

**BIÊN BẢN HỌP  
ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2024**

- Tên doanh nghiệp: **CÔNG TY CỔ PHẦN SỮA VIỆT NAM** (sau đây gọi là “**Công ty**”, “**Vinamilk**” hoặc “**VNM**”).
- Địa chỉ trụ sở chính: Số 10 Tân Trào, Phường Tân Phú, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh.
- Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp số: 0300588569 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tp. Hồ Chí Minh cấp lần đầu ngày 20/11/2003.
- Thời gian khai mạc: **13 giờ 30 phút, Thứ Năm ngày 25 tháng 04 năm 2024.**
- Hình thức tổ chức họp Đại hội đồng cổ đông (“**ĐHĐCĐ**”): **Đại hội trực tuyến.**
- Địa điểm tổ chức họp **ĐHĐCĐ**: Số 10 Tân Trào, Phường Tân Phú, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh.

Cuộc họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2024 của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam đã được diễn ra với các nội dung như sau:

**I. THÀNH PHẦN THAM DỰ:**

**Hội đồng Quản trị (“**HĐQT**”):** Gồm các thành viên sau đây:

- Ông Nguyễn Hạnh Phúc : Chủ tịch **HĐQT**;
- Bà Mai Kiều Liên : Thành viên **HĐQT** kiêm Tổng Giám đốc;
- Ông Alain Xavier Cany : Thành viên **HĐQT**;
- Ông Michael Chye Hin Fah : Thành viên **HĐQT**;
- Bà Đặng Thị Thu Hà : Thành viên **HĐQT**;
- Ông Đỗ Lê Hùng : Thành viên **HĐQT**;
- Ông Lê Thành Liêm : Thành viên **HĐQT**, Giám đốc Điều hành Tài chính, kiêm Kế Toán trưởng;
- Ông Lee Meng Tat : Thành viên **HĐQT**;
- Ông Hoàng Ngọc Thạch : Thành viên **HĐQT**;
- Bà Tiêu Yến Trinh : Thành viên **HĐQT**.

**Ban Điều hành:** gồm các Giám đốc điều hành (“**GĐDH**”) của Công ty, cụ thể:

- Bà Bùi Thị Hương : Giám đốc điều hành Nhân sự - Hành chính & Đối ngoại;
- Ông Đoàn Quốc Khánh : Q. Giám đốc điều hành Phát triển vùng nguyên liệu;
- Ông Nguyễn Quốc Khánh : Giám đốc điều hành Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm;
- Ông Nguyễn Quang Trí : Giám đốc điều hành Marketing;

- Ông Lê Hoàng Minh : Giám đốc điều hành Sản xuất.

**Cổ đông:** gồm các Cổ đông và Người được ủy quyền của Cổ đông tham dự họp theo danh sách đính kèm Biên bản họp này.

**Kiểm toán độc lập:** Ông Hà Vũ Đình và Bà Nguyễn Thùy Ninh, đại diện cho Công ty TNHH KPMG - đơn vị kiểm toán độc lập cho năm tài chính 2023 của Vinamilk.

## II. DIỄN TIẾN ĐẠI HỘI

### A. THỦ TỤC KHAI MẠC CUỘC HỌP ĐHĐCĐ:

#### 1. Tuyên bố lý do

Ông Đồng Quang Trung – thay mặt Ban tổ chức ĐHĐCĐ tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu tham dự họp ĐHĐCĐ.

#### 2. Báo cáo kết quả kiểm tra tư cách cổ đông tham dự họp

Ông Diệp Hồng Khôn - thay mặt Ban tổ chức ĐHĐCĐ công bố tỷ lệ cổ đông tham dự đại hội với kết quả như sau:

- Tính đến thời điểm khai mạc đại hội lúc **13 giờ 30 phút ngày 25/04/2024**, tổng số cổ đông tham dự đại hội là 1.227 cổ đông, đại diện cho 1.686.984.829 cổ phần, chiếm 80,72% tổng số cổ phần có quyền biểu quyết của Công ty (2.089.955.445 cổ phần).

- Căn cứ theo quy định tại Khoản 1 Điều 16 Điều lệ hiện hành của Công ty: với tỷ lệ tham dự họp là 80,72% tổng số cổ phần có quyền biểu quyết của Công ty, Cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 của Công ty đã hợp pháp, hợp lệ và được phép tiến hành.

#### 3. Thành phần Chủ tọa đoàn

Ông Đồng Quang Trung giới thiệu Ông Nguyễn Hạnh Phúc – Chủ tịch HĐQT làm Chủ tọa Cuộc họp (“**Chủ tọa**”); và các thành viên khác tham gia Chủ tọa đoàn gồm:

- Bà Mai Kiều Liên : Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc;
- Bà Đặng Thị Thu Hà : Thành viên HĐQT.
- Ông Đỗ Lê Hùng : Thành viên HĐQT;
- Ông Alain Xavier Cany : Thành viên HĐQT;
- Ông Michael Chye Hin Fah : Thành viên HĐQT.

