

KẾT NỐI VẠN NHU CẦU

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2022

Mục lục

Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị	18
Câu chuyện của Masan Group	24
Báo cáo Phát triển Bền vững	50
Báo cáo của Ban Điều Hành	76
Báo cáo Tài chính	120
Thông tin chung về Công ty	212

Báo cáo Thường niên này phục vụ cho Đại Hội Đồng Cổ Đông thường niên năm 2022 và dành cho cổ đông của Masan Group, Masan Consumer và Masan MEATLife. Các báo cáo thường niên của Masan Consumer và Masan MEATLife được đăng tải trên website của từng công ty.



KẾT NỐI

VẠN NHU CẦU



*“Sứ mệnh của chúng tôi là nâng cao đời sống vật chất
và tinh thần cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.”*





Đẩy mạnh hiện đại hóa bán lẻ
thông qua đổi mới mô hình cửa hàng
và chương trình Hội viên WIN

Hiện đại hóa các đối tác bán lẻ truyền thống với danh mục sản phẩm đa dạng và chương trình Hội viên WIN





**Tạo ra công cụ 360 AI nhằm thấu hiểu
100 triệu người tiêu dùng bắt đầu từ
chương trình Hội viên WIN**

Phát triển nền tảng tài chính thông qua chương trình Hội viên WIN



**Điều cốt yếu nhất: văn hóa đặt
người tiêu dùng làm trọng tâm**



Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị



Kết nối vạn nhu cầu

Các Masaners thân mến,

WIN Life đã được đưa vào hoạt động chứ không còn chỉ là một ý tưởng; Năm 2022 là năm đánh dấu nhiều chuyển đổi quan trọng.

Dù không phải là một năm đột phá về mặt kết quả tài chính, nhưng 2022 là năm diễn ra nhiều chuyển đổi trọng yếu trong mô hình kinh doanh của chúng ta kể từ khi đưa thương hiệu CHIN-SU ra thị trường. Điều này giúp Masan luôn giữ vững tinh thần khởi nghiệp theo triết lý ngày nào cũng là “Ngày đầu tiên” như Jeff Bezos từng nói. Chúng ta đã xây dựng cấu trúc cơ bản cho nền tảng “Kết nối vạn nhu cầu” (“WIN Life”). Đây là một mạng lưới tích hợp gồm các kênh bán lẻ offline và online, chuỗi cung ứng hậu cần, thiết bị, công cụ máy học và trí tuệ nhân tạo cùng với các công nghệ tiêu dùng khác hướng tới kết nối, trao đổi và phân tích dữ liệu hàng ngày trên toàn bộ chuỗi giá trị tiêu dùng, được lấy cảm hứng từ Internet Vạn vật (“Internet of Things”), chỉ khác là người tiêu dùng được đặt ở vị trí trung tâm thay vì internet.

Masan đã xây dựng các công cụ cốt lõi và triển khai mô hình hoạt động của WIN Life như tôi đã nêu trong thư gửi quý cổ đông năm 2021. Chúng ta cũng đã thiết lập một bức tranh toàn cảnh và kế hoạch rõ ràng hơn nhiều về cách mở rộng quy mô nền tảng, lộ trình cho các sản phẩm chủ chốt và cách kết nối mỗi mảng chiến lược với

nhau để hình thành một giải pháp thống nhất cho người tiêu dùng và các đối tác kinh doanh B2B2C (kết hợp mô hình B2B - giao dịch diễn ra giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và B2C - giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng) của Tập đoàn trong tương lai.

Năm 2022 cũng là năm thay đổi tư duy cả về những điều chúng ta đang làm và cách định vị chính mình. Đó là **trở thành một công ty dịch vụ, trải nghiệm và thấu hiểu người tiêu dùng**. Chúng ta đang ở vị thế sẵn sàng để nắm bắt những cơ hội lớn phía trước:

- Đẩy mạnh hiện đại hóa bán lẻ thông qua đổi mới mô hình cửa hàng và **chương trình Hội viên WIN;**
- Hiện đại hóa các đối tác bán lẻ truyền thống với danh mục sản phẩm đa dạng và **chương trình Hội viên WIN;**
- Tạo ra công cụ 360 AI nhằm thấu hiểu 100 triệu người tiêu dùng bắt đầu từ **chương trình Hội viên WIN;**
- Phát triển nền tảng tài chính thông qua **chương trình Hội viên WIN.**

Tại thời điểm này năm ngoái, chúng ta đang thử nghiệm phiên bản alpha của nền tảng WIN Life. Với những thành tựu đã đạt được trong năm 2022, Masan có thể tự tin về phiên bản 2.0 sẽ ra mắt vào cuối năm 2023 và 4.0 vào năm 2025.

Mục tiêu cuối cùng là số hóa hạ tầng thương mại của Việt Nam trong đó kênh

offline là điểm khởi đầu, vẫn chiếm 95% GMV của Việt Nam. Đây là một công cuộc chuyển đổi số toàn diện cho người tiêu dùng chứ không chỉ thuần túy là chuyển đổi kênh mua sắm qua thương mại điện tử.

