SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH CẤP ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN CHỈ CÓ NGHĨA LÀ VIỆC NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN ĐÃ THỰC HIỆN THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT LIÊN QUAN MÀ KHÔNG HÀM Ý ĐẢM BẢO GIÁ TRỊ CỦA CHỨNG KHOÁN. MỌI TUYÊN BỐ TRÁI VỚI ĐIỀU NÀY LÀ BẤT HỢP PHÁP.

BẢN CÁO BẠCH NIÊM YẾT

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

(Giấy Chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0105850244 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TP Hà Nội cấp lần đầu ngày 11 tháng 4 năm 2012, thay đổi lần thứ 18 ngày 15 tháng 9 năm 2017)

VINCOM RETAIL

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Quyết định đăng ký niêm yết số: 379 /QĐ-SGDHCM do Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 25 tháng 10 năm 2017)

TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN

SSI

BẢN CÁO BẠCH NÀY VÀ TÀI LIỆU LIÊN QUAN SẼ ĐƯỢC CUNG CẤP TẠI:

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

Trụ sở chính: Số 7, Đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (84-24) 3974 9999 Fax: (84-24) 3974 8888 Website: vincom.com.vn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)

Trụ sở chính: 72 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84-28) 3824 2897 Fax: (84-28) 3824 2997 Website: www.ssi.com.vn

PHỤ TRÁCH CÔNG BỐ THÔNG TIN:

Họ và tên: Trần Mai Hoa

Chức vụ: Đại diện pháp luật - Tổng Giám đốc

Điện thoại: (84-24) 3974 9999

SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH CẤP ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN CHỈ CÓ NGHĨA LÀ VIỆC NIÊM YẾT CHỨNG KHOÁN ĐÃ THỰC HIỆN THEO CÁC QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT LIÊN QUAN MÀ KHÔNG HÀM Ý ĐẢM BẢO GIÁ TRỊ CỦA CHỨNG KHOÁN. MỌI TUYÊN BỐ TRÁI VỚI ĐIỀU NÀY LÀ BẤT HỢP PHÁP.

BẢN CÁO BẠCH NIÊM YẾT

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

(Giấy Chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0105850244 do Sở Kế hoạch và Đầu tư TP Hà Nội cấp lần đầu ngày 11 tháng 4 năm 2012, thay đổi lần thứ 18 ngày 15 tháng 9 năm 2017)

VINCOM RETAIL

NIÊM YẾT CỔ PHIẾU TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Quyết định đăng ký niêm yết số: 379/QĐ-SGDHCM do Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 25 tháng 10 năm 2017)

TỔ CHỨC TƯ VẤN

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN

SSI

BẢN CÁO BẠCH NÀY VÀ TÀI LIỆU LIÊN QUAN SẼ ĐƯỢC CUNG CẤP TẠI:

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

Trụ sở chính: Số 7, Đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (84-24) 3974 9999 Fax: (84-24) 3974 8888 Website: vincom.com.vn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)

Trụ sở chính: 72 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (84-28) 3824 2897 Fax: (84-28) 3824 2997 Website: www.ssi.com.vn

PHỤ TRÁCH CÔNG BỐ THÔNG TIN:

Họ và tên: Trần Mai Hoa

Chức vụ: Đại diện pháp luật - Tổng Giám đốc

Điện thoại: (84-24) 3974 9999

MỤC LỤC

I. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO 7
1. Rủi ro về kinh tế 7
2. Rủi ro về luật pháp 9
3. Rủi ro đặc thù ngành 9
4. Rủi ro về biến động giá cổ phiếu 12
5. Rủi ro khác 13
II. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH 13
1. Tổ chức niêm yết 13
2. Tổ chức tư vấn 13
III. CÁC KHÁI NIỆM VÀ TỪ VIẾT TẮT 14
IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT 16
1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển 16
1.1 Giới thiệu chung về Tổ chức niêm yết 16
1.1.1 Thông tin chung 16
1.1.2 Ngành nghề kinh doanh chính 16
1.2 Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển 18
1.3 Quá trình tăng Vốn điều lệ 19
2. Cơ cấu tổ chức của Công ty 25
3. Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty 25
3.1 Đại hội đồng cổ đông 25
3.2 Hội đồng Quản trị 26
3.3 Ban Kiểm soát 26
3.4 Ban Tổng Giám đốc 26
3.5 Các Khối Chức năng 26
3.5.1 Khối Kinh doanh và Marketing 26
3.5.2 Khối Vận hành 27
3.5.3 Phòng Thanh tra & kiểm soát chất lượng 28
3.5.4 Khối Nhân sự - Đào tạo 28
3.5.5 Khối Tài chính – Hành chính 28
4. Danh sách Cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty; Cơ cấu Cổ đông 29
4.1 Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty 29
4.2 Cơ cấu Cổ đông của Công ty 29
5. Danh sách những Công ty mẹ và Công ty con của Tổ chức niêm yết, những Công ty mà Tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức niêm yết 30

5.1 Danh sách Công ty mẹ 30
5.2 Danh sách các công ty con 31
5.3 Danh sách các Công ty liên kết 31
5.4 Danh sách những Công ty mà Tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối: 31
5.5 Danh sách những Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc chi phối cổ phần đối với Tổ chức niêm yết 32
6. Hoạt động kinh doanh 32
6.1 Sản lượng sản phẩm/ giá trị dịch vụ qua các năm 32
6.1.1 Hoạt động kinh doanh chính 32
6.1.2 Các khách hàng thuê 39
6.1.3 Cơ cấu Doanh thu và Lợi nhuận theo từng nhóm sản phẩm 40
6.2 Nguyên vật liệu/các yếu tố đầu vào trọng yếu 43
6.2.1 Các yếu tố đầu vào trọng yếu 43
6.2.2 Sự ổn định của nguồn nguyên vật liệu 43
6.2.3 Ảnh hưởng của giá nguyên vật liệu lên Doanh thu và Lợi nhuận Công ty 44
6.3 Chi phí sản xuất 44
6.4 Trình độ công nghệ 45
6.5 Tình hình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới 45
6.6 Tình hình kiểm tra, cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ 46
6.7 Hoạt động Marketing 46
6.8 Nhãn hiệu thương mại, đăng ký phát minh sáng chế và bản quyền 47
Các nhãn hiệu thương mại Công ty đang sử dụng bao gồm: 47
6.9 Các hợp đồng lớn đang thực hiện hoặc đã ký kết 48
7. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh 49
7.1 Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh (Năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017) 49
7.2 Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh 53
7.2.1 Thuận lợi 53
7.2.2 Khó khăn và thách thức 55
8. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành 55
8.1 Vị thế của Công ty trong ngành 55
8.2 Triển vọng phát triển của ngành 60
8.3 So sánh tình hình tài chính và hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong cùng ngành 70
8.4 Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung trên thế giới 75

9 Chính sách đối với người lao động 75
9.1 Số lượng người lao động trong Công ty 75
9.2 Chính sách đối với người lao động 76
9.2.1 Chế độ làm việc 76
9.2.2 Chính sách tuyển dụng, đào tạo 76
9.2.3. Chính sách lương, thưởng, phúc lợi 77
9.2.4 Hoạt động đoàn thể 78
10 Chính sách cổ tức 78
11 Tình hình hoạt động tài chính 79
11.1 Các chỉ tiêu cơ bản trong năm vừa qua 79
11.1.1 Trích khấu hao Tài sản cố định 79
11.1.2 Thanh toán các khoản nợ đến hạn 79
11.1.3 Các khoản phải nộp theo luật định 79
11.1.4 Trích lập các Quỹ theo luật định 80
11.1.5 Tổng dư nợ vay 80
11.1.6 Tình hình công nợ hiện nay 84
11.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu 85
12 Hội đồng Quản trị; Ban Giám đốc; Ban Kiểm soát; Giám đốc Tài chính 89
12.1 Hội đồng Quản trị 89
12.1.1 Bà Dương Thị Mai Hoa - Chủ tịch Hội đồng Quản trị 89
12.1.2 Bà Trần Mai Hoa - Thành viên Hội đồng Quản trị kiêm Tổng Giám đốc 91
12.1.3 Bà Nguyễn Thị Dịu - Thành viên Hội đồng Quản trị 92
12.1.4 Bà Mai Thu Thủy - Thành viên Hội đồng Quản trị 94
12.1.5 Bà Lê Mai Lan - Thành viên Hội đồng Quản trị 95
12.1.6 Ông Timothy J. Daly - Thành viên Hội đồng Quản trị độc lập 97
12.1.7 Ông Brett Krause - Thành viên Hội đồng Quản trị độc lập 97
12.2 Ban Giám đốc 99
12.2.1 Bà Trần Mai Hoa - Tổng Giám đốc 99
12.2.2 Bà Nguyễn Thu Hà – Phó Tổng Giám đốc 99
12.2.3 Bà Phạm Ngọc Thoa – Giám đốc Tài chính 100
12.3 Ban Kiểm soát 101
12.3.1 Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang – Trưởng Ban Kiểm soát 101
12.3.2 Bà Nguyễn Thu Phương - Thành viên Ban Kiểm soát 102
12.3.3 Bà Trần Thanh Tâm - Thành viên Ban Kiểm soát 103
12.4 Kế toán 104
12.4.1 Ông Bùi Tiến Lực - Thành viên Ban Kiểm soát 104
13 Tài sản 105

13.1 Hàng tồn kho 105
13.2 Tài sản cố định 106
13.3 Tài sản là đất đai, bất động sản thuộc quyền sở hữu/ sử dụng của Công ty 106
14 Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức trong năm tiếp theo 109
14.1 Kế hoạch 109
14.2 Căn cứ để đạt được kế hoạch lợi nhuận và cổ tức năm 2017 và 2018 109
14.3 Kế hoạch tăng Vốn điều lệ 110
15 Chiến lược phát triển của Công ty 110
16 Đánh giá của Tổ chức tư vấn về kế hoạch Lợi nhuận và Cổ tức 112
17 Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ chức đăng ký niêm yết 112
18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới Công ty mà có thể ảnh hưởng đến giá cả chứng khoán niêm yết 112
V. CHỨNG KHOÁN NIÊM YẾT 113
1. Loại chứng khoán: cổ phần phổ thông 113
2. Mệnh giá: 10.000 đồng/cổ phần 113
3. Tổng số chứng khoán niêm yết: 1.901.078.733 cổ phần 113
4. Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng theo quy định của pháp luật hoặc tổ chức niêm yết 113
5. Phương pháp tính giá 114
5.1 Phương pháp Đánh giá lại giá trị tài sản ròng (RNAV) 114
5.2 Phương pháp so sánh Hệ số giá cổ phần trên giá trị sổ sách mỗi cổ phần (P/B) 118
5.3 Phương pháp so sánh Hệ số EV/EBITDA 119
6. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài 120
7. Các loại thuế liên quan 121
VI. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN TỚI VIỆC NIÊM YẾT 122
1. Tổ chức niêm yết 122
2. Tổ chức tư vấn 122
3. Tổ chức kiểm toán 122
VII. DANH MỤC CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT CÓ LIÊN QUAN 124
VIII. PHỤ LỤC 127

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1: Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần tại ngày 03/10/2017 29
Bảng 2: Cơ cấu Cổ đông của Công ty tại thời điểm 03/10/2017 29
Bảng 3: Danh sách các công ty con của Vincom Retail 31
Bảng 4: Danh sách các hệ thống TTTM do Vincom Retail quản lý và khai thác tính đến 30/6/2017 32
Bảng 5: Hệ thống các TTTM tính đến 30/6/2017 34
Bảng 6: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom Center 36
Bảng 7: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom Mega Mall 37
Bảng 8: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom Plaza 37
Bảng 9: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom+ 38
Bảng 10: Tỷ lệ % diện tích cho thuê sẽ hết hạn trong tương lai tại các TTTM tại ngày 30/6/2017 38
Bảng 11: Diện tích thuê bởi các khách hàng là bên có liên quan đến Vincom Retail 40
Bảng 12: Cơ cấu Doanh thu năm 2015, năm 2016 và 6 tháng đầu năm 2017 40
Bảng 13: Cơ cấu lợi nhuận gộp năm 2015, năm 2016 và 6 tháng đầu năm 2017 theo từng nhóm sản phẩm 42
Bảng 14: Tỷ trọng các yếu tố Chi phí trên Doanh thu thuần năm 2015, 2016 và 44
Bảng 15: Danh sách một số khách thuê có giá trị lớn 48
Bảng 16: Danh sách một số nhà thầu/nhà cung cấp có giá trị lớn 49
Bảng 17: Kết quả hoạt động kinh doanh riêng của Công ty năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017 ... 49
Bảng 18: Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất Công ty năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017 50
Bảng 19: Thời gian hoàn thành các dự án TTTM 57
Bảng 20: Các thương vụ M&A trong ngành bán lẻ tại Việt Nam gần đây 61
Bảng 21: Các mô hình bán lẻ hiện đại tại Việt Nam 62
Bảng 22: Các công ty vận hành TTTM chính tại Việt Nam 71
Bảng 23: Các Công ty vận hành TTTM chính trong khu vực 73
Bảng 24: Cơ cấu trình độ lao động 75
Bảng 25: Tỷ lệ chi trả cổ tức 2015-2017 78
Bảng 26: Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước 80
Bảng 27: Trích lập Quỹ của Công ty 80
Bảng 28: Tổng dư nợ vay của Công ty 80
Bảng 29: Chi tiết khoản Trái phiếu doanh nghiệp tại ngày 30/6/2017 81
Bảng 30: Chi tiết Vay dài hạn ngân hàng và vay dài hạn đến hạn trả vào ngày 30/6/2017 82
Bảng 31: Chi tiết Vay chuyển đổi từ các cổ đông tại ngày 30/6/2017 83
Bảng 32: Chi tiết các khoản phải thu của Công ty 84
Bảng 33: Chi tiết các khoản phải trả của Công ty 85
Bảng 34: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Vincom Retail theo BCTC riêng 85
Bảng 35: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Công ty theo BCTC hợp nhất 86
Bảng 36: Danh sách Hội đồng Quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban Kiểm soát và Kế toán trưởng 89
Bảng 37: Danh sách hàng tồn kho 105
Bảng 38: Tình hình Tài sản cố định của Công ty 106
Bảng 39: Hình thức sở hữu của 40 TTTM 107
Bảng 40: Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức năm 2017 và 2018 109

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam giai đoạn 2005 – 2016 7
Hình 2: Tỷ lệ lạm phát của Việt Nam giai đoạn 2005 - 2016 8
Hình 3: Cơ cấu tổ chức của Công ty 25
Hình 4: Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty 25
Hình 5: Sơ đồ vị trí các TTTM của Vincom Retail 33
Hình 6: Hệ thống TTTM của Vicom Retail năm 2012 – 6 tháng đầu năm 2017 54
Hình 7: Doanh thu bán lẻ tại các cửa hàng ở Việt Nam (tỷ đô la Mỹ) theo giá năm 2005 60
Hình 8: Cơ cấu doanh thu bán lẻ của các mặt hàng tạp hóa và thực phẩm theo kênh hiện đại trong tổng doanh thu bán lẻ 61
Hình 9: Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng (triệu m^2) và diện tích sàn bán lẻ xây dựng trung bình đầu người (m^2) của Việt Nam, Thái Lan và Philippines 64
Hình 10: Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng tại Hà Nội và TP.HCM (m^2) 64
Hình 11: Tỷ lệ lấp đầy tại Hà Nội và TP.HCM (%) 65
Hình 12: Giá thuê trung bình tại Hà Nội và TP.HCM (đô la Mỹ/ m^2/tháng) 65
Hình 13: GDP Việt Nam qua các năm và dự báo GDP Việt Nam năm 2018 so với các nước trong khu vực 66
Hình 14: Dân số trong độ tuổi từ 25 – 44 của Việt Nam so với các nước trong khu vực năm 2016 66
Hình 15: Dân cư đô thị tại Việt Nam qua các năm (triệu người) 67
Hình 16: Tỷ lệ dân cư đô thị năm 2016 và dự báo tỷ lệ tăng trưởng hàng năm kép (CAGR) giai đoạn 2016 – 2021 (%) 67
Hình 17: Thu nhập khả dụng đầu người tại một số nước châu Á so với mức giá năm 2005 68
Hình 18: Thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam, Philippines và Thái Lan so với giá năm 2005 68
Hình 19: Các tuyến đường chính tại Hà Nội và TP.HCM 70
Hình 20: Tổng diện tích sàn của 4 Công ty chính trong ngành tại Việt Nam (m^2) 70
Hình 21: Thị phần của Vincom Retail so với các Công ty khác tại Hà Nội và TP.HCM năm 2007 và 2017 71

I. CÁC NHÂN TỐ RỦI RO

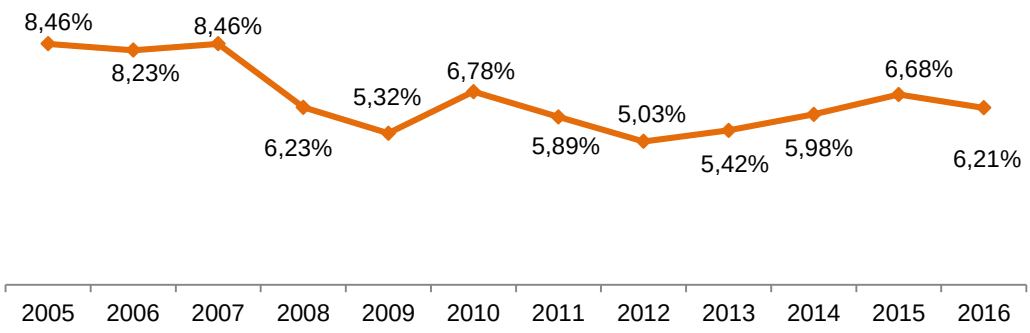
1. Rủi ro về kinh tế

Vincom Retail là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực đầu tư, phát triển và vận hành bất động sản bán lẻ trong lãnh thổ Việt Nam. Hoạt động kinh doanh của Vincom Retail phụ thuộc phần lớn vào doanh thu cho thuê mặt bằng bán lẻ tại các TTTM Vincom và doanh thu chuyển nhượng bất động sản xung quanh khu vực các TTTM. Vì thế, hoạt động kinh doanh của Vincom Retail đang và sẽ tiếp tục chịu ảnh hưởng bởi tiềm năng tăng trưởng kinh tế của Việt Nam nói chung và của thị trường bất động sản bán lẻ Việt Nam nói riêng, đặc biệt là kênh bán lẻ hiện đại. Các yếu tố này có thể sẽ ảnh hưởng đến nhu cầu thuê mặt bằng bán lẻ và giá thuê mặt bằng thỏa thuận giữa Công ty và khách thuê.

Tăng trưởng kinh tế (tăng trưởng GDP)

Đây là yếu tố vĩ mô quan trọng nhất ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng của hầu hết các ngành nghề, lĩnh vực của nền kinh tế và có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của ngành bán lẻ. Trong những năm gần đây, theo Tổng cục thống kê, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam tương đối khả quan với mức tăng lần lượt là 5,42% (năm 2013), 5,98% (năm 2014), 6,68% (năm 2015) và 6,21% (năm 2016).).

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam giai đoạn 2005 – 2016



Nguồn: Tổng cục thống kê

Trong 6 tháng đầu năm 2017, GDP tăng trưởng 5,73% so với cùng kỳ năm trước (Quý I tăng 5,15%, quý II đã khởi sắc hơn quý I với tốc độ tăng 6,17%). Sự cải thiện này có được là do ngành công nghiệp chế tạo tiếp tục tăng trưởng, ngành nông nghiệp hồi phục và đặc biệt là sự tăng trưởng kỷ lục của ngành dịch vụ với mức tăng đạt 6,85% so với cùng kỳ năm trước (trong đó, bán buôn và bán lẻ tăng 7,10%, đóng góp tỷ trọng lớn nhất trong mức tăng chung, tương đương doanh thu 1.443,4 nghìn tỷ đồng) và đây cũng là kết quả cao nhất của ngành này so với cùng kỳ kể từ năm 2012. Nhìn chung, sự tăng trưởng GDP trong thời gian gần đây cho thấy nền kinh tế của Việt Nam đang dần phục hồi, sức mua được cải thiện, hoạt động sản xuất kinh doanh ở hầu hết các lĩnh vực đều có những chuyển biến tích cực.

Tăng trưởng GDP được duy trì ở mức khá giúp gia tăng thu nhập và cải thiện tâm lý của người tiêu dùng. Đây là một trong các nhân tố chính ảnh hưởng đến doanh thu của Vincom Retail, do khoảng

16,7% trong số doanh thu cho thuê mặt bằng của Công ty (6 tháng đầu năm 2017) là theo hình thức chia sẻ doanh thu bán hàng với các khách thuê mặt bằng tại các TTTM. Hơn nữa, nhu cầu mua sắm và sử dụng dịch vụ của người tiêu dùng tăng sẽ làm gia tăng nhu cầu thuê mặt bằng của khách hàng, từ đó giúp khách hàng phát triển kinh doanh, và Công ty có thể duy trì lượng khách hàng chất lượng cao, gắn bó lâu dài.

Với lợi thế về thị phần cho thuê mặt bằng, Công ty tương tác chặt chẽ với các khách hàng hiện tại và tiềm năng, từ đó có thể nắm bắt chiến lược kinh doanh của khách hàng, và có cơ sở để đưa ra các nhận định về nhu cầu thị trường bán lẻ hiện tại và trong tương lai. Nhờ đó, Công ty có thể đề ra các chiến lược phát triển dự án và kinh doanh thực tế và phù hợp, hạn chế tối đa sự tác động của tính chu kỳ kinh tế lên hoạt động kinh doanh của mình.

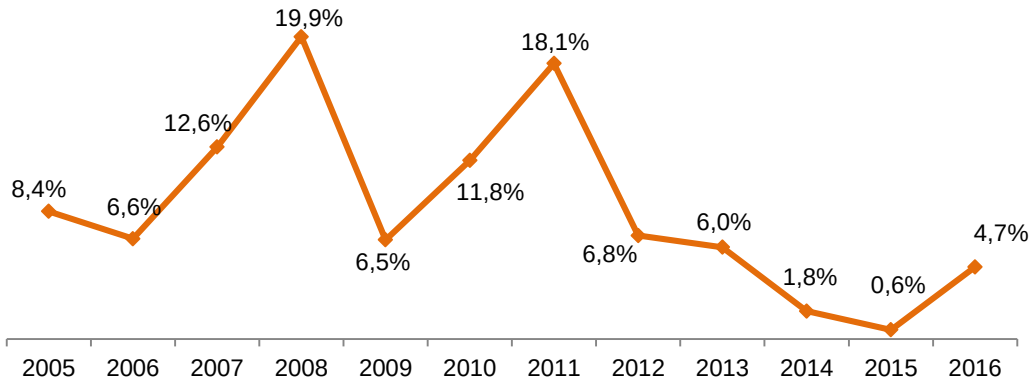
Lạm phát

Từ mức lạm phát hai con số vào những năm trước năm 2012, Chính phủ đã điều hành chính sách kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô một cách quyết liệt, từ đó lạm phát đã giảm xuống mức 6,8% (năm 2012) và còn 4,7% (năm 2016). Lạm phát thấp là cơ sở để NHNN giảm lãi suất cho vay, nới lỏng chính sách tiền tệ khuyến khích người dân và doanh nghiệp vay tiền ngân hàng, đáp ứng nhu cầu trong hầu hết mọi lĩnh vực và kích thích tiêu dùng. Trong năm 2017, Chính phủ tiếp tục đặt mục tiêu CPI bình quân 4% nhằm thúc đẩy nền kinh tế phát triển, và CPI bình quân 6 tháng đầu năm 2017 đã tăng 4,2% so với cùng kỳ năm 2016.

Mặc dù tỷ lệ lạm phát những năm gần đây được duy trì khá ổn định, nhưng không thể đảm bảo rằng nền kinh tế Việt Nam sẽ không tiếp tục lặp lại các giai đoạn lạm phát cao trong tương lai, đặc biệt trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam được dự báo đang tăng trưởng nhanh trở lại.

Đối với doanh nghiệp hoạt động trong ngành bất động sản bán lẻ như Vincom Retail, lạm phát tăng cao sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Công ty thông qua sự gia tăng của các chi phí đầu vào như chi phí xây dựng, chi phí lãi vay và chi phí vận hành. Để phòng ngừa và hạn chế rủi ro này, các hợp đồng thuê mặt bằng của Công ty có bao gồm các điều khoản về điều chỉnh giá thuê theo lạm phát.

Hình 2: Tỷ lệ lạm phát của Việt Nam giai đoạn 2005 - 2016



Nguồn: Tổng cục thống kê

Lãi suất

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam hiện đang tiếp tục điều hành chính sách lãi suất theo hướng giảm dần, phù hợp với diễn biến kinh tế vĩ mô, ổn định thị trường tiền tệ và đặc biệt là kiểm soát lạm phát để giảm mặt bằng lãi suất cho vay, góp phần tháo gỡ khó khăn cho nền kinh tế và khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Từ đầu năm 2012 đến nay, mặt bằng lãi suất huy động đã giảm mạnh, từ đó các doanh nghiệp trong nước có thể tiếp cận được vốn vay với chi phí lãi vay hợp lý hơn. Trong 6 tháng đầu năm 2017, mặt bằng lãi suất huy động và cho vay ổn định, cho dù một số ngân hàng đã có động thái tăng lãi suất huy động với mức độ tăng nhỏ. Lãi suất huy động bằng đồng VNĐ phổ biến ở mức 4,5%-5,4%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn dưới 6 tháng; 5,4%-6,5%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 6 tháng đến dưới 12 tháng; và mức 6,4%-7,2%/năm cho kỳ hạn trên 12 tháng. Mặt bằng lãi suất cho vay phổ biến ở mức 6%-9%/năm đối với ngắn hạn; 9%-11%/năm đối với trung và dài hạn. Theo Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, hầu hết các tổ chức tín dụng đánh giá mặt bằng lãi suất sẽ tiếp tục ổn định trong năm 2017, trong đó, một số ít tổ chức tín dụng dự báo mặt bằng lãi suất có thể tăng nhưng là mức tăng rất nhẹ (bình quân khoảng 0,2%) trong năm tới.

Mặt bằng lãi suất ở mức thấp trong những năm qua đã tăng khả năng tiếp cận tín dụng của các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực bất động sản và bán lẻ nói chung, và Vincom Retail nói riêng. Công ty phòng ngừa và hạn chế rủi ro biến động tỷ giá và lạm phát thông qua cơ chế điều chỉnh giá tự động trong các hợp đồng cho thuê mặt bằng. Trong hoạt động vay vốn, với lợi thế là một doanh nghiệp lớn, có hoạt động hiệu quả, và uy tín của Tập đoàn Vingroup, Công ty có thể huy động được vốn với chi phí cạnh tranh.

2. Rủi ro về luật pháp

Là một công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản bán lẻ, Vincom Retail chịu sự điều chỉnh của pháp luật, chính sách và các quy định tại Việt Nam như: Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Luật Thương mại, Luật Đất đai, Luật Nhà ở và Luật Kinh doanh bất động sản. Việt Nam hiện đang trong quá trình phát triển và hội nhập với kinh tế thế giới, tuy nhiên khung pháp lý và luật pháp vẫn đang trong quá trình nỗ lực xây dựng và hoàn thiện. Do vậy, mọi thay đổi và diễn giải, hướng dẫn pháp luật hiện hành có thể dẫn đến những ảnh hưởng bất lợi tới hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

Để đảm bảo mọi hoạt động của Công ty tuân thủ theo pháp luật, cũng như hạn chế tối đa những rủi ro liên quan đến yếu tố pháp lý trong quá trình hoạt động, Công ty đã thành lập bộ phận pháp chế, chuyên theo dõi và cập nhật các văn bản pháp luật liên quan đến hoạt động của Vincom Retail, tư vấn cho ban lãnh đạo các vấn đề có liên quan, và hỗ trợ phòng Nhân sự trong việc phổ biến kiến thức pháp luật nhằm nâng cao tính tuân thủ quy định của pháp luật cũng như nội quy Công ty. Bên cạnh đó, Công ty có thể sử dụng dịch vụ tư vấn pháp lý của những đơn vị tư vấn luật chuyên nghiệp đối với những vấn đề pháp lý đặc thù, hoặc chuyên sâu.

3. Rủi ro đặc thù ngành

Rủi ro liên quan đến nguồn vốn phát triển dự án

Tại thời điểm 30/6/2017, Công ty sở hữu và vận hành 40 TTTM tại Việt Nam và dự kiến sẽ nâng tổng số dự án lên khoảng 200 TTTM vào năm 2021. Để duy trì việc vận hành các TTTM ở mức tiêu chuẩn cao và thực hiện các chỉ tiêu tăng trưởng, Công ty cần đầu tư lượng vốn lớn để xây dựng các

TTTM mới cũng như nâng cấp các TTTM hiện hữu. Ngoài việc sử dụng nguồn lợi nhuận từ các dự án đang vận hành để tái đầu tư và mở rộng hệ thống TTTM trên khắp cả nước, Công ty có thể huy động thêm vốn từ nhiều nguồn khác nhau như: (1) huy động vốn thông qua thị trường vốn vay trong nước và/hoặc quốc tế; (2) phát hành trái phiếu trong nước và/hoặc quốc tế; (3) phát hành cổ phiếu, tùy thuộc vào các điều kiện của thị trường tài chính tại thời điểm huy động vốn. Do đó, việc Công ty có huy động được từ các nguồn tài chính như dự định hay không sẽ ảnh hưởng đến việc triển khai các dự án TTTM cũng như kết quả kinh doanh của Công ty trong các năm tiếp theo.

Rủi ro trong quá trình phát triển dự án TTTM mới và bảo trì các dự án hiện hữu

Công ty đang tiến hành xây dựng mới nhiều TTTM tại các tỉnh thành ở Việt Nam, bên cạnh hoạt động bảo trì và nâng cấp các TTTM đã đi vào hoạt động.

Trong quá trình xây mới các TTTM để đạt mục tiêu 200 TTTM vào năm 2021 và nâng cấp dự án hiện hữu, Công ty có thể gặp một số rủi ro sau:

- Không tìm được quỹ đất phù hợp cho dự án mới. Để hạn chế và phòng ngừa rủi ro này, Công ty chủ động nghiên cứu và tìm kiếm cơ hội phát triển các dự án mới. Công ty hiện có 73 dự án đang xây dựng và phát triển và ngoài ra có 86 dự án đang trong giai đoạn nghiên cứu tiền khả thi. Việc sở hữu danh mục các dự án tiềm năng lớn giúp Công ty chủ động trong đầu tư và phát triển, đảm bảo tăng trưởng bền vững.
- Quá trình xin các chấp thuận, giấy phép kéo dài hơn dự kiến, ảnh hưởng đến kế hoạch kinh doanh và tài chính của Công ty.
- Biến động các yếu tố đầu vào như chi phí vật liệu xây dựng và lương nhân công, thiếu hụt nguồn công nhân xây dựng, lạm phát có thể làm tăng tổng mức đầu tư, nếu không được khắc phục kịp thời có thể ảnh hưởng đến tiến độ và hiệu quả dự án.
- Các dự án TTTM cần nguồn vốn đầu tư lớn và mất thời gian xây dựng, nhưng tài sản chỉ có thể mang lại lợi ích kinh tế và dòng tiền khi khâu xây dựng hoàn tất và dự án được đưa vào hoạt động. Việc xây dựng có thể diễn ra lâu hơn so với kế hoạch do nhiều nguyên nhân, bao gồm nhưng không giới hạn bởi các ảnh hưởng của điều kiện tự nhiên, địa chất, sai sót trong quá trình thiết kế và xây dựng, khó khăn tài chính về phía nhà thầu ảnh hưởng đến khả năng thi công, v.v.
- Nhu cầu thuê mặt bằng bán lẻ và nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng có thể suy giảm trong quá trình các dự án TTTM của Công ty đã được triển khai xây dựng. Sự suy giảm có thể bắt nguồn từ suy thoái kinh tế, quy hoạch giao thông và đô thị trong khu vực dự án thay đổi,, v.v. làm ảnh hưởng đến hiệu quả của dự án khi đưa vào vận hành.

Trong quá trình xây dựng các TTTM, các nhà thầu thi công có thể mắc sai sót, làm ảnh hưởng đến hoạt động vận hành khi đưa vào hoạt động. Các sai sót này có thể làm gián đoạn hoạt động của TTTM, ảnh hưởng đến nhiều khách hàng thuê mặt bằng của Công ty. Nếu không được khắc phục kịp thời, uy tín và danh tiếng của Công ty có thể bị tổn hại, gây tác động không tốt đến kết quả kinh doanh, tình hình tài chính và tiềm năng tăng trưởng của Công ty.

Các nhà thầu xây dựng của Công ty có chính sách bảo hành một năm cho chất lượng công trình và chịu trách nhiệm cho các sai sót liên quan đến cấu trúc tòa nhà trong thời gian 10 năm. Tuy nhiên, rủi ro các nhà thầu không khắc phục các sự cố trong thời gian bảo hành vẫn có thể xảy ra, và nếu không tìm được nhà thầu thay thế trong thời gian ngắn, Công ty có thể chịu ảnh hưởng từ việc phát trinh thêm chi phí sửa chữa cũng như gánh chịu các thiệt hại khi TTTM có thể tạm ngưng hoạt động

trong thời gian khắc phục các sai sót này. Để giảm thiểu rủi ro này, các nhà thầu trước khi ký hợp đồng với Công ty đều được thẩm định kỹ càng, đồng thời một phần giá trị hợp đồng sẽ được giữ lại sau khi việc thi công hoàn thành để đảm bảo trách nhiệm bảo hành của nhà thầu đối với công trình.

Rủi ro cạnh tranh

Trong quá trình mở rộng phạm vi và hoạt động kinh doanh của mình, Công ty phải cạnh tranh với nhiều doanh nghiệp phát triển bất động sản khác để tìm mua các quỹ đất tốt, mở rộng danh mục khách hàng thuê mặt bằng hoặc khách nhận chuyển nhượng bất động sản để bán của mình.

Tính cạnh tranh trên thị trường cho thuê mặt bằng bán lẻ đang tăng cao do sự xuất hiện của các TTTM mới. Cạnh tranh tăng cao thể làm giảm tỷ lệ lấp đầy trong TTTM, và giảm lượng khách hàng đến mua sắm, dẫn đến giảm doanh thu, và suy giảm khả năng chi trả tiền thuê mặt bằng của các khách thuê trong các TTTM của Công ty. Để duy trì vị thế của mình, Công ty có thể phải giảm giá cho thuê để thu hút khách hàng hoặc đầu tư thêm vốn để cải thiện chất lượng TTTM. Lợi nhuận và giá trị các TTTM của Công ty phần lớn phụ thuộc vào khả năng cạnh tranh với các TTTM khác trong khu vực để thu hút và giữ chân khách thuê mặt bằng bán lẻ của Công ty.

Ngoài ra, sự cạnh tranh ngày càng tăng từ các cửa hàng bán hàng chuyên dụng, cửa hàng tạp hóa, cửa hàng giảm giá, các điểm bán hàng giá rẻ v.v. cũng có thể ảnh hưởng đến khả năng hoặc nhu cầu tiếp tục ký hợp đồng thuê mặt bằng của các khách hàng trong TTTM của Vincom Retail.

Để duy trì ưu thế cạnh tranh, Công ty cần không ngừng nâng cấp hình ảnh TTTM, giá trị thương hiệu, và nhiều yếu tố khác để bảo đảm mức độ phổ biến, sức hút và vị thế của mình. Tuy nhiên, việc đầu tư nâng cấp này có thể khiến Công ty phải phát sinh thêm chi phí, từ đó ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của Công ty.

Ngoài ra, Công ty cũng cạnh tranh với các công ty bất động sản khác trong việc đầu tư quỹ đất tại các vị trí phù hợp cho việc phát triển các TTTM mới. Nếu không thể cạnh tranh một cách hiệu quả, khả năng tăng trưởng trong tương lai của Công ty sẽ bị hạn chế, làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, tình hình tài chính cũng như triển vọng phát triển của Công ty.

Rủi ro liên quan đến việc tiếp tục cho thuê mặt bằng

Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty phụ thuộc vào khả năng duy trì hoạt động cho thuê mặt bằng tại các dự án TTTM, bao gồm việc tái ký hợp đồng thuê mặt bằng sắp hết hạn, và tối ưu hóa cơ cấu khách thuê mặt bằng thông qua việc đàm phán các điều khoản cho thuê có nhiều lợi ích kinh tế hơn cho Công ty.

Trên thực tế, các hợp đồng cho thuê của Công ty đều không có điều khoản tự động gia hạn hoặc gia hạn theo thông báo của bên cho thuê, vì vậy, để giữ chân những khách hàng hiện tại khi hợp đồng thuê hết hạn, Công ty phải thỏa thuận được các điều khoản mới và ký kết hợp đồng với các khách hàng này.

Nếu hợp đồng không được gia hạn, Công ty phải tìm khách hàng thuê mới để thay thế, và những điều khoản của hợp đồng mới có thể không thuận lợi như các điều khoản của những hợp đồng vừa hết hiệu lực. Ngoài ra, việc không tiếp tục ký kết hợp đồng với một số lượng khách hàng nhất định có thể ảnh hưởng đến sự đa dạng về cơ cấu khách thuê mặt bằng của Công ty. Trường hợp khách hàng quyết định gia hạn hợp đồng hoặc thuê thêm mặt bằng mới, điều khoản của thỏa thuận gia hạn hoặc thời hạn thuê có thể sẽ không thuận lợi như các điều khoản đang hiệu lực, và Công ty có thể sẽ phải sửa chữa mặt bằng theo yêu cầu của khách hàng và cung cấp một số ưu đãi nhất định.

Các yếu tố trên có thể ảnh hưởng đến doanh thu cho thuê mặt bằng và tỷ lệ lấp đầy tại các TTTM, làm suy giảm kết quả hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính và ảnh hưởng đến triển vọng phát triển của Công ty. Công ty giảm thiểu rủi ro này bằng cách: nỗ lực duy trì quan hệ tốt và lâu dài với các khách thuê, và tìm hiểu cập nhật chiến lược phát triển của khách hàng cũng như nhu cầu của thị trường để cải thiện dịch vụ sản phẩm đáp ứng tốt nhất.

Rủi ro từ sự phát triển của Thương mại điện tử

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ đã thay đổi cơ bản các cách thức giao dịch truyền thống. Khi Thương mại điện tử trở nên phổ biến hơn, người tiêu dùng có xu hướng tham khảo, lựa chọn và mua hàng trực tuyến nhiều hơn, bỏ qua các cửa hàng truyền thống, kể cả các TTTM, chủ yếu trong các lĩnh vực thời trang và hàng hóa bán lẻ. Các hình thức Thương mại điện tử này đã trở nên phổ biến do việc tạo lập thói quen mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng, nhiều nhà bán lẻ truyền thống chuyển qua bán hàng trực tuyến và nhiều công nghệ mới được đưa vào sử dụng để cải thiện trải nghiệm mua sắm trực tuyến. Khách hàng thuê mặt bằng của Công ty có thể phải cạnh tranh ngày càng nhiều với các nhà bán lẻ trực tuyến, dẫn đến ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính và triển vọng phát triển của Công ty. Tại các TTTM Vincom, Công ty luôn thường xuyên nỗ lực nâng cấp hình ảnh và cơ cấu khách thuê nhằm mục đích tối ưu lượng khách tham quan, mua sắm tại TTTM để giảm thiểu rủi ro này. Đồng thời Công ty cũng tăng cường hợp tác với Adayroi.com, trang thương mại điện tử của Tập đoàn Vingroup, để gia tăng lợi thế cạnh tranh cũng như lợi ích cộng hưởng từ hệ sinh thái dịch vụ sản phẩm của Tập đoàn.

Rủi ro liên quan đến tính thanh khoản của tài sản và các rủi ro khác liên quan đến quyền sở hữu và quản lý bất động sản

Các khoản đầu tư bất động sản có thể có thanh khoản thấp, nên việc chuyển nhượng bất động sản để thu tiền mặt có thể bị hạn chế nhất là trong thời gian ngắn. Để nhanh chóng chuyển nhượng một bất động sản đầu tư, Công ty có thể sẽ phải chào bán dự án ở mức giá thấp hơn giá trị thị trường để có thể thực hiện được giao dịch. Tính thanh khoản thấp của danh mục bất động sản đầu tư cũng là một trong các hạn chế khi Công ty có nhu cầu thích ứng với những thay đổi của nền kinh tế, thị trường bất động sản hoặc các điều kiện vĩ mô khác.

Ngoài ra, hoạt động đầu tư bất động sản của Công ty có thể phát sinh các rủi ro khác liên quan đến việc sở hữu và quản lý các TTTM, bao gồm việc cạnh tranh để thu hút khách thuê mặt bằng; tình trạng thừa cung, suy giảm nhu cầu thuê mặt bằng; biến động giá cả cho thuê, không thể gia hạn hợp đồng cho thuê hoặc gia hạn với các điều khoản không thuận lợi như hợp đồng ban đầu; khách hàng mất khả năng thanh toán tiền thuê mặt bằng; không thể chuyển nhượng các khoản đầu tư bất động sản với mức giá cao hơn giá trị sổ sách; gia tăng chi phí hoạt động; nhu cầu cải tiến, sửa chữa và cho thuê lại theo định kỳ và thanh toán những chi phí liên quan. Bất kỳ sự kiện nào nêu trên đều cũng có thể ảnh hưởng bất lợi đến kết quả kinh doanh, tình hình tài chính và triển vọng phát triển của Công ty.

4. Rủi ro về biến động giá cổ phiếu

Cổ phiếu Vincom Retail khi niêm yết tại HSX được kỳ vọng sẽ tăng tính thanh khoản cho cổ phiếu, tạo điều kiện cho các cổ đông có thể chuyển nhượng vốn dễ dàng, tạo cơ hội tiếp cận với nhiều nguồn tài chính khác nhau trong nước và quốc tế, làm tăng nguồn vốn cho đầu tư phát triển, chuẩn mực hóa hoạt động quản trị, tăng tính minh bạch của Công ty, và giúp Công ty quảng bá thương

hiệu và nâng cao hình ảnh.

Tuy nhiên, biến động giá cổ phiếu Vincom Retail sau khi niêm yết là điều khó tránh khỏi. Giá cổ phiếu trên thị trường được xác định bởi quan hệ cung cầu và mối quan hệ này phụ thuộc vào nhiều yếu tố bao gồm nhưng không giới hạn bởi: tình hình chính trị, xã hội, kinh tế trong nước và quốc tế; tình hình ngành bất động sản và bán lẻ, và hoạt động của Công ty; các thay đổi về luật và những quy định trên thị trường chứng khoán. Ngoài ra, giá cổ phiếu còn phụ thuộc vào tâm lý, cách thức giao dịch và khẩu vị rủi ro của nhà đầu tư trong nước và quốc tế, cá nhân và tổ chức trên thị trường. Chính vì vậy, sự tăng giảm giá cổ phiếu của Công ty sẽ là một yếu tố khó lường trước.

5. Rủi ro khác

Ngoài các rủi ro đã trình bày, một số rủi ro mang tính bất khả kháng tuy ít có khả năng xảy ra, nhưng nếu xảy ra cũng sẽ ảnh hưởng lớn đến tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty. Các rủi ro khác bao gồm nhưng không giới hạn bởi rủi ro cháy nổ, chiến tranh, dịch bệnh, thiên tai, đình công, khủng bố, v.v. Các rủi ro này khó có thể lường trước được. Công ty đã thực hiện các phương án giúp giảm thiểu các thiệt hại như mua bảo hiểm công trình, lắp đặt các hệ thống báo cháy, chống cháy, tập huấn nhân viên phòng cháy, chữa cháy và các biện pháp bảo đảm an ninh, an toàn khác.

II. NHỮNG NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHÍNH ĐỐI VỚI NỘI DUNG BẢN CÁO BẠCH

1. Tổ chức niêm yết

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

Bà Dương Thị Mai Hoa	: Chủ tịch Hội đồng Quản trị
Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang	: Trưởng Ban Kiểm soát
Bà Trần Mai Hoa	: Tổng Giám đốc
Bà Nguyễn Thu Hà	: Phó Tổng Giám đốc
Bà Phạm Ngọc Thoa	: Giám đốc Tài chính

Chúng tôi đảm bảo rằng các thông tin và số liệu trong Bản cáo bạch này là phù hợp với thực tế mà chúng tôi được biết, hoặc đã điều tra, thu thập một cách hợp lý.

2. Tổ chức tư vấn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)

Bà Nguyễn Thị Hương Giang	: Giám đốc phụ trách phía Nam – Khối Dịch vụ Ngân hàng đầu tư

Bản cáo bạch này là một phần của Hồ sơ đăng ký niêm yết do Công ty CP Chứng khoán Sài Gòn (SSI) tham gia lập trên cơ sở Hợp đồng tư vấn với Công ty CP Vincom Retail. Chúng tôi đảm bảo rằng việc phân tích, đánh giá và lựa chọn ngôn từ trên Bản cáo bạch này đã được thực hiện một cách hợp lý và cẩn trọng dựa trên cơ sở các thông tin và số liệu do CTCP Vincom Retail cung cấp.