#### 4. Thư ký cuộc họp ĐHĐCĐ

Ông Nguyễn Hạnh Phúc – Chủ tịch HĐQT – Chủ tọa cuộc họp giới thiệu Bà **Lê Quang Thanh Trúc** làm Thư ký của cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024.

#### 5. Thông qua thành phần Ban kiểm phiếu và Chương trình nghị sự

Ông Nguyễn Hạnh Phúc – Chủ tịch HĐQT, Chủ tọa cuộc họp, đề nghị thành phần Ban kiểm phiếu và thông báo chương trình nghị sự (chương trình và nội dung) của cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024.

**Thành phần Ban kiểm phiếu gồm:**

1. Ông Diệp Hồng Khôn - Trưởng Bộ phận Pháp lý – Trưởng Ban;

2. Bà Trần Thái Thoại Trân – Giám đốc Kiểm soát nội bộ & Quản lý rủi ro - Thành viên;
3. Ông Bông Hoa Việt - Cổ đông cá nhân – Thành viên độc lập.

**Chương trình nghị sự của Cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 gồm các vấn đề sau:**

1	Báo cáo tài chính năm 2023 được kiểm toán
2	Báo cáo của HĐQT năm 2023
3	Mức chi trả cổ tức cho năm tài chính 2023
4	Kế hoạch doanh thu – lợi nhuận năm 2024 (hợp nhất)
5	Kế hoạch cổ tức năm tài chính 2024
6	Lựa chọn công ty kiểm toán độc lập cho năm tài chính 2024
7	Tổng thù lao và các lợi ích khác của HĐQT năm 2024

Sau khi Ông Nguyễn Hạnh Phúc đề nghị thành phần Ban kiểm phiếu và giới thiệu Chương trình nghị sự, Ông Đồng Quang Trung đã hướng dẫn đại hội thực hiện biểu quyết để thông qua: (1) **Thành phần Ban Kiểm phiếu**; và (2) **Chương trình nghị sự** với kết quả biểu quyết như sau:

STT	Nội dung	Tán thành		Không tán thành		Không có ý kiến	
		Tổng số phiếu	Tỷ lệ (%)	Tổng số phiếu	Tỷ lệ (%)	Tổng số phiếu	Tỷ lệ (%)
1	Thành phần Ban Kiểm phiếu	1.692.909.139	100,00%	0	0,00%	15.328	0,00%
2	Chương trình nghị sự	1.692.919.339	100,00%	0	0,00%	5.128	0,00%

(\*) tính trên tổng số cổ phần có quyền biểu quyết của các Cổ đông tham dự và thực hiện biểu quyết (mỗi cổ phần tương ứng với một phiếu).

Với kết quả biểu quyết như trên, thành phần Ban kiểm phiếu và Chương trình nghị sự của cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 của Công ty đã được thông qua.

## **B. CÁC NỘI DUNG TRÌNH ĐHĐCĐ PHÊ DUYỆT**

1. Ông Nguyễn Hạnh Phúc – Chủ tịch HĐQT trình bày **Báo cáo tài chính năm 2023 đã được kiểm toán**: Nội dung chi tiết được trình bày trong Báo cáo Thường niên năm 2023 đã được đăng tải trên website của Công ty.
2. Các thành viên HĐQT trình bày Báo cáo của HĐQT năm 2023: Nội dung chi tiết được nêu đầy đủ tại Báo cáo Thường niên năm 2023 và Báo cáo quản trị Công ty năm 2023 đã được đăng tải trên website của Công ty. Trong đó:
  - a) Ông Nguyễn Hạnh Phúc – Chủ tịch HĐQT trình bày các nội dung chính của **Báo cáo hoạt động của HĐQT năm 2023**.
  - b) Ông Đỗ Lê Hùng – Thành viên HĐQT, Chủ tịch Ủy Ban Kiểm toán trình bày các nội dung chính của **Báo cáo của Ủy Ban kiểm toán và Báo cáo của thành viên độc lập HĐQT trong Ủy Ban kiểm toán năm 2023**.

- c) Bà Mai Kiều Liên – Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc trình bày các nội dung chính của **Báo cáo tình hình hoạt động sản xuất, kinh doanh 2023 của Công ty**.
3. Bà Mai Kiều Liên – Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc tiếp tục trình bày **Kế hoạch doanh thu - lợi nhuận năm 2024 (hợp nhất)** của Công ty.
4. Bà Đặng Thị Thu Hà – Thành viên HĐQT trình bày hai (02) nội dung sau:
- Mức chi trả cổ tức cho năm tài chính 2023;
  - Kế hoạch cổ tức năm tài chính 2024.
5. Ông Đỗ Lê Hùng – Thành viên HĐQT trình bày hai (02) nội dung sau:
- Lựa chọn đơn vị kiểm toán độc lập cho năm tài chính 2024;
  - Tổng thù lao và các lợi ích khác của HĐQT năm 2024.

