổng số cổ phần đã phát hành và loại cổ phần của Masan Group: 1.430.843.406 cổ phần phổ thông.

Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần

Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 1.430.843.406 cổ phần; trong đó:

- Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 7.118.623 cổ phần (là số lượng cổ phần được phát hành theo chương trình ESOP trong năm 2023); và
- Số lượng cổ phần tự do chuyển nhượng: 1.423.724.783 cổ phần.

### CƠ CẤU CỔ ĐÔNG

Tính theo tỷ lệ sở hữu:

- Cổ đông lớn bao gồm:

STT	Cổ đông	Cổ phần	Tỷ lệ (%)
1.	Công ty Cổ phần Masan	446.278.464	31,19%
2.	Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương	189.081.487	13,21%
3.	SK Investment Vina I Pte.Ltd.	131.879.918	9,22%
<b>Tổng cộng</b>		<b>767.239.869</b>	<b>53,62</b>

#### Công ty Cổ phần Masan

Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation) được thành lập vào ngày 13/9/2000. Hoạt động đăng ký kinh doanh chính gồm nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, tư vấn đầu tư, tư vấn quản lý, chuyển giao công nghệ, xây dựng và quản lý các dự án đầu tư, cho thuê văn phòng và kinh doanh bất động sản.

#### Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương

Công ty TNHH Một thành viên Xây dựng Hoa Hướng Dương được thành lập vào ngày 10/8/2009. Hoạt động đăng ký kinh doanh chính gồm: xây dựng công trình dân dụng, mua bán vật liệu xây dựng, máy móc thiết bị ngành xây dựng, khai khoáng, đại lý ký gửi hàng hóa, nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, hoạt động tư vấn quản lý và tư vấn đầu tư (trừ tư vấn kế toán, tài chính).

#### Các cổ đông nước ngoài lớn

Cổ đông lớn là tổ chức nước ngoài là SK Investment Vina I Pte.Ltd.

*SK Investment Vina I Pte. Ltd.*

SK Group là một trong những tập đoàn hàng đầu của Hàn Quốc hoạt động trong các lĩnh vực năng lượng, hóa chất, viễn thông, lĩnh vực công nghệ cao, logistics và dịch vụ. SK Group hiện đã có mặt tại hơn 40 quốc gia với doanh thu hợp nhất đạt 141 tỷ USD tính đến cuối năm 2017.

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Tại thời điểm ngày 31/12/2023, Masan Group có 19.795 cổ đông, trong đó có 19.536 cổ đông cá nhân nắm giữ 386.743.423 cổ phần tương ứng với 27,03%; và 259 cổ đông tổ chức nắm giữ 1.044.099.983 cổ phần tương ứng với 72,97%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Tại thời điểm ngày 31/12/2023, Masan Group có 18.306 cổ đông trong nước nắm giữ 1.026.786.396 cổ phần tương ứng với 71,76%; và 1.489 cổ đông nước ngoài nắm giữ 404.057.010 cổ phần, tương ứng với 28,24%.

Từ ngày 24/01/2022, tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Công ty là 49% vốn điều lệ.

#### THAY ĐỔI VỐN ĐIỀU LỆ

Trong năm 2023, Công ty đã tăng vốn điều lệ từ 14.237.247.830.000 đồng lên 14.308.434.060.000 đồng do phát hành cổ phiếu mới theo chương trình ESOP.

Trong năm 2023, Công ty không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

Trong năm 2023, Công ty đã thực hiện phát hành trái phiếu với tổng giá trị phát hành là 5.500 tỷ đồng.