III. CÁC KHÁI NIỆM VÀ TỪ VIẾT TẮT

BCTC	Báo cáo tài chính
BKS	Ban Kiểm soát
BQL	Ban Quản lý
BTGĐ	Ban Tổng Giám đốc
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
CMND	Chứng minh nhân dân
CP	Cổ phần
CPI	Chỉ số giá tiêu dùng
DT	Doanh thu
DTT	Doanh thu thuần
ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông
ĐKKD	Đăng ký kinh doanh
EPS	Thu nhập trên mỗi cổ phần
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
GĐTC	Giám đốc Tài chính
GFA	Diện tích sàn bán lẻ xây dựng
Giấy CNĐKKD	Giấy Chứng nhận đăng ký kinh doanh
Giấy CNĐKDN	Giấy Chứng nhận đăng ký doanh nghiệp
GSO	Tổng cục thống kê Việt Nam
GVHB	Giá vốn hàng bán
HĐQT	Hội đồng Quản trị
M&A	Mua bán & Sáp nhập
n/a	Không áp dụng
NLA	Diện tích sàn bán lẻ cho thuê
NQ	Nghị quyết

▪ SGDCK TP.HCM (HSX)	Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh
▪ SXKD	Sản xuất kinh doanh
▪ Tập đoàn/ Tập đoàn Vingroup/ Vingroup/Công ty mẹ	Tập đoàn Vingroup – Công ty CP
▪ TGĐ/PTGĐ	Tổng Giám đốc/ Phó Tổng Giám đốc
▪ Thuế TNCN	Thuế Thu nhập cá nhân
▪ Thuế TNDN	Thuế Thu nhập doanh nghiệp
▪ TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
▪ TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
▪ TTTM	Trung tâm thương mại
▪ VCSH	Vốn chủ sở hữu
▪ VĐL	Vốn điều lệ
▪ Vincom Retail/Công ty	Công ty Cổ phần Vincom Retail
▪ UBCKNN	Ủy ban Chứng khoán Nhà nước

IV. TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC ĐĂNG KÝ NIÊM YẾT

1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

1.1 Giới thiệu chung về Tổ chức niêm yết

1.1.1 Thông tin chung

- Tên Doanh nghiệp: CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL
- Tên viết tắt: VINCOM RETAIL
- Tên tiếng Anh: VINCOM RETAIL JOINT STOCK COMPANY
- Trụ sở chính: Số 7, Đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội
- Điện thoại: (+84) 24 3974 9999
- Fax: (+84) 24 3974 8888
- Website: vincom.com.vn
- VĐL hiện tại: 19.010.787.330.000 đồng

  (Mười chín nghìn không trăm mười tỷ, bảy trăm tám mươi bảy triệu, ba trăm ba mươi nghìn đồng)
- Nơi mở tài khoản:

STT	Ngân hàng giao dịch	Số tài khoản
1.	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam –– Chi Nhánh Quang Trung	12310000380169
2.	Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Hà Nội	116000105842
3.	Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – Hội sở chính	19027217211014
4.	Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Hội sở chính	67513398
5.	Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội – Chi nhánh Hà Nội	1003946199
6.	Ngân hàng Thương mại TNHH MTV Đại Dương	86086086771800000

1.1.2 Ngành nghề kinh doanh chính

Ngành nghề kinh doanh của Công ty CP Vincom Retail theo nội dung đăng ký doanh nghiệp bao gồm:

STT	Tên Ngành	Mã Ngành
1.	Tư vấn, môi giới, đấu giá bất động sản, đấu giá quyền sử dụng đất	6820 (Chính)
2.	Đại lý, môi giới, đấu giá Chi tiết: Dịch vụ đại lý hoa hồng	4610
3.	Hoạt động tư vấn quản lý Chi tiết: Hoạt động tư vấn đầu tư	7020

4.	Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê. Chi tiết: Kinh doanh bất động sản.	6810
5.	Hoạt động dịch vụ trồng trọt. Chi tiết: Dịch vụ liên quan đến nông nghiệp (*Ngoại trừ dịch vụ điều tra, đánh giá và khai thác rừng tự nhiên bao gồm khai thác gỗ và săn bắn, đánh bẫy động vật hoang dã quý hiếm, dịch vụ chụp ảnh hàng không, gieo hạt và phun thuốc hóa chất bằng máy bay, quản lý quỹ gien cây trồng, vật nuôi và vi sinh vật sử dụng trong nông nghiệp*)	0161
6.	Thoát nước và xử lý nước thải. Chi tiết: Dịch vụ xử lý nước thải	3700
7.	Xử lý và tiêu huỷ rác thải không độc hại Chi tiết: Dịch vụ xử lý rác thải (*Ngoại trừ thu gom rác trực tiếp từ các hộ gia đình. Chỉ được phép cung cấp dịch vụ tại các điểm thu gom rác thải do chính quyền địa phương cấp tỉnh và thành phố chỉ định*)	3821
8.	Xây dựng nhà các loại Chi tiết: Thi công xây dựng nhà cao tầng	4100
9.	Xây dựng công trình kỹ thuật dân dụng khác Chi tiết: Thi công xây dựng công trình kỹ thuật dân dụng	4290
10.	Lắp đặt hệ thống xây dựng khác Chi tiết: Công tác lắp dựng và lắp đặt	4329
11.	Bán buôn tổng hợp Chi tiết: Thực hiện quyền phân phối bán buôn (gắn với thành lập cơ sở bán buôn) các hàng hóa theo quy định của pháp luật	4690
12.	Bán lẻ hàng hóa khác mới trong các cửa hàng chuyên doanh Chi tiết: Thực hiện quyền phân phối bán lẻ (gắn với thành lập cơ sở bán lẻ) các hàng hóa theo quy định của pháp luật	4773
13.	Dịch vụ lưu trú ngắn ngày Chi tiết: Dịch vụ xếp chỗ ở khách sạn	5510
14.	Cung cấp dịch vụ ăn uống theo hợp đồng không thường xuyên với khách hàng (phục vụ tiệc, hội họp, đám cưới,…) Chi tiết: Dịch vụ cung cấp thức ăn	5621
15.	Dịch vụ phục vụ đồ uống Chi tiết: Dịch vụ cung cấp đồ uống	5630
16.	Hoạt động chiếu phim	5914
17.	Giáo dục mầm non *(Thực hiện chương trình giáo dục theo chương trình của nước ngoài, dành cho trẻ em là người nước ngoài)*	8510

18.	Giáo dục tiểu học *(Thực hiện chương trình giáo dục theo chương trình của nước ngoài, cấp văn bằng của nước ngoài, dành cho học sinh là người nước ngoài và một bộ phận học sinh Việt Nam có nhu cầu)*	8520
19.	Giáo dục trung học cơ sở và trung học phổ thông *(Thực hiện chương trình giáo dục theo chương trình của nước ngoài, cấp văn bằng của nước ngoài, dành cho học sinh là người nước ngoài và một bộ phận học sinh Việt Nam có nhu cầu)*	8531
20.	Giáo dục nghề nghiệp	8532
21.	Hoạt động sáng tác, nghệ thuật và giải trí Chi tiết: Dịch vụ giải trí (Trừ các hoạt động Nhà nước cấm)	9000

1.2 Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển

Công ty Vincom Retail được thành lập ban đầu vào ngày 11/4/2012 dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn. Trước đó, Tập đoàn Vingroup bắt đầu phát triển các TTTM thương hiệu "Vincom" từ năm 2004. Các TTTM này góp phần quan trọng trong quy hoạch phát triển tổng thể các dự án phức hợp và khu căn hộ do Tập đoàn Vingroup phát triển. Từ năm 2013, Vincom Retail được định hướng là đơn vị phát triển và vận hành hệ thống TTTM mang thương hiệu Vincom của Tập đoàn, đồng thời cũng được chuyển thành công ty cổ phần kể từ ngày 14/5/2013.

Cũng trong năm 2013, Quỹ đầu tư Warburg Pincus Investments III B.V và Ngân hàng đầu tư Credit Suisse AG - chi nhánh Singapore đã rót tổng cộng 200 triệu đô la Mỹ vào Vincom Retail, bổ sung nguồn vốn cho Công ty thực hiện chiến lược mở rộng phát triển hệ thống TTTM, bao gồm cả việc khai trương mô hình TTTM Vincom Mega Mall đầu tiên là Vincom Mega Mall Royal City trong năm 2013, và đến năm 2015, nhóm nhà đầu tư nước ngoài này tiếp tục rót thêm 100 triệu đô la Mỹ và vào năm 2016, Tập đoàn Vingroup góp tiền mặt và tài sản có tổng trị giá khoảng 8.610 tỷ đồng (tương đương 390 triệu đô la Mỹ). Nhờ nguồn lực này, Vincom Retail đã liên tục đầu tư, mở rộng mạng lưới và thực hiện M&A các cơ hội tiềm năng, bao gồm việc mua lại hệ thống siêu thị Maximark trong giai đoạn từ năm 2013 đến nay

Tính đến thời điểm 30/6/2017, Công ty đang sở hữu và vận hành 40 TTTM tại 21 tỉnh thành trên toàn quốc[1].

Những cột mốc phát triển quan trọng	
2012	▪ Thành lập Công ty TNHH Vincom Retail
2013	▪ Chuyển từ công ty TNHH sang công ty cổ phần ▪ Công ty nhận chuyển nhượng ba TTTM Vincom từ Vingroup bao gồm TTTM Vincom Center

[1] Ngoài ra, vào ngày 12/7/2017, TTTM Vincom Plaza Hà Tĩnh chính thức khai trương, nâng tổng số TTTM lên 41 tại 22 tỉnh thành.

Những cột mốc phát triển quan trọng	
	Bà Triệu, TTTM Vincom Center Đồng Khởi và TTTM Vincom Plaza Long Biên ▪ Nhận chuyển nhượng TTTM Vincom Mega Mall Royal City từ Vingroup ▪ Nhận khoản đầu tư đầu tiên trị giá 200 triệu đô la Mỹ từ quỹ đầu tư Warburg Pincus Investments III B.V. và Credit Suisse AG chi nhánh Singapore
2014	▪ Nhận chuyển nhượng Vincom Mega Mall Times City từ Vingroup ▪ Khai trương TTTM Vincom Plaza Hạ Long – TTTM đầu tiên ngoài Hà Nội và TP.HCM ▪ Sở hữu danh mục gồm 6 TTTM vào ngày 31/12/2014
2015	▪ Khai trương TTTM Vincom Mega Mall Thảo Điền ▪ Khai trương 10 TTTM mới và mua lại 5 siêu thị Maximark ▪ Sở hữu danh mục gồm 21 TTTM vào ngày 31/12/2015, với tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng khoảng 850.000 m^2 ▪ Tiếp tục nhận khoản đầu tư thứ 2 trị giá 100 triệu đô la Mỹ từ quỹ Warburg Pincus Investments III B.V
2016	▪ Ra mắt Trung tâm mua sắm Vincom+ ▪ Cửa hàng đầu tiên của Zara tại Việt Nam mở tại TTTM Vincom Center Đồng Khởi ▪ Khai trương 10 TTTM mới ▪ Nhận các khoản góp vốn và tài sản có tổng trị giá khoảng 8.610 tỷ đồng (tương đương 390 triệu đô la Mỹ) từ Tập đoàn Vingroup ▪ Sở hữu danh mục gồm 31 TTTM tại ngày 31/12/2016, với tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng khoảng xây dựng 1 triệu m^2
Tháng 6/2017	▪ Khai trương 9 TTTM mới ▪ Sở hữu danh mục gồm 40 TTTM, với tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng khoảng 1,1 triệu m^2 ▪ Cửa hàng đầu tiên của H&M tại Việt Nam mở tại Vincom Center Đồng Khởi

1.3 Quá trình tăng Vốn điều lệ

Cùng với sự phát triển của Công ty, Vốn điều lệ của Công ty lần lượt thay đổi như sau:

Lần	Thời điểm	Vốn tăng thêm (đồng)	Vốn điều lệ (đồng)	Phương thức tăng vốn
	Năm 2013	0	2.944.200.000.000	▪ Vốn thành lập ban đầu dưới hình thức công ty cổ phần
Lần 1	Tháng 7/2013	2.829.600.000.000	5.773.800.000.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông và ưu đãi
Lần 2	Tháng 12/2013	3.530.000.000.000	9.303.800.000.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông và cổ phần ưu đãi

Lần 3	Tháng 4/2014	2.706.780.000.000	12.010.580.000.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông và cổ phần ưu đãi
Lần 4	Tháng 6/2015	9.098.000.000	12.019.678.000.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông
Lần 5	Tháng 7/2015	2.152.567.470.000	14.172.245.470.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần ưu đãi
Lần 6	Tháng 3/2016	1.544.917.800.000	15.717.163.270.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông
Lần 7	Tháng 5/2016	1.254.223.147.829	16.971.386.417.829	▪ Phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu
Lần 8	Tháng 10/2016	117.851.002.171	17.089.237.420.000	▪ Phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu
Lần 9	Tháng 12/2016	4.002.487.530.000	21.091.724.950.000	▪ Phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu
Lần 10	Tháng 9/2017	419.200.000.000	21.510.924.950.000	▪ Phát hành riêng lẻ cổ phần ưu đãi để chuyển đổi khoản vay chuyển đổi
Lần 11	Tháng 9/2017	(2.500.137.620.000)	19.010.787.330.000	▪ Mua lại một phần cổ phần ưu đãi và hủy bỏ
	Tháng 9/2017	-	19.010.787.330.000	▪ Chuyển đổi cổ phần ưu đãi thành cổ phần phổ thông

Chi tiết quá trình tăng vốn

Đợt 1 - Tháng 7/2013: Tăng từ 2.944.200.000.000 đồng lên 5.773.800.000.000 đồng

- VĐL trước phát hành: 2.944.200.000.000 đồng
- VĐL sau phát hành: 5.773.800.000.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần: 10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành: 282.960.000 cổ phần

  Trong đó:

  - *Cổ phần phổ thông:* *3.144 cổ phần*
  - *Cổ phần ưu đãi:* *282.956.856 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn: Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông và ưu đãi
- Cơ quan chấp thuận phát hành: Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 2 - Tháng 12/2013: Tăng từ 5.773.800.000.000 đồng lên 9.303.800.000.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	5.773.800.000.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	9.303.800.000.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	353.000.000 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*305.840.524 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*47.159.476 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông và cổ phần ưu đãi
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 3 - Tháng 4/2014: Tăng từ 9.303.800.000.000 đồng lên 12.010.580.000.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	9.303.800.000.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	12.010.580.000.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	270.678.000 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*223.518.524 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*47.159.476 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông và cổ phần ưu đãi
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 4 - Tháng 6/2015: Tăng từ 12.010.580.000.000 đồng lên 12.019.678.000.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	12.010.580.000.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	12.019.678.000.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	909.800 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*909.800 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*0 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông

- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 5 - Tháng 6/2015: Tăng từ 12.019.678.000.000 đồng lên 14.172.245.470.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	12.019.678.000.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	14.172.245.470.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	215.256.747 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*0 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*215.256.747 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành riêng lẻ cổ phần ưu đãi
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 6 - Tháng 3/2016: Tăng từ 14.172.245.470.000 đồng lên 15.717.163.270.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	14.172.245.470.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	15.717.163.270.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	154.491.780 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*154.491.780 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*0 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành riêng lẻ cổ phần phổ thông
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 7 - Tháng 5/2016: Tăng từ 15.717.163.270.000 đồng lên 16.971.386.417.829 đồng

- VĐL trước phát hành:	15.717.163.270.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	16.971.386.417.829 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	125.422.314 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*125.422.314 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*0 cổ phần*

- Phương thức tăng vốn:	Phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 8 - Tháng 10/2016: Tăng từ 16.971.386.417.829 đồng lên 17.089.237.420.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	16.971.386.417.829 đồng
- VĐL sau phát hành:	17.089.237.420.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	11.785.100 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*11.785.100 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*0 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 9 - Tháng 12/2016: Tăng từ 17.089.237.420.000 đồng lên 21.091.724.950.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	17.089.237.420.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	21.091.724.950.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	400.248.753 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*400.248.753 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*0 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành cổ phần cho cổ đông hiện hữu
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 10 - Tháng 9/2017: Tăng từ 21.091.724.950.000 đồng lên 21.510.924.950.000 đồng

- VĐL trước phát hành:	21.091.724.950.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	21.510.924.950.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	41.920.000 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*0 cổ phần*

▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*41.920.000 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Phát hành riêng lẻ cổ phần ưu đãi để chuyển đổi khoản vay chuyển đổi
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Đợt 11 - Tháng 9/2017: Giảm từ 21.510.924.950.000 đồng xuống 19.010.787.330.000 đồng

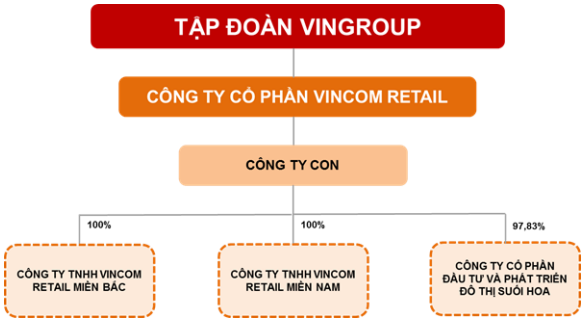
- VĐL trước khi mua lại cổ phần ưu đãi:	21.510.924.950.000 đồng
- VĐL sau khi mua lại cổ phần ưu đãi:	19.010.787.330.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần ưu đãi mua lại và hủy bỏ:	250.013.762 cổ phần
- Phương thức mua lại:	Mua lại một phần cổ phần ưu đãi và hủy bỏ
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

Ngoài ra, trong tháng 9/2017, Công ty đã tiến hành chuyển đổi cổ phần ưu đãi thành cổ phần phổ thông

- VĐL trước phát hành:	19.010.787.330.000 đồng
- VĐL sau phát hành:	19.010.787.330.000 đồng
- Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/CP
- Tổng số lượng cổ phần phát hành:	384.438.793 cổ phần
Trong đó:	
▪ *Cổ phần phổ thông:*	*384.438.793 cổ phần*
▪ *Cổ phần ưu đãi:*	*0 cổ phần*
- Phương thức tăng vốn:	Chuyển đổi cổ phần ưu đãi thành cổ phần phổ thông
- Cơ quan chấp thuận phát hành:	Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội và ĐHĐCĐ của Công ty CP Vincom Retail

2. Cơ cấu tổ chức của Công ty

Hình 3: Cơ cấu tổ chức của Công ty



Nguồn: Vincom Retail

Công ty Mẹ:

Thông tin cụ thể vui lòng xem mục IV.5.1

Công ty Con:

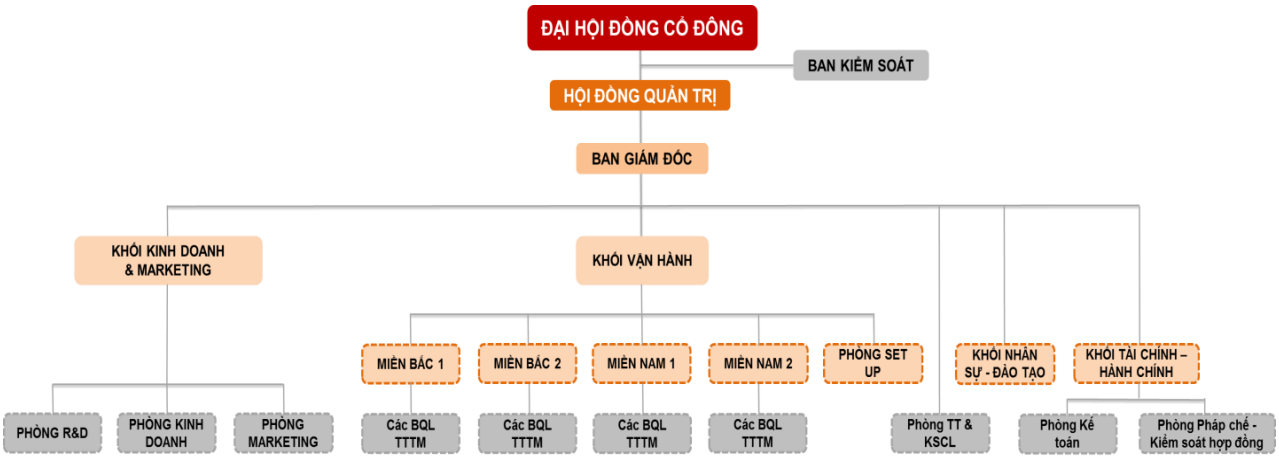
Thông tin cụ thể vui lòng xem mục IV.5.2

Công ty Liên kết:

Thông tin cụ thể vui lòng xem mục IV.5.3

3. Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty

Hình 4: Cơ cấu bộ máy quản lý của Công ty



Nguồn: Vincom Retail

3.1 Đại hội đồng cổ đông

ĐHĐCĐ là cơ quan quyết định cao nhất của Công ty gồm tất cả các Cổ đông có quyền biểu quyết, họp ít nhất mỗi năm một lần. ĐHĐCĐ quyết định những vấn đề được luật pháp và Điều lệ Công ty quy định. ĐHĐCĐ thông qua các BCTC hàng năm của Công ty và ngân sách tài chính cho năm tiếp theo. Ngoài ra, ĐHĐCĐ có nhiệm vụ chính là bầu, miễn nhiệm, bãi nhiệm Thành viên HĐQT, Thành viên BKS của Công ty.

3.2 Hội đồng Quản trị

HĐQT là cơ quan quản lý Công ty, có toàn quyền nhân danh Công ty để quyết định, thực hiện các quyền và nghĩa vụ của Công ty không thuộc thẩm quyền của ĐHĐCĐ.

HĐQT hiện nay của Công ty có 7 Thành viên, mỗi nhiệm kỳ tối đa của từng Thành viên là 5 năm. Chủ tịch HĐQT do HĐQT bầu ra.

Bà Dương Thị Mai Hoa	Chủ tịch HĐQT
Bà Trần Mai Hoa	Thành viên HĐQT
Bà Nguyễn Thị Dịu	Thành viên HĐQT
Bà Mai Thu Thủy	Thành viên HĐQT
Bà Lê Mai Lan	Thành viên HĐQT
Ông Timothy J.Daly	Thành viên độc lập HĐQT
Ông Brett Krause	Thành viên độc lập HĐQT

3.3 Ban Kiểm soát

BKS hiện nay là cơ quan có chức năng độc lập với HĐQT và BTGĐ, BKS do ĐHĐCĐ bầu ra, thay mặt ĐHĐCĐ giám sát mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, báo cáo trực tiếp ĐHĐCĐ.

BKS của Công ty gồm 3 Thành viên, mỗi nhiệm kỳ tối đa của từng Thành viên là 5 năm.

Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang	Trưởng BKS
Bà Nguyễn Thu Phương	Thành viên BKS
Bà Trần Thanh Tâm	Thành viên BKS

3.4 Ban Tổng Giám đốc

BTGĐ của Công ty gồm có 1 Tổng Giám đốc (TGĐ), 1 Phó TGĐ và 1 Giám đốc Tài chính. TGĐ do HĐQT bổ nhiệm, là người chịu trách nhiệm trước ĐHĐCĐ và HĐQT về việc thực hiện nhiệm vụ và quyền hạn được giao và phải báo cáo các cơ quan này khi được yêu cầu. Phó TGĐ và Giám đốc Tài chính do HĐQT bổ nhiệm theo đề xuất của TGĐ.

BTGĐ hiện nay của Công ty là những người có nhiều kinh nghiệm quản lý và điều hành trong lĩnh vực bán lẻ.

Bà Trần Mai Hoa	TGĐ
Bà Nguyễn Thu Hà	Phó TGĐ
Bà Phạm Ngọc Thoa	Giám đốc Tài chính

3.5 Các Khối Chức năng

3.5.1 Khối Kinh doanh và Marketing

- Phòng R&D:
  - *Bộ phận R&D*
    - Nghiên cứu đánh giá sơ bộ tiềm năng kinh tế xã hội tại các thị trường, đánh giá tiềm năng và khảo sát các dự án;

- Nghiên cứu, đề xuất và tư vấn cho ban lãnh đạo Công ty về các xu thế bán lẻ, đối thủ cạnh tranh trong nước và quốc tế.

- *Bộ phận Quản trị dự án*
  - Tham gia phối hợp quá trình thiết kế mô hình hoạt động của TTTM;
  - Quy hoạch mặt bằng, lập ngân sách cho thuê và quy hoạch quảng cáo mặt ngoài TTTM;
  - Quản trị số liệu cho thuê dự án TTTM và đánh giá hoạt động TTTM sau khi vận hành;
  - Chủ động và phối hợp cùng khối Phát triển Dự án trong Tập đoàn Vingroup để tìm kiếm mặt bằng phù hợp với định hướng mở rộng phát triển của Công ty.

- Phòng Kinh doanh
  - Thực hiện chiến lược, kế hoạch phát triển và cho thuê các TTTM, cho thuê quảng cáo, cho thuê văn phòng;
  - Xây dựng chính sách bán hàng, phát triển và lựa chọn khách thuê, ký kết và quản lý hợp đồng thuê;
  - Phối hợp các doanh nghiệp trong các hoạt động hợp tác tạo các sản phẩm độc đáo, tăng tính cạnh tranh và tăng hấp dẫn cho các TTTM.
- Phòng Marketing
  - Xây dựng chiến lược Marketing và kế hoạch hành động nhằm gia tăng giá trị thương hiệu VCR, thị phần, lượt khách, doanh thu;
  - Xây dựng, triển khai, giám sát & đánh giá hoạt động Marketing theo kế hoạch từng tháng, từng TTTM, từng sự kiện;
  - Xây dựng kế hoạch, triển khai, đánh giá hoạt động truyền thông, định hướng khách hàng qua hệ thống bảng biển của TTTM, theo dõi, phân tích thị trường, hành vi người tiêu dùng, từ đó có những đề xuất cải tiến về sản phẩm/dịch vụ.

3.5.2 Khối Vận hành

- Vận hành:
  - Xây dựng các kế hoạch hành động, kế hoạch định kỳ và ngân sách hàng năm cho các BQL (bao gồm vận hành, sửa chữa, nâng cấp các TTTM);
  - Quản lý cơ sở hạ tầng TTTM: Bảo dưỡng, duy tu hệ thống kỹ thuật đảm bảo hình ảnh, an ninh, vệ sinh, cảnh quan môi trường, v.v. theo tiêu chuẩn đồng bộ và trong phạm vi ngân sách được duyệt của TTTM;
  - Quản lý hiệu quả kinh doanh TTTM;
  - Quản lý hợp đồng thuê, thực hiện việc gia hạn hợp đồng thuê và trực tiếp thực hiện chăm sóc khách hàng, thực hiện các hoạt động marketing tại TTTM.
- Kiểm soát công nợ
  - Phối hợp xây dựng chính sách, nguyên tắc, xây định công cụ để quản lý công nợ khách thuê, đề xuất các giải pháp xử lý rủi ro công nợ và đàm phán với khách hàng;
  - Tổng hợp kết quả thực hiện của các TTTM, đánh giá và đưa ra tư vấn, hướng dẫn cho các TTTM nhằm đặt được kế hoạch đề ra.
- Phòng Setup
  - Điều phối quá trình setup các TTTM mới, đảm bảo đúng tiến độ, chất lượng và đầy đủ các hạng mục theo tiêu chuẩn;

- Theo dõi, đốc thúc, quản lý việc thi công của các gian hàng đảm bảo theo đúng tiến độ cam kết và mở cửa đúng theo tiến độ khai trương chung, đảm bảo chất lượng nội thất theo thiết kế;
- Hướng dẫn, đào tạo cơ sở mới xây dựng bộ máy quản lý, sắp đặt các nguyên tắc tổ chức, bộ máy quản lý theo tiêu chuẩn, quy trình, kế hoạch;
- Tham gia thẩm định, hỗ trợ đào tạo nhân sự, kiểm soát chất lượng dịch vụ, các dự án cải tạo sửa chữa lớn;
- Tham gia, phối hợp lên phương án mua, cải tạo, xây dựng mới cho các Dự án mới. Tham gia phối hợp các bên để lập tiến độ xây dựng cho dự án và điều phối, kiểm soát triển khai.

3.5.3 Phòng Thanh tra & kiểm soát chất lượng

- Đánh giá định kỳ tổng thể và đánh giá theo chuyên đề chất lượng dịch vụ tại các TTTM, kiểm tra và phát hiện lỗi chất lượng dịch vụ để khắc phục và có giải pháp phòng ngừa, nâng cấp chất lượng dịch vụ trên toàn hệ thống;
- Liên tục nâng cấp bộ tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ, phối hợp với khối Vận hành kiểm soát và duy trình chất lượng dịch vụ theo quy định của Công ty;
- Kiểm tra, đảm bảo việc tuân thủ quy định pháp luật và các quy định nội bộ tại các TTTM
- Tổ chức đào tạo cho các BQL TTTM để duy trì chất lượng dịch vụ trên toàn hệ thống.

3.5.4 Khối Nhân sự - Đào tạo

- Chính sách nhân sự: Xây dựng quản lý sơ đồ tổ chức, định biên, ngân sách nhân sự, chính sách nhân sự, quy hoạch cán bộ, tuyển dụng và định kỳ đánh giá chất lượng nhân sự;
- Thủ tục nhân sự: Thực hiện các thủ tục nhân sự, tuân thủ quy định của Nhà nước, Công ty, xử lý các vấn đề liên quan đến quan hệ lao động như khiếu nại, kỷ luật, chấm dứt HĐLĐ;
- Đào tạo, văn hóa: Lập, triển khai và đánh giá các chương trình đào tạo, tổ chức các hoạt động văn hóa, gắn kết.

3.5.5 Khối Tài chính – Hành chính

- Phòng Tài chính – Kế toán:
  - Quản lý kế toán tài chính, lập và thực hiện kiểm toán báo cáo tài chính;
  - Lập và quản lý ngân sách, kế hoạch tài chính của Công ty;
  - Quản lý tài sản, công nợ, thuế, các rủi ro tài chính;
  - Phân tích, đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, chi phí của các bộ phận, công ty cùng tư vấn, khuyến nghị cho lãnh đạo Công ty;
- Phòng Hành chính – Tổng hợp

  Pháp chế:
  - Thực hiện các thủ tục pháp lý công ty;
  - Tư vấn pháp lý phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh, cùng các bộ phận thực hiện kiểm soát rủi ro pháp lý;
  - Tham gia soạn thảo, thẩm định các hồ sơ pháp lý, các hợp đồng mẫu chủ yếu và các sửa đổi;
  - Tư vấn, tham gia đàm phán với đối tác trong hoạt động kinh doanh, giải quyết các tranh chấp phát sinh;

  Kiểm soát hợp đồng:

- Lập, ghi nhận thông tin và quản lý dữ liệu các hợp đồng thuê, phối hợp xây dựng quy trình, quy định liên quan tới hợp đồng và kiểm soát hợp đồng;
- Phối hợp cùng các BQL để thanh lý/gia hạn hợp đồng đúng tiến độ;

Hành chính tổng hợp:

- Thực hiện hoạt động hành chính, hậu cần, văn thư;
- Quản lý Dataroom và hệ thống văn bản Công ty;

4. Danh sách Cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty; Cơ cấu Cổ đông

4.1 Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần của Công ty

Bảng 1: Danh sách cổ đông nắm giữ từ 5% trở lên vốn cổ phần tại ngày 03/10/2017

TT	Cổ đông	Số CMND/ ĐKKD	Địa chỉ	Số cổ phần	Tỷ trọng (%)
1.	Tập đoàn Vingroup – Công ty CP	0101245486	Số 7, đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, phường Việt Hưng, quận Long Biên, Hà Nội	349.155.185	18,4%
2.	Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển Đô thị Sài Đồng	0104179545	Số 7, đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, phường Việt Hưng, quận Long Biên, Hà Nội	613.086.483	32,3%
3.	Công ty Cổ phần Phát triển Đô thị Nam Hà nội	0102671977	Số 458 phố Minh Khai, phường Vĩnh Tuy, quận Hai Bà Trưng, Hà Nội	156.888.450	8,3%
4.	Credit Suisse AG, chi nhánh Singapore	S73FC2261L	1 Raffles Link #03-01 One Raffles Link, Singapore (039393)	96.110.746	5,1%
5.	WP Investments III B.V.	57894701	Strawinskylaan 3051, 1077 ZX Amsterdam	288.332.239	15,2%

Nguồn: Vincom Retail

4.2 Cơ cấu Cổ đông của Công ty

Bảng 2: Cơ cấu Cổ đông của Công ty tại thời điểm 03/10/2017

STT	Cổ đông	Số lượng Cổ đông	Số Cổ phần	Tỷ trọng (%)
I.	**Cổ đông nội bộ**	**0**	**0**	**0**
1.	HĐQT, BKS, BTGĐ, GĐTC, KTT	0	0	0
2.	CBCNV	0	0	0

3.	Cổ phiếu quỹ	0	0	0
II.	**Cổ đông bên ngoài**	**306**	**1.901.078.733**	**100,0**
1.	Cổ đông trong nước	303	**1.516.635.698**	**79,8**
-	*Cá nhân*	*300*	*397.505.580*	*20,9*
-	*Tổ chức*	*3*	*1.119.130.118*	*58,9*
2.	Cổ đông nước ngoài	**3**	384.443.035	20,2
-	*Cá nhân*	*1*	*50*	*0,0*
-	*Tổ chức*	*2*	*384.442.985*	*20,2*
	TỔNG CỘNG	**306**	**1.901.078.733**	**100,0**

Nguồn: Vincom Retail

Một số nhân viên ưu tú của Tập đoàn Vingroup và các công ty con của Tập đoàn Vingroup đã sở hữu cổ phần của Vincom Retail theo chương trình tham gia mua cổ phiếu của Tập đoàn Vingroup và các công ty con. Theo chương trình này, nhân viên sở hữu từ 100.000 cổ phần trở xuống sẽ được bán ở mức giá không thấp hơn 115% giá niêm yết bất kỳ thời điểm nào sau khi Vincom Retail niêm yết, còn nhân viên sở hữu nhiều hơn 100.000 cổ phần sẽ bị hạn chế chuyển nhượng trong vòng một (01) tháng kể từ ngày niêm yết.

5. Danh sách những Công ty mẹ và Công ty con của Tổ chức niêm yết, những Công ty mà Tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối, những Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối đối với Tổ chức niêm yết

5.1 Danh sách Công ty mẹ

STT	Tên Công ty	Địa điểm	Hoạt động chính	Tỷ lệ nắm giữ (%)

STT	Tên Công ty	Địa điểm	Hoạt động chính	Tỷ lệ nắm giữ (%)
1.	Tập đoàn Vingroup – Công Ty CP[2]	Số 7, Đường Bằng Lăng, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Hà Nội	Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê	18,4

5.2 Danh sách các công ty con

Công ty hiện có 3 công ty con:

Bảng 3: Danh sách các công ty con của Vincom Retail

STT	Tên Công ty Con	Địa điểm	Hoạt động chính	Tỷ lệ nắm giữ (%)
1.	Công ty TNHH Vincom Retail Miền Bắc	72A Nguyễn Trãi, phường Thượng Đình, quận Thanh Xuân, Hà Nội	Cho thuê mặt bằng bán lẻ và kinh doanh bất động sản	100,0%
2.	Công ty TNHH Vincom Retail Miền Nam	72 Lê Thánh Tôn và 45A Lý Tự Trọng, phường Bến Nghé, quận 1, TP.HCM	Cho thuê mặt bằng bán lẻ và kinh doanh bất động sản	100,0%
3.	Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển Đô thị Suối Hoa	Km1+200 Trần Hưng Đạo, phường Suối Hoa, TP Bắc Ninh, tỉnh Bắc Ninh	Đầu tư, xây dựng và kinh doanh bất động sản	97,8%

Nguồn: Vincom Retail

5.3 Danh sách các Công ty liên kết

Không có.

5.4 Danh sách những Công ty mà Tổ chức niêm yết đang nắm giữ quyền kiểm soát hoặc cổ phần chi phối:

Không có.

[2] Cùng với các Công ty con trong Tập đoàn Vingroup gồm Công ty CP Nam Hà Nội và Công ty CP Sài Đồng, Tập đoàn Vingroup sở hữu trực tiếp và gián tiếp 58,87% vốn điều lệ của Công ty

5.5 Danh sách những Công ty nắm quyền kiểm soát hoặc chi phối cổ phần đối với Tổ chức niêm yết

Không có.

6. Hoạt động kinh doanh

6.1 Sản lượng sản phẩm/ giá trị dịch vụ qua các năm

6.1.1 Hoạt động kinh doanh chính

Hoạt động kinh doanh chính của Công ty bao gồm: (i) hoạt động cho thuê các Trung tâm thương mại bán lẻ và các dịch vụ liên quan, và (ii) đầu tư và phát triển các bất động sản để bán.

a. Hoạt động cho thuê Trung tâm thương mại (TTTM)

Vincom Retail là công ty phát triển, sở hữu và vận hành hệ thống TTTM có quy mô lớn nhất và có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất ở Việt Nam. Tính đến thời điểm 30/6/2017, Vincom Retail đang quản lý, vận hành và cho thuê 40 TTTM hiện diện trên 21 tỉnh và thành phố lớn của cả nước với tổng diện tích mặt bằng bán lẻ lên đến 1,1 triệu m^2. Ngoài ra, tính đến 30/6/2017, Công ty có 73 dự án đang và sắp triển khai, trong đó có 22 dự án đang triển khai xây dựng và 51 đang trong giai đoạn phát triển. Các TTTM đang và sắp phát triển sẽ giúp Vincom Retail tăng sự hiện diện tại thêm 29 tỉnh và thành phố, nâng tổng số tỉnh thành hoạt động lên 50. Ngoài ra, Công ty đang đánh giá và cân nhắc tính khả thi của 86 dự án khác để đưa ra quyết định đầu tư các dự án này trong tương lai.

Vincom Retail đã phát triển hệ thống TTTM bán lẻ khắp toàn quốc để phục vụ cho thị trường tiêu dùng đang phát triển nhanh chóng tại Việt Nam. Nhiều khách thuê đã mở rộng và phát triển mạng lưới kinh doanh của họ khắp Việt Nam cùng với sự phát triển của các TTTM mang thương hiệu Vincom. Với quy mô lớn cùng các loại hình mua sắm, vui chơi giải trí đa dạng và sự vượt trội về đẳng cấp, chất lượng của không gian và kiến trúc, hệ thống TTTM mang thương hiệu "Vincom" không chỉ mang tới cho khách tham quan những địa điểm mua sắm, ẩm thực và vui chơi sang trọng, tiện nghi mà còn góp phần hình thành một phong cách mua sắm và thư giãn hoàn toàn mới tại Việt Nam: sang trọng, thanh lịch và đẳng cấp.

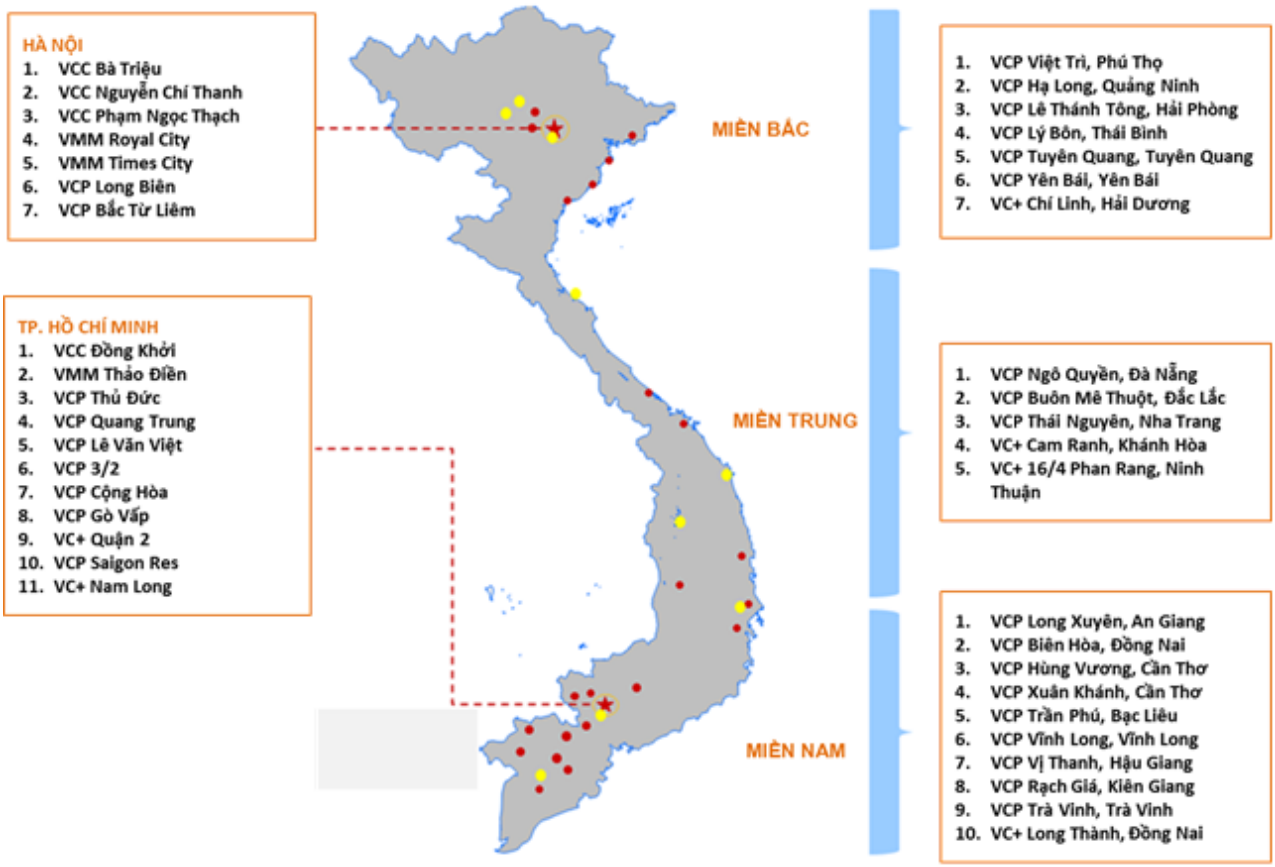
Bảng 4: Danh sách các hệ thống TTTM do Vincom Retail quản lý và khai thác tính đến 30/6/2017

	Vincom Center	Vincom Mega Mall	Vincom Plaza	Vincom +
Số lượng TTTM tính đến 30/6/2017	4	3	27	6
Diện tích sàn xây dựng (GFA, m^2)	40.000 - 60.000	60.000 - 150.000+	10.000 - 40.000	~5.000
Vị trí của TTTM	▪ Các khu vực trung tâm của Hà Nội và TP.HCM	▪ Một phần trong quy hoạch tổng thể của các dự án nhà ở và khu	▪ Các khu vực ngoài trung tâm nhưng có mật độ dân số cao tại Hà	▪ Các khu vực ngoài trung tâm có mật độ dân số trung bình tại

		phức hợp tại Hà Nội và TP.HCM	Nội, TP.HCM và vị trí trung tâm tại các tỉnh khác	Hà Nội, TP.HCM và vị trí trung tâm tại các tỉnh khác
Đối tượng khách hàng hướng tới (theo thu nhập)	▪ Trên trung bình và cao cấp	▪ Tất cả các đối tượng khách hàng	▪ Trung bình	▪ Thấp và trung bình
Loại hình kinh doanh chủ yếu của các khách hàng thuê	▪ Thời trang quốc tế ▪ Ẩm thực ▪ Vui chơi giải trí ▪ Siêu thị ▪ Ngành hàng khác	▪ Thời trang quốc tế và trong nước ▪ Ẩm thực ▪ Vui chơi giải trí ▪ Dịch vụ ▪ Ngành hàng khác	▪ Thời trang ▪ Ẩm thực ▪ Dịch vụ ▪ Vui chơi giải trí ▪ Siêu thị tiêu dùng ▪ Ngàng hàng khác	▪ Siêu thị tiêu dùng ▪ Thời trang ▪ Ẩm thực ▪ Vui chơi giải trí

Nguồn: Vincom Retail

Hình 5: Sơ đồ vị trí các TTTM của Vincom Retail



Nguồn: Vincom Retail

Các TTTM do Vincom Retail khai thác đều nằm ở vị trí trung tâm của các tỉnh và thành phố lớn. Bảng dưới đây liệt kê chicác thông tin cơ bản về hệ thống TTTM đang hoạt động tính đến thời điểm 30/6/2017:

Bảng 5: Hệ thống các TTTM tính đến 30/6/2017

TT	Tên Trung tâm thương mại	Thành phố	Khai trương	Diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m^2)
I. TTTM VINCOM CENTER				
	Hà Nội và TP.HCM			
1.	Vincom Center Bà Triệu	Hà Nội	11/2004	42.489
2.	Vincom Center Đồng Khởi	TP.HCM	04/2010	50.713
3.	Vincom Center Nguyễn Chí Thanh	Hà Nội	11/2015	46.554
4.	Vincom Center Phạm Ngọc Thạch	Hà Nội	11/2016	26.120
II. TTTM VINCOM MEGA MALL				
	Hà Nội và TP.HCM			
5.	Vincom Mega Mall Royal City	Hà Nội	07/2013	205.841
6.	Vincom Mega Mall Times City	Hà Nội	12/2013	129.908
7.	Vincom Mega Mall Thảo Điền	TP.HCM	12/2015	59.398
III. TTTM VINCOM PLAZA				
	Hà Nội và TP.HCM			
8.	Vincom Plaza Long Biên	Hà Nội	12/2011	38.060
9.	Vincom Plaza Bắc Từ Liêm	Hà Nội	12/2016	21.259
10.	Vincom Plaza Thủ Đức	TP.HCM	02/2015	28.887
11.	Vincom Plaza Quang Trung	TP.HCM	09/2015	17.780
12.	Vincom Plaza 3/2 (1)	TP.HCM	11/2015	22.589
13.	Vincom Plaza Cộng Hòa (1)	TP.HCM	11/2015	22.970
14.	Vincom Plaza Gò Vấp	TP.HCM	01/2016	23.014
15.	Vincom Plaza Lê Văn Việt	TP.HCM	03/2016	34.744
16.	Vincom Plaza Saigon Res	TP.HCM	04/2017	6.987
	Miền Bắc			
17.	Vincom Plaza Hạ Long	Quảng Ninh	10/2014	31.613
18.	Vincom Plaza Lê Thánh Tông	Hải Phòng	09/2015	16.151
19.	Vincom Plaza Việt Trì	Phú Thọ	12/2015	21.719
20.	Vincom Plaza Lý Bôn	Thái Bình	06/2016	13.980
21.	Vincom Plaza Yên Bái	Yên Bái	04/2017	12.120
22.	Vincom Plaza Tuyên Quang	Tuyên Quang	05/2017	11.141
	Miền Trung			
23.	Vincom Plaza Ngô Quyền	Đà Nẵng	06/2015	31.649

24.	Vincom Plaza Buôn Ma Thuột	Đắc Lắc	03/2016	13.195
25.	Vincom Plaza Thái Nguyên, Nha Trang [a]	Khánh Hòa	11/2015	9.183
	Miền Nam			
26.	Vincom Plaza Hùng Vương	Cần Thơ	07/2015	16.021
27.	Vincom Plaza Biên Hòa	Đồng Nai	08/2015	25.785
28.	Vincom Plaza Long Xuyên	An Giang	12/2015	15.163
29.	Vincom Plaza Xuân Khánh	Cần Thơ	09/2016	23.779
30.	Vincom Plaza Trần Phú	Bạc Liêu	10/2016	6.413
31.	Vincom Plaza Trà Vinh	Trà Vinh	03/2017	11.426
32.	Vincom Plaza Rạch Giá	Kiên Giang	04/2017	15.146
33.	Vincom Plaza Vĩnh Long	Vĩnh Long	04/2017	11.470
34.	Vincom Plaza Vị Thanh	Hậu Giang	05/2017	12.120
IV. TRUNG TÂM MUA SẮM VINCOM+				
	TP.HCM			
35.	Vincom+ Quận 2 [a]	TP.HCM	11/2016	5.520
36.	Vincom+ Nam Long [a]	TP.HCM	05/2017	6.320
	Miền Bắc			
37.	Vincom+ Chí Linh	Hải Dương	01/2017	4.049
	Miền Nam			
38.	Vincom+ 16/4, Phan Rang [a]	Ninh Thuận	11/2015	10.526
39.	Vincom+ Cam Ranh [a]	Khánh Hòa	11/2015	7.583
40.	Vincom+ Long Thành	Đồng Nai	12/2016	4.050

Nguồn: Vincom Retail

[a]: Những TTTM này trước đây là hệ thống TTTM - Siêu thị Maximark (thuộc sở hữu của CTCP An Phong) và đã được Vincom Retail mua 100%. Thời gian mở tại bảng trên dựa theo thời điểm Vincom Retail hoàn tất giao dịch mua và sáp nhập.