Chi tiết các vấn đề trình ĐHĐCĐ phê duyệt: như được trình bày đầy đủ tại tài liệu họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 được đăng tải trên website của Công ty.

### **C. THẢO LUẬN:**

Ông **Nguyễn Hạnh Phúc** – Chủ tịch HĐQT, chủ tọa Đại hội điều khiển Đại hội tiến hành thảo luận. Cổ đông đặt câu hỏi hoặc gửi câu hỏi thông qua ứng dụng đàm thoại, nhắn tin trực tuyến dành riêng cho chương trình.

Tổng cộng đã có 41 câu hỏi/góp ý/nội dung được thảo luận và trả lời tại Đại hội. Sau đây là trích dẫn một số nội dung chính được thảo luận:

STT	Câu hỏi	Trả lời
1	<p><b>Nguyễn Đình Thắng</b></p> <p>1. Hiện tại công ty đã đưa ra thị trường một số sản phẩm chất lượng, giá cao như sữa tươi Organic. Lãnh đạo công ty có thể chia sẻ mức độ tiếp nhận của thị trường với những dòng sản phẩm cao cấp này? Mức độ sẵn sàng chi trả cho sản phẩm cao cấp như thế nào?</p> <p>2. Xin hỏi công ty có tiếp tục dự án nhà máy sữa Hưng Yên không? Nếu có thì tiến độ hiện tại là như thế nào?</p> <p>3. Xin hỏi về liên doanh tại Phillipines, trong 02 năm gần đây (2022, 2023), kết quả của liên doanh vẫn gặp rất nhiều khó khăn. Ban lãnh đạo đánh giá như thế nào về thị trường Philippines?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>1. Sản phẩm Organic đã giới thiệu ra thị trường từ 3-4 năm, đây là sản phẩm cao cấp, đáp ứng theo tiêu chuẩn thế giới (từ chăn nuôi cho tới khi ra sản phẩm..) nên có giá thành tương đối cao. Với mức sống của Việt Nam hiện nay vẫn có bộ phận người tiêu dùng chấp nhận nên Vinamilk vẫn duy trì sản phẩm này, tuy rằng tốc độ tăng trưởng chưa cao. Hy vọng thời gian tới sức mua sẽ tăng.</p> <p>2. Nhà máy Hưng Yên: vẫn tiếp tục xây dựng, hiện tại đã hoàn thành san lấp mặt bằng, vừa rồi đã đăng ký lại giấy phép đầu tư, quyền sử dụng đất từ 20 lên 50 năm. Dự kiến tháng 6-7/24 khởi công.</p> <p>3. Liên Doanh Philippines: có khó khăn vì bắt đầu từ năm 2019, sau đó là 3 năm Covid không triển khai được, chỉ bắt đầu triển khai từ 2022-2023. Tuy nhiên những khó khăn này cũng là tất yếu khi thâm nhập vào thị trường mới. Với sự nỗ lực của 2 bên, chúng tôi hy vọng kết quả sẽ khả quan hơn trong các năm tiếp theo.</p>
2	<p><b>Đặng Thị Minh Ngọc</b></p> <p>Công ty có những chiến lược như thế nào trong những năm tới để phát triển thị trường Trung Quốc và Trung Đông?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>Việc phát triển thị trường Trung Quốc &amp; Trung Đông nằm trong chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu của Vinamilk nhiều năm nay. Từ 1-2 thị trường xuất khẩu ban đầu, hiện nay Vinamilk đã xuất khẩu hơn 60 nước, bao gồm Trung Quốc và Trung Đông. Trung Quốc là thị trường mới, hy vọng sẽ phát triển mạnh vì Vinamilk đang đưa vào các sản phẩm tương đối độc đáo.</p> <p>Trung Đông : bao gồm rất nhiều nước, đây là thị trường từ lâu của Vinamilk, trong đó sữa bột trẻ em đã phát triển được rất nhiều so với 1-2 thị trường ban đầu.</p> <p>Chiến lược của Vinamilk là tăng trưởng song song thị trường nội địa và xuất khẩu. Xuất khẩu đã tăng trưởng 14% trong gần 4 tháng đầu 2024</p>
3	<p><b>Hoàng Văn Nghĩa</b></p> <p>Công ty là 1 doanh nghiệp sữa đầu ngành trong nhiều năm qua và là doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội, tiềm năng tài chính, chính sách cổ tức tiền mặt cho cổ đông nhiều năm. Những năm tới doanh nghiệp có duy trì chính sách cổ tức tiền mặt không ?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>Công ty cam kết duy trì trong các năm tới, Công ty sẽ cân đối giữa đầu tư phát triển và cổ tức để đảm bảo quyền lợi cổ đông.</p>