#### TỶ LỆ SỞ HỮU VÀ SỰ THAY ĐỔI TỶ LỆ SỞ HỮU CỦA CÁC THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

	31/12/2023	31/12/2022	Tăng/ Giảm
Dr. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch	0,00%	0,00%	0%
Ông Nguyễn Thiệu Nam, Thành viên	0,05%	0,05%	0%
Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên	3,56%	3,58%	(0,02%)
Ông Ji Han Yoo, Thành viên	0%	0%	0%
Ông Nguyễn Đoàn Hùng, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Ông David Tan Wei Ming, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Bà Nguyễn Thị Thu Hà, Thành viên	0%	0%	0%

#### THÔNG TIN VỀ GIAO DỊCH CỔ PHIẾU CỦA NHỮNG NGƯỜI NỘI BỘ VÀ NGƯỜI CÓ LIÊN QUAN

Trong năm 2023 không có giao dịch cổ phiếu Masan Group được thực hiện bởi người có liên quan của người nội bộ.

#### XÁC NHẬN CỦA ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CÔNG TY CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



NGUYỄN ĐĂNG QUANG

## Thông tin cổ phiếu

	Vào ngày 31/12/2023
Vốn điều lệ (tỷ đồng)	14.308
Giá cổ phiếu (đồng)	67.000
Giá cao nhất 52 tuần (đồng)	103.700
Giá thấp nhất 52 tuần (đồng)	57.800
Số lượng cổ phiếu đã phát hành (cổ phiếu)	1.430.843.406
Số lượng cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu)	1.430.843.406
Số lượng cổ phiếu ưu đãi (cổ phiếu)	0
Số cổ phiếu quỹ (cổ phiếu)	0
Thị giá vốn (Tỷ đồng)	132.406

## Khuyến cáo sử dụng báo cáo

Tất cả các nhận định hoặc phát biểu trong quyển báo cáo này không phải là những dữ liệu ghi lại các sự kiện đã xảy ra, mà trong đó có bao hàm những “nhận định về tương lai”. Những nhận định này có thể có những từ ngữ như “dự đoán”, “tin tưởng”, “có thể”, “ước tính”, “dự kiến”, “dự phóng”, “kỳ vọng”, “dự định”, “kế hoạch”, “nhắm đến”, “sẽ” hoặc những từ ngữ tương tự. Tuy nhiên, đây không phải là những dấu hiệu duy nhất để xác định và nhận biết chúng. Toàn bộ các bài viết dự đoán về tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh, kế hoạch và triển vọng đều được xem là những nhận định về tương lai. Ngoài ra, chúng còn bao gồm cả những bài viết về chiến lược kinh doanh, triển vọng doanh thu và lợi nhuận (bao gồm, nhưng không giới hạn những dự phóng hoặc dự báo về tài chính hoặc hoạt động kinh doanh), dự án đã lên kế hoạch và các vấn đề khác trong tài liệu này mà không phải là những dữ kiện đã xảy ra. Những nhận định về tương lai và dự báo được trình bày trong báo cáo cũng tùy thuộc vào những rủi ro xác định và không xác định, những bất trắc nhất định và các yếu tố khác vốn có thể khiến kết quả tài chính, hiệu quả kinh doanh hoặc thành tích thực tế hoàn toàn khác biệt so với những nhận định về tương lai hoặc dự báo đó.

Những nhận định về tương lai này dựa trên niềm tin và giả định được chúng tôi xây dựng từ những thông tin có sẵn. Chúng tôi hoạt động tích cực trong lĩnh vực xây dựng, mua lại và quản lý các doanh nghiệp hàng đầu trong một số lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất của nền kinh tế Việt Nam. Triển vọng của Masan Group chủ yếu dựa trên diễn giải của chúng tôi về các yếu tố kinh tế quan trọng có ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam, đến lĩnh vực hoạt động kinh doanh và các doanh nghiệp của chúng tôi. Mặc dù chúng tôi tin rằng các giả định nền tảng của những nhận định về tương lai là hợp lý trong thời điểm hiện tại, nhưng bất kỳ giả định nào cũng đều có thể sai lệch trong thực tế khiến cho những nhận định về tương lai dựa trên giả định đó trở nên thiếu chính xác. Kết quả thực tế có thể sai biệt đáng kể so với những thông tin trong nhận định về tương lai do nhiều yếu tố, đa phần nằm ngoài tầm kiểm soát của chúng tôi. Do đó, các nhà đầu tư cần lưu ý không phụ thuộc quá nhiều vào những nhận định về tương lai được trình bày trong báo cáo này. Chúng chỉ có hiệu lực vào ngày lập báo cáo hoặc ngày tương ứng được nêu trong báo cáo, và Masan Group không có nghĩa vụ cập nhật hoặc sửa đổi công khai đối với bất kỳ nhận định nào, cho dù có xuất hiện những thông tin mới hoặc những sự kiện tương lai.