Các mô hình Trung tâm thương mại

Hệ thống TTTM Vincom Center

Tính đến thời điểm 30/6/2017, Vincom Retail đang vận hành bốn TTTM Vincom Center, trong đó hai TTTM đầu tiên là TTTM Vincom Center Bà Triệu (Hà Nội – tháng 11/2004) và TTTM Vincom Center Đồng Khởi (TP.HCM – tháng 4/2010) được Vingroup đưa vào hoạt động và sau đó được chuyển nhượng cho Vincom Retail vào năm 2013 bằng hình thức góp vốn bằng tài sản. TTTM Vincom Center được đưa vào hoạt động đầu tiên sau khi công ty Vincom Retail được thành lập là TTTM Vincom Center Nguyễn Chí Thanh ở Hà Nội, khai trương vào tháng 11/2015; sau đó, TTTM Vincom Center Phạm Ngọc Thạch khai trương tháng 11/2016 cũng tại Hà Nội.

Hệ thống TTTM mang thương hiệu Vincom Center là chuỗi các TTTM cao cấp, nằm ở vị trí trung tâm ở Hà Nội và TP.HCM, với diện tích mặt bằng bán lẻ trung bình vào khoảng 40.000 – 60.000 m^2/TTTM và nhắm đến các khách hàng là hộ gia đình có thu nhập trên 20.000 đô la Mỹ/năm. Các TTTM Vincom Center là nơi hội tụ nhiều thương hiệu đẳng cấp như Swarovski, Karen Millen, BCBG và Furla cũng như nhiều thương hiệu quốc tế vào Việt Nam lần đầu như Zara, H&M và Mango. Ngoài các thương hiệu thời trang và hàng hóa cao cấp, các TTTM Vincom Center còn có rạp chiếu phim, các cửa hàng điện máy bán lẻ, không gian ẩm thực và khu vui chơi giải trí.

Bên cạnh 4 TTTM Vincom Center đang hoạt động, Công ty còn có 6 TTTM Vincom Center khác đang trong quá trình xây dựng và phát triển, với tốc độ triển khai chi tiết phụ thuộc vào quy hoạch và nhu cầu thị trường.

Bảng 6: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom Center

Vincom Center	Tại thời điểm 31/12		Tại thời điểm 30/6	
	2014	2015	2016	2017
Số lượng TTTM	2	3	4	4
Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m^2)	93.202	139.756	165.876	165.876

Nguồn: Vincom Retail

Hệ thống TTTM Vincom Mega Mall

Hệ thống TTTM mang thương hiệu Vincom Mega Mall là các TTTM có quy mô lớn nằm trong các dự án phức hợp do Tập đoàn Vingroup phát triển, là khu vực đông dân cư, có tiềm năng bán lẻ cao, với diện tích mặt bằng bán lẻ trung bình vào khoảng 60.000 đến 150.000+ m^2/TTTM. Vincom Mega Mall là mô hình TTTM có diện tích lớn nhất trong hệ thống TTTM của Vincom Retail, hướng đến đối tượng là các gia đình với nhiều mức thu nhập đa dạng khác nhau.

Các TTTM Vincom Mega Mall được thiết kế theo các tiêu chuẩn quốc tế, bao gồm nhiều thương hiệu quốc tế và trong nước phổ biến, từ thời trang, mỹ phẩm, đồ nội thất, thiết bị điện tử đến các mặt hàng thiết yếu như hàng tiêu dùng, ẩm thực, nhà sách và các sản phẩm cho thiếu nhi. Vincom Mega Mall cũng bao gồm nhiều dịch vụ giải trí đa dạng từ rạp chiếu phim đến khu vui chơi cho trẻ em.

Tính đến thời điểm 30/6/2017, Vincom Retail đang vận hành 3 TTTM Vincom Mega Mall:

- ***Vincom Mega Mall Royal City, Hà Nội***: Khai trương vào tháng 7 năm 2013, TTTM Vincom Mega Mall Royal City là trung tâm mua sắm lớn nhất Việt Nam, với tổng diện tích mặt bằng bán lẻ là 205,841 m^2 và hơn 330 cửa hàng. TTTM Vincom Mega Mall Royal City được xem là một địa điểm vui chơi giải trí cao cấp tổng hợp bao gồm nhiều tiện nghi giải trí hàng đầu Việt Nam như sân trượt băng tiêu chuẩn quốc tế với diện tích 3.000 m^2 và là khu trượt băng theo tiêu chuẩn quốc tế đầu tiên tại Việt Nam, khu trò chơi Dream Games, bowling, khu vui chơi giải trí KizCity cho trẻ em, khu ẩm thực với hơn 80 nhà hàng, rạp chiếu phim CGV và trung tâm nghệ thuật đương đại VCCA.
- ***Vincom Mega Mall Times City, Hà Nội***: Khai trương vào tháng 12 năm 2013, TTTM Vincom Mega Mall Times City là trung tâm bán lẻ và giải trí tổng hợp ở phía Nam Hà Nội với tổng diện tích mặt bằng bán lẻ là 129,908 m^2 với trên 210 cửa hàng. TTTM Vincom Mega Mall Times City là một khu phức hợp ngầm, bao gồm các dịch vụ bán lẻ và giải trí đa dạng, bao gồm một siêu thị VinMart với diện tích 11.059 m^2, một khu ẩm thực với hơn 50 nhà hàng, khu thủy cung đầu tiên tại Hà Nội, khu vui chơi giải

trí cho trẻ em VinKE và rạp chiếu phim CGV. TTTM Vincom Mega Mall Times City còn có một quảng trường và sân khấu nhạc, được xem là một điểm nhấn của dự án Times City. TTTM Vincom Mega Mall Times City là một phần của khu dự án phức hợp bao gồm khoảng 12.600 căn hộ Vinhomes, năm cơ sở mẫu giáo Vinschool, một trường phổ thông liên kết Vinschool và Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec Times City với quy mô thiết kế khoảng 600 giường bệnh.

- ***Vincom Mega Mall Thảo Điền, TP.HCM***: Khai trương vào tháng 12 năm 2015, TTTM Vincom Mega Mall Thảo Điền tọa lạc tại khu vực Quận 2, TP.HCM và gắn liền với khu dân cư Masteri Thảo Điền. Đây được xem là trung tâm thương mại bán lẻ lớn nhất khu vực phía Đông TP.HCM với tổng diện tích mặt bằng bán lẻ là 61.250 m^2 với trên 130 cửa hàng. Ngoài khu vực mua sắm, TTTM Vincom Mega Mall Thảo Điền cũng có khu ẩm thực phong phú, sân trượt băng, rạp chiếu phim BHD và khu vui chơi giải trí cho trẻ em TiniWorld.

Bảng 7: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom Mega Mall

Vincom Mega Mall	Tại thời điểm 31/12		Tại thời điểm 30/6	
	2014	2015	2016	2017
Số lượng TTTM	2	3	3	3
Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m^2)	335.749	395.147	395.147	395.147

Nguồn: Vincom Retail

Hệ thống TTTM Vincom Plaza

Hệ thống TTTM Vincom Plaza là các TTTM tọa lạc tại các khu vực đông dân cư của Hà Nội và TP.HCM và vị trí trung tâm ở một số tỉnh và thành phố khác, thường có các biệt thự, căn hộ và nhà phố thương mại ở xung quanh. Các TTTM Vincom Plaza thường có diện tích mặt bằng bán lẻ trung bình từ 10.000 đến 40.000 m^2 hướng tới khách hàng là hộ gia đình có thu nhập từ 3.000 đến 20.000 đô la Mỹ/năm. Tại thời điểm 30/6/2017, Vincom Retail đang vận hành 27 TTTM Vincom Plaza. Các TTTM Vincom Plaza thường có những thương hiệu thời trang và ẩm thực Việt Nam phổ biến và khu vui chơi giải trí, bao gồm cả rạp chiếu phim và khu chơi bowling. Ngoài 27 TTTM Vincom Plaza đang vận hành, Công ty còn có thêm 26 dự án TTTM Vincom Plaza khác đang trong quá trình xây dựng và phát triển, với tốc độ triển khai chi tiết phụ thuộc vào nhu cầu của thị trường.

Bảng 8: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom Plaza

Vincom Plaza	Tại thời điểm 31/12		Tại thời điểm 30/6	
	2014	2015	2016	2017
Số lượng TTTM	2	13	20	27
Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m^2)	69.673	297.570	433.954	514.364

Nguồn: Vincom Retail

Hệ thống Trung tâm mua sắm Vincom+

Hệ thống Trung tâm mua sắm Vincom+ bao gồm các trung tâm mua sắm tại các khu vực có mật độ dân số trung bình tại Hà Nội, TP.HCM cũng như vị trí trung tâm của các tỉnh và thành phố khác. Các Trung tâm mua sắm Vincom+ có diện tích mặt bằng bán lẻ khoảng 5.000 m^2/TTTM và hướng tới khách hàng là các hộ gia đình có thu nhập dưới 3.000 đô la Mỹ/năm. Các Trung tâm mua sắm Vincom+ đáp ứng nhu

cầu của người dân ở khu vực xung quanh với các trải nghiệm mua sắm hiện đại, khu ẩm thực, giải trí và siêu thị. Tính đến thời điểm 30/6/2017, Công ty đang vận hành 6 Trung tâm mua sắm Vincom+ và còn có 34 dự án sẽ được triển khai trên toàn quốc trong thời gian tới, với tốc độ triển khai chi tiết phụ thuộc vào nhu cầu của thị trường.

Trung tâm mua sắm Vincom+ là mô hình TTTM mới nhất của Vincom Retail, dùng để thực hiện chiến lược mở rộng hoạt động đến các mô hình bán lẻ hiện đại nhằm phục vụ cho các địa điểm ngoài nội thành Hà Nội và TP.HCM, và tiếp cận các phân khúc khác nhau của thị trường tiêu dùng ở Việt Nam. Công ty đánh giá rằng mô hình này sẽ giúp gia tăng sự hiện diện của thương hiệu Vincom trên toàn quốc, giúp Công ty chiếm lĩnh các phân khúc khác nhau và gia tăng thị phần.

Bảng 9: Quy mô của các TTTM mang thương hiệu Vincom+

Vincom +	Tại thời điểm 31/12		Tại thời điểm 30/6
	2015	2016	2017
Số lượng TTTM	2	4	6
Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m^2)	18.109	27.679	38.048

Nguồn: Vincom Retail

Giá thuê mặt bằng

Giá thuê mặt bằng bán lẻ trong các TTTM của Vincom Retail gồm 2 hình thức: (i) giá thuê cố định; và (ii) chia sẻ doanh thu bán hàng của khách thuê (có nhưng không thấp hơn áp dụng mức giá thuê tối thiểu). Hai hình thức tính giá thuê này giúp Công ty có thể vừa ước tính được doanh thu trong tương lai một cách tương đối chắc chắn, đồng thời có cơ hội tăng doanh thu cho thuê tương ứng với sự gia tăng doanh thu bán hàng của khách thuê. Đối với các trường hợp giá thuê mặt bằng theo hình thức chia sẻ theo doanh thu, khách thuê mặt bằng có thể cài đặt hệ thống bán hàng của mình để theo dõi doanh thu hoặc cho phép Công ty cung cấp dịch vụ thu ngân và thu tiền bán hàng hộ người thuê. Cho giai đoạn 6 tháng đầu năm 2017, khoảng 83,3% doanh thu của Công ty là từ các hợp đồng áp dụng giá thuê cố định.

Giá thuê mặt bằng phụ thuộc vào vị trí của khu vực thuê, ngành hàng, diện tích thuê, mặt bằng giá thị trường, thương hiệu và định vị của khách thuê. Bên cạnh giá thuê mặt bằng, Công ty còn thu các phí dịch vụ trong các thỏa thuận thuê mặt bằng với các khách hàng như phí quản lý văn phòng, phí điện nước, phí đậu xe, phí quảng cáo v.v.

Các hợp đồng cho thuê mặt bằng

Các hợp đồng cho thuê mặt bằng bán lẻ tại các TTTM Vincom với các khách hàng thuê phổ thông thường có thời hạn thuê là 3 năm, trừ một số trường hợp ngoại lệ nhất định. Đối với các khách thuê chủ chốt, khách thuê lớn, thời gian thuê thường kéo dài từ 5 đến 10 năm. Tiền thuê mặt bằng thường được thanh toán hàng tháng. Vincom Retail thường đàm phán để gia hạn hợp đồng cho thuê với các khách hàng từ 6 tháng đến 1 năm trước khi hợp đồng cho thuê hiện tại hết hạn.

Bảng 10: Tỷ lệ % diện tích cho thuê sẽ hết hạn trong tương lai tại các TTTM tại ngày 30/6/2017

Năm hết hạn	TTTM Vincom Center	TTTM Vincom Mega Mall	TTTM Vincom Plaza	TT mua sắm Vincom+	% trên tổng diện tích cho thuê tại ngày 30/6/2017

Năm 2017	9%	5%	5%	0%	6%
Năm 2018	16%	19%	17%	1%	17%
Năm 2019	25%	23%	22%	43%	23%
Năm 2020	12%	18%	20%	43%	19%
Từ năm 2021 trở đi	38%	34%	35%	13%	35%
Tổng cộng	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nguồn: Vincom Retail

Tỷ lệ lấp đầy mặt bằng cho thuê

Tỷ lệ lấp đầy mặt bằng cho thuê tại các TTTM ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập cho thuê của Công ty. Trên thực tế, tỷ lệ lấp đầy của các TTTM do Công ty vận hành được quyết định bởi nhiều yếu tố như: cung cầu của thị trường bất động sản bán lẻ Việt Nam, sự cạnh tranh về giá thuê, chi phí hoạt động, vị trí và các tiện ích đi kèm của TTTM so với các TTTM của các đối thủ cạnh tranh. Tỷ lệ lấp đầy của các TTTM của Công ty trong những năm gần đây luôn ghi nhận mức cao, cụ thể: tỷ lệ lấp đầy trung bình của các năm 2014, 2015, 2016 và 6 tháng 2017 lần lượt là 79,0%, 81,0%, 86,5% và 89,0%. Đối với các TTTM mới mở, Công ty thường đã có các khách đăng ký thuê trước khi đưa các TTTM này vào hoạt động và Công ty thường đạt tỷ lệ lấp đầy tại ngày khai trương là 95% đối với Vincom Center và Vincom Plaza, và 85% đối với Vincom Mega Mall và Vincom+. Thông thường, tại ngày khai trương các TTTM mới, trung bình khoảng 35%-40% diện tích sàn bán lẻ cho thuê của Công ty được thuê bởi các công ty trong cùng tập đoàn như VinMart, VinPro.

b. Hoạt động đầu tư và phát triển bất động sản để bán

Ngoài hoạt động cho thuê mặt bằng tại các TTTM, Vincom Retail còn phát triển nhà phố thương mại (shophouse) xung quanh một số TTTM Vincom Plaza, Trung tâm mua sắm Vincom+ và tháp văn phòng và căn hộ để bán tại một số TTTM Vincom Center. Giá trị chuyển nhượng các bất động sản này sẽ được ghi nhận doanh thu khi hoàn thành và được bàn giao cho người mua. Dòng tiền từ việc bán các bất động sản này giúp Công ty có thêm nguồn tiền phát triển các TTTM.

c. Hoạt động cho thuê khác

Ngoài hoạt động cho thuê mặt bằng tại các TTTM, Vincom Retail còn vận hành cho thuê và quản lý một số khu văn phòng xung quanh các TTTM mang thương hiệu Vincom và một số bất động sản khác. Tọa lạc tại các vị trí trung tâm kinh tế tài chính, các tòa tháp văn phòng mang thương hiệu Vincom Office luôn là sự lựa chọn của nhiều ngân hàng và các tổ chức uy tín trong và ngoài nước. Tính đến ngày 30/6/2017, tổng diện tích văn phòng và các bất động sản khác cho thuê của Công ty là 36.123 m^2.

6.1.2 Các khách hàng thuê

Công ty duy trì mối quan hệ lâu dài với nhiều khách hàng thuê trong nước và nước ngoài với khoảng 1.000 khách thuê mặt bằng tại Việt Nam tính đến thời điểm 30 tháng 6 năm 2017. Ngoài lợi thế về thị phần cho thuê mặt bằng, Công ty luôn duy trì quan hệ và tương tác chặt chẽ với các khách hàng hiện tại và

tiềm năng, từ đó nắm bắt chiến lược của khách hàng và có thể đưa ra các nhận định về xu hướng, nhu cầu thị trường. Nhờ đó, Công ty có thể đề ra chiến lược phát triển dự án và kinh doanh phù hợp.

Chiến lược tiếp thị phù hợp và đội ngũ bán hàng hiệu quả giúp Công ty đa dạng hóa cơ cấu khách thuê mặt bằng, thu hút tối đa lượng khách đến các TTTM của Công ty. Các khách hàng tiềm năng được Phòng kinh doanh của Công ty xem xét, đánh giá trên nhiều yếu tố với trọng tâm là các chỉ tiêu: (i) khả năng duy trì hoạt động kinh doanh của khách hàng; (ii) sự phù hợp giữa chiến lược kinh doanh của khách hàng với kế hoạch cho thuê của từng TTTM cụ thể; (iii) sự phù hợp với hình ảnh của từng TTTM; (iv) sự hiện diện tại Việt Nam và thị trường nước ngoài; và (v) các giao dịch trước đây với Công ty (nếu có).

Các thương hiệu quốc tế khi có kế hoạch thâm nhập thị trường Việt Nam đều tiếp cận và hợp tác với Vincom Retail để có khả năng triển khai trên hệ thống TTTM rộng khắp cả nước của Công ty và đẩy nhanh quá trình mở rộng mạng lưới, tối ưu hóa khả năng tiếp cận người tiêu dùng.

Các thương hiệu quốc tế sau đây đã mở cửa hàng bán lẻ đầu tiên tại Việt Nam trong các TTTM Vincom: Zara, Mango và trong tháng 9/2017 là các thương hiệu thời trang nổi tiếng H&M, Massimo Dutti và Pull&Bear. Một số thương hiệu quốc tế phổ biến khác cũng có mặt trong các TTTM Vincom bao gồm Nike, Adidas, Gap, Old Navy, McDonalds, KFC, CGV, Lotte, California Fitness và Playtime. Những thương hiệu này phù hợp thị hiếu và đạt được thành công trong kinh doanh nhất định với tầng lớp trung lưu mới ở Việt Nam – phân khúc người tiêu dùng đang có mức tăng trưởng chi tiêu tốt.

Nhiều thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam cũng chọn các TTTM Vincom là đối tác để mở rộng phạm vi tiếp cận người tiêu dùng của mình, tiêu biểu như Golden Gates – một trong những chuỗi nhà hàng hàng đầu Việt Nam với nhiều mô hình khác nhau như Kichi Kichi và Hutong, BHD – hệ thống rạp chiếu phim và Highland – chuỗi cafe. Ngoài ra, các TTTM Vincom còn có nhiều khách hàng chiến lược và dài hạn, là các thương hiệu được sở hữu bởi Tập đoàn Vingroup như VinMart, VinPro, VinDS v.v. Những thương hiệu này được đánh giá là đáp ứng đầy đủ các nhu cầu mua sắm đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam.

Bảng 11: Diện tích thuê bởi các khách hàng là bên có liên quan đến Vincom Retail

Khách hàng	Loại hình	Tại ngày 30/6/2017	
		Số hợp đồng thuê	% diện tích có thể cho thuê
VinMart	Siêu thị	78	15%
VinPro	Bán lẻ điện máy	37	5%
VinDS	Bán lẻ	73	7%
Vinschool	Giáo dục	16	3%
Logistics Vincom	Dịch vụ bán lẻ	27	1%
Tổng		**231**	**30%**

Nguồn: Vincom Retail

6.1.3 Cơ cấu Doanh thu và Lợi nhuận theo từng nhóm sản phẩm

Bảng 12: Cơ cấu Doanh thu năm 2015, năm 2016 và 6 tháng đầu năm 2017 theo từng nhóm sản phẩm

Đơn vị: triệu đồng

Đơn vị tính: Triệu đồng	Năm 2015	Tỉ trọng (%)	Năm 2016	Tỉ trọng (%)	6 tháng đầu năm 2017	Tỉ trọng (%)
Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	**5.958.137**	**100,0%**	**6.385.889**	**100,0%**	**2.733.971**	**100,0%**
Doanh thu cho thuê bất động sản đầu tư và các dịch vụ liên quan	2.426.905	40,7%	3.805.358	59,6%	2.123.067	77,6%
Doanh thu chuyển nhượng bất động sản	3.267.051	54,9%	2.556.079	40,0%	560.114	20,5%
Doanh thu bán hàng hóa	251.834	4,2%	-	0,0%	-	0,0%
Doanh thu khác	12.346	0,2%	24.451	0,4%	50.790	1,9%

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

Hai mảng chính trong hoạt động kinh doanh của Vincom Retail chiếm hơn 90% *tổng doanh thu* hàng năm, bao gồm hoạt động cho thuê bất động sản đầu tư – ở đây là mặt bằng bán lẻ tại các TTTM – và các dịch vụ liên quan, và hoạt động chuyển nhượng bất động sản do Công ty phát triển tại khu vực xung quanh các TTTM của mình.

Doanh thu cho thuê mặt bằng và cung cấp các dịch vụ liên quan trong năm 2016 đóng góp 59,6% vào tổng doanh thu của Vincom Retail, đạt mức 3.805 tỷ đồng, tăng trưởng 56,8% so với năm 2015. Nguyên nhân chính của sự tăng trưởng doanh thu cho thuê mặt bằng là do:

- Trong năm 2016, Công ty mở mới 10 TTTM (bao gồm 1 TTTM Vincom Center, 7 TTTM Vincom Plaza và 2 Vincom+), nâng tổng số lượng TTTM tại ngày 31/12/2016 lên 31 TTTM. Cùng với sự gia tăng số lượng của các TTTM, tổng diện tích sàn bán lẻ cho thuê của Công ty tăng 10,2%, từ mức 648.108 m^2 (tại ngày 31/12/2015) lên 714.015 m^2 (tại ngày 31/12/2016). Công ty đã ký thêm nhiều hợp đồng cho thuê mặt bằng với các khách thuê tại các TTTM mới mở trong năm 2016, nhờ đó gia tăng doanh thu cho thuê mặt bằng.
- Tỷ lệ lấp đầy trung bình tại các TTTM tăng từ 81% (năm 2015) lên 86,5% (năm 2016). Sự gia tăng này chủ yếu là nhờ chuẩn hóa chất lượng dịch vụ, quy hoạch mặt bằng hiệu quả hơn tại một số TTTM hiện tại như TTTM Vincom Mega Mall Times City và TTTM Vincom Mega Mall Thảo Điền giúp thu hút thêm khách thuê mặt bằng. Đồng thời, các TTTM mới khai trương trong năm 2016 cũng đạt tỷ lệ lấp đầy cao ngay từ khi mới mở cửa.

Trong năm 2016, *doanh thu từ hoạt động chuyển nhượng bất động sản* đạt 2.556 tỷ đồng, giảm 21,8% so với mức 3.267 tỷ đồng của năm 2015. Nguyên nhân chính của sự sụt giảm là do thời điểm bàn giao và ghi nhận doanh thu của các dự án bất động sản. Trong năm 2015, doanh thu của Công ty chủ yếu ghi nhận từ việc bán văn phòng và căn hộ tại dự án Vincom Center Nguyễn Chí Thanh. Năm 2016 tiếp tục ghi nhận doanh thu đến từ việc bán căn hộ tại dự án Vincom Center Nguyễn Chí Thanh và các nhà phố thương mại (shop house) tại các dự án khác nhau.

Doanh thu khác chủ yếu bao gồm hoa hồng từ cho thuê văn phòng của bên thứ ba, doanh thu từ các hoạt động vui chơi giải trí và phí quản lý từ các TTTM mà trước đây Công ty từng vận hành và sở hữu thông qua các hợp đồng thuê và hợp tác đầu tư dài hạn. Doanh thu khác chiếm tỷ trọng không đáng kể trong tổng doanh thu.

Trong 6 tháng đầu năm 2017, *tổng doanh thu* của Công ty đạt 2.734 tỷ đồng, giảm 26,2% so với mức 3.708 tỷ đồng của cùng kỳ năm ngoái, do *doanh thu từ hoạt động chuyển nhượng bất động sản* đạt 560 tỷ đồng, giảm 70,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Doanh thu từ hoạt động chuyển nhượng bất động sản giảm là do việc bàn giao dự án và thời điểm ghi nhận doanh thu của các dự án bất động sản Công ty đang triển khai xung quanh các TTTM. *Doanh thu từ hoạt động cho thuê mặt bằng và cung cấp các dịch vụ liên quan* tiếp tục tăng 17,8% từ 1.803 tỷ đồng 6 tháng đầu năm 2016 lên 2.123 tỷ đồng 6 tháng đầu năm 2017 nhờ có thêm doanh thu đến từ các hợp đồng cho thuê mặt bằng các TTTM mở mới. Công ty đã mở thêm 9 TTTM trong 6 tháng đầu năm 2017, nâng số lượng các TTTM lên 40 so với tổng số 25 TTTM tại thời điểm 30/6/2016.

Bảng 13: Cơ cấu lợi nhuận gộp năm 2015, năm 2016 và 6 tháng đầu năm 2017 theo từng nhóm sản phẩm

Đơn vị: triệu đồng

Đơn vị tính: Triệu đồng	Năm 2015	Tỉ trọng (%)	Tỷ lệ LNG/ DTT (%)	Năm 2016	Tỉ trọng (%)	Tỷ lệ LNG/ DTT (%)	6 tháng đầu năm 2017	Tỉ trọng (%)	Tỷ lệ LNG/ DTT (%)
Lợi nhuận gộp	**2.006.948**	**100,0**	**33,7**	**2.642.409**	**100,0**	**41,4**	**1.387.971**	**100,0**	**50,6**
Lợi nhuận gộp cho thuê bất động sản đầu tư và các dịch vụ liên quan	1.401.473	69,8	57,7	2.011.364	76,1	52,9	1.095.655	78,9	51,6
Lợi nhuận gộp chuyển nhượng bất động sản	607.124	30,3	18,6	622.938	23,6	24,4	273.903	19,7	48,9
Lợi nhuận gộp bán hàng hóa	(2.912)	(0,1)	(1,2)	-	-	-	-	-	-
Lợi nhuận gộp khác	1.262	0,1	10,2	8.107	0,3	33,2	18.413	1,4	36,3

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

Năm 2016, tổng *lợi nhuận gộp* của Vincom Retail đạt 2.642 tỷ đồng, tăng 31,7% so với năm 2015. Trong đó, *lợi nhuận gộp của hoạt động cho thuê bất động sản đầu tư và các dịch vụ liên quan* đạt 2.011 tỷ đồng, tăng 43,5% so với năm 2015, tương ứng với tốc độ gia tăng của doanh thu do mở thêm các TTTM trong năm 2016. Tuy nhiên, tỷ suất lợi nhuận gộp trên doanh thu giảm nhẹ từ 57,7% (năm 2015) xuống 52,9% (năm 2016) do giá cho thuê trung bình của năm 2016 thấp hơn so với năm 2015, vì trong năm 2016, Công ty đã mở mới 10 TTTM và tái cấu trúc lại mặt bằng và các khách hàng thuê và mặt bằng ở nhóm TTTM Vincom Center và Vincom Megamall.

Trong 6 tháng đầu năm 2017, lợi nhuận gộp của Công ty đạt 1.388 tỷ đồng, giảm 0,7% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, lợi nhuận gộp từ hoạt động cho thuê mặt bằng đạt 1.096 tỷ đồng, tăng 10,8% so thời điểm 30/6/2017, chủ yếu nhờ tăng trưởng từ doanh thu cho thuê mặt bằng và các dịch vụ liên quan,

còn lợi nhuận gộp từ việc bán bất động sản giảm 40,8%, xuống còn 242 tỷ đồng so với 408 tỷ đồng cùng kỳ năm 2016.

6.2 Nguyên vật liệu/các yếu tố đầu vào trọng yếu

6.2.1 Các yếu tố đầu vào trọng yếu

Là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản bán lẻ, các yếu tố đầu vào trọng yếu của Công ty chia làm hai nhóm chính:

- Trong giai đoạn đầu tư và phát triển dự án: quỹ đất và các nguyên vật liệu sử dụng để xây dựng các dự án bất động sản.

- Trong giai đoạn vận hành các dự án đã đi vào hoạt động: chi phí dịch vụ mua ngoài (vệ sinh, kỹ thuật, bảo vệ) và các chi phí tiện ích (như điện, nước…).

Đây là những yếu tố đầu vào quan trọng, quyết định hiệu quả đầu tư các dự án.

6.2.2 Sự ổn định của nguồn nguyên vật liệu

a. Giai đoạn đầu tư và phát triển bất động sản dự án

- ***Quỹ đất:*** Tính đến thời điểm 30/6/2017, ngoài các TTTM đang quản lý và vận hành, Khối Phát triển Dự án của Vingroup phối hợp với Bộ phận Quản trị Dự án của Vincom Retail tiếp tục tích cực tìm kiếm các quỹ đất mới để phát triển các TTTM và các dự án bất động sản để bán trong 5 năm tới. Quỹ đất có thể được hình thành từ nhiều nguồn như xin giao đất, thuê đất từ Nhà nước hoặc thông qua các giao dịch mua bán, sáp nhập. Tiêu chí lựa chọn bao gồm: (1) các khu đất nằm tại vị trí đắc địa tại các tỉnh thành, (2) chi phí đất hợp lý, và (3) tình trạng pháp lý rõ ràng. Bên cạnh đó, Công ty có thể tiếp cận quỹ đất của Tập đoàn Vingroup với tổng diện tích đất khoảng 77 triệu m^2 – thông qua quyền ưu tiên mua lại mặt bằng bán lẻ nằm trong các dự án bất động sản phức hợp do Tập đoàn Vingroup phát triển. Công ty tin rằng đây là quỹ đất lớn nhất trong số các chủ đầu tư bất động sản tại Việt Nam, trải khắp các vị trí chiến lược trên toàn quốc.

- ***Nguyên vật liệu xây dựng:*** Nhằm duy trì nguồn cung cấp nguyên liệu xây dựng có giá cả, chất lượng và thời gian thực hiện ổn định, Công ty đã thiết lập một hệ thống các nhà cung cấp chiến lược, trong đó có một số công ty chuyên cung cấp các dịch vụ quản lý xây dựng, thi công và mua sắm nguyên vật liệu như Công ty Cổ phần Xây dựng Coteccons, Công ty Cổ phần Xây dựng Hòa Bình, các bên có liên quan của Tập đoàn Vingroup như Công ty THHH Tư vấn và Xây dựng Vincom, CTCP Thương mại Dịch vụ Tổng hợp VinCommerce. Những đơn vị này đã gắn bó với Công ty trong suốt quá trình từ khi thành lập đến nay, luôn sẵn sàng hợp tác với Vincom Retail với những điều khoản thương mại tốt nhất nhằm đảm bảo cung cấp kịp thời các nguyên vật liệu xây dựng cho các dự án mà Công ty đang triển khai.

b. Giai đoạn vận hành các dự án đã đi vào hoạt động

Các dịch vụ mua ngoài được Công ty thực hiện bằng cách ký kết các hợp đồng trên cơ sở giá thị trường với các điều khoản được đàm phán chặt chẽ. Ngoài ra, một số dịch vụ như bảo vệ, vệ sinh, kỹ thuật v.v. đã và đang được Công ty sử dụng từ các đơn vị trong cùng Tập đoàn Vingroup nhằm tận dụng lợi thế kinh tế của quy mô đồng thời tăng tính đồng bộ cho cả hệ thống.

Đối với các chi phí năng lượng như điện, nước, năng lượng, Công ty chịu sự tác động của biến động chung về giá cả của thị trường trong nước và thế giới.

6.2.3 Ảnh hưởng của giá nguyên vật liệu lên Doanh thu và Lợi nhuận Công ty

Đối với yếu tố đầu vào là quỹ đất, nhờ lợi thế về đội ngũ nhân sự Quản trị Dự án giàu kinh nghiệm cùng với sự phối hợp, hỗ trợ từ Khối Phát Triển Dự Án Tập đoàn Vingroup, Công ty sở hữu được các quỹ đất đẹp với các mức giá đất giao, đất thuê hợp lý. Thời gian và chi phí làm thủ tục cũng được tiết giảm tối đa nhờ quy trình phối hợp chặt chẽ, thông suốt trong toàn bộ các khâu phát triển dự án như xin chấp thuận chủ trương, thiết kế và xin phê duyệt quy hoạch. Với quỹ đất mua và nhận sáp nhập, Công ty tìm kiếm các đối tác sở hữu các dự án đã hoàn thành giải phóng mặt bằng, pháp lý hoàn chỉnh để rút ngắn thời gian triển khai, hoàn thiện dự án. Quá trình mua dự án hoặc quỹ đất hầu hết được Công ty thực hiện thông qua đàm phán song phương nhờ vào uy tín thương hiệu cũng như năng lực phát triển của Công ty và Tập đoàn Vingroup.

Đối với các yếu tố đầu vào là các loại vật liệu xây dựng và/hoặc giá phí các dịch vụ mua ngoài như chi phí vệ sinh, kỹ thuật, bảo vệ và các chi phí tiện ích (điện, nước), sự biến động (nếu có) của các yếu tố này sẽ có tác động đến doanh thu và lợi nhuận của Công ty do các yếu tố này chiếm tỷ trọng đáng kể trong cơ cấu giá thành, chi phí. Để hạn chế sự biến động của giá cả các chi phí đầu vào, Công ty hướng đến việc tìm kiếm và ký kết các hợp đồng trọn gói với các nhà cung cấp lớn và uy tín, tạo các mối quan hệ bền vững và lâu dài với nhà cung cấp, hoặc các đơn vị có thể cung cấp các dịch vụ/sản phẩm tương tự trong cùng Tập đoàn để đảm bảo tính ổn định của giá cả.

6.3 Chi phí sản xuất

Bảng 14: Tỷ trọng các yếu tố Chi phí trên Doanh thu thuần năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017

Đơn vị: triệu đồng

Khoản mục	Năm 2015		Năm 2016		6 tháng đầu năm 2017	
	Giá trị	% Doanh thu thuần	Giá trị	% Doanh thu thuần	Giá trị	% Doanh thu thuần
Giá vốn hàng bán	3.951.189	66,3%	3.743.480	58,6%	1.346.000	49,2%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	227.081	3,8%	327.315	5,1%	148.097	5,4%
Chi phí bán hàng	176.174	3,0%	349.177	5,5%	114.634	4,2%
Chi phí tài chính	1.272.806	21,4%	1.261.481	19,8%	898.348	32,9%
Chi phí khác	132.593	2,2%	191.624	3,0%	36.347	1,3%
Tổng chi phí	**5.759.843**	**96,7%**	**5.873.077**	**92,0%**	**2.543.426**	**93,0%**
Doanh thu thuần	**5.958.137**		**6.385.889**		**2.733.971**	

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

- Tỷ lệ Tổng Chi phí/Doanh thu thuần của Công ty trong năm 2016 ở mức 92,0%, giảm nhẹ so với tỷ lệ 96,7% của năm 2015, trong đó chủ yếu là do tỷ lệ Giá vốn hàng bán/Doanh thu thuần giảm.

- *Giá vốn hàng bán* của Công ty bao gồm giá vốn hàng tồn kho của các dự án bất động sản đang xây dựng và các chi phí liên quan đến hoạt động cho thuê các TTTM và các dịch vụ liên quan. Giá vốn hàng bán của Công ty năm 2016 đạt 3.743,5 tỷ đồng, giảm 5,3% so với năm 2015, chủ yếu do giá vốn chuyển nhượng bất động sản trong năm 2016 giảm 27,3% xuống 1.933 tỷ đồng so với 2.660 tỷ đồng của năm 2015. Sự sụt giảm trên một phần bù trừ cho sự gia tăng trong giá vốn của dịch vụ cho thuê TTTM do Công ty tăng số lượng các TTTM từ 21 (năm 2015) lên 31 (năm 2016), dẫn đến sự gia tăng chi phí vận hành.

- *Chi phí quản lý doanh nghiệp* của Công ty năm 2016 đạt 327,3 tỷ đồng (tương ứng 5,1% trên doanh thu), tăng 44,1% so với mức 227,1 tỷ đồng của năm 2015 (tương ứng 3,8% trên doanh thu), chủ yếu do sự gia tăng của chi phí lương do tăng số lượng nhân viên quản lý trong năm cùng với sự mở rộng của hệ thống các TTTM.

- *Chi phí bán hàng* của Công ty năm 2016 đạt 349,2 tỷ đồng (tương ứng 5,5% trên doanh thu), tăng 98,2% so với mức 176,2 tỷ đồng của năm 2015 (tương ứng 3,0% trên doanh thu), chủ yếu là do sự gia tăng của chi phí hoa hồng môi giới, chi phí lương của bộ phận bán hàng và chi phí quảng cáo, tiếp thị do sự mở rộng của hệ thống các TTTM.

- *Chi phí tài chính* của Công ty đạt 1.261,5 tỷ đồng, giảm nhẹ so với năm 2015. Chi phí tài chính chủ yếu là lãi vay ngân hàng và lãi trái phiếu trả cho các ngân hàng thương mại.

- Trong 6 tháng đầu năm 2017, tỷ lệ Tổng Chi phí/Doanh thu thuần của Công ty đạt mức 93,0%, tăng nhẹ so với tỷ lệ 92,8% của 6 tháng đầu năm 2016, trong đó chủ yếu là do tỷ lệ Chi phí tài chính/Doanh thu thuần tăng từ mức 19,1% trong 6 tháng đầu năm 2016 lên 32,9% năm trong 6 tháng đầu năm 2017 do Công ty ghi nhận lỗ từ thanh lý các khoản đầu tư trong 6 tháng đầu năm 2016 trong khi cùng kỳ năm 2016 không phát sinh chi phí này.

6.4 Trình độ công nghệ

Bộ phận công nghệ thông tin chịu trách nhiệm phát triển và duy trì một hệ thống công nghệ thông tin có thể đáp ứng linh hoạt nhu cầu kinh doanh của Công ty. Hệ thống được kiểm soát và vận hành từ trụ sở chính của Công ty đặt tại Long Biên, Hà Nội.

Hiện Công ty đang sử dụng phần mềm quản lý doanh nghiệp SAP, hỗ trợ Công ty trong việc quản lý các hoạt động then chốt, bao gồm hoạt động cho thuê mặt bằng, thông tin của khách thuê và quản lý tài chính. Hệ thống này được lưu trữ tại trung tâm dữ liệu chính của Công ty đặt tại Long Biên, Hà Nội.

Mỗi TTTM do Công ty vận hành đều được kết nối sử dụng công nghệ VoIP (công nghệ truyền giọng nói trên giao thức internet) và họp truyền hình trực tuyến thông qua hệ thống quản trị giao tiếp Cisco.

6.5 Tình hình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

Sản phẩm chính của Vincom Retail hiện tại và trong tương lai gần là việc cho thuê mặt bằng tại các TTTM bán lẻ. Hiện tại, Công ty đang quản lý và vận hành 40 TTTM với 4 hình thức khác nhau, bao gồm: (i) TTTM Vincom Center với diện tích trung bình từ 40.000 đến 60.000 m^2/TTTM; (ii) TTTM Vincom Mega Mall với diện tích trung bình từ 60.000 đến 150.000 m^2/TTTM; (iii) TTTM Vincom Plaza với diện tích trung bình từ 10.000 đến 40.000 m^2/TTTM và (iv) Trung tâm mua sắm Vincom+ với diện tích trung bình khoảng 5.000 m^2/TTTM.

Việc nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới của Công ty tập trung vào các điểm sau:

- Nghiên cứu khảo sát thói quen mua sắm và nhu cầu của người tiêu dùng; phân tích tình hình hoạt động và nguyện vọng của các nhà bán lẻ và đề xuất các giải pháp tự cải thiện, nâng cao hơn nữa mức độ hài lòng của cả khách mua sắm và khách thuê.

- Nghiên cứu và phân tích mô hình hoạt động, chiến lược phát triển, chương trình marketing, chính sách cho thuê, v.v. của các TTTM đối thủ cạnh tranh trong nước hoặc các TTTM hoạt động tốt ở nước ngoài để học hỏi từ những thành công, thất bại của họ.
- Ngoài 4 mô hình TTTM hiện tại đang phát triển, Vincom Retail cũng nghiên cứu các thiết kế kiến trúc thông minh cho TTTM, các tiện ích và công nghệ mới trong cơ điện để đề xuất phát triển và ứng dụng trong tương lai khi thị trường đã sẵn sàng và khách thuê, người tiêu dùng phát sinh nhu cầu.

6.6 Tình hình kiểm tra, cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ

Việc kiểm tra, cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ được Công ty đặc biệt quan tâm, nhằm mục đích tạo ra sự khác biệt thu hút khách thuê mặt bằng và cả người tiêu dùng để tăng tính cạnh tranh của các TTTM mà Công ty đang vận hành so với các đơn vị vận hành bán lẻ khác.

Đối với doanh nghiệp hoạt động đặc thù trong ngành bán lẻ như Vincom Retail, việc cải thiện chất lượng khách thuê mặt bằng tại các TTTM là việc quan trọng nhằm làm tăng giá trị của các TTTM cũng như giúp gia tăng lượt khách tại các TTTM. Trong năm 2016 và nửa đầu năm 2017, Vincom Retail đã thực hiện việc chọn lọc lại các khách hàng thuê mặt bằng tại một số TTTM Vincom Center và TTTM Vincom Mega Mall nhằm làm tăng sự hấp dẫn đối của TTTM đối với người tiêu dùng. Những thay đổi này tập trung vào việc đưa một số thương hiệu quốc tế mới và nổi tiếng như Zara vào các TTTM nhằm tối ưu hóa khách thuê và nâng cao hình ảnh của các TTTM. Công ty cũng tiến hành nâng cấp cơ cấu khách thuê theo ngành hàng tại các TTTM trên, ví dụ các loại hình vui chơi giải trí mới đã được đưa vào một số TTTM nhằm tăng cường các dịch vụ giải trí tại các TTTM. Các khách thuê mặt bằng cũng được khuyến khích nâng cấp hình ảnh của các cửa hàng và sản phẩm để phù hợp với hình ảnh tổng thể của các TTTM. Việc thay đổi này bao gồm cả việc thiết kế lại tầng trệt của các TTTM hướng tiếp giáp với mặt phố để bố trí các quán cà phê giúp tạo ra bầu không khí năng động và hấp dẫn khách tham quan các TTTM.

Công ty cũng chú trọng tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp cho các khách thuê, từ những nhu cầu hàng ngày như điện, nước, vệ sinh, an ninh đến việc luôn đồng hành sát sao nắm bắt nhu cầu, định hướng phát triển của các khách thuê để từ đó có những điều chỉnh phù hợp với thị trường và khách thuê trong các TTTM.

6.7 Hoạt động Marketing

Công ty áp dụng chiến lược marketing thường xuyên và cụ thể, triển khai đồng loạt trên toàn hệ thống, nhưng có điều chỉnh để phù hợp cho từng TTTM, dựa trên các chủ đề định kỳ, các dịp lễ và kỳ nghỉ trong năm. Một trong những hoạt động marketing chủ chốt của Công ty là tổ chức các cuộc thi để thu hút khách hàng đến với các TTTM, từ đó làm tăng số lượt khách mua sắm cho các khách hàng thuê mặt bằng và làm cho các TTTM của Công ty trở nên hấp dẫn hơn đối với các khách hàng thuê.

Các khách hàng thuê mặt bằng tại các TTTM của Công ty (bao gồm các khách hàng thuê nội bộ như VinMart và VinPro) cũng tham gia vào chương trình VinID. VinID là chương trình khách hàng trung thành lớn nhất tại Việt Nam với hơn 2,7 triệu thành viên, cho phép khách hàng có thể tích điểm và sử dụng điểm trên tất cả các sản phẩm và dịch vụ trong hệ thống của Vingroup. Điều này không những giúp nâng cao thương hiệu của Công ty mà còn giúp gia tăng số lần đến mua sắm của các khách hàng tại các TTTM Vincom.