<p style="text-align: center;"><b>4</b></p>	<p><b>Bùi Đình Tín</b></p> <p>1. Sáu năm qua doanh thu thuần của Vinamilk quanh mức 60.000 tỷ, Lợi nhuận sau thuế tầm 9.000-10.000 tỷ : liệu rằng mức hấp thu sữa của người Việt đã bão hòa?</p> <p>2. Thị trường xuất khẩu ở Trung Đông, Mỹ, ASEAN có tăng trưởng để tăng doanh thu thời gian tới và có thêm thị trường mới không?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>1. Trong 6 năm qua Doanh thu ngành sữa tăng trưởng chậm (do ảnh hưởng của 2 năm covid và hậu covid và biến động trong thị trường trong nước và nước ngoài), sức mua ngành sữa tăng trưởng âm từ 2022-2023 và vẫn tiếp tục đến hiện tại. Mỗi doanh nghiệp sẽ có đường hướng riêng của mình để phục hồi và Vinamilk có hướng đi riêng tiếp tục đổi mới để tăng doanh thu và thị phần (Chiến lược chuyển đổi số), hiện đã có những kết quả khả quan, chứng tỏ Vinamilk đang đi đúng hướng.</p> <p>2. Thị trường XK thế giới kỳ vọng tốc độ tăng trưởng tương đương nội địa, bằng với tốc độ tăng trưởng VINAMILK đề ra.</p>
<p style="text-align: center;"><b>5</b></p>	<p><b>Thạch Kim Độ</b></p> <p>1. Công ty có thể chia sẻ kết quả kinh doanh Quý 1? Xu hướng phục hồi của ngành sữa trong giai đoạn 5 năm tiếp theo?</p> <p>2. Tỷ trọng xuất khẩu dự kiến đóng góp bao nhiêu % trong giai đoạn 5 năm tiếp theo?</p> <p>3. Tiến độ của các dự án lớn Vinabeef, Thiên đường bò sữa Mộc Châu, Nhà máy sữa Hưng Yên.</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>1. Kết quả Quý 1.2024 :          Kết quả kinh doanh hợp nhất Q1.2024 ( sẽ công bố thông tin trong 1-2 ngày nữa ) : Tổng doanh thu tăng 1,2%, Lợi nhuận trước thuế tăng 17%, Lợi nhuận sau thuế tăng 15,8%          Đối với riêng VINAMILK : Tổng doanh thu tăng 2,3%, Lợi nhuận trước thuế tăng 16,5%, Lợi nhuận sau thuế tăng 15,4%.</p> <p>2. Tỷ trọng XK dự kiến đóng góp: sẽ theo tốc độ tăng trưởng nội địa vì khi thị trường thế giới ổn định thì thị trường trong nước cũng ổn định.</p> <p>3. Tiến độ các dự án lớn :          + Vinabeef : Quý 4.2024 sẽ đi vào hoạt động và có sản phẩm ra thị trường.          + Thiên đường sữa Mộc Châu : hơi chậm do tiến độ còn phụ thuộc vào thủ tục giấy tờ đất đai, còn về nguồn lực, con người, tài chính đã chuẩn bị sẵn sàng          + Nhà máy sữa Hưng Yên : tháng 6-7/2024 sẽ khởi công</p>

<b>6</b>	<p><b>Cổ đông An Nguyễn _ Công ty Chứng Khoán Rồng Việt</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Năm 2023 : 2 Công ty sữa IDP &amp; Mộc Châu đều có tăng trưởng dương về doanh thu, riêng doanh thu nội địa của Vinamilk gần như không tăng trưởng nhiều so với 2022. Vậy có phải đã có sự chuyển dịch về tiêu thụ sữa trong nội địa? Vinamilk có kế hoạch nào để tăng cho xu hướng chuyển dịch này?</li> <li>Chiến lược tái định vị thương hiệu : cty chia sẻ số liệu, bằng chứng cụ thể về hiệu quả của chiến lược : giúp doanh thu tăng bao nhiêu %, thu hút bao nhiêu KH mới?</li> <li>MKT (Vinamilk) có kế hoạch hợp tác bán chéo sản phẩm với các công ty cùng ngành hàng tiêu dùng khác để tăng độ nhận diện thương hiệu sản phẩm không? Có chiến lược MKT nào mới hơn không ?</li> <li>Chiến lược dài hạn M&amp;A : so với Masan thì Vinamilk thận trọng về quyết định M&amp;A. Công ty chia sẻ quan điểm về vấn đề này.</li> </ol>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Năm 2023: Vinamilk có đầy đủ sản phẩm của ngành hàng sữa, khác với đối thủ chỉ có một vài ngành hàng. Thị trường sữa có những năm tăng trưởng mặt hàng này và giảm mặt hàng khác. Năm Vinamilk tăng trưởng không đổi chủ yếu do sữa bột trẻ em : do tỷ lệ sinh giảm từ 2 năm nay và chính sách bảo vệ phụ nữ ( thời gian nghỉ thai sản dài, khuyến khích sử dụng sữa mẹ) nên nhu cầu sử dụng sữa bột cho trẻ em giảm. Thị trường sữa bột trẻ em tăng trưởng -20% trong năm 2023, trong khi đó VINAMILK chỉ bị giảm ½ tỷ lệ giảm này. Việc này tác động đến doanh thu chung của Vinamilk.</li> <li>Hiệu quả của việc tái định vị thương hiệu : Tập trung đầu tiên ở ngành hàng sữa nước, bắt đầu từ cuối tháng 7/23. Tuy nhiên do còn bao bì cũ phải sử dụng hết nên đến cuối Q3-đầu Q4 mới hiện diện trên kệ. Sau 5 tháng tái định vị thương hiệu, thị phần ngành hàng sữa nước đã tăng 2.8% so với 7 tháng đầu năm. Việc này chứng minh việc tái định vị ( Marketing, bao bì, thông điệp) đang đi đúng hướng.</li> <li>Quảng cáo : Vinamilk có nhiều hình thức quảng cáo. chính sách quảng cáo khuyến mãi, khuyến dùng của VINAMILK tập trung vào khách hàng mục tiêu : trẻ em ( đồ chơi), người lớn tuổi ( sản phẩm bảo vệ sức khỏe).</li> <li>M&amp;A : Vinamilk thận trọng trong việc M&amp;A. Dân số của Vietnam tăng từ 100 triệu dân lên 120-150 triệu dân trong 10-20 năm nữa nên Vinamilk vẫn tập trung vào ngành chủ yếu (ngành sữa), còn mua bán &amp; sáp nhập thì phải có hiệu quả thì mới thực hiện.</li> </ol>
----------	---	---