## Định nghĩa thuật ngữ/ từ viết tắt

3F	Thức ăn chăn nuôi - Trang trại - Thực phẩm (Feed – Farm – Food, từ trang trại đến bàn ăn)
AI	Trí tuệ nhân tạo
ANCO	Công Ty Cổ Phần Dinh Dưỡng Nông Nghiệp Quốc Tế là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến, gia công các sản phẩm thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản từng thuộc sở hữu của Tập Đoàn Masan, hoặc thương hiệu “ANCO”, tùy từng trường hợp áp dụng
APT	Ammonium Paratungstate
B2C	Business to Consumer (giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng)
B2B2C	Business to Business to Customer (mô hình kinh doanh phản ánh sự hợp tác giữa các chủ thể doanh nghiệp để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng)
BRC	Là tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm do Hiệp hội bán lẻ Anh quốc (British Retailer Consortium) thiết lập
CAGR	Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm
Công ty/ Tập đoàn Masan/ Masan Group	Công Ty Cổ Phần Tập Đoàn Masan
Công Ty Núi Pháo	Công Ty TNHH Khai Thác Chế Biến Khoáng Sản Núi Pháo, một công ty do MRTN và TNTI sở hữu toàn bộ
CTCP	Công ty cổ phần
Dự Án Núi Pháo	Dự án mang tên “Dự án khai thác, chế biến khoáng sản Núi Pháo” theo Giấy Chứng Nhận Đầu Tư số 1712100026 do UBND Tỉnh Thái Nguyên cấp ngày 21 tháng 7 năm 2010, như được sửa đổi bổ sung vào từng thời điểm
Đại Hội Đồng Cổ Đông/ ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông của Tổ Chức Phát Hành
EBITDA	Lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao
ESOP	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động
GCNĐKDN	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp
H.C. Starck / HCS	H.C. Starck GmbH
HĐQT/ Hội Đồng Quản Trị	Hội đồng quản trị của Tổ Chức Phát Hành
Inland ASEAN	Khu vực Đông Nam Á lục địa, bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Lào và Campuchia