Công ty duy trì tương tác hình ảnh trên nhiều kênh như biên quảng cáo, website và các mạng xã hội. Hiện tại, website của Công ty vincom.com.vn có trung bình 300.000 lượt truy cập hàng tháng và trang Facebook của Công ty có hơn 300.000 người theo dõi.

Bộ phận kinh doanh và marketing của Công ty chịu trách nhiệm chính cho các hoạt động marketing và quảng bá các TTTM, với mục đích thu hút các khách hàng thuê mặt bằng chất lượng và uy tín. Các hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu của Công ty được thực hiện thông qua mối quan hệ thân thiết giữa Công ty với các đơn vị tư vấn bất động sản, các chuyên gia tư vấn, đại lý, môi giới, cũng như mối quan hệ trực tiếp giữa Công ty với các khách hàng tiềm năng thông qua nhiều kênh khác nhau.

6.8 Nhãn hiệu thương mại, đăng ký phát minh sáng chế và bản quyền

Các nhãn hiệu thương mại Công ty đang sử dụng bao gồm:

VINCOM CENTER	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 163343 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 12 tháng 05 năm 2011, có hiệu lực đến ngày 01 tháng 12 năm 2019
VINCOM MEGA MALL	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 176400 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 28 tháng 11 năm 2011, có hiệu lực đến ngày 30 tháng 12 năm 2020
VINCOM CENTER HANOI CITY, VIETNAM	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 194415 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 24 tháng 10 năm 2012, có hiệu lực đến ngày 06 tháng 05 năm 2021
VINCOM MEGA MALL TIMES CITY	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 199801 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 05 tháng 02 năm 2013, có hiệu lực đến ngày 10 tháng 05 năm 2021
VINCOM MEGA MALL ROYAL CITY	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 199802 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 05 tháng 02 năm 2013, có hiệu lực đến ngày 10 tháng 5 năm 2021
VINCOM CENTER LONG BIEN, HA NOI	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 196541 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 30 tháng 11 năm 2012, có hiệu lực đến ngày 16 tháng 5 năm 2021
VINCOM PLAZA	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 180201 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 29 tháng 02 năm 2012, có hiệu lực đến ngày 30 tháng 12 năm 2020
VINCOM CENTER HOCHIMINH CITY, VIETNAM	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 209708 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 05 tháng 08 năm 2013, có hiệu lực đến ngày 06 tháng 05 năm 2021
VINCOM RETAIL	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 0224878 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 26 tháng 05 năm 2014, có hiệu lực đến ngày 15 tháng 08 năm 2022

	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 0239843 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 03 tháng 02 năm 2015, có hiệu lực đến ngày 16 tháng 09 năm 2023
	Theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 0270349 do Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam cấp cho Vingroup vào ngày 20 tháng 12 năm 2016, có hiệu lực đến ngày 06 tháng 06 năm 2024
Ý nghĩa thương hiệu: VINCOM RETAIL	Logo Vincom Retail với hình tượng cánh chim thể hiện khát vọng bay cao, vươn đến thành công rực rỡ. Đôi cánh hình chữ "V" là viết tắt của nước Việt Nam, Victory – thắng lợi, chữ "Retail" nghĩa là bán lẻ. Điều này thể hiện khát khao mở rộng và phát triển hệ thống bán lẻ của Công ty đến mọi miền đất nước cũng như vươn ra thị trường quốc tế.

6.9 Các hợp đồng lớn đang thực hiện hoặc đã ký kết

Bảng 15: Danh sách một số khách thuê có giá trị lớn

TT	Khách hàng	Loại hình	Hình thức hợp đồng	Năm 2016	6 tháng đầu năm 2017
				Doanh thu	
1.	Công Ty Cổ Phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Vincommerce	Siêu thị VinMart	Thuê mặt bằng bán lẻ	> 200 tỷ đồng	100 – 200 tỷ đồng
2.	Công ty TNHH Kinh doanh Thương mại và Dịch vụ VINDS	Cửa hàng bán lẻ	Thuê mặt bằng bán lẻ	100 – 200 tỷ đồng	100 – 200 tỷ đồng
3.	CTCP Vinpearlland	Vui chơi giải trí	Thuê mặt bằng bán lẻ	100 – 200 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
4.	Công ty TNHH CJ CGV Việt Nam	Rạp chiếu phim	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
5.	Công ty CP Thương mại Dịch vụ Thiếu Nhi Mới	Ăn uống	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
6.	Công ty CP Thương mại Dịch vụ Cổng Vàng	Giải trí	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
7.	Công ty TNHH MTV Vinschool	Giáo dục	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
8.	Công ty TNHH BFF	Cửa hàng bán lẻ	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
9.	Công ty TNHH MTV Ngôi sao Cineplex BHD Việt Nam	Thể thao	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng
10.	Công ty CP Lifestyle Việt Nam	Rạp chiếu phim	Thuê mặt bằng bán lẻ	< 100 tỷ đồng	< 100 tỷ đồng

Bảng 16: Danh sách một số nhà thầu/nhà cung cấp có giá trị lớn

TT	Tên Khách hàng	Ngày ký Hợp đồng	Nội dung	Giá trị (triệu đồng)	Tình trạng Hợp đồng
1.	Công ty TNHH Tư vấn và Xây dựng Vincom	25/8/2017	HĐ tổng thầu – Số 1503/2016/HĐTT/VCR-XDVC1	>300 tỷ đồng	Đang thực hiện
2.	Công ty Cổ phần Xây dựng Coteccons	09/92016	Thi công xây dựng và cơ điện: XD KC phần thân	>200 tỷ đồng	Đang thực hiện
3.	Công ty Cổ phần Xây dựng Coteccons	02/3/2017	Hạng mục cơ điện	> 150 tỷ đồng	Đang thực hiện
4.	Công ty Cổ phần Đầu tư Xây dựng Hưng Long Phát	03/5/2017	Thi công xây dưng - HĐ SỐ 303/2017/HĐXD/VCRETAIL-HLP	50-100 tỷ đồng	Đang thực hiện
5.	Công ty Cổ phần Xây dựng Coteccons	14/7/2016	Thi công xây dựng và cơ điện	50-100 tỷ đồng	Đang thực hiện
6.	Công ty TNHH Đầu tư Xây dựng Unicons	17/6/2017	Thi công BTCT và hoàn thiện- BẢO LỘC LÂM ĐỒNG	50-100 tỷ đồng	Đang thực hiện
7.	Công ty Cổ phần Xây dựng Coteccons	24/3/2017	Cung cấp lắp đặt nhôm kính condotel	50-100 tỷ đồng	Đang thực hiện
8.	Công ty Cổ phần Xây dựng Coteccons	17/01/2017	Thi công xây dựng và cơ điện: ngầm, thân, xây trát	50-100 tỷ đồng	Đang thực hiện
9.	Công ty Cổ phần Licogi Quảng Ngãi	09/9/2017	HĐ thi công XD & Hoàn Thiện TTTM PY	50-100 tỷ đồng	Đang thực hiện
10.	Công ty Cổ phần Xây dựng U&I	22/5/2017	Thi công hoàn thiện mặt ngoài, hàng rào tạm - SỐ 1601/2017/VCVL/HĐXD/XDVC1-U&I	20-50 tỷ đồng	Đang thực hiện

Nguồn: Vincom Retail

7. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

7.1 Tóm tắt một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh *(Năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017)*

Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017

Bảng 17: Kết quả hoạt động kinh doanh riêng của Công ty năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017

Đơn vị: triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2015	Năm 2016	% tăng giảm	6 tháng đầu năm 2017

TT	Chỉ tiêu	Năm 2015	Năm 2016	% tăng giảm	6 tháng đầu năm 2017
1.	Tổng tài sản	29.872.405	27.269.348	(8,7)	30.572.842
2.	Vốn chủ sở hữu	13.809.320	22.177.701	60,6	22.547.727
3.	Doanh thu thuần	3.112.978	2.316.010	(25,6)	510.757
4.	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	411.206	1.010.698	145,8	1.530.027
5.	Lợi nhuận khác	3.333	(138.643)	n/a	789
6.	Lợi nhuận trước thuế	414.540	872.054	110,4	1.530.815
7.	Lợi nhuận sau thuế	325.637	837.804	157,3	1.442.526
8.	Lợi nhuận trên một cổ phần (đồng/cổ phần)	n/a	n/a	n/a	n/a
9.	Tỷ lệ chi trả cổ tức	n/a	n/a	n/a	n/a
10.	Tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế/ Vốn Chủ sở hữu bình quân (ROE) (%)	2,5%	4,7%	n/a	6,5%
11.	Tỷ suất Lợi nhuận gộp (%)	14,9%	19,2%	n/a	38,6%
12.	Tỷ suất Lợi nhuận ròng (%)	10,5%	36,2%	n/a	282,4%

Nguồn: BCTC riêng kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC 6 tháng đầu năm 2017 của Vincom Retail

Bảng 18: Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất Công ty năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017

Đơn vị: triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2015	Năm 2016	% tăng giảm	6 tháng đầu năm 2017
1.	Tổng tài sản	35.961.387	34.299.150	(4,6)	36.518.959
2.	Vốn chủ sở hữu	14.884.022	24.683.385	65,8	24.900.497
3.	Doanh thu thuần	5.958.137	6.385.889	7,2	2.733.971
4.	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	1.295.879	2.732.264	110,8	1.057.742
5.	Lợi nhuận khác	30.979	(144.307)	n/a	(20.519)
6.	Lợi nhuận trước thuế	1.326.858	2.587.958	95,0	1.037.223
7.	Lợi nhuận sau thuế	1.089.898	2.439.648	123,8	1.100.014
8.	Lợi nhuận trên một cổ phần (đồng/cổ phần) (*)	781	1.297	66,1	362
9.	Tỷ lệ chi trả cổ tức	n/a	n/a	n/a	n/a
10.	Tỷ lệ Lợi nhuận sau thuế/ Vốn Chủ sở hữu bình quân (ROE) (%)	8,1%	12,3%	n/a	4,4%

TT	Chỉ tiêu	Năm 2015	Năm 2016	% tăng giảm	6 tháng đầu năm 2017
11.	Tỷ suất Lợi nhuận gộp (%)	33,7%	41,4%	n/a	50,8%
12.	Tỷ suất Lợi nhuận ròng (%)	18,3%	38,2%	n/a	40,2%

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

(*): Lợi nhuận trên một cổ phần phổ thông được tính toán trên cơ sở loại trừ khỏi lợi nhuận sau thuế số cổ tức ưu đãi trong năm cho các cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi, chia cho số lượng cổ phần phổ thông lưu hành bình quân trong kỳ

Kết thúc năm tài chính 2016, doanh thu của Vincom Retail đạt 6.386 tỷ đồng, tăng trưởng 7,2% so với năm 2015. Lợi nhuận sau thuế của Công ty đạt 2.440 tỷ đồng, tăng 123,8% so với năm 2015. Sự tăng trưởng của doanh thu và lợi nhuận sau thuế là do các nguyên nhân chính như sau:

- *Doanh thu từ hoạt động cho thuê các* TTTM trong năm 2016 đạt 3.805 tỷ đồng, tăng trưởng 56,8% so với năm 2015. Tăng trưởng doanh thu cho thuê chủ yếu đến từ việc diện tích sàn bán lẻ cho thuê của Công ty tăng từ 648.108m^2 (tại ngày 31/12/2015) lên 714.015 m^2 (tại ngày 31/12/2016) do Công ty mở mới 10 TTTM trong năm 2016 và tăng tỷ lệ lấp đầy trung bình từ 81% (năm 2015) lên 86,5% (năm 2016). Ngược lại, doanh thu từ việc bán bất động sản trong năm 2016 đạt 2.556 tỷ đồng, giảm 21,8% so với năm 2015 do việc bàn giao dự án và thời điểm ghi nhận doanh thu của các dự án bất động sản Công ty đang triển khai xung quanh các TTTM.
- *Lợi nhuận gộp* của Vincom Retail trong năm 2016 tăng từ 2.007 tỷ đồng (năm 2015) lên mức 2.642 tỷ đồng (năm 2016), tương đương mức tăng trưởng 31,7%. Trong đó, lợi nhuận gộp của hoạt động cho thuê mặt bằng đạt 1.401 tỷ đồng, tăng 43,5% so với năm 2015, tương ứng với mức tăng của doanh thu cho thuê mặt bằng do việc mở thêm 10 TTTM trong năm 2016; lợi nhuận gộp của hoạt động chuyển nhượng bất động sản đạt 623 tỷ đồng, tăng 2,6% so với năm 2015, chủ yếu do trong năm 2016 bàn giao nhà phố thương mại là sản phẩm có biên lợi nhuận cao hơn.
- Doanh thu tài chính của Công ty đạt 1.244,1 tỷ đồng, tăng 68,1% so với năm 2015. Doanh thu tài chính chủ yếu là lãi từ các khoản tiền gửi và cho vay, lãi từ thanh lý các khoản đầu tư và lãi thu từ các hoạt động hợp tác kinh doanh. Trong năm 2016, Công ty ghi nhận khoản lãi 618 tỷ đồng từ thanh lý các khoản đầu tư sau khi hoàn thành việc chuyển nhượng 100% vốn góp trong Công ty TNHH Metropolis và Công ty CP Đầu tư Kinh doanh và Phát triển Ngôi Sao Xanh.
- *Chi phí bán hàng* đạt 349,2 tỷ đồng, tăng 98,2% so với năm 2015. Chi phí bán hàng tăng chủ yếu là do (i) sự gia tăng của chi phí hoa hồng từ hoạt động cho thuê mặt bằng do tăng số lượng các TTTM; (ii) tăng chi phí marketing và quảng cáo; và (iii) sự gia tăng chi phí lương của đội ngũ bán hàng và marketing do mở rộng số lượng nhân viên bán hàng trong năm.
- Chi *phí quản lý doanh nghiệp* đạt 327,3 tỷ đồng, tăng 44,1% so với năm 2015, chủ yếu là do sự gia tăng chi phí lương của cán bộ quản lý do sự mở rộng các TTTM trong năm.

Trong năm 2016, Công ty đã phát hành thêm cổ phần tăng vốn điều lệ từ 14.172 tỷ đồng lên 21.092 tỷ đồng, cùng với lợi nhuận tăng trưởng tốt trong năm 2016, vốn chủ sở hữu của Vincom Retail đã tăng trưởng 65,8%. Tuy vốn chủ sở hữu tăng mạnh, nhưng tổng tài sản giảm nhẹ 4,6%, do Công ty đã tất toán một phần nợ vay dài hạn về mức 5.954 tỷ đồng tại thời điểm 31/12/2016 so với mức 13.913 tỷ đồng tại thời điểm 31/12/2015. Đặc thù hoạt động của Vincom Retail là xây dựng các tài sản dài hạn, và cho thuê mặt bằng bán lẻ để thu về dòng tiền ổn định hàng năm, do đó, việc cơ cấu lại nguồn vốn, tăng vốn cổ

phần và giảm vốn vay giúp Công ty có nguồn vốn dài hạn và ổn định để tập trung phát triển các dự án bán lẻ của mình.

Trong 6 tháng đầu năm 2017, tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty như sau:

- Doanh thu của Công ty đạt 2.734 tỷ đồng, giảm 26,2% so với 6 tháng đầu năm 2016. Doanh thu giảm chủ yếu do doanh thu từ việc bán động sản giảm 70,4%, đạt 560 tỷ đồng, so với 1.894 tỷ đồng cùng kỳ năm ngoái, nguyên nhân là do việc bàn giao dự án và tiến độ ghi nhận doanh thu của các dự án bất động sản Công ty đang triển khai xung quanh các TTTM. Mặc dù doanh thu từ việc bán bất động sản giảm, doanh thu từ hoạt động cho thuê các TTTM tiếp tục tăng 17,8%, đạt 2.213 tỷ đồng so với 1.803 tỷ đồng cùng kỳ năm 2016. Trong 6 tháng đầu năm 2017, Công ty đã mở thêm 9 TTTM, làm tăng số lượng các TTTM lên 40 tại thời điểm 30/6/2017 so với tổng số 25 TTTM tại thời điểm 30/6/2016.
- Lợi nhuận gộp của Vincom Retail giảm nhẹ từ 1.398 tỷ đồng vào ngày 30/6/2016 xuống còn 1.388 tỷ đồng, chủ yếu do lợi nhuận gộp của việc bán bất động sản giảm 32,8%, đạt 274 tỷ đồng so với mức 408 tỷ đồng của cùng kỳ năm 2016 trong khi Lợi nhuận gộp của hoạt động cho thuê các TTTM vẫn tăng trưởng tốt, với mức tăng 10,8% so với cùng kỳ năm 2016.
- Lợi nhuận sau thuế của Công ty đạt 1.100 tỷ đồng, giảm 48,5 % so với mức 2.139 tỷ đồng vào ngày 30/6/2016, chủ yếu do doanh thu từ việc bán bất động sản giảm.

- **Giải trình chênh lệch giữa số dư đầu kỳ trên BCTC kiểm toán năm 2016 và số dư cuối kỳ trên BCTC kiểm toán năm 2015**

Một số số liệu trên Báo cáo tài chính kiểm toán hợp nhất năm 2016 đã được trình bày lại và phân loại lại cho mục đích trình bày báo cáo như sau:

TT	Chỉ tiêu	Số liệu theo BCTC kiểm toán năm 2015 (đồng)	Số liệu theo BCTC kiểm toán năm 2016 (đồng)	Chênh lệch (đồng)	Lý do chênh lệch
Tài sản ngắn hạn					
1.	Phải thu ngắn hạn của khách hàng	576.729.911.326	606.106.814.826	29.376.903.500	Phân loại lại một khoản phải thu từ chuyển nhượng khoản đầu tư, từ Phải thu ngắn hạn khác sang Phải thu ngắn hạn của khách hàng: 29.376.903.500 đồng
2.	Phải thu ngắn hạn khác	869.666.629.495	840.289.725.995	(29.376.903.500)	
Tài sản dài hạn					
3.	Lợi thế thương mại	645.518.596.762	697.121.886.762	51.603.290.000	▪ Điều chỉnh tăng phải trả người bán ngắn hạn

TT	Chỉ tiêu	Số liệu theo BCTC kiểm toán năm 2015 (đồng)	Số liệu theo BCTC kiểm toán năm 2016 (đồng)	Chênh lệch (đồng)	Lý do chênh lệch
4.	Phải trả người bán ngắn hạn	876.981.149.118	1.596.084.590.481	719.103.441.363	51.603.290.000 đồng và lợi thế thương mại do hoàn tất kế toán tạm thời cho giao dịch mua Công ty An Phong ▪ Phân loại lại một khoản phải trả tiền mua cổ phần từ Phải trả ngắn hạn khác sang Phải trả người bán ngắn hạn: 667.500.151.361 đồng
5.	Phải trả ngắn hạn khác	1.972.322.247.130	1.304.822.095.767	(667.500.151.363)	

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015 và 2016

7.2 Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh

7.2.1 Thuận lợi

Điều kiện kinh tế vĩ mô thuận lợi và sự phát triển của thị trường bất động sản và bán lẻ tại Việt Nam

Theo Colliers International, từ năm 2005 đến năm 2016, tỷ lệ tăng trưởng trung bình của GDP Việt Nam vào khoảng 6,0% đến 6,5% là một trong những lý do chính cho sự tăng trưởng doanh thu của Công ty. Sự phát triển kinh tế ở Việt Nam kích thích tiêu dùng và làm tăng mức thu nhập khả dụng của người dân. Tăng trưởng kinh tế và chi tiêu người tiêu dùng tăng lên là nền tảng kích thích sự phát triển của bán lẻ hiện đại ở Việt Nam.

Hoạt động kinh doanh chính của Vincom Retail là phát triển, sở hữu và vận hành các TTTM ở Việt Nam. Kết quả kinh doanh của Công ty chủ yếu phụ thuộc vào doanh thu từ việc cho thuê mặt bằng tại các TTTM, cũng như những chi phí hoạt động và phát triển liên quan đến các TTTM, là những yếu tố chịu ảnh hưởng lớn của sự biến động tăng trưởng kinh tế. Vì vậy, đà tăng trưởng tích cực của nền kinh tế những năm qua giúp đẩy mạnh nhu cầu thuê mặt bằng bán lẻ, tăng tỷ lệ lấp đầy cũng như giá thuê của các gian hàng bán lẻ tại các TTTM Vincom. Mặt khác, Công ty áp dụng chính sách giá thuê linh hoạt, có thể điều chỉnh thay đổi để giữ chân các khách hàng thuê hiện tại cũng như thu hút một số đối tượng thuê tiềm năng và duy trì tỷ lệ lấp đầy cao tại các TTTM.

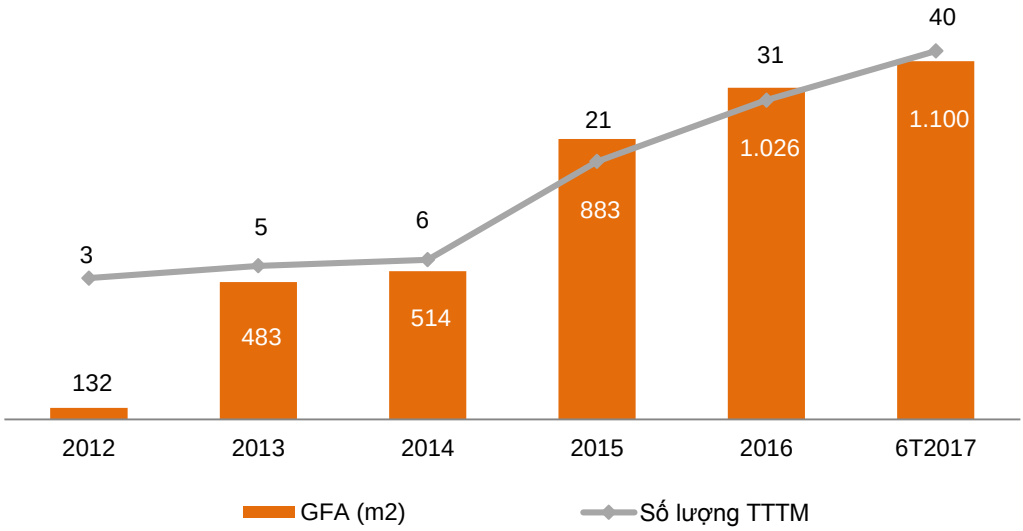
Mở rộng mạng lưới TTTM

Trong hơn hai năm gần đây, Vincom Retail đã nhanh chóng mở rộng hệ thống TTTM: Công ty đã mở mới 15 TTTM vào năm 2015, 10 TTTM vào năm 2016 và 9 TTTM trong 6 tháng đầu năm 2017, tăng số lượng

các TTTM đang sở hữu và vận hành từ 11 lên 40 và tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng của Công ty tăng hơn gấp đôi từ 500.000 m^2 (tại ngày 31/12 /2015) đến khoảng 1,1 triệu m^2 (tại ngày 30/6/2017).

Cùng với sự phát triển của số lượng các TTTM, doanh thu cho thuê của Vincom Retail cũng tăng trưởng nhanh chóng nhờ gia tăng thu nhập từ cho thuê các mặt bằng bán lẻ mới và các TTTM mới dần đi vào hoạt động ổn định, nên doanh thu cao hơn. Ngoài ra, Công ty còn gia tăng doanh số từ chuyển nhượng bất động sản, cụ thể là bán căn hộ, nhà phố thương mại và văn phòng xung quanh các TTTM.

Hình 6: Hệ thống TTTM của Vicom Retail năm 2012 – 6 tháng đầu năm 2017



Nguồn: Vincom Retail

Cơ cấu khách thuê đa dạng

Một trong những yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các khách hàng của Vincom Retail, và từ đó ảnh hưởng đến doanh thu cho thuê mặt bằng bán lẻ của Công ty, là sự đa dạng của nhóm khách hàng thuê mặt bằng của Công ty, bao gồm không chỉ các cửa hàng bán lẻ mà còn các dịch vụ ẩm thực, giải trí và dịch vụ. Cơ cấu khách thuê đa dạng giúp Công ty tối đa hóa lượt khách tại các TTTM, giúp Công ty thu hút những đối tượng khách hàng nhất định, duy trì mức giá thuê và giúp Công ty có thể linh hoạt điều chỉnh giá thuê mặt bằng.

Chiến lược cho thuê của Vincom Retail là ưu tiên duy trì mối quan hệ chặt chẽ với các khách hàng thuê lớn và dài hạn vì những uy tín và hình ảnh của các khách hàng này sẽ giúp Công ty thu hút được những khách hàng thuê nhỏ hơn. Khi quy mô mạng lưới TTTM và thị phần tăng lên, Công ty có thể cho thuê cùng lúc nhiều TTTM với một số khách hàng lớn, mang lại sự đa dạng và ổn định về dòng tiền. Trong thời gian qua, Vincom Retail cũng tập trung cải tiến hoạt động cho thuê nhằm cải thiện kết quả kinh doanh của Công ty. Trong năm 2016 và nửa đầu năm 2017, Công ty đã thực hiện những thay đổi về việc cho thuê tại một số TTTM Vincom Center và TTTM Vincom Mega Mall để tăng mức độ hấp dẫn của các TTTM này với khách tham quan. Cụ thể, Vincom Retail đã thành công trong việc thu hút những thương hiệu quốc tế lớn như Zara, H&M để nâng cấp, làm mới cơ cấu khách thuê cũng như thay đổi tỷ lệ khách thuê theo các ngành hàng để thu hút nhiều lượt khách hơn.

Tỷ lệ lấp đầy

Tỷ lệ lấp đầy của các TTTM trực tiếp ảnh hưởng đến doanh thu cho thuê của Công ty. Tỷ lệ lấp đầy cao cho phép Công ty tăng khả năng cạnh tranh về giá thuê cũng như tăng độ hấp dẫn của các TTTM Vincom

đối với khách đến mua sắm, và tăng khả năng thu hút các thương hiệu bán lẻ quốc tế lớn. Các TTTM của Công ty có tỷ lệ lấp đầy trung bình là 79% (tại ngày 31/12/2014), 81% (tại ngày 31/12/2015), 86,5% (tại ngày 31/12/2016) và 89% (tại ngày 30/6/2017).

Đối với các TTTM mới, Công ty thường thỏa thuận và ký hợp đồng cho thuê từ trước khi hoàn thành và khi đi vào hoạt động, Công ty đưa ra mục tiêu đạt tỷ lệ lấp đầy từ 85% tới 95% cho mỗi TTTM tùy thuộc vào mô hình.

Số lượt khách

Số lượt khách đến mua sắm tại các TTTM có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của các khách thuê mặt bằng của Công ty, vì thế ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thu hút khách hàng và duy trì tỷ lệ lấp đầy tại các TTTM, và từ đó ảnh hưởng đến doanh thu cho thuê của Công ty. Trong năm 2016, khoảng 81,3 triệu lượt khách đến tham quan và mua sắm tại các TTTM Vincom. Sự gia tăng tổng số lượt khách trong những năm gần đây là do việc mở rộng mạng lưới TTTM của Công ty và gia tăng tỷ lệ lấp đầy nhờ cơ cấu khách thuê và sắp xếp mặt bằng hợp lý. Công ty tin rằng sự tăng trưởng lượt khách này đã góp phần cải thiện kết quả kinh doanh của các khách hàng thuê gian hàng trong các TTTM.

7.2.2 Khó khăn và thách thức

Việc gia tăng số lượng các TTTM hàng năm và mục tiêu nâng tổng số TTTM lên để đạt được tổng cộng 200 TTTM vào năm 2021 đề ra nhiều thách thức cho Vincom Retail về mặt nguồn vốn, nhân sự và quản trị như sau:

- Để đáp ứng nhu cầu vốn đầu tư phát triển dự án mới, ngoài nguồn lợi nhuận từ các dự án đã vận hành, Công ty cần huy động vốn dưới các hình thức khác nhau, bao gồm việc huy động thông qua phát hành cổ phần, trái phiếu hoặc các hình thức vay nợ khác nhằm tối ưu hóa chi phí vốn. Việc tăng nợ vay có thể làm gia tăng rủi ro tài chính, đòi hỏi Công ty phải có công tác chuẩn bị kỹ càng về mặt chiến lược để tối ưu hóa cơ cấu vốn, chi phí vay và có kế hoạch phát triển phù hợp với các cam kết thanh toán nợ vay.
- Công ty cần bổ sung nhân sự chất lượng cao cùng đông đảo số lượng lao động phổ thông để vận hành số lượng lớn các TTTM sẽ đưa vào hoạt động trong các năm tới. Tuyển dụng được nhân sự phù hợp với chiến lược, mô hình hoạt động và văn hóa của Công ty cũng sẽ là một thách thức lớn đối với Vincom Retail, đặc biệt là trong bối cảnh Công ty đang mở rộng nhanh chóng về quy mô. Tuy nhiên, Công ty có lợi thế nhất định do áp dụng bốn mô hình TTTM xuyên suốt hệ thống, do đó, công tác quản trị và vận hành dự án sẽ thuận lợi hơn. Đồng thời chiến lược đào tạo và phát triển cán bộ nguồn giúp công ty đáp ứng được các vị trí chủ chốt theo chiến lược mở rộng.
- Thị trường bán lẻ hiện đại của Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, do đó, số lượng các TTTM và các mô hình bán lẻ khác đang trên đà tăng lên. Nguồn cung mặt bằng tăng nhanh có thể làm giảm mặt bằng giá thuê, số lượng người tiêu dùng mua sắm tại mỗi TTTM và gia tăng các chi phí hoạt động để duy trì vị thế cạnh tranh, đòi hỏi Vincom Retail phải có chính sách lựa chọn vị trí phát triển dự án phù hợp, các chính sách cạnh tranh hiệu quả để bảo đảm khả năng sinh lời của Công ty.

8. Vị thế của Công ty so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành

8.1 Vị thế của Công ty trong ngành

Nhà phát triển, sở hữu và vận hành TTTM bán lẻ lớn nhất Việt Nam

Vincom Retail là nhà phát triển, sở hữu và vận hành TTTM bán lẻ lớn nhất và có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại Việt Nam thể hiện qua số lượng và tốc độ gia tăng các TTTM của Công ty trên toàn quốc. Tính

đến ngày 30 tháng 6 năm 2017, Vincom Retail sở hữu và vận hành 40 TTTM với tổng diện tích bán lẻ hơn 1,1 triệu m^2 tại 21 tỉnh và thành phố của Việt Nam. Vincom Retail còn sở hữu 73 dự án TTTM đang và sẽ được triển khai xây dựng, phát triển với tổng diện tích mặt bằng bán lẻ là 1,3 triệu m^2, thông qua các Hợp đồng hợp tác kinh doanh và các Biên bản ghi nhớ với Vingroup, các công ty con của Vingroup và các đối tác kinh doanh khác. Các dự án TTTM mới sẽ giúp Vincom Retail mở rộng hệ thống của mình tại thêm 29 tỉnh thành trên cả nước.

Theo Colliers International, Vincom Retail nắm giữ 60% thị phần và đang dẫn đầu thị trường vận hành và cho thuê mặt bằng bán lẻ TTTM không chỉ tại 2 thành phố lớn là Hà Nội và TP.HCM. Năm 2016, thương hiệu Vincom Retail đã vinh dự được tạp chí Brand Finance Magazine xếp hạng là một trong 20 thương hiệu có giá trị nhất Việt Nam. Giá trị thương hiệu và quy mô hoạt động là hai trong số các lợi thế cạnh tranh của Công ty, do các TTTM của Vincom Retail có thể cung cấp cho khách thuê nhiều lựa chọn đa dạng về mô hình TTTM và nhiều vị trí, địa điểm rộng khắp cả nước, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng triển khai các kế hoạch mở rộng hoạt động bán lẻ của mình.

Là Công ty vận hành nhiều mô hình TTTM nhất Việt Nam, đáp ứng nhu cầu đa dạng của các phân khúc người tiêu dùng tại Việt Nam

Vận hành và quản lý 4 mô hình TTTM khác nhau tại nhiều tỉnh thành trên cả nước, Vincom Retail có nhiều loại hình bất động sản bán lẻ nhất tại Việt Nam, có thể đáp ứng đa dạng các nhu cầu mua sắm của nhiều thành phần kinh tế - xã hội tại nhiều khu vực địa lý khác nhau.

Chiến lược và mục tiêu của Công ty là nắm bắt được tất cả các phân khúc của thị trường bán lẻ tiêu dùng Việt Nam, từ đó quy hoạch và thiết kế các mô hình TTTM phù hợp để đáp ứng các nhu cầu mua sắm và tiêu dùng của từng địa phương, đón đầu xu hướng dịch chuyển tất yếu từ mô hình bán lẻ truyền thống sang bán lẻ hiện đại.

Bốn loại hình TTTM của Vincom Retail bao gồm: (i) TTTM Vincom Center với diện tích trung bình từ 40.000 đến 60.000 m^2/TTTM; (ii) TTTM Vincom Mega Mall với diện tích trung bình từ 60.000 đến 150.000+ m^2/TTTM), (iii) TTTM Vincom Plaza (với diện tích trung bình từ 10.000 đến 40.000 m^2/TTTM và (iv) Trung tâm mua sắm Vincom+ với diện tích trung bình khoảng 5.000 m^2/TTTM).

Luôn duy trì đà tăng trưởng tốt nhờ hoạt động kinh doanh tốt, nguồn thu nhập ổn định và một hệ thống có khả năng tăng trưởng nhanh về quy mô

Năm 2012, Tập đoàn Vingroup, cổ đông lớn của Vincom Retail, đã thực hiện quyết định chiến lược khi thành lập Vincom Retail dưới hình thức một công ty con hạch toán độc lập. Mục tiêu chính của Tập đoàn là xây dựng công ty bán lẻ đầu tiên tại Việt Nam sở hữu một chuỗi các TTTM trải dài trên khắp đất nước và đón đầu xu hướng tăng trưởng của ngành tiêu dùng tại Việt Nam. Kết quả hoạt động kinh doanh vững mạnh trong những năm qua đã cho phép Công ty vừa có thể mở rộng hệ thống các TTTM một cách nhanh chóng, đồng thời có thể duy trì một cơ cấu vốn hiệu quả.

a. *Tốc độ tăng trưởng nội tại tốt*

Vincom Retail có mức tăng trưởng vững mạnh nhờ việc sở hữu một hệ thống có thể nhanh chóng phát triển về mặt quy mô. Công ty có hệ thống tiêu chuẩn và quy trình hợp lý từ khâu nghiên cứu, phát triển dự án, cho thuê mặt bằng, set up, vận hành đến quản lý. Quy trình đã được tiêu chuẩn hoá và chứng minh hiệu quả bằng việc Công ty đã phát triển thành công rất nhiều TTTM từ khi thành lập đến nay. Hệ thống này đã đóng góp rất lớn vào việc giúp Công ty có thể mở rộng mạng lưới một cách nhanh chóng trong những năm gần đây. Lần lượt trong các năm 2015, 2016 và 6 tháng đầu năm 2017, Vincom Retail đã khai trương 15, 10 và 9 TTTM mới. Số lượng TTTM của Công ty đã tăng lên nhanh chóng từ 6 TTTM tại thời

điểm tháng 01 năm 2015 đến 40 TTTM tại thời điểm cuối tháng 6 năm 2017. Trong khoảng thời gian đó, tổng diện tích mặt bằng cho thuê cũng tăng từ khoảng 500.000 m^2 lên khoảng 1.100.000 m^2. Ngoài ra, tính đến thời điểm cuối tháng 6 năm 2017, Công ty còn có khoảng 73 dự án TTTM đang được phát triển và xây dựng với tổng diện tích sàn bán lẻ cho thuê khoảng 1,3 triệu m^2. Mục tiêu của Công ty là sở hữu một danh mục 200 TTTM với nhiều mô hình đến năm 2021, dựa trên nhu cầu của thị trường.

Vincom Retail có lợi thế trong việc lên kế hoạch và tìm các vị trí đất phù hợp để xây dựng các TTTM. Công ty có một tổ công tác riêng biệt để thực hiện các quyết định về chiến lược phát triển, dựa trên việc thẩm định, đánh giá nhiều yêu tố khác nhau như nhân khẩu học, xu hướng tiêu dùng, tốc độ tăng trưởng thu nhập, báo cáo tính khả thi, nhu cầu từ khách hàng thuê cũng như những chỉ báo kinh tế khác. Với thị phần chi phối và mối quan hệ chặt chẽ giữa bộ phận cho thuê mặt bằng và khách hàng hiện hữu cùng khách hàng tiềm năng của Công ty, Vincom Retail có hiểu biết và kiến thức chuyên sâu về nhu cầu thị trường hiện nay, trong tương lai và các chiến lược của các nhà bán lẻ. Công ty cũng đã xây dựng được cơ sở dữ liệu hiệu quả về các tỉnh thành Việt Nam nhằm nâng cao xác suất thành công khi tham gia vào các thị trường mới.

Nhờ đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, Công ty luôn hoàn thành việc xây dựng các dự án trong khoảng thời gian dự kiến, rút ngắn tối đa thời gian từ lúc được cấp giấy phép xây dựng đến lúc đưa dự án vào vận hành. Thời gian phát triển dự án được rút ngắn tối đa làm giảm thiểu các rủi ro có thể phát sinh, đồng thời, tối ưu hóa việc sử dụng tài sản để thu về dòng tiền ổn định từ cho thuê mặt bằng và doanh thu chuyển nhượng bất động sản đi kèm như nhà phố thương mại chung quanh các TTTM Vincom Plaza và Vincom+, giúp Công ty có thêm nguồn vốn để tài trợ cho các hoạt động xây dựng của mình.

Bảng 19: Thời gian hoàn thành các dự án TTTM

Mô hình	Tổng diện tích cho thuê (m^2)	Thời gian hoàn thành dự án	Tổng thời gian (tháng)
Vincom Center	40.000 – 60.000	→	18 – 24
Vincom Mega Mall	60.000 – 150.000+	→	24+
Vincom Plaza	10.000 – 40.000	→	12+
Vincom +	~5.000	→	6+

Nguồn: Vincom Retail

Nhờ vào thế mạnh là phát triển và thiết kế các dự án, Công ty đã giành được nhiều giải thưởng thiết kế trong những năm qua. Năm 2015, TTTM Vincom Mega Mall Times City đã nhận giải "Nhà phát triển Bất động sản Bán lẻ tốt nhất tại Việt Nam". Năm 2012 và 2014, TTTM Vincom Mega Mall Royal nhận giải thưởng bất động sản quốc tế "Nhà phát triển Bất động sản Bán lẻ tốt nhất tại Việt Nam" được trao bởi Euromoney. Ngoài ra, Công ty cũng nhận được giải thưởng "Nhà phát triển Bất động sản tốt nhất tại Việt Nam", một giải thưởng bất động sản cho khu vực Đông Nam Á năm 2014 và 2015.

b. Cơ cấu vốn phù hợp giúp mang lại sự tăng trưởng nhanh chóng

Nhờ vào cơ cấu vốn tối ưu hóa cho tăng trưởng, Công ty có thể tài trợ cho các dự án của mình. Năm 2013, nhóm Nhà đầu tư do Warburg Pincus đại diện đã đầu tư 200 triệu đô la Mỹ vào Công ty, giúp Công ty đẩy nhanh quá trình mở rộng, bao gồm việc khai trương dự án TTTM Mega Mall đầu tiên của Công ty là dự án TTTM Vincom Mega Mall Royal City. Năm 2015, Công ty nhận thêm khoảng đầu tư trị giá 100 triệu đô la Mỹ từ nhóm nhà đầu tư do Warburg Pincus đại diện, theo sau đó là các khoản góp vốn khác trị giá

8.610 tỷ trong năm 2016 từ Tập đoàn Vingroup và các công ty con. Nguồn vốn đầu tư trên giúp Công ty tiếp tục duy trì đà tăng trưởng nhanh và thực hiện các thương vụ mua bán & sáp nhập trên thị trường, bao gồm giao dịch mua lại chuỗi siêu thị Maximark trong năm 2015. Sự phát triển và quá trình vận hành của Vincom Retail có nhiều đóng góp từ Warburg Pincus – Quỹ đầu tư hàng đầu thế giới và có kinh nghiệm trong lĩnh vực bán lẻ, bất động sản trên toàn cầu và ở Châu Á, với hơn 12 tỷ đô la Mỹ đầu tư vào 150 doanh nghiệp tại Châu Á. Với những đóng góp và sự hỗ trợ của Warburg Pincus, Công ty đã được xây dựng trên nền tảng các tiêu chuẩn tốt nhất trên thế giới về mặt phát triển, quy hoạch dự án, lập cơ cấu khách thuê, cho thuê mặt bằng, chính sách nhân sự và quá trình mua bán sáp nhập doanh nghiệp.

Công ty có lượng tiền mặt dồi dào, đạt mức 4.542 tỷ đồng tại thời điểm 30 tháng 6 năm 2017. Lượng tiền mặt lớn giúp Công ty có thể nhanh chóng nắm bắt các cơ hội tăng trưởng và mở rộng quỹ đất hay mua lại dự án. Công ty cũng có khả năng tiếp cận các nguồn vốn khác nhau trên thị trường vốn trong nước và quốc tế. Đợt phát hành 2.300 tỷ đồng mệnh giá trái phiếu doanh nghiệp đầu tiên của Công ty được thực hiện trong năm 2013 dưới sự thu xếp của Techcombank. Tiếp sau đó, Công ty tiếp tục phát hành lượng trái phiếu tương đương 2.800 tỷ đồng và 3.000 tỷ đồng theo mệnh giá, đáo hạn lần lượt vào các năm 2018 và 2022.

c. Các cơ hội tăng trưởng từ bên ngoài

Cơ cấu vốn hiện tại cho phép Công ty có thể theo đuổi các cơ hội tăng trưởng khác từ bên ngoài, bao gồm quyền mua các phân khu thương mại trong các dự án bất động sản phức hợp của Vingroup. Là nhà phát triển, sở hữu và vận hành các TTTM hàng đầu tại Việt Nam, Công ty có mạng lưới quan hệ lớn, mang lại những lợi thế nhất định trong việc tiếp cận cơ hội mua lại dự án từ bên thứ ba. Hoạt động mua bán doanh nghiệp là một phần trong chiến lược tăng trưởng của Công ty, điển hình là thương vụ mua lại chuỗi siêu thị Maximark. Khả năng vận hành hiệu quả các TTTM cho phép Công ty có cơ hội mua lại các TTTM do các đối tác khác phát triển, áp dụng chuyên môn và kinh nghiệm của Vincom Retail vào để nâng cao giá trị và hiệu quả sử dụng tài sản được mua lại.

Khả năng thu hút những thương hiệu hàng đầu trong nước và quốc tế

Sở hữu thương hiệu mạnh, vị trí đắc địa và mạng lưới hệ thống TTTM rộng khắp trên toàn quốc giúp Vincom Retail thu hút được nhiều thương hiệu lớn trong nước và nước ngoài đang có kế hoạch phát triển chuỗi cửa hàng bán lẻ rộng khắp cả nước trong thời gian nhanh nhất. Các thương hiệu quốc tế thâm nhập thị trường Việt Nam thường tìm đến Vincom Retail đầu tiên khi bước chân vào thị trường Việt Nam, do Công ty sở hữu mạng lưới TTTM duy nhất phủ khắp cả nước và có khả năng cho thuê nhiều vị trí để khách thuê có thể nhanh chóng mở rộng hệ thống toàn quốc. Nằm trong hệ thống TTTM có thương hiệu nổi tiếng nhất đối với người tiêu dùng Việt Nam, các trung tâm mua sắm của Vincom được biết đến rộng rãi và thu hút lượt khách lớn, với khoảng 81,3 triệu lượt khách trong năm 2016.

Thị phần chi phối cùng mức độ tương tác cao với khách thuê mặt bằng mang lại cho Vincom Retail những hiểu biết sâu rộng về nhu cầu hiện tại và tương lai của thị trường cũng như chiến lược của các nhà bán lẻ. Nhờ đó, công ty có lợi thế thông tin hơn các nhà tư vấn hoặc cung cấp thông tin truyền thống, cho phép Công ty có thể nhanh chóng nắm bắt các xu thế phát triển mới. Công ty duy trì mối quan hệ hợp tác dài hạn với số lượng lớn nhà bán lẻ trong nước và quốc tế, với khoảng 1.000 khách thuê bán lẻ tại thời điểm 30 tháng 6 năm 2017. Mạng lưới rộng khắp cùng thị phần vượt trội giúp Công ty ký kết được các thỏa thuận cho thuê mặt bằng tại nhiều dự án cho một số nhà bán lẻ lớn trong nước và quốc tế. Các thỏa thuận này giúp ổn định hoạt động kinh doanh và tối ưu hóa dòng tiền của Công ty. Tại thời điểm 30 tháng

6 năm 2017, 28% số khách thuê mặt bằng của Công ty ký hợp đồng thuê mặt bằng tại hai TTTM trở lên, nổi bật là hệ thống rạp chiếu phim CGV với hiện diện 14 TTTM.

Các khách hàng quốc tế bao gồm các thương hiệu tiêu dùng phổ biến đến trung cấp như Zara, Nike, Adidas, Gap, Swarovski, Mango, McDonalds, KFC, CGV, Lotte, California Fitness và Playtime. Các thương hiệu này là đại diện cho xu thế gia tăng tầng lớp trung lưu Việt Nam với sức mua đang ngày càng tăng lên. Các nhãn hiệu quốc tế hiện diện tại các TTTM của Vincom Retail cũng bao gồm các thương hiệu lần đầu thâm nhập thị trường Việt Nam, giúp gia tăng lượng người tiêu dùng đến các TTTM. Ví dụ như thương hiệu thời trang nổi tiếng thế giới Zara đã chính thức chọn TTTM Vincom Center Đồng Khởi là nơi mở cửa hàng đầu tiên tại Việt Nam năm 2016 và đã nhanh chóng nằm trong nhóm 10 cửa hàng Zara có doanh số cao nhất toàn cầu. Đây là cơ sở tốt để Inditex – công ty mẹ của Zara tiếp tục các thương hiệu thời trang khác có mặt tại các TTTM Vincom như Pull&Bear, Stradivarius, Massimo Dutti.