7	<p><b>Quân Phạm _ Quý Dragon Capital</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tình hình sức mua như thế nào và dự báo sức mua 6 tháng cuối năm đối với hoạt động bán hàng nội địa.</li> <li>2. Dự báo tăng trưởng ngành sữa : mức độ tăng trưởng kỳ vọng trong 3-5 năm tới, trong bối cảnh đó ngành hàng nào sẽ tăng trưởng tốt và chậm nhất, và tăng trưởng bao nhiêu %</li> <li>3. Với tình hình sức mua hiện nay thì công ty có dự kiến tăng tỷ lệ chi phí bán hàng/ doanh thu để đẩy nhanh tiến độ bán hàng không?</li> </ol>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sức mua thị trường sữa : theo thống kê của Nelsien quý 1 năm 2024: sức mua tăng trưởng âm 2,8%. Đây là vấn đề chung, tuy nhiên với từng công ty, như Vinamilk rất khả quan khi sell out vẫn tăng trưởng 5%, quan trọng là Vinamilk tập trung vào ngành hàng nào để thắng được sụt giảm sức mua chung. Như đã trình bày, sức mua giảm này chủ yếu là từ sữa bột trẻ em : sức mua thị trường sữa bột trẻ em trong Quý 1/2024 tiếp tục giảm 20% so với Q1/2023, ảnh hưởng rất lớn đến các công ty có sản phẩm chủ lực là sữa bột trẻ em. Còn với các ngành hàng khác như sữa nước, sữa hạt, sữa chua, sữa đặc có đường, sữa chua uống tại Vinamilk đều tăng trưởng hai con số, bù đắp phần sụt giảm của sữa bột trẻ em. Nhờ vậy, Vinamilk vẫn tăng trưởng.</li> <li>2. Tỷ lệ Chi phí bán hàng : tùy theo tình hình, tùy thời điểm, có lúc cần tăng hoặc giảm, tùy mỗi ngành hàng, đối tượng, chính sách mỗi Công ty. Tại Vinamilk tỷ lệ này là 20-21%/ Doanh thu. Trong 5 năm tới Vinamilk vẫn đặt mục tiêu tăng trưởng doanh thu 5-10% tùy tình hình.</li> </ol>
8	<p><b>Hà Huỳnh _ CK Bản Việt</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vinamilk chia sẻ mục tiêu / kỳ vọng của Công ty đối với cơ cấu sản phẩm và biên lợi nhuận gộp trong 5 năm tới?</li> <li>2. Portfolio của Vinamilk có khá nhiều sản phẩm và brand. Ban lãnh đạo thấy portfolio sẽ phát triển như thế nào trong 3 - 5 năm tới? Có thay đổi hay cơ cấu lại portfolio này không?</li> <li>3. Năm nay Ban lãnh đạo có định hướng tăng SG&amp;A trong năm nay. Vậy việc tăng sử dụng SG&amp;A trong lĩnh vực nào?</li> </ol>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chiến lược từng sản phẩm : Vinamilk có chiến lược từng sản phẩm và sẽ tập trung vào các sản phẩm có hiệu quả, mang lại lợi nhuận cao thì sẽ cải thiện được biên lợi nhuận gộp. Đây là chiến lược của từng ngành hàng, thể hiện ở doanh thu và thị phần.</li> <li>2. Bắt đầu tái định vị từ 2023, sang 2024 thì sẽ hoàn tất danh mục sản phẩm, tên sản phẩm, nhãn hiệu, thương hiệu, bao bì... Trong Q2.2024 sẽ thay đổi toàn bộ nhận diện ngành hàng sữa chua, chuẩn bị quý 3.2024 sẽ tái định vị sữa bột trẻ em. Tái định vị ko chỉ là chỉ thay đổi ở bao bì, mà còn là tập trung vào sản phẩm nào, giảm bớt / gộp sản phẩm nào... để tập trung vào bán hàng, đối tượng khách hàng.</li> <li>3. Cty quản lý SG&amp;A chặt chẽ để đảm bảo tỷ suất Lợi nhuận / Doanh thu cao như hiện nay. Vinamilk cũng trong chiến lược 5 năm chuyển đổi số, nếu chi phí có tăng thêm thì sẽ tập trung vào chuyển đổi số &amp; Phòng Hoạch định chiến lược cũng sẽ phải chứng minh được việc tăng chi phí này sẽ mang lại hiệu quả như thế nào.</li> </ol>