KNK	Khí nhà kính	ML	Machine Learning (công nghệ máy học)
KKR	Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., một công ty đầu tư toàn cầu	Nam Ngư Phú Quốc	Công Ty TNHH Một Thành Viên Nam Ngư Phú Quốc, một công ty do Masan Food sở hữu toàn bộ
Masan Beverage	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage, một công ty do Masan Consumer sở hữu toàn bộ	NetCo	Công Ty Cổ Phần Bột Giặt Net
Masan Brewery	Công Ty TNHH Masan Brewery, một công ty do MCH sở hữu phần vốn góp chi phối	Nước Khoáng Quảng Ninh	Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Quảng Ninh, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối
Masan Brewery Distribution	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery Distribution, một công ty do Masan Brewery sở hữu toàn bộ	O <sup>2</sup>	Từ offline đến online
Masan Brewery HG	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery HG, một công ty do Masan Master Brewer sở hữu toàn bộ	Phúc Long	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, một công ty do The Sherpa (thông qua sở hữu trực tiếp và gián tiếp) sở hữu cổ phần chi phối
Masan Brewery PY	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery PY (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Bia Và Nước Giải Khát Phú Yên), một công ty do Masan Master Brewer sở hữu toàn bộ	Proconco	Công Ty Cổ Phần Việt – Pháp Sản Xuất Thức Ăn Gia Súc là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản từng thuộc sở hữu của Tập đoàn Masan, hoặc thương hiệu “Proconco”, tùy từng trường hợp áp dụng.
Masan Corporation	Công Ty Cổ Phần Masan	R&D	Nghiên cứu & Phát triển
Masan Consumer/ MSC	Công Ty Cổ Phần Hàng Tiêu Dùng Masan, một công ty do Masan Consumer Holdings sở hữu cổ phần chi phối	SGDCK	Sở giao dịch chứng khoán
Masan Consumer Holdings/ MCH	Công Ty TNHH MasanConsumerHoldings, một công ty do The CrownX sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng	SGDCK TP.HCM/ HOSE	Sở Giao Dịch Chứng Khoán Thành Phố Hồ Chí Minh
Masan Food	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thực Phẩm Masan, một công ty do Masan Consumer sở hữu toàn bộ	Singha	Singha Asia Holdings Pte. Ltd, một công ty thành viên của Singha Asia – một trong những công ty sản xuất bia, thức uống và thực phẩm tại khu vực Đông Nam Á
Masan High-Tech Materials/ MHT	Công Ty Cổ Phần Masan High-Tech Materials (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Tài Nguyên Masan), một công ty do Masan Horizon sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực khai thác và chế biến khoáng sản thuộc Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng	SKU	Đơn vị lưu kho
Masan Jinju	Công Ty Cổ Phần Masan Jinju (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Sài Gòn), một công ty do Masan Food sở hữu cổ phần chi phối	Techcombank/ TCB	Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Kỹ Thương Việt Nam
Masan Master Brewer	Công Ty TNHH Masan Master Brewer, một công ty do Masan Brewery sở hữu toàn bộ	The CrownX	Công Ty Cổ Phần The CrownX, một công ty do The Sherpa sở hữu cổ phần chi phối
Masan MEATLife/ MML	Công Ty Cổ Phần Masan MEATLife (tên trước đây có là Công Ty Cổ Phần Masan Nutri-Science), một công ty do Tập đoàn Masan sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh sản phẩm tiêu dùng thuộc chuỗi giá trị “MEATLife” của Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng	The Sherpa	Công Ty TNHH The Sherpa, một công ty do MSN sở hữu phần vốn góp chi phối
		TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
		UBCKNN	Ủy Ban Chứng Khoán Nhà Nước
		USD/ Đô La Mỹ	Đô la Mỹ, đơn vị tiền hợp pháp của Hợp Chúng Quốc Hoa Kỳ
		Vinacafé	Công Ty Cổ Phần Vinacafé Biên Hòa, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối, hoặc thương hiệu “Vinacafé”, tùy từng trường hợp áp dụng

Vinh Hào	Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Vinh Hào, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối, hoặc thương hiệu “Vinh Hào”, tùy từng trường hợp áp dụng
Vissan	Công Ty Cổ Phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản, một công ty liên kết của Masan MEATLife
VND/ Đồng/ Đồng Việt Nam	Đơn vị tiền tệ hợp pháp của Việt Nam
WCM	Công Ty CP Phát Triển Thương Mại Và Dịch Vụ VCM, một công ty do The CrownX sở hữu cổ phần chi phối
WinCommerce (trước đây là VinCommerce)	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce (tên trước đây là Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp VinCommerce), một công ty do WCM sở hữu cổ phần chi phối
WinEco (trước đây là VinEco)	Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Phát Triển Nông Nghiệp WinEco (trước đây là Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Phát Triển Nông Nghiệp VinEco), một công ty do WinCommerce sở hữu toàn bộ



## **Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan**

Lầu 18, 23 Đ. Lê Duẩn, Bến Nghé, Quận 1,  
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam  
Điện thoại: +84 28 6256 3862  
Fax: +84 28 3827 4115

[www.masangroup.com](http://www.masangroup.com)