Ngoài các thương hiệu nước ngoài, các TTTM Vincom còn được nhiều thương hiệu nội địa nổi tiếng tin tưởng như các thương hiệu sở hữu bởi Vingroup, gồm VinMart, VinPro, VinDS hoặc các thương hiệu khác như Golden Gates, Redsun, BHD, Nụ Cười Vui và Highland. Các thương hiệu này có khả năng đáp ứng nhu cầu mua sắm và giải trí đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam.

Tận dụng lợi thế thương hiệu và quỹ đất thuộc sở hữu của Tập đoàn Vingroup trên toàn quốc

Vingroup hiện là cổ đông lớn của Vincom Retail. Vingroup là một trong những tập đoàn bất động sản lớn nhất Việt Nam và là công ty phát triển bất động sản hàng đầu Việt Nam tính theo giá trị vốn hóa thị trường cũng như số lượng dự án đã hoàn thành. Bên cạnh đó, Vingroup còn là một trong số it các công ty bất động sản lớn tại Việt Nam thực hiện toàn bộ chuỗi giá trị bất động sản từ phát triển, chuyển nhượng, đầu tư, sở hữu và quản lý.

Hiện nay, các dự án của Vingroup có mặt ở hầu hết các tỉnh thành lớn tại Việt Nam và được phát triển dưới các thương hiệu của Tập đoàn như Vinhomes và gần đây là VinCity. Vingroup tập trung phát triển nhiều dự án phức hợp có quy mô lớn tại các trung tâm kinh tế và điểm du lịch nổi tiếng ở Việt Nam. Hầu hết các dự án bất động sản của Tập đoàn Vingroup đều tọa lạc tại vị trí trung tâm hoặc trong phạm vi 10 km tính từ trung tâm thành phố.

Năm 2016, Vinhomes ghi nhận giá trị 83 nghìn tỷ đồng giá trị hợp đồng bất động bán được trong năm với 15.000 sản phẩm các loại; Vinpearl là công ty bất động sản du lịch hàng đầu Việt Nam, quản lý và vận hành hơn 5.700 chìa khóa phòng tại thời điểm 30 tháng 6 năm 2017; Vinmec là công ty vận hành bệnh viện hàng đầu tại Việt Nam với 5 bệnh viện đa khoa quốc tế với 500 giường bệnh đang vận hành tại thời điểm 30 tháng 6 năm 2017; Vinschool là hệ thống trường tư hàng đầu tại Việt Nam với hơn 13.000 học sinh. Vinhomes, Vinpearl, Vinmec và Vinschool đều là công ty con của Tập đoàn Vingroup và có dự án đặt tại khu vực lân cận các TTTM của Vincom Retail. Việc bố trí các dịch vụ tiện ích như vậy giúp các TTTM của Vincom Retail hưởng lợi từ việc một lượng khách tiêu dùng nhất định xung quanh các TTTM. Ngoài ra, Vincom Retail còn có quyền ưu tiên mua các phân khu chức năng thương mại – bán lẻ sẽ tiếp tục phát triển tại những dự án phức hợp của tập đoàn Vingroup để tận dụng các lợi ích mà hệ sinh thái Vingroup mang lại.

Tính đến ngày 30 tháng 6 năm 2017, quỹ đất của Tập đoàn Vingroup đạt khoảng 77 triệu m^2, trong đó có 16,2 triệu m^2 đã được phát triển. Bên cạnh đó, quỹ đất này còn được phân bổ tại nhiều vị trí khác nhau, và sẵn sàng xây dựng khi cần thiết. Tận dụng những lợi thế này, Vincom Retail dự định sẽ tiếp tục mở rộng hoạt động xây dựng TTTM tại các khu vực dân cư do Tập đoàn Vingroup tạo ra.

Ban Tổng Giám đốc nhiều kinh nghiệm trong quản trị doanh nghiệp và trình độ chuyên môn cao

Ban Tổng Giám đốc Vincom Retail có kinh nghiệm làm việc bình quân 14 năm trong lĩnh vực bất động sản và bán lẻ. Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ các hoạt động kinh doanh của Công ty, theo đó, từng mảng kinh doanh sẽ do những quản lý có kinh nghiệm phù hợp với mảng đó phụ trách.

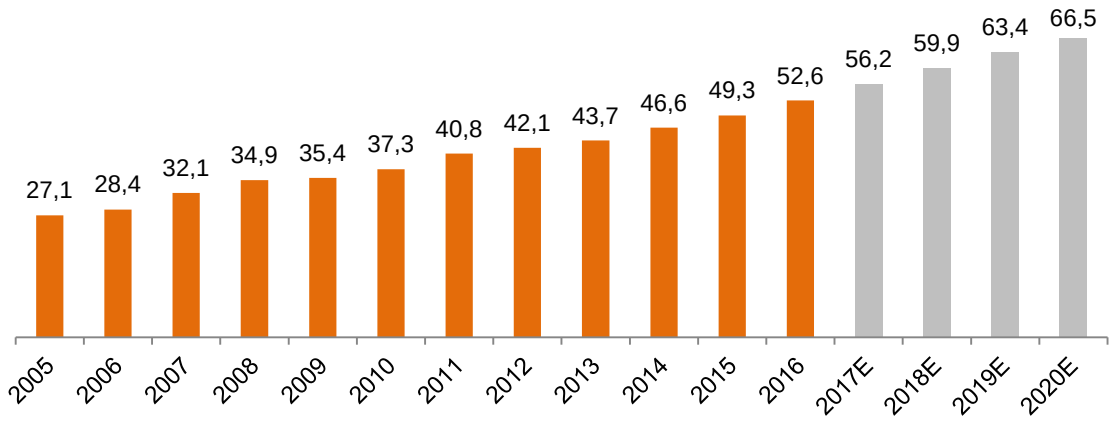
Bên cạnh đó, các thành viên Hội đồng Quản trị của Vincom Retail cũng có nhiều kinh nghiệm làm việc trong ngành bất động sản, tài chính và bán lẻ, với số năm kinh nghiệm bình quân là hơn 23 năm.

8.2 Triển vọng phát triển của ngành

8.2.2 Thị trường bán lẻ tại Việt Nam

Tốc độ tăng trưởng ngành bất động sản bán lẻ có mối quan hệ chặt chẽ với sự phát triển của thị trường bán lẻ tại Việt Nam. Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường bán lẻ năng động và hấp dẫn nhất trong khu vực và trên thế giới. Năm 2017, Chỉ số phát triển bán lẻ toàn cầu (GRDI) của Việt Nam được cải thiện 5 bậc so với năm 2016, theo đó, Việt Nam xếp thứ 6 về Chỉ số phát triển bán lẻ toàn cầu. GRDI là xếp hạng thường niên, đánh giá đầu tư phát triển ngành bán lẻ tại 30 quốc gia đang phát triển, được nghiên cứu bởi công ty tư vấn A.T. Kearney. Theo A.T Kearny, sự cải thiện đáng kể này đến từ việc nới lỏng chính sách đầu tư của Chính phủ, giúp Việt Nam trở nên hấp dẫn hơn trong mắt các thương hiệu bán lẻ nước ngoài. Theo Báo cáo của Economist Intelligence Unit (EIU), năm 2016, doanh thu bán lẻ tại các cửa hàng đạt 52,6 tỷ đô la Mỹ, tăng 6,9% so với năm 2015. Với tốc độ tăng trưởng này, dự kiến đến năm 2020, doanh thu bán lẻ tại các cửa hàng của Việt Nam sẽ đạt 66,5 tỷ đô la Mỹ.

Hình 7: Doanh thu bán lẻ tại các cửa hàng ở Việt Nam (tỷ đô la Mỹ) theo giá năm 2005

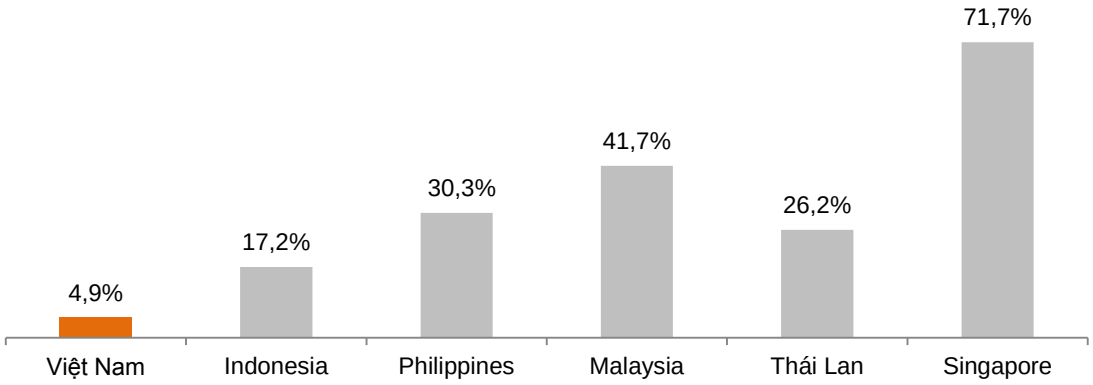


Nguồn: EIU

Việt Nam chính thức mở cửa thị trường bán lẻ cho các doanh nghiệp nước ngoài khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào năm 2007. Chính phủ đã sửa đổi nhiều chính sách theo hướng có lợi cho các doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài đầu tư vào Việt Nam và nâng mức trần sở hữu của doanh nghiệp bán lẻ ngoại lên 100% từ năm 2015. Theo báo cáo của Bộ Công thương đầu năm 2017, các doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài chiếm 17,0% thị phần bán lẻ tại các trung tâm mua sắm và siêu thị tại Việt Nam. Những động thái tích cực từ Chính phủ cùng các yếu tố vĩ mô như tăng trưởng kinh tế, dân số, thu nhập người dân và thay đổi trong hành vi và xu hướng người tiêu dùng đã có những tác động tích cực đến thị

trường bán lẻ, đặc biệt là mô hình bán lẻ hiện đại tại Việt Nam. Nếu so với các nước trong khu vực thì doanh thu bán lẻ theo kênh hiện đại của Việt Nam vẫn còn khá thấp so với các nước khác trong khu vực.

Hình 8: Cơ cấu doanh thu bán lẻ của các mặt hàng tạp hóa và thực phẩm theo kênh hiện đại trong tổng doanh thu bán lẻ



Nguồn: EIU

Thị trường bán lẻ của Việt Nam khá phân tán và có sự tham gia của nhiều nhà bán lẻ quốc tế lớn như: CircleK, Shop&Go, FamilyMart, BigC, Fivimart, Citimart, Simply Mart, Aeon, Lotte, Parkson và Takashimaya. Cùng với sự tham gia của các nhà bán lẻ quốc tế thì còn có sự tham gia của các công ty trong nước, trong đó không thể không nhắc đến Tập đoàn Vingroup. Vingroup hiện là đơn vị sở hữu một mạng lưới với hơn 1.000 cửa hàng bán lẻ trên toàn quốc với nhiều thương hiệu bán lẻ nổi tiếng gồm VinMart, VinPro và VinDS. Ngoài ra, để thực hiện chiến lược mở rộng của mình, Vingroup cũng đã mua lại hệ thống TTTM của các đối thủ như OceanMart, Maximark và Vinatexmart. Sự hấp dẫn của thị trường bán lẻ Việt Nam đã dẫn đến hàng loạt các hoạt động mua bán và sáp nhập trong những năm gần đây, có thể kể đến thương vụ điển hình là Tập đoàn Central Group (Thái Lan) mua lại chuỗi siêu thị Big C, Metro Cash & Carry và một phần hệ thống điện máy Nguyễn Kim.

Bảng 20: Các thương vụ M&A trong ngành bán lẻ tại Việt Nam gần đây

Thời gian	Công ty đi thâu tóm	Công ty mục tiêu	Giá trị thương vụ
Tháng 4/2016	Central Group	Zalora Việt Nam	n/a
Tháng 4/2016	Central Group	Bic C Việt Nam	1.140 triệu đô la Mỹ
Tháng 4/2015	TCC Group	Metro Cash & Carry	709 triệu đô la Mỹ
Tháng 1/2015	Central Group	Nguyễn Kim	n/a

Nguồn: Colliers International

Thị trường bán lẻ của Việt Nam trong thời gian tới sẽ tiếp tục chứng kiến sự mở rộng về quy mô của các nhà bán lẻ hiện đã có mặt tại Việt Nam cũng như đón nhận thêm sự tham gia của nhiều thương hiệu quốc tế nổi tiếng trên thế giới. Tập đoàn bán lẻ Auchan của Pháp vừa khai trương siêu thị thứ 13 vào tháng 8/2017 tại Việt Nam và có kế hoạch nâng số lượng siêu thị trong hệ thống lên 40 vào năm 2020. Tập đoàn bán lẻ hàng đầu Hàn Quốc Emart cũng đã chính thức khai trương đại siêu thị đầu tiên với tổng vốn đầu tư lên tới 60 triệu đô la Mỹ tại TP.HCM trong năm 2016. Emart dự kiến đến năm 2020 sẽ mở rộng mạng lưới

của mình với 52 cửa hàng tại Việt Nam. Ngoài ra, tập đoàn Aeon của Nhật Bản cũng đã có những khoản đầu tư lớn vào Việt Nam và lên kế hoạch sẽ xây dựng thêm 20 TTTM Aeon đến năm 2020.

Về thương hiệu thời trang, theo các báo cáo gần đây, có hơn 50 thương hiệu nổi tiếng như Giordano, Mango, Zara, Topshop, Gap và Old Navy đã có mặt tại TP.HCM. Các công ty thời trang khác, bao gồm Pull & Bear, Massimo Dutti, cũng dự kiến sẽ gia nhập vào thị trường trong năm nay với các cửa hàng dự kiến sẽ được mở tại các TTTM tại Hà Nội. Cửa hàng khai trương đầu tiên của Zara tại thành phố Hồ Chí Minh năm ngoái đã được người tiêu dùng đón nhận nồng nhiệt, với đông đảo lượng du khách nước ngoài, nhân viên văn phòng và người dân đến mua sắm tại cửa hàng. Zara đã đạt được doanh thu 5,5 tỷ đồng (246.000 đô la Mỹ) vào ngày khai trương đầu tiên tại TTTM Vincom Center Đồng Khởi (TP.HCM) và là một trong buổi khai trương của cửa hàng thời trang đạt mức doanh thu kỷ lục trên toàn cầu. H&M cũng đã khai trương cửa hàng đầu tiên tại TTTM Vincom Center Đồng Khởi vào tháng 9 năm 2017, với quy mô 2.200 m^2 và 100 nhân viên.

Để nắm bắt tiềm năng tăng trưởng lớn của thị trường bán lẻ tại Việt Nam, các nhà phát triển và vận hành bất động sản bán lẻ đã và đang tiếp tục triển khai kế hoạch xây dựng, mở rộng các TTTM mới tại Việt Nam, trong đó có Vincom Retail.

8.2.2 Thị trường bất động sản bán lẻ tại Việt Nam

Bảng 21: Các mô hình bán lẻ hiện đại tại Việt Nam

TTTM phức hợp (Shopping malls / Megamalls)	▪ Mô hình "tất cả trong một" với sự đa dạng về các ngành hàng, từ thời trang, phụ kiện, mỹ phẩm, trang sức, sức khỏe, sắc đẹp, đồ gia dụng, nội thất trang trí, trung tâm điện máy, siêu thị đến dịch vụ giải trí và ẩm thực. ▪ Khách hàng thuê chính: - VinMart, VinDS, VinPro ở các TTTM của Vincom Retail - Siêu thị Aeon của TTTM Aeon ▪ Thị trường được thống lĩnh bởi một số ít các Công ty lớn như: - Vincom Retail tại Việt Nam - Westfield tại Australia, CapitaMall tại Singapore và SM Mall tại Philippines ▪ Các thương hiệu lớn tại Việt Nam: Vincom Retail và Aeon là hai công ty hàng đầu trong lĩnh vực phát triển, vận hành các TTTM phức hợp có quy mô lớn tại Việt Nam
Trung tâm mua sắm (Department stores)	▪ Bao gồm nhiều gian hàng lớn và chủ yếu bán các mặt hàng tiêu dùng không thiết yếu như quần áo, giày dép, các thiết bị điện tử và đồ gia dụng ▪ Các trung tâm mua sắm loại này có thể là các trung tâm mua sắm riêng biệt hoặc là các khách hàng thuê mặt bằng tại các TTTM phức hợp (shopping malls) ▪ Các thương hiệu chính tại Việt Nam: Parkson, Robins, Lotte và Takashimaya

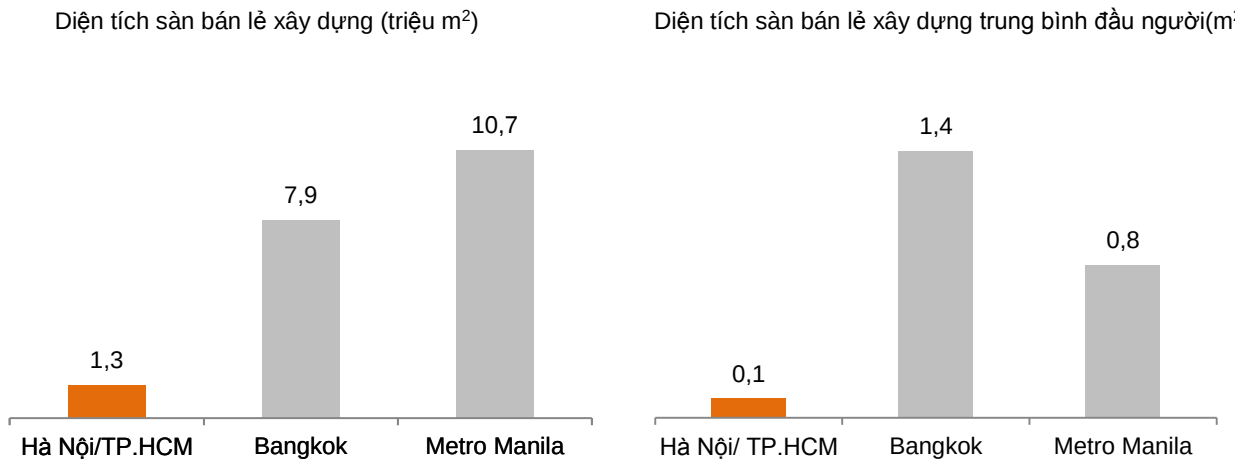
Siêu thị (Supermarkets)	▪ Quy mô khoảng 5.000 m^2 và chủ yếu bán thực phẩm và các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu ▪ Giá cả khá cạnh tranh ▪ Các thương hiệu chính tại Việt Nam: VinMart, Co.opmart và Aeonmart ▪ Hà Nội và TP.HCM có 317 siêu thị năm 2016
Đại siêu thị (Hypermarkets)	▪ Quy mô lớn và chủ yếu bán các mặt hàng thực phẩm và phi thực phẩm ▪ Thông thường được xây dựng xa trung tâm do có diện tích lớn ▪ Các thương hiệu chính tại Việt Nam: - Big C là một thương hiệu lớn tại Việt Nam với khách hàng chính là người tiêu dùng cuối cùng - METRO Cash & Carry cũng là một thương hiệu lớn khác, tuy nhiên khách hàng chính chủ yếu là các nhà bán buôn
Cửa hàng tiện lợi (Convenience stores)	▪ Quy mô nhỏ và chủ yếu bán đồ dùng cho sinh hoạt cá nhân hàng ngày ▪ Được xây dựng tại các địa điểm tiện lợi, dễ di chuyển nhưng có giá bán thường cao hơn ▪ Cạnh tranh chủ yếu với các cửa hàng truyền thống tại Việt Nam ▪ Các thương hiệu chính tại Việt Nam: VinMart+, Circle K, Family Mart, 7 Eleven, Co.opFood và Shop & Go

Nguồn: Colliers International

Dựa vào đặc điểm của các khách hàng thuê mặt bằng, Colliers International đã chia các bất động sản bán lẻ quy mô lớn thành hai loại chính là TTTM phức hợp (shopping malls – Vincom Retail, Aeon) và trung tâm mua sắm (department stores – Lotte và Parkson). Tại các nước phát triển như Mỹ, chu kỳ phát triển của các mô hình bán lẻ thông thường sẽ bao gồm giai đoạn phát triển từ các cửa hàng bán lẻ không có hệ thống đến các siêu thị, đại siêu thị hoặc trung tâm mua sắm và cuối cùng sẽ là các TTTM phức hợp. Quan sát cho thấy chu kỳ phát triển của mô hình bán lẻ tại Việt Nam có bước tiến khác so với các thị trường bán lẻ đã phát triển, khi giai đoạn phát triển của các mô hình bán lẻ tại Việt Nam chuyển từ các cửa hàng bán lẻ không có hệ thống đến các TTTM phức hợp (shopping malls) mà không qua giai đoạn phát triển của các trung tâm mua sắm (department stores). Điều này có thể thấy qua kết quả kinh doanh không mấy khả thi của Lotte và việc đóng cửa của trung tâm mua sắm Parkson gần đây. Sự đóng cửa của Parkson không chỉ xuất phát từ sự cạnh tranh gay gắt giữa các đơn vị trong ngành mà còn có nguồn gốc sâu xa từ chiến lược phát triển khi mà các TTTM phức hợp ngày càng trở nên phổ biến đối với người tiêu dùng. Mô hình này cung cấp "tất cả trong một" với sự đa dạng về các ngành hàng, từ thời trang, phụ kiện, mỹ phẩm, trang sức, sức khỏe, sắc đẹp, đồ gia dụng, nội thất trang trí, trung tâm điện máy, siêu thị đến giải trí, ẩm thực và dịch vụ. Các TTTM, siêu thị và cửa hàng tiện lợi ngày xuất hiện càng nhiều nhằm đón đầu nhu cầu mua sắm mới của người tiêu dùng Việt Nam. Người tiêu dùng có xu hướng thay đổi thói quen mua sắm hàng ngày tại các chợ truyền thống sang mua sắm khối lượng lớn cho cả tuần tại các siêu thị và TTTM, đồng thời gia tăng giá trị mua sắm, sử dụng ngày càng nhiều các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, giả trí tại nơi mua sắm.

Hiện tại, so với các nước trong khu vực, tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng tại hai trọng điểm là Hà Nội và TP.HCM hiện đang còn ở mức khá thấp, chỉ đạt 1,3 triệu m^2 so với 7,9 triệu m^2 của Bangkok (Thái Lan) và 10,7 triệu m^2 của Manila (Philippines), cho thấy tiềm năng tăng trưởng của thị trường bất động sản bán lẻ tại Việt Nam vẫn còn rất lớn.

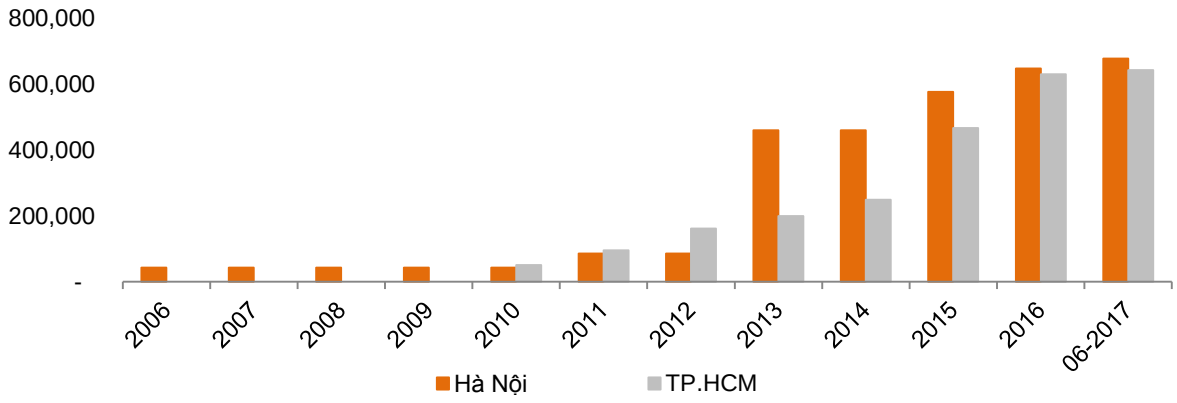
Hình 9: Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng (triệu m^2) và diện tích sàn bán lẻ xây dựng trung bình đầu người (m^2) của Việt Nam, Thái Lan và Philippines



Nguồn: EIU và Colliers International

Theo Colliers International, từ năm 2010 đến năm 2016, tổng nguồn cung bất động sản bán lẻ tại Hà Nội và TP.HCM đã tăng trưởng khá nhanh với tốc độ tăng trưởng hàng năm kép đạt 45,4%. Đến cuối quý 2 năm 2017, tổng nguồn cung bất động sản bán lẻ tại Hà Nội và TP.HCM đạt khoảng 1.321.317 m^2. Trong đó, Hà Nội có nguồn cung bất động sản bán lẻ cao hơn với 677.931 m^2 và phần lớn nguồn cung mới nằm ở các quận ngoài trung tâm, nơi có quỹ đất lớn và cơ sở hạ tầng được cải thiện. Tại TP.HCM, nguồn cung bất động sản bán lẻ đạt 643.440 m^2 với các TTTM mới chủ yếu tập trung tại các khu đông dân cư và nhắm đến người tiêu dùng có mức thu nhập trung bình - khá.

Hình 10: Tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng tại Hà Nội và TP.HCM (m^2)

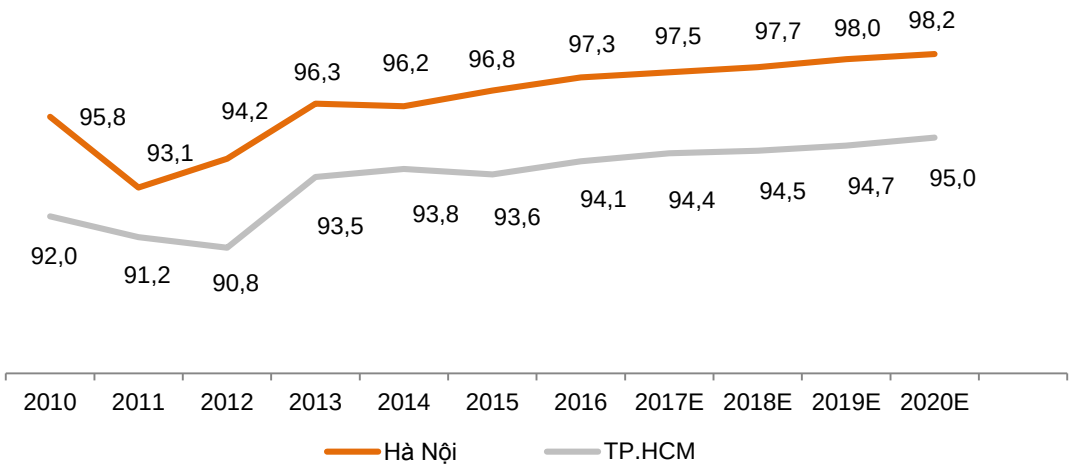


Nguồn: Colliers International

Tỷ lệ lấp đầy trung bình tại Hà Nội và TP.HCM vẫn được duy trì ở mức trên 90% trong những năm gần đây. Tỷ lệ lấp đầy trung bình của các TTTM tại Hà Nội và TP.HCM tính đến hết quý 2 năm 2017 đạt lần

lượt 97,5% và 94,4% so với mức 95,8% và 92,0% năm 2010. Tỷ lệ lấp đầy luôn đạt ở mức cao nhờ vào vị trí đắc địa của các TTTM và sự gia tăng quy mô của các nhà bán lẻ trong nước cũng như sự xâm nhập thị trường của nhà bán lẻ quốc tế trong những năm gần đây. Theo Colliers International, tỷ lệ lấp đầy được dự báo sẽ tiếp tục xu hướng tăng, đạt lần lượt 98,2% và 95,0% tại Hà Nội và TP.HCM vào năm 2020.

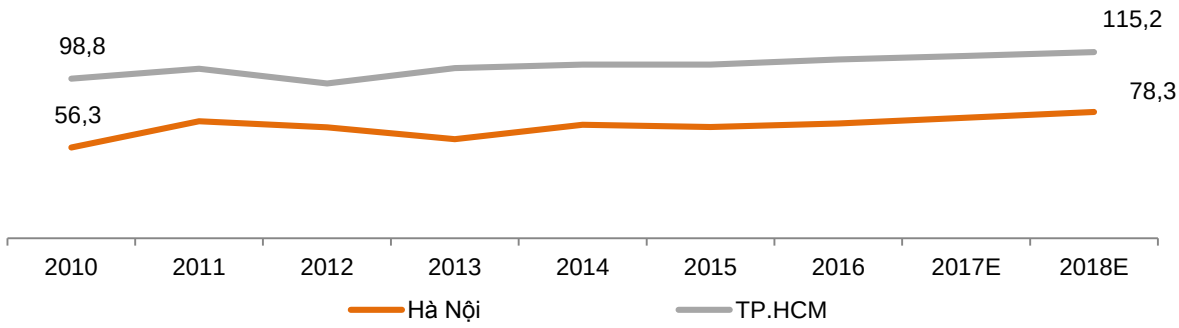
Hình 11: Tỷ lệ lấp đầy tại Hà Nội và TP.HCM (%)



Nguồn: Colliers International

Mức giá thuê trung bình tại tầng trệt của các TTTM có vị trí đắc địa tại TP.HCM hiện tại cao hơn Bangkok (Thái Lan) và Manila (Philippines). Điều này cho thấy các thương hiệu bán lẻ quốc tế sẵn sàng trả một mức giá cao để thuê mặt bằng của các TTTM có vị trí đắc địa. Giá thuê trung bình tại Hà Nội và TP.HCM được dự báo sẽ tiếp tục tăng trong thời gian tới do nguồn cung được dự báo sẽ không tăng trưởng đáng kể do thiếu các quỹ đất tại các vị trí đắc địa để xây dựng các TTTM.

Hình 12: Giá thuê trung bình tại Hà Nội và TP.HCM (đô la Mỹ/ m^2/tháng)



Nguồn: Colliers International

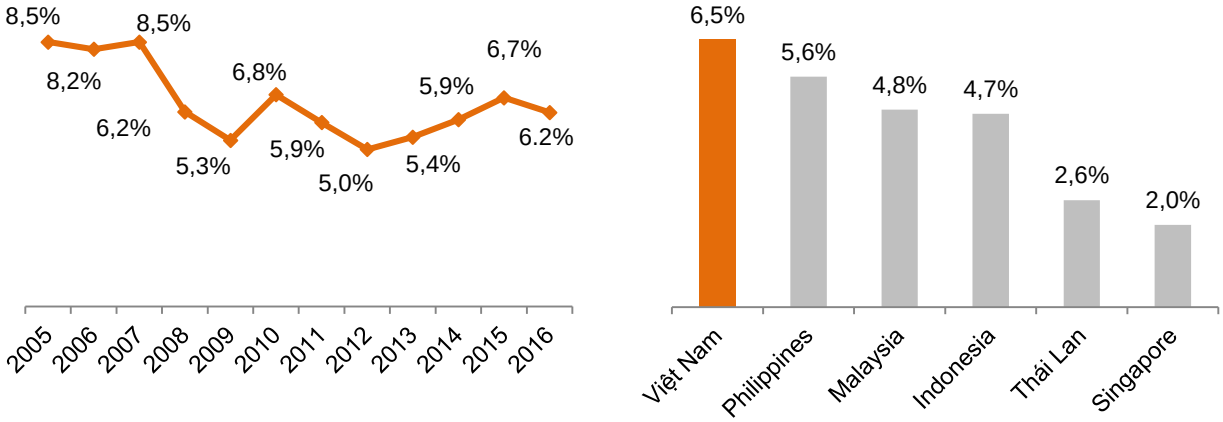
8.2.3 Triển vọng phát triển ngành

Thị trường bất động sản bán lẻ Việt Nam có tiềm năng tăng trưởng lớn nhờ vào một nền tảng kinh tế vĩ mô ổn định, cơ cấu dân số vàng, quá trình đô thị hóa nhanh, số lượng tầng lớp trung lưu ngày càng tăng và cơ sở hạ tầng ngày càng được cải thiện.

- **Nền tảng vĩ mô vững chắc**

Sự tăng trưởng GDP trong thời gian gần đây cho thấy nền kinh tế Việt Nam đang dần phục hồi, hoạt động sản xuất kinh doanh ở hầu hết các lĩnh vực đều có những chuyển biến tích cực và sức mua được cải thiện. Tăng trưởng GDP của Việt Nam đạt 6,2% trong năm 2016, trong đó, khu vực xây dựng và công nghiệp tăng 7,6%, đóng góp 2,6 điểm phần trăm và theo sau là khối dịch vụ với 6,9%, đóng góp 2,7 điểm phần trăm và khu vực nông, lâm nghiệp và thuỷ sản nông nghiệp tăng 1,4%, đóng góp 0,2 điểm phần trăm vào mức tăng chung. Theo báo cáo của EIU, Việt Nam tuy là nền kinh tế lớn thứ 6 của ASEAN sau Singapore, Malaysia, Philippines, Indonesia và Thái Lan nhưng được dự báo sẽ có tốc độ tăng trưởng GDP cao nhất trong khối các nước ASEAN vào năm 2018.

Hình 13: GDP Việt Nam qua các năm và dự báo GDP Việt Nam năm 2018 so với các nước trong khu vực

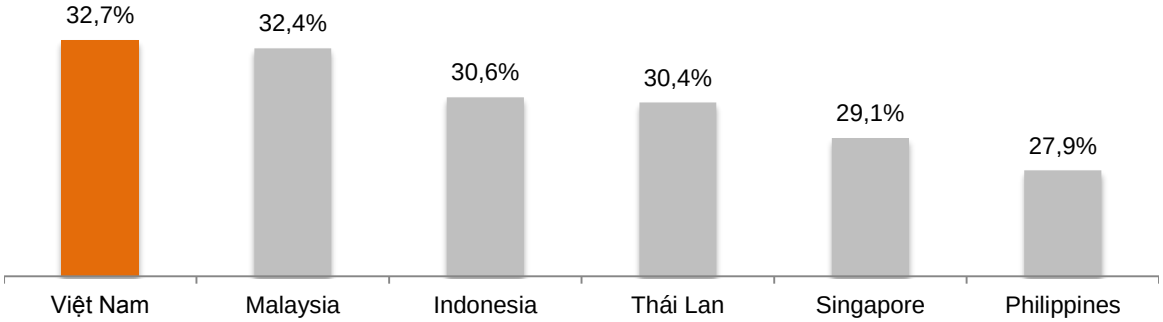


Nguồn: GSO và EIU

- **Việt Nam sở hữu cơ cấu dân số vàng**

Việt Nam là một quốc gia có tốc độ tăng trưởng dân số khá cao so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Với dân số tăng mạnh từ 88 triệu người năm 2010 lên đến hơn 94 triệu người trong năm 2016, Việt Nam có dân số đông thứ 3 tại khu vực Đông Nam Á và thứ 14 trên thế giới. Trong cơ cấu dân số Việt Nam, tỷ trọng dân số trẻ trong độ tuổi lao động luôn chiếm trên 50% và có xu hướng tăng dần trong những năm gần đây. Tăng trưởng dân số, đặc biệt là dân số trẻ trong độ tuổi lao động là nhân tố làm tăng mọi nhu cầu của xã hội, trong đó có nhu cầu tiêu dùng và mua sắm.

Hình 14: Dân số trong độ tuổi từ 25 – 44 của Việt Nam so với các nước trong khu vực năm 2016

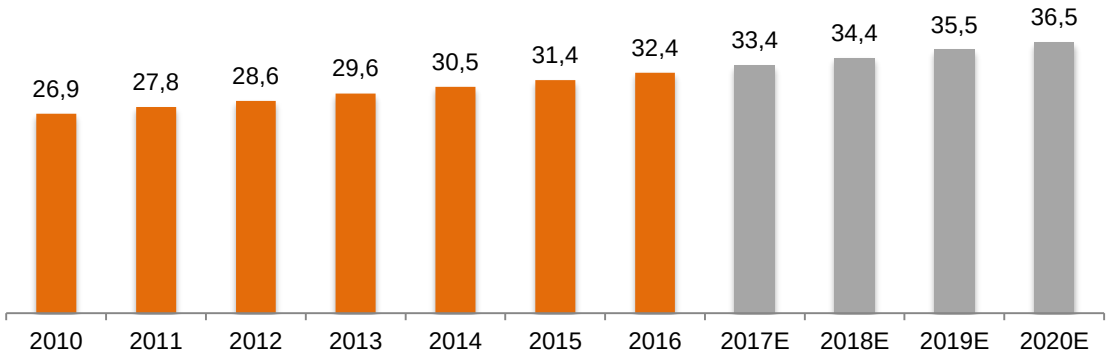


Nguồn: EIU

- **Tốc độ đô thị hóa nhanh**

Việt Nam đã và đang trải qua quá trình đô thị hoá nhanh chóng với những tác động mạnh tới quá trình chuyển dịch cơ cấu và phát triển kinh tế. Năm 1986, Việt Nam có dưới 13 triệu dân cư đô thị nhưng con số này đã tăng hơn gấp đôi với hơn 32 triệu dân cư đô thị vào năm 2016, với khu vực thành thị đóng góp trên một nửa GDP quốc gia.

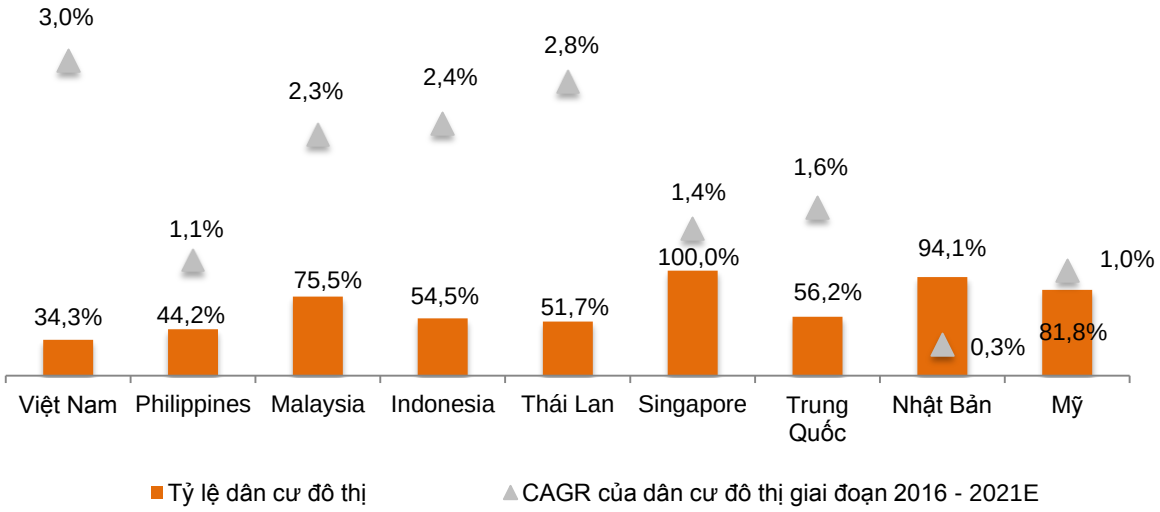
Hình 15: Dân cư đô thị tại Việt Nam qua các năm (triệu người)



Nguồn: EIU

Tuy Việt Nam hiện có tỷ lệ dân cư đô thị thấp nhất so với các nước láng giềng nhưng theo nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới năm 2015, tỷ lệ đô thị hoá tại Việt Nam đạt mức 2,8% trên năm và là một trong những quốc giá có tốc độ đô thị hoá tăng nhanh nhất trong khu vực Đông Nam Á và cao hơn tốc độ đô thị hóa toàn cầu hàng năm là 2,1%.

Hình 16: Tỷ lệ dân cư đô thị năm 2016 và dự báo tỷ lệ tăng trưởng hàng năm kép (CAGR) giai đoạn 2016 – 2021 (%)

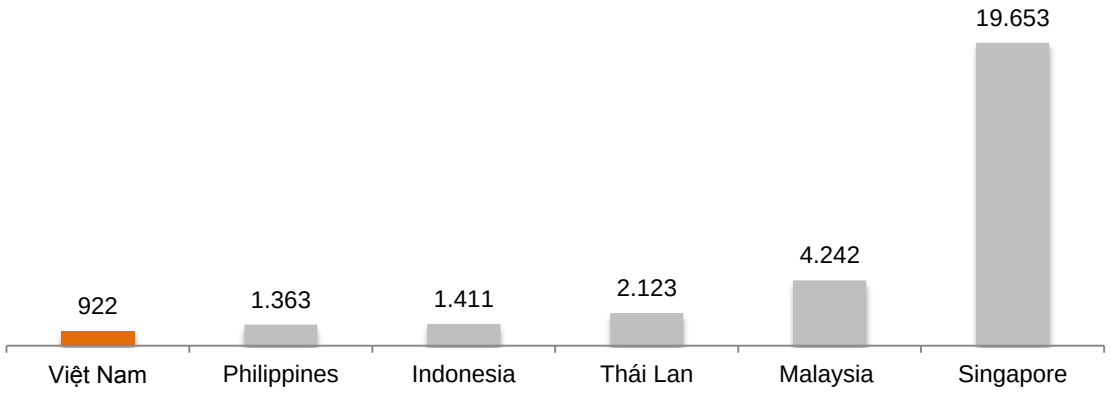


Nguồn: EIU

- **Số lượng tầng lớp trung lưu ngày càng tăng mạnh**

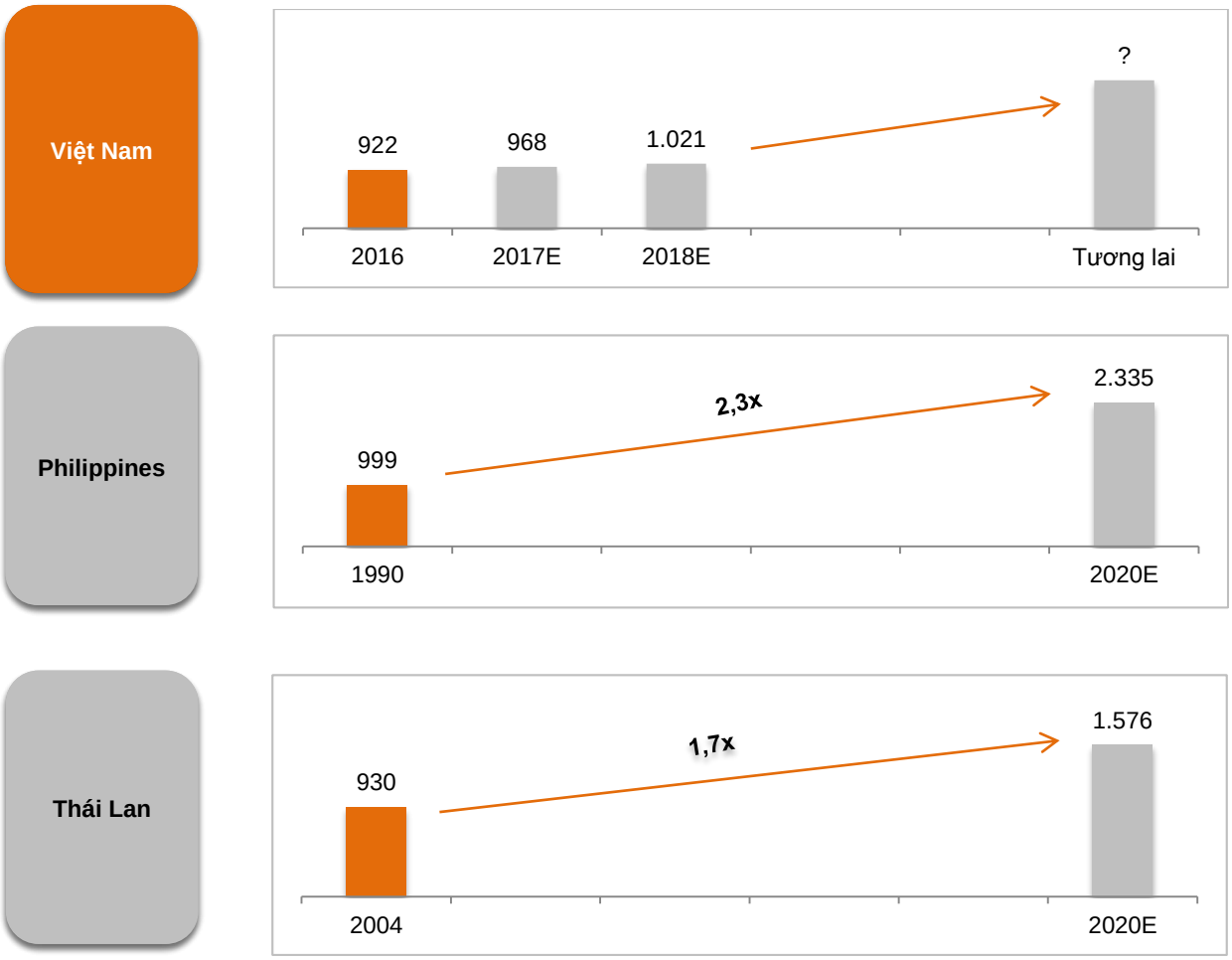
Thu nhập khả dụng đầu người của Việt Nam hiện nay thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực. Thu nhập khả dụng đầu người của Việt Nam năm 2016 đạt 922 đô la Mỹ, thấp hơn so với Philippines và Thái Lan lần lượt là 32,0% và 57,0%.

Hình 17: Thu nhập khả dụng đầu người tại một số nước châu Á so với mức giá năm 2005



Nguồn: EIU

Hình 18: Thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam, Philippines và Thái Lan so với giá năm 2005



Nguồn: EIU

Những con số trên cho thấy rằng thu nhập khả dụng đầu người của Việt Nam đang ở giai đoạn phát triển như Philippines vào năm 2004 và Thái Lan vào năm 1990. Điều này cho thấy rằng thu nhập khả dụng tại Việt Nam sẽ có tiềm năng tăng trưởng cao trong những năm tiếp theo.