<p><b>9</b></p>	<p><b>Hoàng Văn Nghĩa</b></p> <p>1. Theo báo chí thì Vinamik chi phí cho quảng cáo lớn làm bào mòn lợi nhuận, chi phí cho quảng cáo là bao nhiêu % cơ cấu chi phí?</p> <p>2. Cập nhật tình hình xuất vào thị trường Trung Quốc trong năm 2023 và 3 tháng đầu năm 2024</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>1. Chi phí quảng cáo là một phần của chi phí bán hàng. Tỷ lệ chi phí bán hàng duy trì 20-21% doanh thu từ nhiều năm nay</p> <p>2. Tình hình xuất khẩu sang Trung Quốc: mới bắt đầu cuối năm 2023, tập trung các mặt hàng mới, đến cuối năm 2024 sẽ thông báo đến cổ đông.</p>
<p><b>10</b></p>	<p><b>Nguyễn Lý Minh Thiện</b></p> <p>Vinamilk có chính sách mua cổ phiếu quỹ hay không?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>Vinamilk không có chính sách mua cổ phiếu quỹ .</p>
<p><b>11</b></p>	<p><b>Đặng Trần Minh _ CK SSI</b></p> <p>Khi đọc BCTN tôi đã thấy rất nhiều sự đổi mới, tái cấu trúc trong tập đoàn, đây là một tín hiệu rất đáng hoan nghênh. Xin công ty cập nhật thông tin về quá trình tái cấu trúc? Khi nào việc tái cấu trúc công ty sẽ hoàn thành, và dự kiến việc tái cấu trúc này sẽ giúp kết quả kinh doanh được cải thiện khoảng bao nhiêu so với trước đây?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>Tái cấu trúc: đây là chiến lược trong 5 năm, tập trung chuyển đổi số tất cả lĩnh vực : Sản xuất –Cung ứng – Chăn nuôi – Bán hàng – Marketing – Tài chính – Nhân sự, chủ yếu ở 2 năm đầu tiên (thực hiện tái định vị thương hiệu, dự kiến sẽ hoàn tất trong năm 2024.) Hiện nay đang chuyển đổi số song song tất cả các lĩnh vực.</p> <p>Về doanh số: vẫn đang cân nhắc do thị trường sữa tăng trưởng âm. Tuy nhiên, chúng tôi tin tưởng lợi nhuận sẽ tăng trưởng.</p>
<p><b>12</b></p>	<p><b>Đặng Xuân Tùng</b></p> <p>Giá cổ phiếu Vinamilk hiện tại có thể hiện vị thế của doanh nghiệp hay không?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Giá cổ phiếu tại thị trường Việt Nam chịu nhiều tác động. Vinamilk chỉ cố gắng sản xuất kinh doanh tốt để đảm bảo tốc độ tăng trưởng, lợi nhuận và cổ tức.</p>
<p><b>13</b></p>	<p><b>Trần Văn Thiện</b></p> <p>1. Công ty có kế hoạch gì khi nhà máy Dielac giải tỏa?</p> <p>2. Xin hỏi Công ty có dự định phát hành cổ phiếu ESOP không?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Nhà máy Dielac : Đây là nhà máy lâu đời từ 1987 đến nay, Vinamilk hiện đang làm việc với tinh về kế hoạch di dời : nhà máy, người lao động... Vinamilk hiện có nhà máy sữa bột có công suất gấp 3 lần nhà máy Dielac này nên việc di dời không ảnh hưởng</p> <p>ESOP : Công ty không có ý định, do đây không thuộc thẩm quyền của Ban Điều hành Vinamilk mà thuộc về cấp trên (không pha loãng tỷ lệ sở hữu tại Vinamilk)</p>