Ngoài ra, trong một báo cáo của Boston Consulting Group, tầng lớp trung lưu và giàu có của Việt Nam - được định nghĩa bởi thu nhập hàng tháng là 15 triệu đồng (714 đô la Mỹ trở lên) sẽ tăng gấp đôi từ năm 2012 lên 33 triệu người, chiếm khoảng một phần ba dân số vào năm 2020. Nghiên cứu cũng cho thấy rằng tốc độ tăng trưởng của tầng lớp trung lưu tại Việt Nam cao hơn các quốc gia khác ở khu vực Đông Nam Á. Bên cạnh đó, số hộ gia đình có thu nhập trên năm 25.000 đô la Mỹ của Việt Nam dự kiến sẽ tăng trưởng mạnh, với CAGR đạt 13,1% trong giai đoạn 2017 – 2021 và đạt mức khoảng 600.000 hộ gia đình năm 2021. Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu sẽ là động lực lớn cho việc tăng chi tiêu và mua sắm và qua đó tác động tích cực đến thị trường bán lẻ hiện đại.

- **Cở sở hạ tầng ngày càng được cải thiện**

Việt Nam đang đẩy mạnh đầu tư vào cơ sở hạ tầng giao thông để thu hút thêm nhiều nhà đầu tư nước ngoài. Theo Ngân hàng Phát triển Châu Á, đầu tư cơ sở hạ tầng của khu vực công và khu vực tư nhân của Việt Nam trong những năm gần đây đạt 5,7% GDP, cao nhất ở khu vực Đông Nam Á. Các nước trong khu vực như Indonesia và Philippines chi ít hơn 3% GDP cho việc đầu tư cơ sở hạ tầng, trong khi Malaysia và Thái Lan dưới 2%. Để hỗ trợ các dự án cơ sở hạ tầng trong giai đoạn 2015-2020, chính phủ Việt Nam đang đẩy mạnh chương trình hợp tác công tư (PPP) để thu hút vốn cho việc đầu tư cơ sở hạ tầng. Tại TP.HCM, tuyến Metro số 1 hiện đang được xây dựng và dự kiến hoàn thành vào năm 2020 và sẽ vận chuyển 160.000 hành khách mỗi ngày. Trong khi đó, Hà Nội đang tập trung vào việc gia tăng các lựa chọn hợp lý cho các tuyến xe buýt và các phương tiện giao thông công cộng khác trong thành phố để giảm ùn tắc giao thông. Tại Hà Nội, việc xây dựng mạng lưới đường sắt đô thị đầu tiên dài 12,5 km đã được bắt đầu vào năm 2011. Giai đoạn đầu tiên dự kiến sẽ đi vào hoạt động vào năm 2018 và sẽ vận chuyển 150.000 hành khách mỗi ngày và giai đoạn cuối cùng của dự án sẽ hoàn thành vào năm 2030 và sẽ vận chuyển 500.000 hành khách mỗi ngày. Cơ sở hạ tầng được cải thiện sẽ là một yếu tố quan trọng tác động tích cực đến sự phát triển của ngành bất động sản bán lẻ tại Việt Nam.

Hình 19: Các tuyến đường chính tại Hà Nội và TP.HCM

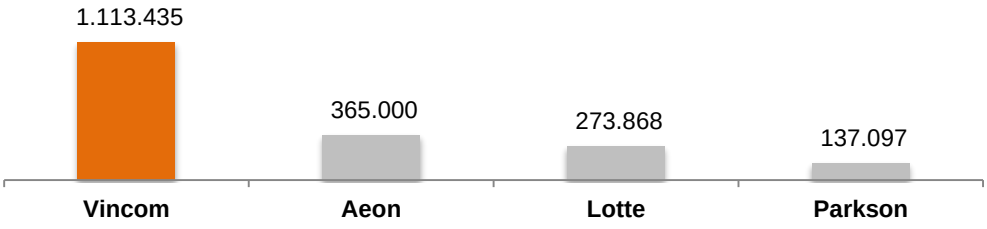
Nguồn: Vincom Retail, Colliers International

8.3 So sánh tình hình tài chính và hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong cùng ngành

- **Các Công ty vận hành TTTM chính tại Việt Nam**

Thị trường bất động sản bán lẻ tại Việt Nam đang diễn ra sự cạnh tranh khá gay gắt giữa các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Theo số liệu của Colliers International, Vincom Retail là nhà phát triển, sở hữu và vận hành các TTTM lớn nhất Việt Nam với tổng diện tích sàn bán lẻ xây dựng đạt trên 1,1 triệu m^2 tại thời điểm 30/6/2017.

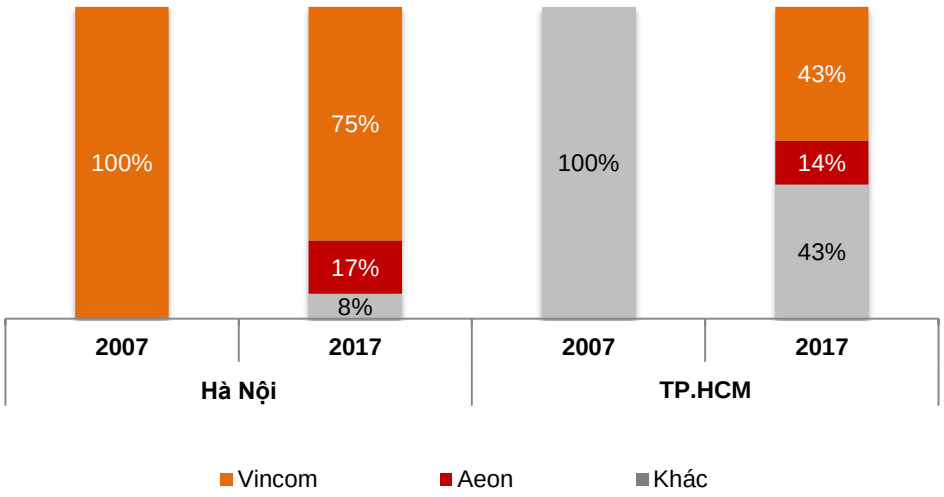
Hình 20: Tổng diện tích sàn của 4 Công ty chính trong ngành tại Việt Nam (m^2)



Nguồn: Vincom Retail, Colliers International

Vào năm 2004, TTTM Vincom Center Bà Triệu là TTTM đầu tiên và duy nhất có mặt tại Hà Nội và TP.HCM tại thời điểm đó. Với nguồn tài chính vững mạnh và chiến lược mở rộng táo bạo, Vincom Retail vẫn tiếp tục nắm giữ vị trí thống lĩnh trong lĩnh vực bất động sản bán lẻ tại Việt Nam với thị phần khoảng 60,0% tại Hà Nội và TP.HCM. Theo sau đó là Aeon hiện chiếm 14,0% thị phần và các Công ty khác chiếm 27,0%.

Hình 21: Thị phần của Vincom Retail so với các Công ty khác tại Hà Nội và TP.HCM năm 2007 và 2017



Nguồn: Colliers International

Tính đến thời điểm tháng 6 năm 2017, Vincom Retail đã có mặt tại 21 trong tổng số 63 tỉnh, thành của Việt Nam với 7 TTTM tại Hà Nội và 11 TTTM tại TP.HCM, chiếm 75% và 43% trong tổng nguồn cung tại hai thành phố lớn này.

Bảng 22: Các công ty vận hành TTTM chính tại Việt Nam

	Thành phố	TTTM	Diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m^2)	Khai trương
TTTM của Vincom Retail	TP.HCM	Vincom+ Nam Long	6.320	2017
	Hải Dương	Vincom+ Chí Linh	4.049	2017
	Trà Vinh	Vincom Plaza Trà Vinh	11.426	2017
	Vĩnh Long	Vincom Plaza Vĩnh Long	11.470	2017
	Yên Bái	Vincom Plaza Yên Bái	12.120	2017
	Kiên Giang	Vincom Plaza Rạch Giá	15.146	2017
	Tuyên Quang	Vincom Plaza Tuyên Quang	11.141	2017
	Hậu Giang	Vincom Plaza Vị Thanh	12.120	2017
	TP.HCM	Vincom Plaza Saigon Res	6.987	2017
	Đồng Nai	Vincom+ Long Thành	4.050	2016
	Dak Lak	Vincom Plaza Buôn Ma Thuột	13.195	2016
	Thái Bình	Vincom Plaza Lý Bôn	13.980	2016
	Bạc Liêu	Vincom Plaza Trần Phú	6.413	2016

	TP.HCM	Vincom Plaza Gò Vấp	23.014	2016
	TP.HCM	Vincom Plaza Lê Văn Việt	34.744	2016
	TP.HCM	Vincom+ Quận 2	5.520	2016
	Hà Nội	Vincom Center Phạm Ngọc Thạch	26.120	2016
	Hà Nội	Vincom Plaza Bắc Từ Liêm	21.259	2016
	Cần Thơ	Vincom Plaza Xuân Khánh	23.779	2016
	Cần Thơ	Vincom Plaza Hùng Vương	16.021	2015
	Khánh Hòa	Vincom Plaza Thái Nguyên	9.183	2015
	An Giang	Vincom Plaza Long Xuyên	15.163	2015
	Đồng Nai	Vincom Plaza Biên Hòa	25.785	2015
	Hải Phòng	Vincom Plaza Lê Thánh Tông	16.151	2015
	Phú Thọ	Vincom Plaza Việt Trì	21.719	2015
	Ninh Thuận	Vincom+ 16/4	10.526	2015
	TP.HCM	Vincom Mega Mall Thảo Điền	59.398	2015
	TP.HCM	Vincom Plaza Quang Trung	17.780	2015
	TP.HCM	Vincom Plaza Thủ Đức	28.887	2015
	TP.HCM	Vincom Plaza Cộng Hòa	22.970	2015
	TP.HCM	Vincom Plaza 3/2	22.589	2015
	Hà Nội	Vincom Center Nguyễn Chí Thanh	46.554	2015
	Đà Nẵng	Vincom Plaza Ngô Quyền	31.649	2015
	Khánh Hòa	Vincom+ Cam Ranh	7.583	2015
	Quảng Ninh	Vincom Plaza Hạ Long	31.613	2014
	Hà Nội	Vincom Mega Mall Royal City	205.841	2013
	Hà Nội	Vincom Mega Mall Times City	129.908	2013
	Hà Nội	Vincom Plaza Long Biên	38.060	2013
	TP.HCM	Vincom Center Đồng Khởi	50.713	2010
	Hà Nội	Vincom Center Bà Triệu	42.489	2004
Tổng cộng			**1.113.435**	
TTTM của Aeon	Bình Dương	Aeon Bình Dương Canary	75.000	2016
	TP.HCM	Aeon Binh Tân	100.000	2016
	Hà Nội	Aeon Long Biên	120.000	2015
	TP.HCM	Aeon Tân Phú Celadon	70.000	2014
Tổng cộng			**365.000**	

Trung tâm mua sắm của Lotte	TP.HCM	Lotte Mart Gò Vấp	27.410	2016
	Khánh Hòa	Lotte Mart Nha Trang	26.437	2016
	Cần Thơ	Lotte Mart Cần Thơ	15.700	2015
	TP.HCM	Lotte Mart Tân Bình	10.000	2014
	Hà Nội	Lotte Mart Đống Đa	20.000	2014
	Hà Nội	Lotte Mart Ba Đình	2.520	2014
	Vũng Tàu	Lotte Mart Vũng Tàu	23.501	2014
	Bình Dương	Lotte Mart Bình Dương	21.000	2013
	Bình Thuận	Lotte Mart Phan Thiết	35.000	2013
	Đồng Nai	Lotte Mart Biên Hòa	8.300	2012
	Đà Nẵng	Lotte Mart Đà Nẵng	24.000	2012
	TP.HCM	Lotte Mart Quận 11	26.000	2010
	TP.HCM	Lotte Mart Quận 7	34.000	2008
Tổng cộng			**273.868**	
Trung tâm mua sắm của Parkson	Đà Nẵng	Parkson Vĩnh Trung Plaza	10.000	2015
	TP.HCM	Parkson Cantavil	22.269	2013
	TP.HCM	Parkson Flemington	32.500	2010
	TP.HCM	Parkson C.T Plaza	15.294	2008
	TP.HCM	Parkson Hùng Vương Plaza	35.784	2007
	TP.HCM	Parkson Saigon Tourist Plaza	21.250	2002
Tổng cộng			**137.097**	

Nguồn: Vincom Retail, Colliers International

- **Các Công ty vận hành TTTM chính trong khu vực**

Bảng 23: Các Công ty vận hành TTTM chính trong khu vực

Nước	**Việt Nam**	**Philippines**	**Thái Lan**
Dự báo tăng trưởng GDP năm 2018	6,5 %	5,6 %	2,6 %
GDP bình quân đầu người năm 2006	780,6 đô la Mỹ	1.389,9 đô la Mỹ	3.370,2 đô la Mỹ
GDP bình quân đầu người năm 2016	2.129,9 đô la Mỹ	2.947,1 đô la Mỹ	5.912,9 đô la Mỹ

Tiêu thụ bình quân đầu người năm 2006	508,1 đô la Mỹ	1.037,3 đô la Mỹ	1.834,3 đô la Mỹ
Tiêu thụ bình quân đầu người năm 2016	1.459,9 đô la Mỹ	2.168,9 đô la Mỹ	2.994,7 đô la Mỹ
Diện tích sàn bán lẻ xây dựng tại thành phố lớn năm 2007 (m^2/ nghìn người)	TP.HCM: 8,5 Hà Nội: 39,9	678,1	836.2
Diện tích sàn bán lẻ xây dựng tại thành phố lớn năm 2016 (m^2/ nghìn người)	TP.HCM: 86,8 Hà Nội: 64,7	813.7	1.326,6
Công ty vận hành TTTM chính	VINCOM RETAIL Vincom Retail	SM PRIME SM Prime	CPN Central Pattana
Số lượng các TTTM năm 2016	31	67 (60 tại Philippines và 7 tại Trung Quốc)	30
Số lượng các TTTM được mở ra năm 2016	10	5	1
Diện tích sàn bán lẻ xây dựng (triệu m^2)	1,0	9,0 (7,7 tại Philippines, 1,3 tại Trung Quốc)	6,6
Thị phần tại các thành phố lớn (trong quá khứ)	2007: 23% (Hà Nội và TP.HCM)	2007: 28% (Manila)	2013: 15% (Bangkok)
Thị phần tại các thành phố lớn (gần đây nhất)	2017: 60% (Hà Nội và TP.HCM)	2016: 33% (Manila)	2016: 17% (Bangkok)
Tổng vốn hóa tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 (triệu đô la Mỹ)	Chưa niêm yết	16.505	7.104
Công ty mẹ	Vingroup - Tập đoàn kinh tế tư nhân lớn nhất trong lĩnh vực bán lẻ, bất động sản, du lịch nghỉ dưỡng, giáo dục, y tế và nông nghiệp tại Việt Nam.	SM Investments Corp - Tập đoàn kinh tế lớn nhất tại Philippines trong lĩnh vực bán lẻ, ngân hàng và phát triển bất động sản.	Central Group - Một trong những tập đoàn kinh tế lớn nhất trong lĩnh vực bán lẻ, bất động sản và dịch vụ nhà hàng - khách sạn tại Thái Lan.

Hợp tác với Công ty mẹ	Vingroup có hơn 1.000 cửa hàng bán lẻ tiêu dùng tại thời điểm 30/6/2017. Rất nhiều trong số này cũng là những khách hàng chính của Vincom Retail; Mạng lưới gần 130 các dự án trải dài trên khắp đất nước; Tiếp cận quỹ đất khoảng 77 triệu m^2 của Vingroup.	SM có hơn 1.900 cửa hàng bán lẻ, bao gồm siêu thị SM, cửa hàng Ace Hardware và cửa hàng bán lẻ SM; SMDC – một thành viên của SM Prime đã bán hơn 85,000 căn hộ tại Philippines và nước ngoài; Tiếp cận quỹ đất khoảng 68,7 triệu m^2 của SMIC.	Các khách hàng thuê lớn như TOPS, khu ẩm thực Central và trung tâm mua sắm Central.

Nguồn: EIU, Euromonitor, Công ty, Colliers International

Qua bảng trên có thể thấy rằng các công ty gia nhập thị trường đầu tiên và có quy mô lớn như Vincom Retail, SM Prime và Central Pattana sẽ là những công ty phát triển và vận hành TTTM thống lĩnh thị trường. Xét về mức độ tăng trưởng kinh tế, dân số, thu nhập của người dân cũng như hiện trạng của thị trường bất động sản bán lẻ, thị trường bất động sản bán lẻ Việt Nam hiện đang thể hiện những đặc điểm tương tự thị trường Philippines và Thái Lan 10 - 15 năm về trước. Thị trường bất động sản bán lẻ tại Philippines và Thái Lan đều đã có những bước tăng trưởng đáng kể trong vòng 10 - 15 năm qua với các TTTM trở nên rất phổ biến và trở thành một địa điểm không thể thiếu khi đi mua sắm của người dân. Điều nay cho thấy tiềm năng tăng trưởng của thị trường bất động sản bán lẻ tại Việt Nam vẫn còn rất lớn.

8.4 Đánh giá về sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung trên thế giới

Trong những năm gần đây, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam tăng khá tốt, ổn định và có dấu hiệu vẫn đang tiếp tục trên đà tăng trưởng ở những năm sắp tới, dù có dấu hiệu chậm lại. Một nền kinh tế phát triển lành mạnh là điều kiện quan trọng thúc đẩy sự phát triển của các ngành nghề kinh doanh, trong đó có ngành bán lẻ. Nắm bắt được rõ các mục tiêu phát triển kinh tế xã hội, ban lãnh đạo Vincom Retail định hướng sẽ tập trung mở rộng, triển khai phát triển thêm các dự án TTTM mới ở một số tỉnh thành hiện chưa có sự hiện diện của mạng lưới TTTM Vincom. Ban lãnh đạo của Vincom Retail nhận định rằng mục tiêu phát triển của Công ty phù hợp với chính sách và triển vọng phát triển của nền kinh tế Việt Nam nói chung và xu hướng của ngành bán lẻ nói riêng.

9 Chính sách đối với người lao động

9.1 Số lượng người lao động trong Công ty

Tổng số lao động của Công ty tính đến thời điểm 30/6/2017 là 398 người, bao gồm 370 nhân viên chính thức và 28 cộng tác viên.

Bảng 24: Cơ cấu trình độ lao động

TT	Trình độ chuyên môn	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1.	Đại học và trên đại học	293	79,2

2.	Cao đẳng, trung cấp, nghiệp vụ	62	16,8
3.	Công nhân lao động phổ thông	15	4,1
Tổng cộng		**370**	**100**

Nguồn: Vincom Retail

9.2 Chính sách đối với người lao động

9.2.1 Chế độ làm việc

Công ty tổ chức làm việc 8h/ngày, 44-48h/tuần tùy theo vị trí công việc. Nhân viên làm việc đủ 12 tháng sẽ được nghỉ phép 12 ngày/năm tùy theo điều kiện làm việc. Nếu chưa đủ 12 tháng thì số ngày nghỉ phép hàng năm được tính tương ứng với số tháng làm việc trong năm. Công ty sẽ tăng số ngày nghỉ phép dựa trên thời gian làm việc của nhân viên, cứ mỗi 5 năm làm việc sẽ được nghỉ thêm 1 ngày. Ngoài ra, hàng năm, tất cả nhân viên của Công ty đều được nghỉ lễ theo quy định của Nhà nước.

9.2.2 Chính sách tuyển dụng, đào tạo

Chính sách đào tạo và phát triển Nhân viên là một trong những công tác được ưu tiên hàng đầu của Công ty, với mục tiêu là sử dụng tối đa nguồn nhân sự hiện có và nâng cao tính hiệu quả của hoạt động đào tạo, đào tạo và phát triển đội ngũ CBNV có trình độ và năng lực phù hợp, đáp ứng được các yêu cầu các vị trí công việc hiện tại đồng thời nâng cao khả năng thích ứng của đội ngũ CBNV với yêu cầu công việc trong tương lai.

❖ **Công tác tuyển dụng**

Mục tiêu tuyển dụng của Công ty là thu hút người lao động, ưu tiên người lao động có kinh nghiệm, đáp ứng được yêu cầu công việc và có năng lực, tuyển dụng những cán bộ trẻ có năng lực và tay nghề cao bổ sung vào nguồn nhân lực của Công ty.

❖ **Công tác đào tạo**

Công ty tập trung vào 6 nhóm nội dung sau:

Văn hóa truyền lửa: Nhằm giúp CBNV hiểu rõ được về lịch sử, văn hóa và các quy định về diện mạo, thái độ, tác phong, giao tiếp để từ đó CBNV gắn kết với công ty, xây dựng văn hóa doanh nghiệp bền vững.

Đào tạo năng lực lãnh đạo*:* Nhận thức được tầm quan trọng của Cán bộ điều hành, Công ty đã tập trung đào tạo chuyên sâu về nghiệp vụ nhằm thực hiện tốt vai trò của người quản lý điều hành theo khung năng lực lãnh đạo chung của Tập đoàn.

Đào tạo năng lực chuyên môn*:* Công ty luôn chú trọng vào việc đào tạo chuyên sâu cho Nhân viên để nâng cao kiến thức và trình độ chuyên môn, hỗ trợ Nhân viên phát triển nghề nghiệp cá nhân cũng như tăng hiệu quả trong công việc đồng thời phục vụ cho mục tiêu phát triển bền vững của Công ty.

Đào tạo năng lực cốt lõi*:* Nhằm trang bị cho CBNV các kỹ năng mềm theo khung năng lực cốt lõi để phục vụ công việc.

Đào tạo Quy định quy chế*:* Các nội dung đào tạo phổ biến, cập nhật các quy định, quy chế đang có hiệu lực của công ty để trang bị cho các CBNV các thông tin cần thiết trong quá trình làm việc.

Đào tạo kỷ yếu: Thông qua các nội dung về bài học thành công, thất bại đã được đúc kết qua thực tiễn triển khai công việc từ đó CBNV có thể có thêm được nhiều kinh nghiệm khi xử lý tình huống phát sinh.

❖ **Hình thức đào tạo:**

Đối với các nhân viên mới: trước khi vào làm việc, các nhân viên sẽ được công ty đào tạo hội nhập (gồm các thông tin về công ty, quy chế tổ chức, hoạt động của Công ty, chế độ của người lao động, v.v.), sau đó sẽ nhân viên sẽ tiếp tục được đào tạo nghiệp vụ chuyên môn theo chuyên ngành tuyển dụng.

Đối với nhân viên chính thức: việc đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ được thực hiện một cách liên tục và có hệ thống. Theo đó, hằng năm Công ty sẽ tổ chức đào tạo nghiệp vụ để nâng cao trình độ cho cán bộ công nhân viên bằng cách tổ chức lớp huấn luyện tại Công ty hoặc đăng ký cho nhân viên tham dự các khoá huấn luyện ngắn hạn/dài hạn tại các tổ chức bên ngoài theo kế hoạch đào tạo của Công ty được lập từ đầu năm, bao gồm đi thực tế tham quan và nghiên cứu tại các thị trường có ngành vận hành TTTM phát triển. Sau mỗi năm có tổng hợp kết quả, đánh giá kết quả đào tạo thông qua hiệu quả công tác thực tế của cán bộ, công nhân viên tham gia đào tạo. Mục tiêu của Công ty là xây dựng và phát triển đội ngũ nhân sự thành thạo trong nghiệp vụ, chuẩn mực trong đạo đức và chuyên nghiệp trong phong cách làm việc. toàn bộ nhân viên của Công ty luôn được đào tạo thường xuyên để có đủ năng lực chuyên môn, thực hiện tốt công việc được giao

9.2.3. Chính sách lương, thưởng, phúc lợi

❖ **Chính sách tiền lương**

Công ty có chế độ lương phù hợp với đặc trưng vị trí và công việc cụ thể, cách phân loại này bảo đảm quyền lợi cho người lao động theo đúng các quy định của pháp luật.

Mức lương tối thiểu*:* Công ty áp dụng mức lương tối thiểu là 5.000.000 đồng/người/tháng (thực lĩnh), mức lương này sẽ được thay đổi theo sự thay đổi của Nhà nước và/hoặc tình hình phát triển kinh doanh, tình hình thực tế của Công ty trong năm.

Điều chỉnh, tăng lương*:* Định kỳ hàng năm vào quý I, Công ty sẽ đánh giá năng lực Cán bộ nhân viên dựa vào Bảng kế hoạch công việc cá nhân đã thiết lập đầu năm và/hoặc có điều chỉnh (nếu có) trong năm, từ đó sẽ đưa ra những quyết định điều chỉnh tăng lương phù hợp với thành tích của mỗi nhân viên. Cơ chế này giúp tạo động lực rất lớn cho cán bộ nhân viên, thúc đẩy sự cố gắng và luôn sáng tạo hết mình trong công việc của mỗi người.

❖ **Chính sách thưởng**

Thưởng tháng lương 13*:* Để ghi nhận sự đóng góp của mỗi CBNV trong năm, CBNV đáp ứng điều kiện theo quy định (bao gồm chỉ tiêu đào tạo. v.v.) sẽ được thưởng lương tháng 13 tính theo số tháng làm việc thực tế tại Công ty trong năm.

Thưởng cuối năm Âm lịch*:* Vào dịp cuối năm, Công ty sẽ bắt đầu tiến hành đánh giá kết quả làm việc của toàn bộ Nhân viên để làm căn cứ xét thưởng thành tích. Cơ cấu thưởng và mức thưởng theo chính sách hàng năm của Tập đoàn Vingroup.

Thưởng Sáng kiến*:* Để khuyến khích nhân viên luôn có sự sáng tạo và đầu tư trong công việc, Công ty luôn có những chính sách khen thưởng cho những Nhân viên có đóng góp sáng tạo, cải

tiến mang lại kết quả, hiệu quả công việc hoặc lợi ích giá trị cho Công ty hoặc khen thưởng đối với các hành động người tốt việc tốt, nâng cao chất lượng dịch vụ cho Công ty.

***Thưởng Chiến dịch/ Dự án**:* CBNV được phân công tham gia vào các hoạt động ngoài phạm vi công việc bình thường sẽ được xét thưởng theo chính sách thưởng của Chiến dịch/ Dự án: thưởng khai trương TTTM, thưởng đào tạo nội bộ.

***Thưởng khoán/KPI**:* Dựa trên việc hoàn thành KPI, công ty sẽ có các chế độ thưởng phạt cho từng cá nhân nhằm thúc đẩy CBNV đạt kết quả kinh doanh và các chỉ số đo lường hiệu quả công việc.

❖ **Chính sách phúc lợi**

Chính sách phúc lợi được xây dựng rất chi tiết và thường xuyên được Ban Lãnh đạo Công ty nghiên cứu, điều chỉnh, bổ sung nhằm tạo mức phúc lợi tốt nhất cho Nhân viên; qua đó góp phần tạo động lực, khích lệ Nhân viên đóng góp nhiều hơn cho sự phát triển của Công ty. Một số chính sách phúc lợi của Công ty như:

***Chính sách chăm sóc sức khỏe**:* Bên cạnh các loại bảo hiểm bắt buộc theo quy định của Nhà nước như BHXH, BHYT, BHTN, Công ty còn mua Bảo hiểm sức khỏe Bảo Việt bao gồm bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm tai nạn cho tất cả Nhân viên ký Hợp đồng lao động chính thức với Công ty. Mỗi năm 01 lần, Công ty sẽ tổ chức khám sức khỏe cho toàn thể Nhân viên Công ty. CBNV được hưởng ưu đãi khi sử dụng dịch vụ khám chữa bệnh tại Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec.

***Hoạt động xây dựng tinh thần làm việc tập thể, du lịch, nghỉ dưỡng**:* Công ty sẽ tổ chức các hoạt động phong trào cho Nhân viên, tạo điều kiện để tất cả Nhân viên dù ở đơn vị nào trong Công ty cũng có cơ hội rèn luyện thể chất, tinh thần để làm việc tốt hơn và là cơ hội để gặp gỡ, trao đổi và tạo mối quan hệ giữa các đơn vị Thành viên.

***Trợ cấp những dịp đặc biệt trong năm**:* Vào các dịp Quốc tế Phụ nữ, Ngày Giải phóng Miền Nam thống nhất đất nước 30/4, Quốc tế Lao động 1-5, Tết Trung thu, Quốc tế thiếu nhi, Quốc khánh 2/9, Sinh nhật Tập đoàn, CBNV sẽ được nhận tiền thưởng.

9.2.4 Hoạt động đoàn thể

Công ty đặc biệt quan tâm đến hoạt động đoàn thể, chú trọng đến quyền lợi và đời sống tinh thần của toàn thể cán bộ nhân viên. Công ty hướng tới mục tiêu tạo môi trường giao tiếp, gắn kết, khuyến khích động viên cán bộ nhân viên phát huy năng lực, tăng cường sức mạnh đoàn kết tập thể, xây dựng và phát huy văn hóa Công ty qua các hoạt động thể dục thể thao; các hoạt động biểu diễn, văn nghệ; các hoạt động thiện nguyện và nhiều hoạt động đoàn thể nội bộ khác. Ngoài ra, Công ty thường xuyên khuyến khích cán bộ nhân viên tham gia vào các phong trào chung của Tập đoàn Vingroup.

10 Chính sách cổ tức

Công ty chi trả cổ tức cho các cổ đông theo kết quả hoạt động kinh doanh, sau khi đã hoàn thành các nghĩa vụ nộp thuế, các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của Pháp luật. Trong khi thanh toán số cổ tức đã định, Công ty vẫn đảm bảo thanh toán đầy đủ các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác đến hạn phải trả.

Tỷ lệ chi trả cổ tức phổ thông trong các năm gần đây:

Bảng 25: Tỷ lệ chi trả cổ tức 2015-2017

Năm	2015	2016	2017E
Tỷ lệ chi trả cổ tức	0%	0%	Tạm ứng 521.543.913.848 đồng
Hình thức chi trả	n/a	n/a	Tiền mặt
Tình hình chi trả thực tế	n/a	n/a	Tháng 8/2017

Nguồn: Vincom Retail

(i) NQ ĐHCĐ số 08/2017/NQ-ĐHĐCĐ-VINCOM RETAIL JSC ngày 15/6/2017 của Công ty đã thông qua việc tạm ứng cổ tức năm 2017 cho các cổ đông phổ thông với tổng số tiền là 521.543.913.848 đồng. Việc tạm ứng cổ tức này đã được hoàn tất trong tháng 8/2017.

11 Tình hình hoạt động tài chính

11.1 Các chỉ tiêu cơ bản trong năm vừa qua

11.1.1 Trích khấu hao Tài sản cố định

Khấu hao Tài sản cố định hữu hình và Tài sản cố định vô hình được trích theo phương pháp đường thẳng trong suốt thời gian hữu dụng ước tính của các tài sản như sau:

Nhà cửa và vật kiến trúc..... 5 - 45 năm

Máy móc và thiết bị ..... 2 - 10 năm

Phương tiện vận tải ..... 4 - 9 năm

Thiết bị văn phòng ..... 3 - 5 năm

Phần mềm máy tính ..... 3 - 8 năm

Tài sản cố định hữu hình khác ..... 3 - 15 năm

Quyền sử dụng đất có thời hạn được ghi nhận là bất động sản đầu tư được trích khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong suốt thời hạn được cấp phép từ 30 năm đến 48 năm.

Công ty và các công ty con không trích hao mòn đối với quyền sử dụng đất lâu dài được ghi nhận là bất động sản đầu tư.

Bất động sản đầu tư không còn được trình bày trong bảng cân đối kế toán hợp nhất sau khi đã bán hoặc sau khi bất động sản đầu tư đã không còn được sử dụng và xét thấy không thu được lợi ích kinh tế trong tương lai từ việc thanh lý bất động sản đầu tư đó. Chênh lệch giữa tiền thu thuần từ việc bán tài sản với giá trị còn lại của bất động sản đầu tư được ghi nhận vào kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm thanh lý.

11.1.2 Thanh toán các khoản nợ đến hạn

Các khoản nợ vay của Công ty đều được thanh toán đầy đủ và đúng hạn trong những năm qua. Các nghĩa vụ nợ khác như: phải trả người bán, phải trả công nhân viên, phải trả phải nộp khác được Công ty thanh toán đúng hạn và đầy đủ.

11.1.3 Các khoản phải nộp theo luật định

Công ty luôn thanh toán đầy đủ và đúng hạn các khoản Thuế GTGT, Thuế TNDN và các khoản Thuế khác theo các quy định của Nhà nước.

Bảng 26: Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước

Đơn vị tính: Triệu đồng

Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
Thuế TNDN	101.142	26.316	76.720
Thuế GTGT	194.290	8.906	11.939
Tiền sử dụng đất	170.610	32.975	28.760
Thuế TNCN	1.379	1.701	3.211
Thuế khác	-	-	3
TỔNG CỘNG	**467.421**	**69.898**	**120.634**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

11.1.4 Trích lập các Quỹ theo luật định

Công ty trích lập và sử dụng các Quỹ theo quy định áp dụng cho các doanh nghiệp là CTCP, theo Điều lệ Tổ chức và hoạt động của Công ty. Mức trích lập cụ thể theo từng năm sẽ do ĐHĐCĐ quyết định dựa trên đề xuất của HĐQT.

Bảng 27: Trích lập Quỹ của Công ty

Đơn vị tính: Triệu đồng

	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
Quỹ Khen thưởng, Phúc lợi	2.896	2.896	2.896
Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu (*)	28.460	(58.420)	(58.420)

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

(*) Căn cứ vào thuyết minh Báo cáo tài chính của Công ty, quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu trên BCTC hợp nhất dùng để phản ảnh chênh lệch giữa giá phí hợp nhất và tài sản thuần của bên bị hợp nhất khi thực hiện các giao dịch hợp nhất kinh doanh giữa các doanh nghiệp hoặc các hoạt động kinh doanh cùng dưới một sự kiểm soát chung.

11.1.5 Tổng dư nợ vay

Bảng 28: Tổng dư nợ vay của Công ty

Đơn vị tính: Triệu đồng

	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
I. Vay và nợ ngắn hạn	**326.765**	**6.471**	**2.799.188**
1. Vay dài hạn ngân hàng đến hạn trả (c)	24.488	6.471	3.971
2. Vay ngắn hạn ngân hàng	113.577	-	-

	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
3. Vay ngắn hạn từ các bên liên quan	188.700	-	-
4. Trái phiếu doanh nghiệp (a)	-	-	2.795.217
II. Vay và nợ dài hạn	**13.913.222**	**5.954.349**	**3.487.559**
1. Trái phiếu doanh nghiệp (b)	2.788.042	2.792.825	2.988.430
2. Vay dài hạn ngân hàng (c)	167.638	42.554	43.729
3. Vay chuyển đổi từ các cổ đông (d)	449.000	455.800	455.400
4. Vay các bên liên quan	10.508.542	2.663.170	-
Tổng dư nợ vay (I+II)	**14.239.987**	**5.960.820**	**6.286.747**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

(a), (b) Chi tiết các khoản "Trái phiếu doanh nghiệp"

Bảng 29: Chi tiết khoản Trái phiếu doanh nghiệp tại ngày 30/6/2017

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Đối tượng	Số dư vào ngày 30/6/2017	Thời hạn đáo hạn	Lãi suất	Tài sản đảm bảo
1.	Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam	2.795.217	Tháng 6/2018	Kỳ tính lãi đầu tiên là 9%/năm, lãi suất áp dụng cho các kỳ tính lãi tiếp theo được xác định bằng lãi suất huy động tiết kiệm trung bình kỳ hạn 12 tháng trả sau bằng VND được niêm yết của 4 ngân hàng tham chiếu, bao gồm Agribank, Vietinbank, BIDV và Vietcombank vào mỗi ngày xác định lãi suất (+) biên độ 3%.	Tài sản gắn liền với đất là Trung tâm thương mại Vincom Long Biên và một phần Trung tâm thương mại (bao gồm một phần tầng hầm) tại tháp A, tháp B, tháp C của Dự án Vincom Bà Triệu hiện đang sở hữu bởi Công ty TNHH Vincom Retail Miền Bắc
		2.988.430	Tháng 3/2022	Kỳ tính lãi đầu tiên là 8,1%/năm, lãi suất áp dụng cho các kỳ tính lãi tiếp theo được xác định bằng lãi suất huy động tiền gửi tiết	Tài sản gắn liền với đất là TTTM Vincom Center Phạm Ngọc Thạch, TTTM Vincom Plaza Hạ Long hiện đang sở

STT	Đối tượng	Số dư vào ngày 30/6/2017	Thời hạn đáo hạn	Lãi suất	Tài sản đảm bảo
				kiệm bằng đồng VND kỳ hạn 12 tháng trả lãi sau của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – CN TP Hà Nội vào mỗi ngày xác định lãi suất (+) biên độ 3%.	hữu bởi Công ty TNHH Vincom Retail Miền Bắc; và tài sản gắn liền với đất là TTTTM Vincom Plaza Thủ Đức, TTTM Vincom Plaza Ngô Quyền – Đà Nẵng và quyền sử dụng đất và tài sản gắn liền với đất là TTTM của Dự án Vincom Mega Mall Thảo Điền, hiện đang sở hữu bởi Công ty Vincom Retail Miền Nam.

Nguồn: BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

(c) Chi tiết các khoản "*Vay dài hạn ngân hàng và vay dài hạn đến hạn trả*"

Bảng 30: Chi tiết Vay dài hạn ngân hàng và vay dài hạn đến hạn trả vào ngày 30/6/2017

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Đối tượng	Số dư vào ngày 30/6/2017	Thời hạn đáo hạn	Lãi suất	Tài sản đảm bảo
1.	Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam	47.700	Tháng 7/2025	Lãi suất cố định 7% trong năm đầu tiên, các năm tiếp theo áp dụng lãi suất bằng lãi suất tiền gửi tiết kiệm VND kỳ hạn 12 tháng trả lãi sau của ngân hàng VCB Bình Tây công bố (+) biên độ 3%/năm	Quyền sở hữu công trình xây dựng trên đất là Trung tâm mua sắm Vincom+ Quận 2 gồm các tầng 1, 2 và 3 thuộc dự án Chung cư cao cấp Homyland 2 tại Lô 29, số 307 Nguyễn Duy Trinh, Phường Bình Trưng Tây, Quận 2, TP Hồ Chí Minh và trang thiết bị phục vụ hoạt
	Trong đó: vay dài hạn đến hạn trả	*(3.971)*			

STT	Đối tượng	Số dư vào ngày 30/6/2017	Thời hạn đáo hạn	Lãi suất	Tài sản đảm bảo
					động kinh doanh siêu thị thuộc dự án đầu tư Trung tâm mua sắm Vincom+ Quận 2 do Công ty Vincom Retail Miền Nam, một công ty con sở hữu
	Tổng cộng	**43.729**			

Nguồn: BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

(d) Chi tiết các khoản "Vay chuyển đổi từ các cổ đông"

Bảng 31: Chi tiết Vay chuyển đổi từ các cổ đông tại ngày 30/6/2017

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Đối tượng	Quan hệ	Số dư vào ngày 30/6/2017	Lãi suất đi vay	Thời gian đáo hạn
1.	Warburg Pincus	Cổ đông	341.550	8,75%/năm	T1/ 2019
2.	Credit Suisse	Cổ đông	56.925	8,75%/năm	T10/ 2019
Tổng			**455.400**		

Nguồn: BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

Đây là khoản vay chuyển đổi từ Warburg Pincus và Credit Suisse với số tiền lần lượt là 15 triệu đô la Mỹ và 5 triệu đô la Mỹ, trong đó 17,5 triệu đô la Mỹ được nhận trong năm 2013 và 2,5 triệu đô la Mỹ được nhận trong năm 2014. Các khoản vay này chịu lãi suất 8,75%/năm, không có tài sản đảm bảo và có thể được chuyển đổi một phần hoặc toàn bộ thành cổ phần ưu đãi của Công ty sau 3 tháng từ thời điểm sớm hơn giữa (1) ngày hoàn tất cuối cùng của giao dịch phát hành cổ phần ưu đãi bởi Công ty cho Credit Suisse và Warburg Pincus; và (2) ngày 31 tháng 3 năm 2014.

Thuyết minh về khoản góp vốn của Warburg Pincus và Credit Suisse:

Tại 30/6/2017, khoản góp vốn trị giá 5.925 tỷ đồng (tương đương 279 triệu đô la Mỹ) từ Warburg Pincus và Credit Suisse vào Vincom Retail theo các thỏa thuận ký giữa Tập đoàn Vingroup – Công ty CP, Vincom Retail và một số công ty con khác của Tập đoàn Vingroup - Công ty CP với Warburg Pincus và Credit Suisse vào các ngày 28/5/2013 và ngày 12/7/2013 cùng với các sửa đổi sau đó. Theo đó, tính đến thời điểm 30/6/2017, Công ty đã phát hành 592.532.555 cổ phần ưu đãi và 4.192 cổ phần phổ thông cho Warburg Pincus và Credit Suisse. Cổ phần ưu đãi được phát

hành là cổ phần ưu đãi cổ tức, có quyền hoán đổi sang cổ phần phổ thông của Công ty và hưởng một số quyền ưu đãi khác.

Thuyết minh về các sự kiện sau thời điểm 30/6/2017:

Theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 02/2017NQ-ĐHĐCĐ-VCR JSC ngày 18/8/2017 và Thông báo chuyển đổi của các bên cho vay ngày 24/8/2017, các bên cho vay đã hoàn tất chuyển đổi toàn bộ khoản vay chuyển đổi 20.000.000 đô la Mỹ thành 41.920.000 cổ phiếu ưu đãi theo giá phát hành là 10.000 đồng/CP vào ngày 12/9/2017.

Theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 12/2017/NQ-ĐHĐCĐ-VCR JSC ngày 9/9/2017, Công ty đã sử dụng nguồn thặng dư vốn cổ phần để mua lại 250.013.762 cổ phiếu ưu đãi với giá mua là 1 đồng/cổ phần vào ngày 14/9/2017. Quyền được mua lại cổ phần ưu đãi giá 1 đồng/cổ phần được quy định tại Phụ lục 1, Phần B, mục 5.1. của Thỏa thuận giữa các cổ đông ngày 12 tháng 07 năm 2013, được sửa đổi, bổ sung nhắc lại từng thời điểm giữa WP, Credit Suisse AG, Công ty cổ phần Vincom Retail, Tập đoàn Vingroup - Công ty CP và một số công ty con khác của Tập đoàn Vingroup – Công ty CP như sau: *"mỗi Cổ phần ưu đãi được mua lại với giá 1 VNĐ (hoặc, với sự cho phép của Cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi, với một giá trị thấp hơn) tại bất kỳ thời điểm nào Cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi gửi thông báo, theo ý kiến riêng của mình, nhưng phù hợp với sự điều chỉnh của các Tài liệu khác của Thương vụ".*

Tiếp đó, theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 14/2017/NQ-ĐHĐCĐ-VCR JSC ngày 14/9/2017, Công ty đã hoàn tất việc hủy số cổ phiếu quỹ là cổ phiếu ưu đãi được mua lại vào ngày 15/9/2017, làm giảm vốn điều lệ của Công ty là 2.500.137.620.000 đồng, tương ứng với tổng giá trị mệnh giá cổ phần được Công ty mua lại.

Theo Nghị quyết ĐHĐCĐ số 15/2017/NQ-ĐHĐCĐ-VCR JSC ngày 18/9/2017 và thông báo chuyển đổi của các cổ đông nắm giữ cổ phần ưu đãi ngày 18/9/2017, các cổ đông nắm giữ cổ phần ưu đãi đã hoàn tất chuyển đổi toàn bộ số cổ phần ưu đãi sang cổ phần phổ thông của Công ty vào ngày 20/9/2017. Theo đó, toàn bộ số cổ phần ưu đãi được chuyển đổi theo tỷ lệ 1:1 thành 384.438.793 cổ phần phổ thông và số dư cổ phần ưu đãi tính đến ngày 20/9/2017 bằng không.

11.1.6 Tình hình công nợ hiện nay

a. Tổng số nợ phải thu

Bảng 32: Chi tiết các khoản phải thu của Công ty

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Các chỉ tiêu	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
I.	**Các khoản phải thu ngắn hạn**	**1.937.742**	**3.339.978**	**5.803.268**
1.	Phải thu ngắn hạn khách hàng	606.107	829.119	4.096.027
2.	Trả trước người bán ngắn hạn	523.475	112.430	358.127
3.	Phải thu ngắn hạn khác	840.290	2.460.532	1.414.821
4.	Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	(32.130)	(62.103)	(65.707)
II.	**Khoản phải thu dài hạn**	**2.618.818**	**2.621.206**	**2.621.180**

STT	Các chỉ tiêu	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
1.	Phải thu về cho vay dài hạn	2.613.600	2.613.600	2.613.600
2.	Phải thu dài hạn khác	5.218	7.606	7.580
	Tổng cộng	**4.556.560**	**5.961.184**	**8.424.448**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

b. Tổng số nợ phải trả

Bảng 33: Chi tiết các khoản phải trả của Công ty

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Các chỉ tiêu	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
I.	**NỢ NGẮN HẠN**	**6.266.932**	**2.732.786**	**7.401.475**
1.	Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	326.765	6.471	2.799.188
2.	Phải trả cho người bán ngắn hạn	1.596.085	453.462	528.511
3.	Người mua trả tiền trước ngắn hạn	1.326.721	1.001.727	1.233.180
4.	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	467.421	69.898	120.634
5.	Phải trả người lao động	576	7.160	316
6.	Chi phí phải trả ngắn hạn	1.205.181	402.781	633.664
7.	Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	36.465	36.730	26.919
8.	Phải trả phải nộp khác	1.304.822	751.662	2.056.169
9.	Quỹ khen thưởng phúc lợi	2.896	2.896	2.896
II	**NỢ DÀI HẠN**	**14.810.433**	**6.883.978**	**4.216.987**
1.	Doanh thu chưa thực hiện dài hạn	78.699	92.194	66.037
2.	Phải trả dài hạn khác	449.722	551.325	598.239
3.	Vay và nợ dài hạn	13.913.222	5.954.349	3.487.559
4.	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	361.550	283.420	63.462
5.	Dự phòng phải trả dài hạn	7.240	1.690	1.690
	NỢ PHẢI TRẢ (I+II)	**21.077.365**	**9.616.764**	**11.618.463**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

11.2 Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu

Bảng 34: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Vincom Retail theo BCTC riêng

STT	Các chỉ tiêu	ĐVT	31/12/2015	31/12/2016	30/06/2017
1.	**Chỉ tiêu về khả năng thanh toán**				
	Hệ số thanh toán ngắn hạn *(TSLĐ/Nợ ngắn hạn)*	Lần	1,5	16,4	3,2
	Hệ số thanh toán nhanh *(TSLĐ-Hàng tồn kho/Nợ ngắn hạn)*	Lần	1,2	15,9	3,2
2.	**Chỉ tiêu về cơ cấu vốn**				
	Hệ số Nợ/Tổng tài sản	Lần	0,5	0,2	0,3
	Hệ số Nợ/VCSH	Lần	1,2	0,2	0,4
3.	**Chỉ tiêu về năng lực hoạt động**				
	Vòng quay Hàng tồn kho *(Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân)*	Vòng	3,8	2,2	1,2
	Vòng quay Tổng tài sản *(Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân)*	Vòng	0,1	0,1	0.0
4.	**Chỉ tiêu về khả năng sinh lời**				
	Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	10,5	36,2	282,4
	Hệ số Lợi nhuận sau thuế/VCSH bình quân (ROE)	%	2,5	4,7	6,5
	Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân (ROA)	%	1,3	2,9	5,0
	Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	%	13,2	43,6	299,6

Nguồn: BCTC kiểm toán riêng năm 2015, 2016 và BCTC riêng soát xét 6 tháng đầu năm 2017

Bảng 35: Các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Công ty theo BCTC hợp nhất

STT	Các chỉ tiêu	ĐVT	31/12/2015	31/12/2016	30/06/2017
1.	**Chỉ tiêu về khả năng thanh toán**				
	Hệ số thanh toán ngắn hạn	Lần	0,9	2,7	1,7

STT	Các chỉ tiêu	ĐVT	31/12/2015	31/12/2016	30/06/2017
	(TSLĐ/Nợ ngắn hạn)				
	Hệ số thanh toán nhanh *(TSLĐ-Hàng tồn kho/Nợ ngắn hạn)*	Lần	0,7	2,5	1,5
2.	**Chỉ tiêu về cơ cấu vốn**				
	Hệ số Nợ/Tổng tài sản	Lần	0,6	0,3	0,3
	Hệ số Nợ/VCSH	Lần	1,4	0,4	0,5
3.	**Chỉ tiêu về năng lực hoạt động**				
	Vòng quay Hàng tồn kho *(Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân)*	Vòng	2,2	3,5	1,4
	Vòng quay Tổng tài sản *(Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân)*	Vòng	0,2	0,2	0,1
4.	**Chỉ tiêu về khả năng sinh lời**				
	Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	18,3	38,2	40,2
	Hệ số Lợi nhuận sau thuế/VCSH bình quân (ROE)	%	8,1	12,3	4,4
	Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản bình quân (ROA)	%	3,3	6,9	3,1
	Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	%	21,7	42,8	38,7

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

- **Khả năng thanh toán**

Hệ số thanh toán ngắn hạn phản ánh khả năng thanh toán các khoản nợ đến hạn của Công ty. Chỉ tiêu này có sự cải thiện rõ rệt khi tăng từ 0,9 lần (năm 2015) lên 2,7 lần (năm 2016), nguyên nhân là do Công ty giảm Nợ phải trả ngắn hạn từ 6.267 tỷ đồng (tại 31/12/2015) còn 2.733 tỷ đồng (tại 31/12/2016), chủ yếu là do sự sụt giảm của khoản phải trả người bán, chi phí phải trả ngắn hạn và phải trả ngắn hạn khác.

Hệ số thanh toán nhanh phản ánh khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn sau khi đã trừ đi hàng tồn kho. Hệ số thanh toán nhanh của Vincom Retail tăng từ 0,7 lần (năm 2015) lên 2,5 lần (năm 2016), chủ yếu là do hàng tồn kho của Công ty là các dự án bất động sản xung

quanh các TTTM giảm từ 1.483 tỷ đồng (tại 31/12/2015) xuống còn 683 tỷ đồng (tại 31/12/2016) do Công ty đã hoàn thành và bàn giao cho khách hàng trong năm 2016.

6 tháng đầu năm 2017, hệ số thanh toán ngắn hạn và hệ số thanh toán nhanh đạt lần lượt là 1,7 lần và 1,5 lần do tài sản ngắn hạn của Công ty tại 30/6/2017 tăng 66,9% so với tại 31/12/2016, chủ yếu do Công ty thu hồi gốc và lãi một khoản tiền đặt cọc cho dự án bất động sản (dòng tiền từ hoạt động đầu tư) và dòng tiền từ hoạt động kinh doanh cũng gia tăng từ hoạt động cho thuê TTTM, trong khi nợ vay ngắn hạn tăng hơn 170,8% do một khoản vay trái phiếu dài hạn trị giá 2.795 tỷ đồng được phân loại từ nợ vay dài hạn sang nợ vay ngắn hạn do đến hạn phải trả.

- **Cơ cấu vốn**

Hệ số Nợ/Tổng tài sản và Hệ số Nợ/VCSH của Công ty lần lượt đạt 0,3 lần và 0,4 lần tại 31/12/2016. Trong năm 2016, Công ty đã có các đợt phát hành thêm cổ phần để tăng vốn điều lệ từ 14.172 tỷ đồng lên 21.092 tỷ đồng, đồng thời trả bớt các khoản nợ vay ngắn hạn và dài hạn.

6 tháng đầu năm 2017, chỉ tiêu cơ cấu vốn của Công ty vẫn duy trì ở mức ổn định, không có nhiều thay đổi so với tại thời điểm cuối năm 2016.

- **Năng lực hoạt động**:

Các chỉ tiêu về năng lực hoạt động cho thấy hoạt động kinh doanh của Công ty vẫn đang được duy trì ổn định. Trong khi hệ số vòng quay tổng tài sản của Công ty giữ mức ổn định, đạt 0,2 lần tại 31/12/2015 và 31/12/2016 thì hệ số vòng quay Hàng tồn kho được cải thiện rõ rệt, tăng từ 2,2 lần (năm 2015) lên 3,5 lần (năm 2016), do Công ty đã hoàn thành bàn giao một số dự án nhà phố thương mại và căn hộ chung cư xung quanh các TTTM cho khách hàng trong năm 2016.

6 tháng đầu năm 2017, vòng quay hàng tồn kho giảm còn 1,4 lần, nguyên nhân là do số dư hàng tồn kho tăng từ 683 tỷ đồng (tại 31/12/2016) lên 1.061 tỷ đồng (tại 30/6/2017) do tăng giá trị của các bất động sản để bán đang xây dựng dở dang là các nhà phố thương mại và căn hộ chung cư xung quanh các TTTM.

- **Khả năng sinh lời:** Trong năm 2016, mặc dù vốn chủ sở hữu của Vincom Retail đạt 21.092 tỷ đồng, tăng 65,8% so với năm 2015 nhưng các tỷ suất sinh lời của Công ty đều cải thiện so với năm 2015. Năm 2016, doanh thu từ hoạt động cho thuê các TTTM đạt 3.805 tỷ đồng, tăng trưởng 56,8% so với năm 2015 do sự mở rộng hệ thống các TTTM và lợi nhuận sau thuế của Vincom Retail đạt 2.440 tỷ đồng, tăng 123,8% so với năm 2015. Với kết quả kinh doanh tăng trưởng tốt, tỷ suất Lợi nhuận sau thuế trên Vốn chủ sở hữu bình quân (ROE) và tỷ suất Lợi nhuận sau thuế trên Tổng tài sản bình quân (ROA) của Vincom Retail năm 2016 lần lượt đạt 12,3% và 6,9% so với mức 8,1% và 3,3% của năm 2015.

6 tháng đầu năm 2017, các chỉ tiêu khả năng sinh lời của Công ty có sự giảm nhẹ so với cùng kỳ năm 2016. Công ty đạt doanh thu là 2.734 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2017, giảm 26,3% so cùng kỳ năm trước; lợi nhuận sau thuế của Công ty đạt 1.100 tỷ đồng, giảm 48,6% so với cùng kỳ năm 2016, chủ yếu là do sự sụt giảm từ hoạt động bán bất động sản do việc bàn giao dự án và tiến độ ghi nhận doanh thu của các dự án bất động sản Công ty đang triển

khai. Mặc dù doanh thu từ hoạt động bán bất động sản giảm, doanh thu từ hoạt động cho thuê các TTTM tiếp tục tăng 17,8%, đạt 2.213 tỷ đồng so với 1.803 tỷ đồng của cùng kỳ năm 2016.

12 Hội đồng Quản trị; Ban Giám đốc; Ban Kiểm soát; Giám đốc Tài chính

Bảng 36: Danh sách Hội đồng Quản trị, Ban Tổng Giám đốc, Ban Kiểm soát và Kế toán trưởng

STT	Họ và Tên	Chức vụ	Năm sinh	CMND/Hộ chiếu
I.	**Hội đồng Quản trị**			
1.	Bà Dương Thị Mai Hoa	Chủ tịch HĐQT	1969	011543682
2.	Bà Trần Mai Hoa	Thành viên HĐQT	1974	012082142
3.	Bà Nguyễn Thị Dịu	Thành viên HĐQT	1973	031173002693
4.	Bà Mai Thu Thủy	Thành viên HĐQT	1975	011706103
5.	Bà Lê Mai Lan	Thành viên HĐQT	1969	001169003771
6.	Ông Timothy J. Daly	Thành viên độc lập HĐQT	1960	452112845
7.	Ông Brett Klause	Thành viên độc lập HĐQT	1968	505805327
II.	**Ban Tổng Giám đốc**			
1.	Bà Trần Mai Hoa	TGĐ	1974	012082142
2.	Bà Nguyễn Thu Hà	Phó TGĐ	1983	001183000997
3.	Bà Phạm Ngọc Thoa	Giám đốc tài chính	1970	001170010367
III.	**Ban Kiểm soát**			
1.	Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang	Trưởng BKS	1983	012359903
2.	Bà Nguyễn Thu Phương	Thành viên BKS	1988	031477718
3.	Bà Trần Thanh Tâm	Thành viên BKS	1980	011869529
IV.	**Kế toán trưởng**			
1.	Ông Bùi Tiến Lực	KTT	1989	125370786

12.1 Hội đồng Quản trị

12.1.1 Bà Dương Thị Mai Hoa - Chủ tịch Hội đồng Quản trị

- Họ và tên: Dương Thị Mai Hoa
- Giới tính: Nữ

▪ Năm sinh:	1969
▪ Nơi sinh:	Hà Nội
▪ Số CMND:	011543682
▪ Quốc tịch:	Việt Nam
▪ Dân tộc:	Kinh
▪ Địa chỉ thường trú:	Số nhà 50 Ngõ Thọ Xương, phố Phủ Doãn, Phường Hàng Trống, Quận Hoàn kiếm, TP Hà nội
▪ Trình độ chuyên môn:	Cao học: Thạc sỹ Quản trị kinh doan do ĐH Kinh tế Quốc dân liên kết với Đại học Tổng hợp Tự do Bruxelles (Vương quốc Bỉ) tốt nghiệp năm 2001 Đại học: Đại học Bách Khoa – Cử nhân Khoa Kinh tế năng lượng – Hóa học, tốt nghiệp năm 1992 Chứng chỉ Kế toán trưởng, ACCA, CPA
▪ Quá trình công tác:	
- Từ năm 1993 đến năm 1996:	Lần lượt trải qua nhiều vị trí như kế toán viên, Trưởng nhóm kế toán tổng hợp, trưởng nhóm kế toán nguồn vốn và Trưởng phòng kế toán công ty VMEP thuộc Tập đoàn Chinfon tại Việt Nam
- Từ năm 1996 đến năm 1998:	Kế toán trưởng Ngân hàng Credit Lyonnais Việt Nam
- Từ năm 1998 đến năm 2007:	Giám đốc Tài chính Công ty Oracle Việt nam Pte.Ltd thuộc Tập đoàn Đa quốc gia Oracle
- Từ năm 2007 đến năm 2009:	Giám đốc Tài chính Ngân hàng TMCP Quốc tế Việt Nam (VIB)
- Từ năm 2009 đến năm 2011:	Phó Tổng giám đốc kiêm Giám đốc khối Bán lẻ, ngân hàng TMCP Quốc Tế Việt Nam (VIB)
- Từ năm 2011 đến năm 2012:	Tổng giám đốc Ngân hàng TMCP Quốc Tế Việt Nam (VIB)
- Năm 2013:	Tổng giám đốc Ngân hàng Doanh nghiệp thuộc Ngân hàng TMCP Hàng hải Việt Nam (MSB)
- Từ tháng 12/2013 đến nay:	Tổng giám đốc Tập đoàn kiêm Giám đốc Tài chính Tập đoàn tại Tập đoàn Vingroup – Công ty CP

- Công tác hiện nay tại Vincom Retail: Chủ tịch HĐQT
- Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Tổng Giám đốc Tập đoàn Vingroup – Cty CP
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân: Không có
- Số cổ phần của những Người có liên quan:

STT	Tên cá nhân/ Tổ chức	Số CMND/ Hộ chiếu/ Số ĐKKD/	Mối quan hệ/	Số lượng cổ phần nắm giữ	Tỷ lệ trên vốn điều lệ
1.	Tập đoàn Vingroup – Công ty CP	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0101245486 do Phòng Đăng ký kinh doanh – Sở Kế hoạch và Đầu tư TP Hà Nội cấp lần đầu ngày 3/5/2002	Cổ đông lớn là người có liên quan với Người nội bộ Công ty	349.155.185	18,4%

- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có

12.1.2 Bà Trần Mai Hoa - Thành viên Hội đồng Quản trị kiêm Tổng Giám đốc

- Họ và tên: Trần Mai Hoa
- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 1974
- Nơi sinh: Yên Bái
- Số CMND/ Hộ chiếu: 012082142
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Địa chỉ thường trú: Tổ 6, Phường Định Công, Quận Hoàng Mai, TP. Hà Nội
- Trình độ chuyên môn: Đại học KTQD, 1999

	Đại học Ngoại ngữ Hà Nội, 1999
▪ Quá trình công tác:	
- Từ năm 1994 đến năm 2001:	Kế toán tổng hợp – Hội cựu chiến binh Hà Nội
- Từ năm 2003 đến năm 2005:	Kế toán tổng hợp – Công ty CP Truyền thông và dữ liệu thanh toán An Du (Nhà phân phối ủy quyền Mercedes-Benz Việt Nam)
- Từ năm 2005 đến năm 2009:	Kế toán trưởng – Công ty CP truyền thông và dữ liệu thanh toán An Du (Nhà phân phối ủy quyền Mercedes-Benz Việt Nam)
- Từ năm 2009 đến năm 2011:	CFO – Công ty CP truyền thông và dữ liệu thanh toán An Du (Nhà phân phối ủy quyền Mercedes-Benz Việt Nam)
- Từ năm 2009 đến năm 2013:	Phó TGĐ – Công ty CP truyền thông và dữ liệu thanh toán An Du (Nhà phân phối ủy quyền Mercedes-Benz Việt Nam)
- Từ tháng 6/2013 đến tháng 8/2013:	GĐ tài chính – Công ty Cổ phần Tập đoàn Gami
- Từ tháng 4/2014 đến tháng 6/2014:	GĐ BQL TTTM Times City
- Từ tháng 6/2014 đến tháng 12/2014	GĐ BQL TTTM Royal city
- Từ tháng 9/2014 đến tháng 4/2016	PTGĐ vận hành Vincom Retail
- Từ tháng 4/2016 đến nay	Tổng Giám đốc Vincom Retail
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	Không có
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có
▪ Số cổ phần của những Người có liên quan:	Không có
▪ Các khoản nợ đối với Công ty:	Không có
▪ Lợi ích liên quan đối với Công ty:	Không có
▪ Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty:	Không có

12.1.3 Bà Nguyễn Thị Dịu - Thành viên Hội đồng Quản trị

▪ Họ và tên:	Nguyễn Thị Dịu
▪ Giới tính:	Nữ
▪ Năm sinh:	1973
▪ Nơi sinh:	Hải Phòng
▪ Số CMND/ Hộ chiếu:	031173002693
▪ Quốc tịch:	Việt Nam
▪ Dân tộc:	Kinh
▪ Địa chỉ thường trú:	Số nhà 38 Ngõ Thọ Xương, phố Phủ Doãn, Phường Hàng Trống, Quận Hoàn kiếm, TP.Hà Nội
▪ Trình độ chuyên môn:	Thạc sỹ quản trị kinh doanh, chuyên ngành tài chính (University of Hawai) Cử nhân Ngoại ngữ (ĐH Sư phạm Ngoại ngữ Hà Nội) Cử nhân Kinh tế (ĐH Kinh tế Quốc dân)
▪ Quá trình công tác:	
- Từ năm 1994 đến năm 1996:	Chuyên viên kinh tế đối ngoại, Ngân hàng TMCP Hàng Hải, Việt Nam
- Từ năm 1996 đến năm 2008:	Trưởng Đại diện kiêm giám đốc phụ trách nghiệp vụ Ngân hàng Đầu tư, Ngân hàng JPMorgan tại Việt Nam
- Từ năm 2008 đến năm 2013:	Chủ tịch HĐQT kiêm TGĐ công ty CP Tư vấn Tài chính Đầu tư AFH
- Năm 2013:	Giám đốc phụ trách Thị trường Việt Nam, Ngân hàng UBS, Thụy Sỹ
- Từ năm 2014 đến hiện tại	PTGĐ Vingroup
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Thành viên HĐQT
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn Vingroup – Công ty CP
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có

- Số cổ phần của những Người có liên quan:

STT	Tên cá nhân/ Tổ chức	Số CMND/ Hộ chiếu/ Số ĐKKD/	Mối quan hệ/	Số lượng cổ phần nắm giữ	Tỷ lệ trên vốn điều lệ
1.	Tập đoàn Vingroup – Công ty CP	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số 0101245486 do Phòng Đăng ký kinh doanh – Sở Kế hoạch và Đầu tư TP Hà Nội cấp lần đầu ngày 3/5/2002	Cổ đông lớn là người có liên quan với Người nội bộ Công ty	349.155.185	18,4%

- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.1.4 Bà Mai Thu Thủy - Thành viên Hội đồng Quản trị

- Họ và tên: Mai Thu Thủy
- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 1975
- Nơi sinh: Hà Nội
- Số CMND/ Hộ chiếu: 011706103
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Địa chỉ thường trú: Số 18 Ngõ 663, Đường La Thành, Phường Thành Công, Quận Ba Đình, TP. Hà Nội
- Trình độ chuyên môn: Cử nhân Kinh tế thương mại – Trường ĐH Kinh tế quốc dân
- Quá trình công tác:
  - Từ 1996 đến 2014: Cán bộ dự án - Trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ ngoài quốc doanh – Liên minh HTX Việt

	Nam.
- Từ 2014 đến nay	Nhiều vị trí tại các công ty thuộc Tập đoàn Vingroup – Công ty CP
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Thành viên HĐQT
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	- Chủ tịch HĐTV kiêm Giám đốc Công ty TNHH Vincom Retail Miền Bắc - Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Vinpearl - Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Đầu tư Thương mại Vinpearl - Phó TGĐ Công ty cổ phần Dịch vụ thương mại Tổng hợp Vincommerce - Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec - Thành viên HĐTV Công ty TNHH Giáo dục và Đào tạo VINACADEMY - Thành viên HĐTV Công ty TNHH Kinh doanh Dịch vụ Tổng hợp VINCOM - Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần Tập đoàn Đầu tư Việt Nam - Phó TGĐ Công ty cổ phần Phát triển đô thị Nam Hà Nội - Thành viên HĐQT Công ty CP Đầu tư Kinh doanh và Phát triển đô thị ngôi sao Phương Nam - Thành viên HĐQT Công ty cổ phần Đầu tư Xây dựng Tân Liên Phát
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có
▪ Số cổ phần của những Người có liên quan:	Không có
▪ Các khoản nợ đối với Công ty:	Không có
▪ Lợi ích liên quan đối với Công ty:	Không có
▪ Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty:	Không có

12.1.5 Bà Lê Mai Lan - Thành viên Hội đồng Quản trị

▪ Họ và tên:	Lê Mai Lan
▪ Giới tính:	Nữ

▪ Năm sinh:	1969
▪ Nơi sinh:	Hà Nội
▪ Số CMND/ Hộ chiếu:	001169003771
▪ Quốc tịch:	Việt Nam
▪ Dân tộc:	Kinh
▪ Địa chỉ thường trú:	A13 – Tầng 24, Chung cư 93 Lò Đúc, Phường Phạm Đình Hổ, Quận Hai Bà Trưng, TP. Hà Nội
▪ Trình độ chuyên môn:	Thạc sỹ Quản trị kinh doanh – Trường ĐH Tổng hợp Kỹ thuật Berlin (Đức)
▪ Quá trình công tác:	
- Từ năm 1997 đến năm 2001:	Giám đốc kinh doanh Ngân hàng ABN Amro
- Từ năm 2001 đến năm 2005:	Giảng viên Đại học Bách Khoa Hà Nội Chuyên gia tư vấn tài chính độc lập của Công ty tài chính quốc tế IFC (World bank)
- Từ năm 2005 đến năm 2013:	Tổng Giám đốc Công ty Đào tạo và tư vấn nghiệp vụ Ngân hàng
- Từ năm 2014 đến nay:	Chủ tịch Công ty TNHH MTV Vinschool Chủ tịch HĐQT Công ty Đào tạo và tư vấn nghiệp vụ Ngân hàng
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Thành viên HĐQT
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	- Chủ tịch Công ty TNHH MTV Vinschool - Chủ tịch HĐQT Công ty CP Đào tạo và Tư vấn nghiệp vụ ngân hàng
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có
▪ Số cổ phần của những Người có liên quan:	Không có
▪ Các khoản nợ đối với Công ty:	Không có
▪ Lợi ích liên quan đối với Công ty:	Không có
▪ Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty:	Không có

12.1.6 Ông Timothy J. Daly - Thành viên Hội đồng Quản trị độc lập

- Họ và tên: Ông Timothy J. Daly
- Giới tính: Nam
- Năm sinh: 1960
- Nơi sinh: Midland, Michigan, Mỹ
- Số CMND: 452112845
- Quốc tịch: Mỹ
- Dân tộc: n/a
- Địa chỉ thường trú: Bainbridge Island, Washington, Mỹ
- Trình độ chuyên môn: Cử nhân QTKD, Đại học Idiana, Mỹ
- Quá trình công tác:
  - Từ năm 1983 đến năm 1986: Quản lý tư vấn thuế & kế toán, PWC, Mỹ
  - Từ tháng 12/1987 đến tháng 3/2010: Trải qua nhiều vị trí tại Simon Property Group, Mỹ
  - Từ tháng 4/2010 đến tháng 1/2015: Chủ tịch HĐQT kiêm TGĐ CDG Retail Management, Trung Quốc
  - Từ tháng 2/2015 đến nay: Sáng lập, cộng sự tại Kensington Asset Management, Mỹ
  - Từ tháng 3/2016 đến nay: Thành viên HĐQT Nirvana Development, Indonesia
  - Từ tháng 11/2015 đến nay: Chủ tịch HĐQT kiêm TGĐ Nirvana Wastu Pratama, Indonesia
- Công tác hiện nay tại Vincom Retail: Thành viên độc lập HĐQT
- Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân: Không có
- Số cổ phần của những Người có liên quan: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.1.7 Ông Brett Krause - Thành viên Hội đồng Quản trị độc lập

- Họ và tên: Ông Brett Klause

▪ Giới tính:	Nam
▪ Năm sinh:	1968
▪ Nơi sinh:	Storm Lake, Iowa, Mỹ
▪ Số CMND:	505805327
▪ Quốc tịch:	Mỹ
▪ Dân tộc:	n/a
▪ Địa chỉ thường trú:	Willowbrook #407 418 Jinxiu East Road, Pudong Shanghai 200135, China
▪ Trình độ chuyên môn:	Thạc sĩ QTKD – Đại học Columbia, Mỹ Cử nhân Quan hệ quốc tế - Đại học Georgetown, Mỹ
▪ Quá trình công tác:	
- Từ tháng 5/1993 đến tháng 8/1994	Chuyên viên tại Citigroup, Pháp
- Từ tháng 7/1995 đến tháng 9/1995	Chuyên viên tại J.P Morgan, Mỹ
- Từ tháng 8/1996 đến tháng 1/1999	Trưởng bộ phận dịch vụ tại Citigroup, Đài Loan
- Từ tháng 5/2000 đến tháng 1/2002	Phụ trách TMĐT tại Citigroup, Nhật Bản
- Từ tháng 1/2002 đến tháng 6/2008	Giám đốc điều hành tại Citigroup, Trung Quốc
- Từ tháng 7/2008 đến tháng 12/2013	Đại diện quốc gia tại Citigroup, Việt Nam
- Từ tháng 1/2014 đến tháng 7/2016	Chủ tịch tại J.P.Morgan, Trung Quốc
- Từ tháng 8/2016 đến nay	Giám đốc điều hành PurpleSky Capital, Trung Quốc
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Thành viên độc lập HĐQT
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	Không có
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có
▪ Số cổ phần của những Người có liên quan:	Không có
▪ Các khoản nợ đối với Công ty:	Không có
▪ Lợi ích liên quan đối với Công ty:	Không có

- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.2 Ban Giám đốc

12.2.1 Bà Trần Mai Hoa - Tổng Giám đốc

Vui lòng xem mục 12.1.3

12.2.2 Bà Nguyễn Thu Hà – Phó Tổng Giám đốc

- Họ và tên: Nguyễn Thu Hà
- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 1983
- Nơi sinh: Hà Nội
- Số CMND: 001183000997
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Địa chỉ thường trú: Số 18 Tràng Tiền, Phường Tràng Tiền, Quận Hoàn Kiếm, Thành phố Hà Nội
- Trình độ chuyên môn: Cử nhân Kinh tế, Đại học Ngoại thương

  Giấy chứng nhận John T.Riordan cho Chuyên gia Bất động sản Thương mại - ICSC
- Quá trình công tác:
  - Từ năm 2004 đến năm 2005: Trưởng phòng Đại diện của Veneco International Ltd.
  - Từ năm 2005 đến năm 2011: Phó Tổng Giám đốc phụ trách bất động sản Bán lẻ - CB Richard Ellis Việt Nam
  - Từ năm 2011 đến nay:
    - Trưởng phòng kinh doanh cho thuê – Vingroup
    - Tư vấn cao cấp cho Chủ tịch và Giám đốc Trung tâm chiến lược bán lẻ
    - Chủ tịch HĐQT VinDS
    - Phó Tổng Giám đốc phụ trách Kinh doanh - Công ty CP XNK Vincom
- Công tác hiện nay tại Vincom Retail: Phó Tổng Giám đốc
- Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có

- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu: Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân: Không có

- Số cổ phần của những Người có liên quan: Không có

- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.2.3 Bà Phạm Ngọc Thoa – Giám đốc Tài chính

- Họ và tên: Phạm Ngọc Thoa
- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 1970
- Nơi sinh: Hà Nội
- Số CMND: 001170010367
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Địa chỉ thường trú: P2002, Nhà 24T2, Khu đô thị mới Trung Hòa - Nhân Chính, Trung Hòa, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội
- Trình độ chuyên môn:
  - MBA tại HEC (Haute Etude Commerciale), Paris, Pháp. Chuyên ngành: kiểm toán, phân tích tài chính và tư vấn
  - Cử nhân Kinh tế, Đại học Ngoại thương
- Quá trình công tác:
  - Từ tháng 8/1995 đến tháng 9/1996: Giảng viên tại Trung tâm Quản lý Giáo dục Việt Nam - Pháp, Đại học Kinh tế Quốc dân
  - Từ tháng 9/1996 đến tháng 8/1998: Quản lý tài chính kế toán tại Cơ quan Phát triển Pháp ngữ
  - Từ tháng 8/1998 đến tháng 11/2003: Kế toán trưởng CTCP Sacidelta Construction & Design

- Từ tháng 12/2003 đến tháng 7/2007: Giám đốc tài chính của BIG C Việt Nam
- Từ tháng 8/2007 đến tháng 7/2008: Giám đốc tài chính của CTCP IRS
- Từ tháng 8/2008 đến tháng 9/2014: Giám đốc tài chính của BIG C Việt Nam
- Từ tháng 9/2014 đến nay: Giám đốc tài chính tại Vincom Retail

- Công tác hiện nay tại Vincom Retail: Giám đốc tài chính
- Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân: Không có
- Số cổ phần của những Người có liên quan: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.3 Ban Kiểm soát

12.3.1 Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang – Trưởng Ban Kiểm soát

- Họ và tên: Đỗ Thị Quỳnh Trang
- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 1983
- Nơi sinh: Hưng Yên
- Số CMND: 012359903
- Quốc tịch: Việt Nam
- Dân tộc: Kinh
- Địa chỉ thường trú: P6, B21, Đại học Giao thông vận tải, Phường Ngọc Khánh, Quận Ba Đình, TP. Hà Nội
- Trình độ chuyên môn:
  - Cử nhân Kế toán & Kiểm toán, Đại học Kinh tế Quốc dân
  - Chứng chỉ ACCA
  - Chứng chỉ VACPA

- Quá trình công tác:
  - Từ tháng 1/2005 đến tháng 6/2007: Trợ lý kiểm toán tại Ernst & Young Việt Nam
  - Từ tháng 7/2007 đến tháng 6/2010: Trưởng nhóm kiểm toán tại Ernst & Young Viet Nam
  - Từ tháng 7/2010 đến tháng 6/2012: Giám đốc kiểm toán tại Ernst & Young Viet Nam
  - Từ tháng 7/2012 đến tháng 5/2013: Kiểm toán viên cao cấp tại Ernst & Young Việt Nam
  - Từ tháng 6/2013 đến tháng 11/2014: Trưởng phòng hoạch định và phân tích tài chính, Phòng Tài chính, Tập đoàn Vingroup - CTCP
  - Từ tháng 12/2014 đến tháng 4/2017: Phó phòng Kế hoạch và Kiểm soát Tài chính, Phòng Tài chính, Tập đoàn Vingroup - CTCP
  - Từ tháng 5/2017 đến nay: Phó phòng Kế toán, Phòng Tài chính, Tập đoàn Vingroup
- Công tác hiện nay tại Vincom Retail: Trưởng Ban kiểm soát
- Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân: Không có
- Số cổ phần của những Người có liên quan: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.3.2 Bà Nguyễn Thu Phương - Thành viên Ban Kiểm soát

- Họ và tên: Nguyễn Thu Phương
- Giới tính: Nữ
- Năm sinh: 1987
- Nơi sinh: Hà Nội
- Số CMND: 031477718
- Quốc tịch: Việt Nam

▪ Dân tộc:	Kinh
▪ Địa chỉ thường trú:	Số nhà 48,ngõ 116, Phố Yên Lạc, Vĩnh Tuy, Hai Bà Trưng, TP. Hà Nội
▪ Trình độ chuyên môn:	Cử nhân Kế toán tài chính - Học viện Tài chính Chứng chỉ kế toán công chứng Anh (ACCA)
▪ Quá trình công tác:	
- Từ 2009 đến 2010:	Trợ lý kiểm toán/Công ty TNHH kiểm toán và tư vấn Nexia ACPA
- Từ 2010 đến 2013	Trợ lý kiểm toán và trưởng nhóm kiểm toán/Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam
- Từ 2013 đến nay	Chuyên viên Ban Tài chính - Tập đoàn Vingroup – CTCP
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Thành viên BKS
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	Không có
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có
▪ Số cổ phần của những Người có liên quan:	Không có
▪ Các khoản nợ đối với Công ty:	Không có
▪ Lợi ích liên quan đối với Công ty:	Không có
▪ Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty:	Không có

12.3.3 Bà Trần Thanh Tâm - Thành viên Ban Kiểm soát

▪ Họ và tên:	Trần Thanh Tâm
▪ Giới tính:	Nữ
▪ Năm sinh:	1980
▪ Nơi sinh:	Hà Nội
▪ Số CMND:	011869529
▪ Quốc tịch:	Việt Nam

- Dân tộc: Kinh
- Địa chỉ thường trú: Số 97 ngõ Láng Trung, Quận Đống Đa, TP. Hà Nội
- Trình độ chuyên môn: Đại học Khoa Kế toán, Học viện Tài chính
- Quá trình công tác:
  - Từ tháng 6/2001 đến tháng 9/2005: Kế toán viên Công ty TNHH Shell Việt Nam
  - Từ tháng 10/2005 đến tháng 6/2007: Kế toán tổng hợp Công ty TNHH Kính nổi Việt Nam
  - Từ tháng 7/2007 đến tháng 1/2009: Kế toán trưởng Công ty CP Đầu tư F.I.T
  - Từ tháng 2/2009 đến tháng 8/2010: Kế toán Công ty TNHH Ericsson Việt Nam
  - Từ tháng 9/2010 đến nay: Kế toán tổng hợp Công ty CP Phát triển Đô thị Nam Hà Nội, một công ty con của Tập đoàn Vingroup – CTCP
- Công tác hiện nay tại Vincom Retail: Thành viên BKS
- Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác: Không có
- Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần đại diện sở hữu: Không có
  - Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân: Không có
- Số cổ phần của những Người có liên quan: Không có
- Các khoản nợ đối với Công ty: Không có
- Lợi ích liên quan đối với Công ty: Không có
- Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty: Không có

12.4 Kế toán

12.4.1 Ông Bùi Tiến Lực - Thành viên Ban Kiểm soát

- Họ và tên: Bùi Tiến Lực
- Giới tính: Nam
- Năm sinh: 1989
- Nơi sinh: Bắc Ninh

▪ Số CMND:	125370786
▪ Quốc tịch:	Việt Nam
▪ Dân tộc:	Kinh
▪ Địa chỉ thường trú:	Xóm 1, Thôn Lương, Xã Tri Phương, Huyện Tiên Du, Tỉnh Bắc Ninh
▪ Trình độ chuyên môn:	▪ Cử nhân Quản trị kinh doanh, Đại học Ngoại thương, 2011 ▪ Cử nhân Tài chính & Ngân hàng , Đại học Ngoại thương, 2012 ▪ Chứng chỉ Kế toán trưởng, 2017
▪ Quá trình công tác:	
- Từ tháng 11/2011 đến tháng 5/2012:	Trợ lý Kiểm toán - Mazars Việt Nam Ltd
- Từ tháng 9/2012 đến tháng 2/2017:	Trưởng nhóm kiểm toán -Ernst & Young Viet Nam Ltd
- Từ tháng 3/2017 đến nay:	Công tác tại Vincom Retail
▪ Công tác hiện nay tại Vincom Retail:	Kế toán trưởng
▪ Các chức vụ đang nắm giữ tại tổ chức khác:	Không có
▪ Số chứng khoán sở hữu và đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần đại diện sở hữu:	Không có
- Số lượng cổ phần thuộc sở hữu cá nhân:	Không có
▪ Số cổ phần của những Người có liên quan:	Không có
▪ Các khoản nợ đối với Công ty:	Không có
▪ Lợi ích liên quan đối với Công ty:	Không có
▪ Quyền lợi mâu thuẫn với Công ty:	Không có

13 Tài sản

13.1 Hàng tồn kho

Bảng 37: Danh sách hàng tồn kho

Đơn vị: Triệu đồng

Hàng tồn kho	31/12/2015	31/12/2016	30/6/2017
bất động sản để bán đang xây dựng dở dang	1.452.533	541.520	1.179.965
Thành phẩm bất động sản	25.437	133.184	59.827
Công cụ, dụng cụ	154	8.049	-
Hàng tồn kho khác	5.052	49	430
Tổng cộng	**1.483.176**	**682.802**	**1.240.222**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

13.2 Tài sản cố định

Bảng 38: Tình hình Tài sản cố định của Công ty

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Tên tài sản	31/12/2015		31/12/2016		30/6/2017	
		Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại	Nguyên giá	Giá trị còn lại
I.	**Tài sản cố định hữu hình**	**56.477**	**32.252**	**402.893**	**363.125**	**177.706**	**142.694**
1.	Nhà cửa, vật kiến trúc	18.232	14.844	244.817	229.967	33.258	25.263
2.	Máy móc và thiết bị	34.193	13.902	141.996	120.740	126.170	104.918
3.	Phương tiện vận tải	1.623	1.373	3.842	2.986	3.711	2.726
4.	Thiết bị văn phòng	2.056	1.839	11.052	9.010	13.098	9.697
5.	Tài sản cố định khác	373	294	1.186	422	1.469	90
II.	**Tài sản cố định vô hình**	**15.228**	**12.427**	**42.542**	**36.115**	**43.404**	**33.790**
1.	Phần mềm máy tính	15.228	12.427	42.542	36.115	43.404	33.790
	Tổng cộng	**71.705**	**44.679**	**445.435**	**399.240**	**221.110**	**176.484**

Nguồn: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016 và BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

13.3 Tài sản là đất đai, bất động sản thuộc quyền sở hữu/ sử dụng của Công ty

Các tài sản là các TTTM được Công ty nắm giữ dưới nhiều hình thức khác nhau. Trong số 40 TTTM đang hoạt động tính đến 30/06/2017, Công ty có:

- 25 TTTM đã có: (i) Giấy Chứng nhận Quyền sở hữu tài sản và / hoặc Quyền sử dụng đất ("GCN") hoặc (ii) văn bản pháp lý khác có giá trị pháp lý xác định quyền sử dụng đất của Vincom Retail như Hợp đồng thuê đất với cơ quan Nhà nước quản lý đất đai hoặc (iii) xác định quyền sở hữu tài sản như Hợp đồng chuyển nhượng mặt bằng, Hợp đồng chuyển nhượng tài sản gắn liền với đất và Quyền sử dụng đất hợp lệ. Các giấy tờ pháp lý này đều thể hiện bên có quyền sở hữu tài sản hợp lệ là Vincom Retail, hoặc là Công ty TNHH Vincom Retail Miền Bắc hoặc Công ty TNHH Vincom Retail Miền Nam – là hai công ty con do Vincom Retail sở hữu 100% vốn;
- 6 TTTM được Vincom Retail phát triển và khai thác trên cơ sở Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh. Theo điều khoản được quy định trong Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh, Công ty có quyền lợi kinh tế

để phát triển và khai thác tài sản tương ứng cho đến khi đủ điều kiện ký Hợp đồng Chuyển giao Tài sản. Theo Hợp đồng Chuyển giao Tài sản, Công ty sẽ là chủ sở hữu công trình (cùng với quyền sử dụng đất trong trường hợp TTTM có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất riêng);

- 9 TTTM đang hoạt động dưới hình thức hợp đồng thuê, trong đó, 6 TTTM được ghi nhận là bất động sản đầu tư trên BCTC (trong mục tài sản của Bảng Cân đối Kế toán) và 3 TTTM là tài sản thuê hoạt động. 9 TTTM ký hợp đồng thuê này có những hạn chế pháp định hoặc các hạn chế trên hợp đồng trong việc chuyển nhượng quyền sử dụng đất, do đó, Công ty đã ký hợp đồng thuê với các chủ đầu tư đang có quyền sử dụng đất và quyền tài sản đối với tài sản gắn liền với đất. Việc này giúp Công ty có quyền phát triển và vận hành các TTTM thông qua việc trả tiền thuê.
- Theo báo cáo định giá độc lập của Colliers và Cushman & Wakefield cho 40 TTTM nói trên tại thời điểm 30/06/2017, 25 TTTM thuộc sở hữu của Công ty chiếm 88% tổng giá trị định giá, 6 TTTM ký Hợp đồng Hợp tác kinh doanh, 6 TTTM thuê được ghi nhận là bất động sản đầu tư và 3 TTTM được ghi nhận là thuê hoạt động lần lượt chiếm 5%, 3% và 4% tổng giá trị định giá.

Bảng 39: Hình thức sở hữu của 40 TTTM

TT	TTTM	Địa điểm	Diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m2)	Hình thức sở hữu
1.	Vincom Center Bà Triệu	Hà Nội	42.489	GCN
2.	Vincom Center Đồng Khởi	TP.HCM	50.713	GCN
3.	Vincom Center Nguyễn Chí Thanh	Hà Nội	46.554	GCN
4.	Vincom Center Phạm Ngọc Thạch	Hà Nội	26.120	GCN
5.	Vincom Mega Mall Royal City	Hà Nội	205.841	GCN
6.	Vincom Mega Mall Times City	Hà Nội	129.908	GCN
7.	Vincom Mega Mall Thảo Điền	TP.HCM	59.398	GCN
8.	Vincom Plaza Long Biên	Hà Nội	38.060	GCN
9.	Vincom Plaza Bắc Từ Liêm	Hà Nội	21.259	Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh với một chủ đầu tư bất động sản
10.	Vincom Plaza Thủ Đức	TP.HCM	28.887	GCN
11.	Vincom Plaza 3/2	TP.HCM	22.589	Hợp đồng thuê thời hạn đến năm 2024/2025
12.	Vincom Plaza Cộng Hòa	TP.HCM	22.970	Hợp đồng thuê thời hạn đến năm 2026
13.	Vincom Plaza Gò Vấp	TP.HCM	23.014	Hợp đồng thuê hời hạn đến năm 2051
14.	Vincom Plaza Saigon Res	TP.HCM	6.987	Hợp đồng thuê thời hạn đến năm 2065
15.	Vincom Plaza Hạ Long	Quảng Ninh	31.613	GCN
16.	Vincom Plaza Lê Thánh Tông	Hải Phòng	16.151	GCN

TT	TTTM	Địa điểm	Diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m2)	Hình thức sở hữu
17.	Vincom Plaza Việt Trì	Phú Thọ	21.719	GCN
18.	Vincom Plaza Lý Bôn	Thái Bình	13.980	Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh với Tập đoàn Vingroup
19.	Vincom Plaza Yên Bái	Yên Bái	12.120	Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh với Tập đoàn Vingroup
20.	Vincom Plaza Tuyên Quang	Tuyên Quang	11.141	Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh với Tập đoàn Vingroup
21.	Vincom Plaza Ngô Quyền	Đà Nẵng	31.649	GCN
22.	Vincom Plaza Buôn Ma Thuột	Đắk Lắk	13.195	Hợp đồng thuê thời hạn đến năm 2058
23.	Vincom Plaza Hùng Vương	Huế	16.021	GCN
24.	Vincom Plaza Thái Nguyên, Nha Trang	Nha Trang	9.183	GCN
25.	Vincom Plaza Long Xuyên	An Giang	15.163	GCN
26.	Vincom Plaza Xuân Khánh	Cần Thơ	23.779	Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh với Tập đoàn Vingroup
27.	Vincom Plaza Trần Phú	Bạc Liêu	6.413	Hợp đồng thuê thời hạn đến năm 2038
28.	Vincom Plaza Trà Vinh	Trà Vinh	11.426	GCN
29.	Vincom Plaza Rạch Giá	Kiên Giang	15.146	Hợp đồng Hợp tác Kinh doanh với Tập đoàn Vingroup
30.	Vincom Plaza Vĩnh Long	Vĩnh Long	11.470	GCN
31.	Vincom Plaza Vị Thanh	Hậu Giang	12.120	GCN
32.	Vincom+ Quận 2	TP.HCM	5.520	Sở hữu tài sản trên cơ sở Hợp đồng chuyển nhượng mặt bằng
33.	Vincom+ Nam Long	TP.HCM	6.320	Sở hữu tài sản trên cơ sở Hợp đồng mua bán siêu thị và chuyển nhượng quyền sử dụng đất và công trình gắn liền với đất
34.	Vincom+ Chí Linh	Hải Dương	4.049	Hợp đồng thuê đất với cơ quan Nhà nước quản lý đất đai
35.	Vincom+ 16/4, Phan Rang	Ninh Thuận	10.526	GCN
36.	Vincom+ Cam Ranh	Kiên Giang	7.583	GCN

TT	TTTM	Địa điểm	Diện tích sàn bán lẻ xây dựng (m2)	Hình thức sở hữu
37.	Vincom+ Long Thành	Đồng Nai	4.050	Hợp đồng thuê đất với cơ quan Nhà nước quản lý đất đai
38.	Vincom Plaza Quang Trung	TP.HCM	17.780	Hợp đồng Thuê hoạt động, thời hạn đến năm 2045
39.	Vincom Plaza Lê Văn Việt	TP.HCM	34.744	Hợp đồng Thuê hoạt động, thời hạn đến năm 2045
40.	Vincom Plaza Biên Hòa	Biên Hòa	25.785	Hợp đồng Thuê hoạt động, thời hạn đến năm 2065
	Tổng cộng		**1.113.435**	

Nguồn: Vincom Retail

14 Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức trong năm tiếp theo

14.1 Kế hoạch

Bảng 40: Kế hoạch lợi nhuận và cổ tức năm 2017 và 2018

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2016	Dự kiến năm 2017		Dự kiến năm 2018	
				Giá trị	+/(-)% so với năm 2016	Giá trị	+/(-) % so với năm 2017
1.	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	6.386	4.604	(28%)	8.053	75%
2.	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	2.588	2.667	3%	4.128	55%
3.	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	2.440	2.133	(13%)	3.302	55%
4.	Vốn chủ sở hữu	Tỷ đồng	24.683	26.228	6%	29.530	13%
5.	Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	38,2%	46,3%	n/a	41,0%	n/a
6.	Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế/VCSH bình quân (ROE)	%	12,3%	8,4%	n/a	11,8%	n/a
7.	Cổ tức	%	-	3,4%	n/a	0-5%	n/a

Nguồn: Vincom Retail

14.2 Căn cứ để đạt được kế hoạch lợi nhuận và cổ tức năm 2017 và 2018

Căn cứ để đạt được kế hoạch năm 2017 và 2018 bao gồm:

- Mở mới các TTTM tại các vị trí trọng điểm trước giờ chưa có sự hiện diện của các TTTM Vincom và cả các TTTM mang thương hiệu khác. Trong năm 2017, Công ty dự kiến mở mới

16 TTTM và trong năm 2018 là 33 TTTM tại các vị trí trước đây chưa có sự hiện diện của các TTTM Vincom. Trong 6 tháng đầu năm 2017, Công ty đã mở mới 9 TTTM.