14	<p><b>Trương Ngọc Duy</b></p> <p>Công ty có kế hoạch tăng cổ tức trong tương lai không? Nếu có thì khi nào?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Tăng cổ tức : không tăng được nữa, hiện tại cổ tức đã chia ~91% Lợi nhuận sau thuế hàng năm</p>
15	<p><b>Hoàng Văn Đông</b></p> <p>Năm nay không thấy đưa cổ phiếu thưởng vào danh mục trả cổ tức. Vậy xin hỏi đại hội kế hoạch năm tới có không ? Xin cảm ơn!</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Công ty ghi nhận nhu cầu của cổ đông về chia Cổ phiếu thưởng và sẽ bàn cụ thể và có quyết định sẽ thông tin đến cổ đông.</p>
16	<p><b>Nguyễn Thị Quỳnh Hương</b></p> <p>Bao bì mới của Vinamilk có tác động gì tới mục tiêu phát triển bền vững của công ty?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Bao bì : Vinamilk cố gắng cùng các nhà cung cấp làm sao giảm thiểu bao bì tái sinh ra môi trường. Bao bì sữa nước ở các tập đoàn đa quốc gia hiện nay tiến tới không còn phần lót nhựa bên trong để giảm rác thải ra môi trường.</p>
17	<p><b>Lâm Gia Khánh</b></p> <p>Cho hỏi công ty có kế hoạch để cải thiện nguồn nguyên liệu nhập khẩu nhằm mục đích cải thiện giá thành hay giá cả cạnh tranh?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Vinamilk từ năm 1990 đã thực hiện chiến lược “Cách mạng trắng” chăn nuôi bò sữa để giảm thiểu nhập khẩu, tiết kiệm ngoại tệ cho đến nay. VINAMILK cùng với Mộc Châu sản xuất hơn 1 triệu lít sữa / ngày, thay thế được khối lượng lớn sữa nhập khẩu. Công ty cũng sẽ duy trì tiếp tục việc này.</p>
18	<p><b>Mỹ Trần _HSC</b></p> <p>1. Kế hoạch lợi nhuận sau thuế (LNST) 2024 : vì sao chỉ đặt KH tăng trưởng 4% trong khi dự kiến doanh thu tăng tốt và giá sữa NL thấp</p> <p>2. Khu vực nào đang bán hàng tốt hơn? Nông thôn hay thành thị và vì sao?</p> <p>3. Xuất khẩu Trung Đông : biến động chính trị ảnh hưởng như thế nào đến doanh số xuất khẩu &amp; CP vận chuyển Trung Đông</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên :</b></p> <p>1. Kế hoạch 2024 : Lợi nhuận trước thuế tăng trưởng 5% tương ứng với doanh thu, còn LNST thì còn phụ thuộc vào ưu đãi thuế của chính phủ tại từng vùng, miền... nên có thấp hơn lợi nhuận trước thuế. Ban lãnh đạo đã bàn bạc kỹ về kế hoạch, nếu thực sự làm tốt, tôi tin Công ty sẽ vượt kế hoạch.</p> <p>2. Thị trường sữa của Vinamilk đều hết khắp nơi từ cả thành thị đến nông thôn với hơn 240.000 điểm lẻ với đa dạng sản phẩm từ phổ thông đến cao cấp.</p> <p>3. Giá thành vận chuyển có hơi cao nhưng không ảnh hưởng nhiều tới Lợi nhuận xuất khẩu. 4 tháng 2024 DTXK tăng 14% (bao gồm Trung Đông)</p>

<p><b>20</b></p>	<p><b>Ngô Kinh Luân</b></p> <p>1. Vui lòng chia sẻ kế hoạch kinh doanh của mảng thịt bò liên doanh với Sojit? Kỳ vọng đóng góp doanh thu, lợi nhuận của mảng này trong 3 năm tới ra sao?</p> <p>2. Kế hoạch đầu tư tài sản cố định 2024-2025 ra sao?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đầu tư tài sản cố định : Năm 2024 là 4.200 tỷ và đến 2025 là 6.000 tỷ</li> <li>- Liên Doanh Việt Nhật : nếu hoạt động ổn định thì sẽ đạt doanh thu 3000 tỷ / năm</li> </ul>
<p><b>21</b></p>	<p><b>Phạm Anh Vũ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vì sao trên kênh bán hàng trực tuyến chỉ bán hạn chế một số mặt hàng, ví dụ không bán sữa chua nha đam. Sữa chua ăn chỉ bán theo thùng (48 hộp), không bán lẻ?</li> <li>- Kênh bán hàng Lazada, giao hàng hơi chậm, mất 5 ngày đến 1 tuần, nhiều khi quên không giao.</li> </ul>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Sàn thương mại điện tử (TMĐT) : Vinamilk chỉ tập trung bán một số mặt hàng, do tập trung vào một số đối tượng khách hàng. Công ty sẽ kiểm tra và phản hồi về việc sữa chua nha đam chỉ bán 1 thùng mà không bán ½ thùng.</p> <p>Trong quá trình giao hàng có thể không đúng như cam kết, khách hàng có thể phản ánh để chúng tôi xử lý kịp thời</p>
<p><b>22</b></p>	<p><b>Đỗ Văn Tú</b></p> <p>Vinamilk có xu hướng bán lẻ trực tiếp trực tuyến cho người tiêu dùng để giảm giá thành không?</p>	<p><b>Bà Mai Kiều Liên:</b></p> <p>Chiến lược của Vinamilk trong 5 năm tới : bán trực tiếp tới người tiêu dùng thông qua các cửa hàng trực tiếp của Vinamilk, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, sàn thương mại điện tử. Năm 2023 doanh số cửa hàng Vinamilk tăng trưởng 2 chữ số, sàn TMĐT doanh số tăng gấp đôi, việc này cho thấy Vinamilk đang đi đúng hướng xu hướng trực tiếp tới người tiêu dùng.</p>