- Gia tăng sự hiện diện của nhiều thương hiệu quốc tế nổi tiếng và các thương hiệu trong nước tại các TTTM để thu hút lượt khách tham quan và mua sắm tại các TTTM. Cụ thể, H&M đã mở cửa hàng đầu tiên tại Việt Nam tại TTTM Vincom Center Đồng Khởi trong tháng 9/2017, đồng thời Công ty cũng đang trong quá trình đàm phán với một số các thương hiệu quốc tế lớn khác.
- Cải thiện chất lượng của khách thuê mặt bằng tại các TTTM: Trong năm 2016 và nửa đầu năm 2017, Vincom Retail đã thực hiện việc chọn lọc lại các khách hàng thuê mặt bằng tại một số TTTM Vincom Center và TTTM Vincom Mega Mall nhằm làm tăng sự hấp dẫn đối với người tiêu dùng. Những thay đổi này tập trung vào việc đưa một số thương hiệu quốc tế mới và nổi tiếng như Zara vào các TTTM nhằm tối ưu hóa sự đa dạng của khách thuê và nâng cao hình ảnh của các TTTM. Công ty còn đa dạng hóa khách hàng theo từng lĩnh vực, ví dụ tại một số trung tâm mua sắm, các loại hình vui chơi giải trí mới đã được đưa vào nhằm tăng cường các dịch vụ giải trí tại các TTTM.
- Đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ vui chơi, giải trí giúp thu hút được nhiều đối tượng khách hàng đủ mọi lứa tuổi và đáp ứng nhu cầu mua sắm của mọi đối tượng.
- Hợp tác với Tập đoàn Vingroup thành lập và phát triển các khu đô thị có kết nối hạ tầng hiện đại xung quanh các TTTM do Công ty đang vận hành.

14.3 Kế hoạch tăng Vốn điều lệ

Công ty có thể cân nhắc việc phát hành riêng lẻ cho một số nhà đầu tư tài chính lớn và uy tín, tùy tình hình và điều kiện phù hợp. Công ty sẽ triển khai và công bố thông tin theo đúng quy định của pháp luật.

15 Chiến lược phát triển của Công ty

Tiếp tục chiến lược mở rộng số lượng các TTTM khắp toàn quốc, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng của người Việt Nam

Chiến lược phát triển trong ngắn và trung hạn của Công ty là mở rộng mạng lưới các TTTM trên khắp toàn quốc. Ngoài 73 dự án đang và sắp phát triển, Công ty sẽ tiếp tục khai thác thêm các cơ hội khác với mục tiêu đạt được 200 TTTM vào năm 2021, dựa trên nhu cầu thị trường và xu hướng người tiêu dùng.

Bên cạnh việc phát triển các TTTM lớn tại các vị trí trung tâm của hai thành phố trọng điểm là Hà Nội và TP.HCM, Công ty cũng đang tập trung xây dựng các TTTM và Trung tâm mua sắm có diện tích nhỏ như Vincom Plaza và Vincom+ tại các vị trí ngoài trung tâm của các thành phố lớn, có mật độ dân số từ trung bình đến cao và tại các vị trí trung tâm của các tỉnh lẻ. Các TTTM quy mô nhỏ này có chi phí phát triển và vận hành thấp, đáp ứng được phân khúc khách hàng còn nhiều tiềm năng, và có thể đi vào vận hành sau khoảng 6 tháng kể từ khi xây dựng, giúp Công ty có thể mở rộng mạng lưới các TTTM một cách nhanh chóng khắp Việt Nam.

Tiếp tục hợp tác chiến lược với Vingroup để mở rộng phát triển

Trong thời gian tới, Công ty sẽ tiếp tục tận dụng những lợi thế mà cổ đông lớn – Tập đoàn Vingroup – đem lại như sự hỗ trợ từ các công ty thành viên trong cùng Tập đoàn, lợi thế thương hiệu Tập đoàn và đặc biệt là quỹ đất dồi dào, giúp Công ty có thể hiện thực hóa kế hoạch mở rộng

mạng lưới TTTM trên toàn quốc. Tính đến ngày 30 tháng 6 năm 2017, Công ty đã có 73 dự án trong kế hoạch triển khai, trong đó một tỷ lệ lớn những dự án này có sự hợp tác hỗ trợ của Tập đoàn Vingroup.

Ngoài ra, lợi thế từ thương hiệu Vingroup cũng là một yếu tố hỗ trợ quan trọng trong sự phát triển của Vincom Retail. Có thể nói Tập đoàn Vingroup là một trong những tập đoàn sở hữu nhiều thương hiệu lớn và phổ biến nhất tại Việt Nam như Vinhomes, Vincom Retail, Vinpearl, Vincommerce (hệ thống VinMart, VinPro và VinDS), Vinmec, VinEco. Tháng 9/2016, Tập đoàn Vingroup vinh dự khi có 5 công ty thành viên trực thuộc được vinh danh trong Top 50 thương hiệu giá trị nhất Việt Nam 2016 do Brand Finance công bố. Các thương hiệu thành viên của Tập đoàn đều là nhưng công ty uy tín, có kết quả hoạt động kinh doanh tốt, có tính nhận diện thương hiệu cao và được người tiêu dùng đánh giá cao cả về chất lượng và đẳng cấp. Các thương hiệu lớn trong Tập đoàn như VinMart, VinPro đều là những khách hàng thuê lớn của Vincom Retail và đóng một vai trò quan trọng trong việc duy trì tỷ lệ lấp đầy các TTTM ở mức cao, đặc biệt là các TTTM mới khai trương. Trong thời gian tới, Vincom Retail sẽ tiếp tục được hưởng lợi từ chủ trương mở rộng hoạt động kinh doanh và phát triển các dự án trên khắp cả nước của Tập đoàn Vingroup.

Tăng cường cải thiện hoạt động cho thuê, nhằm nắm bắt xu hướng của thị trường bán lẻ

Hiện nay, xu hướng bán lẻ đang ngày càng thay đổi nhanh chóng với những thay đổi liên tục về nhu cầu, thị hiếu và hành vi của người tiêu dùng. Công ty hiện đã có những chiến lược dài hạn cho kế hoạch nghiên cứu thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng, đem lại lợi ích cho Công ty và củng cố mối quan hệ với các khách hàng hiện hữu cũng như tiếp cận những khách hàng tiềm năng mới đặc biệt là những những thương hiệu quốc tế lớn tương tự như những thương hiệu mà Vincom Retail đã có quan hệ hợp tác trong thời gian gần đây như Zara, H&M, Pull&Bear, Stradivarius v.v. nhằm thu hút khách tham quan đến với các TTTM Vincom.

Bên cạnh chiến lược tiếp tục gia tăng số lượng các TTTM, Công ty sẽ tiếp tục nâng cấp và cải thiện hoạt động cho thuê tại các TTTM hiện tại để đảm bảo rằng các TTTM Vincom sẽ là lựa chọn đầu tiên của các thương hiệu bán lẻ và người tiêu dùng. Trong năm 2016 và nửa đầu năm 2017, Công ty đã thực hiện thay đổi và cải thiện hoạt động cho thuê tại các TTTM Vincom Center và TTTM Vincom Mega Mall. Có thể kể đến một số hoạt động như đa dạng khách hàng thuê từ nhiều lĩnh vực khác nhau, thay thế các thương hiệu có hoạt động kinh doanh không đạt hiệu quả bằng các thương hiệu khác, thiết kế lại mặt bằng cho thuê tại tầng trệt các TTTM để thu hút khách hàng.

Để tiếp tục duy trì thị phần vượt trội và nâng cao uy tín, hình ảnh hệ thống các TTTM Vincom trong thời gian tới, Công ty sẽ chú trọng đẩy mạnh chất lượng dịch vụ tại tất cả các TTTM trong hệ thống. Các hoạt động trong các TTTM sẽ phối hợp cùng các gian hàng để tăng lượng khách tham quan và mua sắm, đồng thời hỗ trợ để các khách thuê có thể cải thiện doanh thu và nâng cao hình ảnh phù hợp với định vị của từng TTTM. Các hoạt động tinh gọn bộ máy, phát triển và đào tạo đội ngũ lãnh đạo tinh nhuệ, đáp ứng được yêu cầu phát triển mạng lưới sẽ tiếp tục được thường xuyên triển khai tại tất cả các cơ sở trên toàn hệ thống.

Hoạt động Mua bán và Sáp nhập (M&A)

Với quy mô dân số hơn 90 triệu dân cùng với tốc độ tăng trưởng luôn đạt hai con số, thị trường bán lẻ của Việt Nam được đánh giá là rất tiềm năng, hấp dẫn và còn nhiều cơ hội phát triển trong thời gian tới. Cùng với đó, khi xu thế hội nhập toàn cầu đang ngày càng mở rộng thông qua các Hiệp định thương mại tự do thì áp lực cạnh tranh đến từ các nhà bán lẻ nước ngoài là ngày càng

lớn. Trên thực tế, trong thời gian gần đây ngành bán lẻ đã chứng kiến sự thâm nhập nhanh và mạnh mẽ bằng nhiều con đường của các nhà bán lẻ nước ngoài vào thị trường nội địa, và xu hướng này được dự báo sẽ còn tiếp tục tăng trưởng. Nhận thức được điều này, trong thời gian qua Vincom Retail cũng đã tiến hành nhiều thương vụ mua bán và sáp nhập nhằm mở rộng thị phần, mở rộng mạng lưới phân phối và tăng sức cạnh tranh so với các nhà bán lẻ khác. Trong thời gian tới, Vincom Retail sẽ tiếp tục thực hiện các thương vụ mua bán và sáp nhập với những đơn vị mà Công ty đánh giá có triển vọng tăng trưởng tốt và phù hợp với mục tiêu phát triển dài hạn của Công ty.

16 Đánh giá của Tổ chức tư vấn về kế hoạch Lợi nhuận và Cổ tức

Với tư cách là Tổ chức tư vấn, SSI đã tiến hành thu thập thông tin, nghiên cứu, phân tích về hoạt động kinh doanh của Vincom Retail cũng như về các lĩnh vực kinh doanh mà Công ty đang hoạt động.

Dựa trên kết quả kinh doanh của Vincom Retail trong các năm vừa qua, khả năng triển khai các dự án TTTM cũng như các dự án bất động sản xung quanh các TTTM, khả năng cho thuê cũng như thương hiệu của các TTTM Vincom, cùng với triển vọng phát triển của thị trường bán lẻ, chúng tôi nhận thấy kế hoạch Lợi nhuận mà Công ty đưa ra có tính khả thi cao.

Căn cứ theo BCTC soát xét 6 tháng đầu năm 2017, Công ty đạt được Tổng doanh thu là 2.734 tỷ đồng, đạt 59,4% so với kế hoạch Doanh thu đã đặt ra cho cả năm 2017 là 4.604 tỷ đồng. Trong khi đó, Lợi nhuận sau thuế 6 tháng đầu năm 2017 của Công ty đạt 1.100 tỷ đồng, tương ứng 51,6% so với kế hoạch cả năm 2016 là 2.133 tỷ đồng. Dựa trên tiến độ khai trương các TTTM mới trong 6 tháng cuối năm 2017 và năm 2018, tiến độ bàn giao các tài sản bất động sản, năng lực của Công ty và triển vọng thị trường bán lẻ và thị trường bất động sản trong thời gian gần đây, SSI nhận thấy rằng kế hoạch kinh doanh năm 2017 và năm 2018 của Công ty có tính khả thi nếu không có những biến động lớn bất khả kháng ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động kinh doanh của Công ty trong 6 tháng cuối năm 2017 và trong năm 2018.

Chúng tôi lưu ý rằng, các ý kiến nhận xét nêu trên được đưa ra dưới góc độ đánh giá của một Tổ chức tư vấn, dựa trên những cơ sở thông tin được thu thập có chọn lọc mà không hàm ý bảo đảm giá trị của chứng khoán cũng như tính chắc chắn của những số liệu được dự báo. Nhận xét này chỉ mang tính tham khảo và nhà đầu tư sẽ tự mình ra quyết định đầu tư.

17 Thông tin về những cam kết nhưng chưa thực hiện của Tổ chức đăng ký niêm yết

Không có.

18. Các thông tin, các tranh chấp kiện tụng liên quan tới Công ty mà có thể ảnh hưởng đến giá cả chứng khoán niêm yết

Không có.

V. CHỨNG KHOÁN NIÊM YẾT

1. **Loại chứng khoán:** cổ phần phổ thông
2. **Mệnh giá:** 10.000 đồng/cổ phần
3. **Tổng số chứng khoán niêm yết:** 1.901.078.733 cổ phần
4. **Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng theo quy định của pháp luật hoặc tổ chức niêm yết**

❖ Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng theo quy định của pháp luật: 349.155.185 cổ phần, đây là số lượng cổ phần cam kết nắm giữ 100% trong thời gian 6 tháng kể từ ngày niêm yết và 50% số cổ phần này trong 6 tháng tiếp theo, bao gồm:

- Số lượng cổ phiếu của HĐQT nắm giữ là: 0 cổ phần;
- Số lượng cổ phiếu của BKS nắm giữ là: 0 cổ phần;
- Số lượng cổ phiếu của BTGĐ nắm giữ là: 0 cổ phần;
- Số lượng cổ phiếu của KTT nắm giữ là: 0 cổ phần; và
- Số lượng cổ phiếu của Cổ đông lớn là người có liên quan với Thành viên HĐQT, BKS, BTGĐ, KTT là: 349.155.185 cổ phần.

❖ Danh sách cổ đông là Thành viên HĐQT, BTGĐ, BKS, KTT và Cổ đông lớn là Người có liên quan nắm giữ cổ phần của Công ty tại thời điểm 03/10/2017:

TT	Họ và tên	Chức vụ	SLCP nắm giữ
I. Thành viên HĐQT			
1.	Bà Dương Thị Mai Hoa	Chủ tịch HĐQT	0
2.	Bà Trần Mai Hoa	Thành viên HĐQT	0
3.	Bà Nguyễn Thị Dịu	Thành viên HĐQT	0
4.	Bà Mai Thu Thủy	Thành viên HĐQT	0
5.	Bà Lê Mai Lan	Thành viên HĐQT	0
6.	Ông Timothy J. Daly	Thành viên độc lập HĐQT	0
7.	Ông Brett Krause	Thành viên độc lập HĐQT	0
II. Ban Tổng Giám đốc			
1.	Bà Trần Mai Hoa	TGĐ	0
2.	Bà Nguyễn Thu Hà	Phó TGĐ	0

TT	Họ và tên	Chức vụ	SLCP nắm giữ
3.	Bà Phạm Ngọc Thoa	Giám đốc tài chính	0
III. Ban Kiểm soát			
1.	Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang	Trưởng BKS	0
2.	Bà Nguyễn Thu Phương	Thành viên BKS	0
3.	Bà Trần Thanh Tâm	Thành viên BKS	0
IV. Kế toán trưởng			
1.	Ông Bùi Tiến Lực	KTT	0
V. Cổ đông lớn			
1.	Tập đoàn Vingroup –CTCP	Cổ đông lớn liên quan đến Thành viên HĐQT	349.155.185

5. Phương pháp tính giá

Giá tham chiếu của cổ phần Vincom Retail là giá được tính toán dựa trên 03 (ba) phương pháp:

- Đánh giá lại giá trị tài sản ròng (RNAV);
- So sánh giá cổ phần trên giá trị sổ sách mỗi cổ phần (P/B);
- So sánh EV/EBITDA.

Ghi chú: Đây chỉ là 3 trong những phương pháp định giá mà nhà đầu tư có thể tham khảo, ngoài ra, giá trị của cổ phần Vincom Retail còn phụ thuộc yếu tố cung – cầu trên thị trường chứng khoán.

Phương pháp tính toán được trình bày cụ thể dưới đây:

5.1 Phương pháp Đánh giá lại giá trị tài sản ròng (RNAV)

Giá trị doanh nghiệp hợp lý của Vincom Retail sẽ là giá trị tổng hợp của các TTTM đang vận hành, các TTTM đang xây dựng và các dự án đang nghiên cứu khả thi của Vincom Retail. Giá trị vốn cổ phần của Vincom Retail sẽ tương đương Giá trị doanh nghiệp trừ cho giá trị thị trường của cổ phần ưu đãi (Công ty hiện tại không có cổ phần ưu đãi), nợ, lợi ích thiểu số và cộng thêm tiền và các khoản tương đương tiền.

5.1.a. Các TTTM đang hoạt động

Vincom Retail đã thuê Colliers và Cushman & Wakefield, 2 nhà tư vấn bất động sản chuyên nghiệp hàng đầu thế giới và đã tham gia định giá nhiều dự án bất động sản lớn tại Việt Nam để xác định giá trị hợp lý của các TTTM đang hoạt động và các dự án TTTM đang xây dựng của Vincom Retail. Các báo cáo định giá được lập vào thời điểm 30/6/2017, sát với thời điểm doanh nghiệp tiến hành niêm yết trên thị trường chứng khoán.

Tại thời điểm định giá, Công ty có 40 dự án đang hoạt động với tổng diện tích sàn xây dựng là 1,1 triệu m^2. Giá trị hợp lý của các dự án TTTM của Vincom Retail được định giá độc lập bởi Colliers và Cushman & Wakefield như sau:

Mô hình TTTM	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m^2)	Định giá tại 30/6/2017 (tỷ đồng)
Vincom Center	4	165.876	16.577
Vincom Mega Mall	3	395.147	13.257
Vincom Plaza	27	514.364	7.520
Vincom +	6	38.048	2.083
Tổng	**40**	**1.113.435**	**39.437**

5.1.b. Các dự án TTTM đã có kế hoạch triển khai

Ngoài 40 dự án đang vận hành như trên, Công ty có 73 dự án sắp triển khai, trong đó có 22 dự án đã bắt đầu được xây dựng (7/22 dự án này sẽ hoàn thành trong nửa cuối năm 2017) và 51 dự án đang trong những giai đoạn phát triển khác nhau. 73 dự án này sẽ giúp Vincom Retail tăng sự hiện diện tại thêm 29 tỉnh thành trước đây chưa có sự hiện diện của Công ty.

Số lượng TTTM phân loại theo 04 loại hình TTTM của Vincom Retail:

Mô hình TTTM	Số lượng
Vincom Center	6
Vincom Mega Mall	7
Vincom Plaza	26
Vincom +	34
Tổng	**73**

Theo ước tính của Công ty, Thu nhập ròng từ cho thuê mặt bằng từ 73 dự án mới này sẽ đạt 4.506 tỷ đồng vào năm 2024.

Giá trị hợp lý của 73 dự án theo phương pháp Vốn hóa trực tiếp (Cap rate) được tính như sau:

$$\text{Giá trị hợp lý của dự án} = \frac{\text{Thu nhập ròng từ cho thuê mặt bằng}}{\text{Tỷ suất vốn hóa (Cap rate)}}$$

Theo báo cáo nghiên cứu thị trường của Colliers, mức tỷ suất vốn hóa (Cap rate) dự kiến cho thị trường Việt Nam trong các năm tới từ 7% - 10%. Công ty đã áp dụng 03 mức Tỷ suất vốn hóa khác nhau là 9%, 10% và 11% vì các dự án mới của Vincom Retail không chỉ tập trung ở các đô thị lớn mà còn ở các tỉnh, thành phố đang phát triển và việc xây dựng và phát triển các dự án chứa đựng những rủi ro nhất định.

Để tính đến khả năng Công ty có thể quyết định trì hoãn hoặc không tiếp tục triển khai một số dự án nêu trên, chúng tôi áp dụng các kịch bản hoàn thành là 80%, 90% và 100% đối với tổng diện tích sàn bán lẻ của 73 dự án TTTM này.

Đơn vị tính: tỷ đồng

03 kịch bản của 73 dự án sắp được triển khai

Tỷ lệ hoàn thành	80%	90%	100%
Thu nhập ròng từ cho thuê mặt bằng	3.605	4.055	4.506

Nguồn: Vincom Retail

Giá trị hợp lý của 73 dự án sắp triển khai theo các mức tỷ suất vốn hóa và tỷ lệ hoàn thành khác nhau vào năm 2024 được thể hiện như sau:

Đơn vị tính: tỷ đồng

Tỷ suất vốn hóa/ Tỷ lệ hoàn thành	80%	90%	100%
11%	32.770	36.866	40.962
10%	36.047	40.552	45.058
9%	40.052	45.058	50.065

Nguồn: Vincom Retail

Do áp dụng mức Thu nhập ròng ổn định từ năm 2024 để xác định giá trị của các TTTM, các giá trị này cần được chiết khấu về thời điểm hiện tại để phản ánh giá trị của Vincom Retail tại thời điểm niêm yết.

Dựa trên chi phí sử dụng vốn chủ sở hữu 13,85% và chi phí sử dụng vốn vay 8% với tỷ trọng của vốn chủ sở hữu và vốn vay trong cơ cấu vốn lần lượt là 81,8% và 18,2%, chúng tôi đã áp dụng tỷ lệ chiết khấu 12,50% để tính giá trị hợp lý của 73 dự án sắp được triển khai tại thời điểm cuối năm 2017 như sau:

Đơn vị tính: tỷ đồng

Tỷ suất vốn hóa/ Tỷ lệ hoàn thành	80%	90%	100%
11%	14.371	16.168	17.964
10%	15.808	17.784	19.760
9%	17.565	19.760	21.956

5.1.c. Các dự án TTTM đang nghiên cứu khả thi

Vincom Retail có kế hoạch tăng tổng số TTTM lên khoảng 200 dự án vào năm 2021, tùy thuộc vào nhu cầu của thị trường và sự sẵn có của các quỹ đất phù hợp. Do đó, Công ty đang tiến hành nghiên cứu khả thi thêm một số dự án và dự kiến sẽ quyết định việc tiếp tục theo đuổi việc phát triển các dự án TTTM này trong vòng 12 tháng tới. Khi hoàn thành, các TTTM sẽ đóng góp cho Công ty thêm khoảng 1,29 triệu m^2 diện tích sàn bán lẻ, với mức Thu nhập ròng từ cho thuê mặt bằng dự kiến mức 6.096 tỷ đồng vào năm 2024.

Tương tự như 73 dự án đang sắp được triển khai, mức tỷ suất vốn hoá được áp dụng sẽ lần lượt là 9%, 10% và 11%. Tuy nhiên, do các dự án đang ở giai đoạn lập kế hoạch tổng thể, chúng tôi áp dụng các kịch bản hoàn thành ở mức thận trọng hơn so với 73 dự án đã xác định, lần lượt là 60%, 80% và 100%, như bảng dưới đây:

Đơn vị tính: tỷ đồng

03 kịch bản của 86 dự án đang nghiên cứu khả thi			
Tỷ lệ hoàn thành	60%	80%	100%
Thu nhập ròng từ cho thuê mặt bằng	3.658	4.877	6.096

Nguồn: Vincom Retail

Giá trị hợp lý của 86 dự án với các mức tỷ suất vốn hoá khác nhau và các kịch bản khác nhau vào năm 2024 như sau:

Đơn vị tính: tỷ đồng

Tỷ suất vốn hóa/ Tỷ lệ hoàn thành	60%	80%	100%
11%	33.251	44.335	55.419
10%	36.576	48.769	60.961
9%	40.641	54.187	67.734

Chúng tôi đã áp dụng mức chiết khấu 12,50% để tính giá trị hợp lý của một số dự án đang nghiên cứu khả thi tại thời điểm cuối năm 2017 như sau:

Đơn vị tính: tỷ đồng

Tỷ suất vốn hóa/ Tỷ lệ hoàn thành	60%	80%	100%
11%	14.582	19.443	24.304
10%	16.041	21.388	26.735
9%	17.823	23.764	29.705

5.1.d. Đánh giá lại giá trị tài sản ròng (RNAV) của Vincom Retail

Dự kiến dòng tiền đầu tư phát triển các TTTM sẽ đến từ dòng tiền hoạt động của chính các TTTM này trong giai đoạn 2017 - 2024.

Giá trị hợp lý của Vincom Retail tại thời điểm niêm yết được xác định bằng tổng của các thành phần sau:

(i) Giá trị tài sản ròng của Công ty: được xác định bằng giá trị tổng tài sản của Công ty tại thời điểm 30/6/2017, cộng phần chênh lệch từ xác định lại giá trị thị trường hợp lý của 40 TTTM đang hoạt động, trừ đi các khoản nợ, khoản phải trả và lợi ích cổ đông không kiểm soát, cộng với khoản nợ đã chuyển đổi thành vốn cổ phần trước thời điểm niêm yết

(ii) Giá trị hợp lý 73 dự án đang sắp triển khai và 86 dự án đang nghiên cứu khả thi theo các kịch bản khác nhau.

Kết quả như bảng dưới đây:

Đơn vị tính: tỷ đồng

Tỷ suất vốn hóa/ Tỷ lệ hoàn thành	80%/60%	90%/80%	100%
11%	74.794	81.451	88.108
10%	77.689	85.012	92.335
9%	81.228	89.365	97.501

Với tổng số lượng cổ phần đang lưu hành tại thời điểm niêm yết là 1.901.078.733 cổ phần, giá cổ phần của Vincom Retail tại mỗi kết quả RNAV như sau:

Đơn vị tính: đồng/cổ phần

Tỷ suất vốn hóa/ Tỷ lệ hoàn thành	80%/60%	90%/80%	100%

11%	39.343	42.845	46.347
10%	40.866	44.718	48.570
9%	42.727	47.007	51.287

Theo phương pháp Đánh giá lại giá trị tài sản ròng, giá trị mỗi cổ phần của Vincom Retail ước tính là từ 39.343 đồng/CP đến 51.287 đồng/CP.

5.2 Phương pháp so sánh Hệ số giá cổ phần trên giá trị sổ sách mỗi cổ phần (P/B)

Giá trị sổ sách của mỗi cổ phần của Công ty được tính theo công thức:

$$\textit{Giá trị sổ sách 01 cổ phần} = \frac{\textit{Tổng tài sản – (Tài sản vô hình + Nợ)}}{\textit{Tổng số cổ phần đang lưu hành}}$$

Giá trị sổ sách của Vincom Retail tại các thời điểm được tính như sau:

Chỉ tiêu	ĐVT	31/12/2016	31/12/2017 (dự kiến)	31/12/2018 (dự kiến)
Tổng tài sản – (Tài sản vô hình + Nợ)	tỷ đồng	24.647	26.194	29.496
Tổng số cổ phần đang lưu hành	triệu cổ phần	2.109	1.901	1.901
Giá trị sổ sách 01 cổ phần	đồng/CP	**11.686**	**13.779**	**15.516**

Giá trị sổ sách được sử dụng cho việc xác định giá trị hợp lý của cổ phần Vincom Retail là giá trị sổ sách năm 2018, tương đương 15.516 đồng/CP. Chúng tôi sử dụng Giá trị sổ sách của năm 2018 vì năm 2017 chưa phản ánh các dự án đang triển khai.

Phần chênh lệch tăng thêm giữa Giá trị sổ sách năm 2018 so với năm 2017 là do đóng góp của Lợi nhuận sau thuế dự kiến đạt được trong năm 2018. Năm 2018, Công ty đặt kế hoạch lợi nhuận sau thuế là 3.302 tỷ đồng, với thông tin chi tiết về việc triển khai kế hoạch được trình bày tại Mục 14 – Kế hoạch Lợi nhuận và Cổ tức trong năm tiếp theo của Bản cáo bạch.

Vì không có các công ty hoạt động cùng lĩnh vực kinh doanh và quy mô tương tự với Vincom Retail đang niêm yết trên TTCK Việt Nam, đối tượng so sánh hợp lý là các công ty trong khu vực hoạt động trong cùng lĩnh vực kinh doanh. Các công ty này đang được giao dịch với mức P/B như sau:

Công ty	Nước	Vốn hóa (triệu đô la Mỹ)	Chỉ số P/B
Central Pattana Pub Co Ltd	Thái Lan	10.818	6,0x
SM Prime Holdings Inc	Philipines	20.652	4,2x
Capitaland Ltd.	Singapore	11.572	0,9x
Bình quân			3,7x

Nguồn: Bloomberg (18/10/2017)

Central Pattana: Là công ty con của Tập đoàn Central Group, Central Pattana sở hữu và vận hành các TTTM lớn nhất tại Thái Lan. Central Pattana đang sở hữu 700.000 m^2 sàn bán lẻ, chiếm 17% tổng diện tích mặt bằng bán lẻ tại Thái Lan. Năm 2016, mức doanh thu và lợi nhuận ròng của Công ty lần lượt là 783 triệu đô la Mỹ và 262 triệu đô la Mỹ.

CapitaLand: Công ty sở hữu và vận hành các TTTM lớn nhất tại Singapore với 17% thị phần cho thuê mặt bằng bán lẻ. Năm 2016, mức doanh thu và lợi nhuận ròng của Công ty lần lượt là 3,8 tỷ đô la Mỹ và 863 triệu đô la Mỹ.

SM Prime Holdings Inc: Công ty bất động sản sở hữu và vận hành các TTTM lớn nhất tại Philipines với 33% thị phần cho thuê mặt bằng bán lẻ, tương đương 3,5 triệu m^2 sàn. Năm 2016, Công ty đạt 1,7 tỷ đô la Mỹ doanh thu và 502 triệu đô la Mỹ lợi nhuận ròng

Vincom Retail: Theo Colliers International Research, Vincom Retail nắm giữ 60% thị phần bất động sản bán lẻ tại các thành phố chính Hà Nội và TP.HCM. Theo Công ty, tại 30/6/2017, Vincom Retail sở hữu tổng diện tích sàn bán lẻ là 1.113.435 m^2.

Vì Việt Nam là thị trường chứng khoán cận biên và ngành BĐS bán lẻ tại Việt Nam chưa phát triển bằng Thái Lan, Singapore hoặc Phillipines, chúng tôi đã chiết khấu hệ số P/B 3,7x dựa trên các công ty tương tự trong khu vực để đưa ra mức định giá hợp lý cho Vincom Retail. Tuy nhiên, Vincom Retail nên có một hệ số định giá cao vì tiềm năng tăng trưởng của Vincom Retail còn rất lớn từ các yếu tố tăng trưởng của thị trường và số lượng TTTM sẽ đi vào vận hành trong những năm sắp tới. Chúng tôi vì thế lần lượt áp mức chiết khấu là 20% và 10%.

Giá trị hợp lý sử dụng phương pháp P/B	20%	10%
Hệ số P/B	2,95x	3,32x
Giá trị sổ sách trên 1 CP năm 2018 (đồng/CP)	15.516	15.516
Giá cổ phần (đồng/CP)	45.808	51.534

Theo phương pháp định giá P/B, giá trị mỗi cổ phần của Vincom Retail ước tính là từ 45.808 đồng/CP đến 51.534 đồng/CP.

5.3 Phương pháp so sánh Hệ số EV/EBITDA

Tương tự phương pháp so sánh chỉ số P/B, các công ty được dùng để so sánh với Vincom Retail được trình bày trong bảng sau:

Công ty	Nước	Vốn hóa (triệu đô la Mỹ)	Chỉ số EV/EBITDA
Central Pattana Pub Co Ltd	Thái Lan	10.818	21,9x
SM Prime Holdings Inc	Philipines	20.652	25,0x
Capitaland Ltd.	Singapore	11.572	17,2x
Bình quân			21,4x

Nguồn: Bloomberg (18/10/2017)

Chúng tôi sử dụng mức EBITDA dự phóng năm 2018 do năm 2017 đã gần như kết thúc, 40 TTTM đã đi vào hoạt động ổn định, ngoài ra, Công ty sẽ đưa thêm 33 TTTM hoạt động trong năm 2018. EBITDA được tính bằng cách dùng Lợi nhuận gộp, cộng với các Chi phí khấu hao, trừ đi Chi phí bán hàng và Chi phí quản lý doanh nghiệp.

Năm 2018, EBITDA của Vincom Retail dự kiến sẽ đạt 4.897 tỷ đồng. Chúng tôi cũng áp dụng mức chiết khấu 20% và 10% cho EV/EBITDA của Vincom Retail so với mức trung bình của các công ty trong khu vực là 21,4 lần.

Giá trị hợp lý sử dụng phương pháp EV/EBITDA		20%	10%
Hệ số EV/EBITDA	(1)	17,1x	19,2x
EBITDA 2018	(2)	4.897	4.897
Giá trị doanh nghiệp (tỷ đồng)	(3) = (1) x (2)	83.739	94.206
Giá trị vốn cổ phần (tỷ đồng)	(4)	85.033	95.500
Số lượng cổ phần lưu hành (triệu cổ phần)	(5)	1.901	1.901
Giá cổ phần (đồng/CP)	(6) = (4) : (5)	44.729	50.235

Theo phương pháp định giá EV/EBITDA, giá trị mỗi cổ phần của Vincom Retail ước tính là từ 44.729 đồng/CP đến 50.235 đồng/CP.

Trên cơ sở định giá theo 3 phương pháp: RNAV, Hệ số EV/EBITDA và Hệ số P/B, giá trị hợp lý của mỗi cổ phần của Vincom Retail sẽ từ 39.343 đồng/CP đến 51.534 đồng/CP.

Nhằm gia tăng tính thanh khoản của cổ phiếu Vincom Retail để thu hút sự quan tâm của các Nhà đầu tư, đồng thời dựa trên quan điểm thận trọng, căn cứ vào Nghị quyết HĐQT số 22/2017/HĐQT-VCR JSC ngày 21/10/2017, HĐQT Vincom Retail quyết định chọn mức giá khởi điểm niêm yết của Công ty trong ngày giao dịch đầu tiên là 33.800 đồng/CP.

6. Giới hạn về tỷ lệ nắm giữ đối với người nước ngoài

Điều lệ tổ chức và hoạt động của Công ty hiện nay không quy định về giới hạn tỷ lệ sở hữu của nhà đầu tư nước ngoài đối với cổ phần của Công ty.

Căn cứ theo Điều 1, Khoản 2, Nghị định số 60/2015/NĐ-CP ngày 26/6/2015 của Thủ tướng chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 58/2012/NĐ-CP ngày 20/7/2012 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Chứng khoán và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chứng khoán thì tỷ lệ sở hữu nước ngoài tại công ty đại chúng như sau:

(i) Không hạn chế tỷ lệ (trừ khi Điều lệ công ty có quy định khác);

(ii) Trường hợp điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia có quy định về tỷ lệ sở hữu nước ngoài thì sẽ tuân theo theo điều ước quốc tế;

(iii) Nếu hoạt động của công ty thuộc ngành nghề đầu tư kinh doanh mà pháp luật có quy định tỷ lệ sở hữu nước ngoài thì thực hiện theo quy định tại pháp luật đó;

(iv) Nếu công ty hoạt động trong ngành nghề kinh doanh có điều kiện áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài mà chưa có quy định cụ thể về sở hữu của nước ngoài thì tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa là 49%;

(v) Nếu công ty hoạt động đa ngành nghề có quy định khác nhau về tỷ lệ sở hữu thì tỷ lệ sở hữu nước ngoài không vượt quá mức thấp nhất trong các ngành nghề (mà công ty đó hoạt động) có quy định về tỷ lệ sở hữu nước ngoài, trừ trường hợp điều ước quốc tế có quy định khác.

Nghị định 60 có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/9/2015. Công ty có một số ngành nghề kinh doanh chịu giới hạn tỷ lệ sở hữu nước ngoài, bao gồm: Hoạt động dịch vụ trồng trọt – giới hạn tỷ lệ 51% (CPC 881); Hoạt động chiếu phim - giới hạn tỷ lệ 51% (CPC 96121) và Hoạt động sáng tác, nghệ

thuật và giải trí - giới hạn tỷ lệ 49% (CPC9619). Vì vậy, tỷ lệ sở hữu được phép nắm giữ tối đa của nhà đầu tư nước ngoài tại Vincom Retail hiện nay là 49%.

Tỷ lệ nắm giữ của các cổ đông nước ngoài tại Vincom Retail hiện nay là 20,22% Vốn điều lệ.

7. Các loại thuế liên quan

a. Đối với Công ty

i. Thuế Thu nhập doanh nghiệp

Công ty có nghĩa vụ nộp Thuế TNDN bằng 20% trên thu nhập chịu thuế.

Các báo cáo Thuế của Công ty và các Công ty con sẽ chịu sự kiểm tra của Cơ quan thuế. Do việc áp dụng luật và các quy định về thuế đối với các loại nghiệp vụ khác nhau có thể được giải thích theo nhiều cách khác nhau, số thuế được trình bày trên BCTC hợp nhất có thể sẽ bị thay đổi theo quyết định cuối cùng của Cơ quan thuế.

Thuế TNDN hiện hành phải trả được xác định dựa trên thu nhập chịu thuế của năm hiện tại. Thu nhập chịu thuế khác với thu nhập được báo cáo trong Báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất vì thu nhập chịu thuế không bao gồm các khoản mục thu nhập chịu thuế hay chi phí được khấu trừ cho mục đích tính thuế trong các năm khác và cũng không bao gồm các khoản mục không phải chịu thuế hay không được khấu trừ cho mục đích tính thuế. Thuế TNDN hiện hành phải trả của Nhóm Công ty được tính theo thuế suất đã ban hành đến ngày kết thúc năm tài chính.

ii. Thuế Giá trị gia tăng

Thuế GTGT áp dụng đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty thực hiện theo quy định của Luật Thuế GTGT năm 2008 và Luật Sửa đổi, Bổ sung một số điều của Luật Thuế GTGT năm 2013 và các văn bản hướng dẫn thi hành.

Thuế suất Thuế GTGT mà Công ty phải chịu là 10%.

b. Đối với nhà đầu tư

i. Đối với nhà đầu tư cá nhân

- **Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán:**

Đối với nhà đầu tư trong nước: Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán áp dụng thuế suất là 20% trên thu nhập tính thuế của cả năm hoặc áp dụng thuế suất 0,1% trên giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần. Việc áp dụng thuế suất 20% trên thu nhập tính thuế cả năm phải đáp ứng điều kiện quy định tại Khoản 4a, Điều 2, Thông tư số 111/2013/TT-BTC ngày 27/6/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn về Thuế TNCN và căn cứ Khoản 5, Điều 16, Thông tư số 156/2013/TT-BTC ngày 6/11/2013 của Bộ Tài chính hướng dẫn một số điều của Luật Quản lý thuế, Luật Sửa đổi, Bổ sung một số điều của Luật Quản lý thuế thì: Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán áp dụng thuế suất là 20% trên thu nhập tính thuế của cả năm hoặc áp dụng thuế suất 0,1% trên giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần đối với cá nhân cư trú.

Đối với nhà đầu tư nước ngoài: Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán áp dụng thuế suất thuế TNCN là 0,1% trên tổng số tiền nhận được từ việc chuyển nhượng.

- **Thu nhập từ cổ tức:**

Cũng theo Thông tư số 111/2013/TT-BTC, thu nhập của cá nhân từ cổ tức cũng được xem là thu nhập chịu thuế với mức thuế suất toàn phần là 5%.

Trường hợp nhà đầu tư nhận cổ tức bằng tiền mặt, thuế TNCN được tính bằng cổ tức mỗi lần trả nhân với thuế suất 5%. Trường hợp nhận cổ tức bằng cổ phần hoặc cổ phần thưởng, nhà đầu tư chưa phải nộp thuế khi nhận cổ phần, tuy nhiên khi tiến hành chuyển nhượng số cổ phần này thì nhà đầu tư mới phải thực hiện nghĩa vụ thuế và áp dụng mức thuế suất tương tự như trường hợp chuyển nhượng chứng khoán.

ii. Đối với nhà đầu tư tổ chức

- **Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán:**

Tổ chức trong nước: Theo quy định tại Luật Thuế TNDN số 14/2008/QH12 ngày 03/6/2008 và Luật số 32/2013/QH13 ngày 19/6/2013 sửa đổi bổ sung một số điều của Luật Thuế TNDN số 14/2008/QH12 thì thu nhập từ chuyển nhượng vốn, chuyển nhượng chứng khoán là thu nhập khác áp dụng thuế suất thuế TNDN là 22%.

Đối doanh nghiệp nước ngoài: Tổ chức nước ngoài sản xuất kinh doanh tại Việt Nam không theo Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư thì thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán sẽ nộp thuế TNDN theo tỷ lệ 0,1% trên doanh thu tính thuế.

- **Thu nhập từ cổ tức:**

Được miễn thuế theo quy định tại Khoản 6, Điều 4 Luật Thuế TNDN 2008.

VI. CÁC ĐỐI TÁC LIÊN QUAN TỚI VIỆC NIÊM YẾT

1. Tổ chức niêm yết

CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

Trụ sở chính: Số 7, Đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nộ

Điện thoại: (84 24) 3974 9999 Fax: (84 24) 3974 8888

Website: vincom.com.vn

2. Tổ chức tư vấn

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)

Hội sở

Địa chỉ: 72 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP HCM

Điện thoại: (84 28) 38 24 28 97 Fax: (84 28) 38 24 29 97

Email: ssi@ssi.com.vn Website: www.ssi.com.vn

3. Tổ chức kiểm toán

Công ty TNHH Ernst & Young Việt Nam

Địa chỉ: Tầng 8 - Tòa nhà CornerStone, Số 16 Đường Phan Chu Trinh, Quận Hoàn Kiếm, Tp. Hà Nội

Điện thoại: (84 24) 3831 5100 Fax: (84 24) 3831 5090

Email: eyhcmc@vn.ey.com Website: www.ey.com

VII. DANH MỤC CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT CÓ LIÊN QUAN

STT	Tài liệu
I.	**Các quy định chung**
1.	Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13 ngày 26/11/2014.
2.	Luật Thương mại số 36/2005/QH11 ngày 14/6/2005.
II.	**Các văn bản liên quan đến ngành**
1.	Luật Xây dựng số 50/2014/QH13 ngày 18/6/2014.
2.	Luật Đầu tư số 67/2017/QH13 ngày 26/11/2014.
3.	Luật Đất đai số 45/2013/QH13 ngày 29/11/2013.
4.	Luật Nhà ở số 65/2014/QH13 ngày 25/11/2014.
5.	Luật Kinh doanh bất động sản số 66/2014/QH13 ngày 25/11/2014.
III.	**Các văn bản thuế**
1.	Luật Quản lý thuế số 78/2006/QH11 ngày 29/11/2006.
2.	Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp số 14/2008/QH12 ngày 03/6/2008.
3.	Thông tư số 123/2012/TT-BTC ngày 27/7/2012 hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thuế TNDN số 14/2008/QH12.
4.	Thông tư 78/2014/TT-BTC ngày 18/6/2014 hướng dẫn thi hành Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26/12/2013 của Chính phủ quy định và hướng dẫn thi hành Luật thuế TNDN số 14/2008/QH12.
IV.	**Các văn bản liên quan đến hoạt động chứng khoán**
1.	▪ Luật Chứng khoán số 70/2006/QH11; ▪ Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chứng khoán số 62/2010/QH12;
2.	▪ Nghị định số 58/2012/NĐ-CP ngày 20/7/2012 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Chứng khoán và Luật Sửa đổi, Bổ sung một số điều của Luật Chứng khoán; ▪ Nghị định số 60/2015/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 58/2012/NĐCP ngày 20/7/2012 của Chính phủ quy đinh chi tiết Luật Chứng khoán.
3.	Thông tư 155/2015/TT-BTC hướng dẫn về việc công bố thông tin trên thị trường chứng khoán.

STT	Tài liệu
4.	Nghị định 108/2013/NĐ-CP ngày 23/9/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán và thị trường chứng khoán.
5.	Nghị định 145/2016/NĐ-CP ngày 01/11/2016 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 108/2013/NĐ-CP ngày 23/9/2013.
6.	Nghị định 71/2017/NĐ-CP ngày 06/6/2017 hướng dẫn về quản trị công ty áp dụng đối với công ty đại chúng.

VINCOM RETAIL

BẢN CÁO BẠCH NIÊM YẾT
CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

SSI

TP. Hà Nội, ngày 23 tháng 10 năm 2017

ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC NIÊM YẾT
CÔNG TY CỔ PHẦN VINCOM RETAIL

DƯƠNG THỊ MAI HOA
Chủ tịch Hội đồng Quản trị

TRẦN MAI HOA	**NGUYỄN THU HÀ**	**ĐỖ THỊ QUỲNH TRANG**	**PHẠM NGỌC THOA**
Tổng Giám đốc	**Phó Tổng Giám đốc**	**Trưởng Ban Kiểm soát**	**Giám đốc tài chính**

ĐẠI DIỆN TỔ CHỨC TƯ VẤN
CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN (SSI)

CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN SÀI GÒN

NGUYỄN THỊ HƯƠNG GIANG
Giám đốc Phụ trách phía Nam Khối Dịch vụ Ngân hàng Đầu tư

VIII. PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Bản sao hợp lệ Giấy CNĐKKD mới nhất và bản sao các Giấy CNĐKKD của các đợt thay đổi

Phu lục 2: Nghị quyết ĐHĐCĐ thường niên năm 2017 thông qua việc niêm yết tại HSX

Phu lục 3: Điều lệ Công ty phù hợp với Điều lệ mẫu công ty niêm yết

Phụ lục 4: BCTC riêng kiểm toán năm 2015, 2016

Phụ lục 5: BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2015, 2016

Phụ lục 6: BCTC riêng soát xét 6 tháng đầu năm 2017

Phụ lục 7: BCTC hợp nhất soát xét 6 tháng đầu năm 2017

Phụ lục 8: Báo cáo kiểm toán vốn

Phụ lục 9: Các hồ sơ khác