## D. CÔNG BỐ KẾT QUẢ BIỂU QUYẾT

Dưới sự hướng dẫn của Ông **Diệp Hồng Khôn** – Trưởng Ban kiểm phiếu, ĐHĐCĐ đã tiến hành biểu quyết để thông qua các nội dung trong Chương trình nghị sự.

Sau khi kiểm phiếu, Ông **Diệp Hồng Khôn** thay mặt Ban Kiểm phiếu công bố kết quả kiểm phiếu như sau:

### Kết quả kiểm phiếu biểu quyết:

- Nguyên tắc chung: Mỗi cổ phần phổ thông sẽ tương ứng với một (01) phiếu biểu quyết;
- Phương thức biểu quyết: biểu quyết điện tử (e-Voting);
- Tổng số Cổ đông **tham dự và biểu quyết tại Đại hội** là **1.057** cổ đông, đại diện cho **1.700.625.725** cổ phần có quyền biểu quyết.

STT	Nội dung	Tổng số phiếu biểu quyết đối với từng vấn đề	Tổng số phiếu hợp lệ	Tổng số phiếu không hợp lệ	Tán thành		Không tán thành		Không có ý kiến	
					Tổng số phiếu	Tỷ lệ (*)	Tổng số phiếu	Tỷ lệ (*)	Tổng số phiếu	Tỷ lệ (*)
1.	Báo cáo tài chính năm 2023 được kiểm toán	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.697.362.489	99,81%	0	0,00%	3.263.236	0,19%
2.	Báo cáo của HĐQT năm 2023	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.697.379.389	99,81%	100	0,00%	3.246.236	0,19%
3.	Mức chi trả cổ tức cho năm tài chính 2023	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.697.388.193	99,81%	2.124	0,00%	3.235.408	0,19%
4.	Kế hoạch doanh thu – lợi nhuận năm 2024 (hợp nhất)	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.697.262.893	99,80%	119.824	0,01%	3.243.008	0,19%
5.	Kế hoạch cổ tức năm tài chính 2024	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.697.311.692	99,81%	70.125	0,00%	3.243.908	0,19%
6.	Lựa chọn công ty kiểm toán độc lập cho năm tài chính 2024	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.598.690.238	94,01%	26.880.800	1,58%	75.054.687	4,41%
7.	Tổng thù lao và các lợi ích khác của HĐQT năm 2024	1.700.625.725	1.700.625.725	0	1.697.208.643	99,80%	149.908	0,01%	3.267.174	0,19%

(\*) tính trên tổng số cổ phần có quyền biểu quyết của các Cổ Đông tham dự và thực hiện biểu quyết.

Với kết quả biểu quyết nêu trên, căn cứ theo quy định tại Khoản 1 và Khoản 2 Điều 18 Điều lệ Công ty, các nội dung sau đây đã được ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 thông qua:

STT	Nội dung đã được thông qua	Tỷ lệ thông qua (*)
1	Báo cáo tài chính năm 2023 được kiểm toán	99,81%
2	Báo cáo của HĐQT năm 2023	99,81%
3	Mức chi trả cổ tức cho năm tài chính 2023	99,81%
4	Kế hoạch doanh thu – lợi nhuận năm 2024 (hợp nhất)	99,80%
5	Kế hoạch cổ tức năm tài chính 2024	99,81%
6	Lựa chọn công ty kiểm toán độc lập cho năm tài chính 2024	94,01%
7	Tổng thù lao và các lợi ích khác của HĐQT năm 2024	99,80%

(\*) tính trên tổng số cổ phần có quyền biểu quyết của các Cổ đông tham dự và thực hiện biểu quyết.

### III. BẾ MẠC ĐẠI HỘI

Bà **Lê Quang Thanh Trúc** - Thư ký Đại hội, trình bày nội dung Biên bản họp ĐHĐCĐ và Ông **Diệp Hồng Khôn** tổ chức lấy ý kiến của cổ đông để thông qua nội dung Biên bản họp. Với tỷ lệ biểu quyết tán thành là 100%, Biên bản họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam đã được thông qua.

Cuộc họp ĐHĐCĐ thường niên năm 2024 của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam kết thúc vào lúc 16 giờ 15 phút cùng ngày.

### TM. ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2024

Chủ tọa  
Ông **NGUYỄN HẠNH PHÚC**



Thư ký  
Bà **LÊ QUANG THANH TRÚC**