Đổi mới bán lẻ tại “WIN” là hiện thực hoá dự án chiến lược siêu thị mini

Tính tới thời điểm này, chúng ta đã đưa mô hình siêu thị mini vào hoạt động với việc mở mới và hiện đang điều hành gần 150 cửa hàng WIN. Mô hình đổi mới mang đến cho người tiêu dùng trải nghiệm tích hợp và liền mạch nhờ sự kết hợp của WinMart (nhu yếu phẩm), Techcombank (dịch vụ tài chính), Phúc Long (trà và cà phê) và Dr. Win (sức khỏe thể chất và tinh thần).

Mặc dù vẫn còn sớm để có thể khẳng định chắc chắn, nhưng WIN chính là hình thức kinh doanh của tương lai.

Mô hình này đã phát triển vượt trội hơn 20% so với các mô hình bán nhu yếu phẩm thuần túy của chúng ta về doanh thu, thu hút lượng khách hàng cao hơn và giá trị hóa đơn lớn hơn, giúp mang lại hiệu quả kinh tế tốt hơn mặc dù đòi hỏi vốn đầu tư lớn hơn. Có lẽ con số ấn tượng nhất đã đạt được là có tới ~50% hộ gia đình trong bán kính 500m đã ghé thăm và mua tại WIN so với ~25% tại mô hình bán nhu yếu phẩm thuần túy. Đây chính là một minh chứng cho sự bền bỉ và sức mạnh thương hiệu của WIN. Chúng ta vẫn đang ở giai đoạn đầu và còn nhiều việc phải làm để

kinh chỉnh mô hình sáng tạo này.

Để mở rộng về khu vực nông thôn trên quy mô lớn, chúng ta cần tận dụng dữ liệu người tiêu dùng và bán lẻ để chọn lọc nhóm sản phẩm phù hợp với người tiêu dùng nông thôn. WIN là mô hình hướng đến 100 triệu người tiêu dùng, nhưng vẫn cần được điều chỉnh phù hợp và có thể thiên về cửa hàng số hơn là cửa hàng offline.

Chiến thắng tại kênh offline vẫn là chìa khóa để tạo ra nền tảng số mang lại lợi nhuận để phục vụ người tiêu dùng mọi lúc, mọi nơi. Tuy nhiên, điều chúng ta đã học được trong những năm vừa qua là thiết bị, ứng dụng hoặc cửa hàng offline sẽ trở nên vô nghĩa nếu không có công cụ AI để cá nhân hóa các dịch vụ và trải nghiệm trong và ngoài cửa hàng. Cổ máy AI là bí quyết mà không ai nhìn thấy được.

Chúng ta đã nhận ra điều này sau khi ra mắt ki-ốt số “tất cả trong một” và đã nhanh chóng chuyển đổi nhân lực và tài chính sang xây dựng “bộ não” sẽ giúp chúng ta hiện thực hóa tầm nhìn WIN Life.

Chương trình Hội viên WIN đóng vai trò cốt lõi trong công cụ “AI” và “ML” 360

Chúng ta đang **số hóa để phục vụ người tiêu dùng của mình thông qua chương trình Hội viên WIN**, đây là bước tối quan trọng để phát triển công cụ thấu hiểu

người tiêu dùng với sự hỗ trợ của AI (“WIN AI”). Chúng ta đã đạt được số Hội viên là 3,5 triệu chỉ sau hơn 6 tháng và xác định được lộ trình rõ ràng để vươn lên con số 10 triệu vào cuối năm. Vị trí dẫn đầu trong mảng offline, mô hình siêu thị mini và chương trình giảm giá duy nhất cho Hội viên hàng ngày với các sản phẩm WinEco và MEATDeli tươi ngon đã giúp chúng ta thu hút thêm Hội viên, tăng tần suất mua hàng và xây dựng lòng trung thành nhưng đảm bảo mô hình tài chính bền vững.

Chương trình Hội viên WIN được định vị là sáng kiến “đôi bên cùng có lợi”, khi mà người tiêu dùng nhận được nhiều giá trị hơn cho các nhu cầu cơ bản hàng ngày còn chúng ta cũng nhận được dữ liệu đầu vào có giá trị để xây dựng WIN AI nhằm đáp ứng mong muốn của mỗi khách hàng theo thời gian thực.

Chúng ta đã ra mắt phiên bản mới phát triển của ứng dụng WIN AI thông qua hệ thống “Smart POS” tại cửa hàng. Đây là bước phát triển tiếp theo của ki-ốt số tất cả trong một. Hệ thống Smart POS giúp nhân viên thu ngân trở thành “Người phụng sự khách hàng”, đưa ra lời khuyên phù hợp và riêng biệt cho từng khách hàng để nâng cao trải nghiệm mua sắm của họ. Chúng ta chỉ mới bắt đầu với WIN AI.

WIN AI sẽ thay đổi mô hình hoạt động của chúng ta từ kinh doanh theo định hướng cung sang định hướng cầu, giúp giảm ít

nhất 10% chi phí ẩn. Công nghệ này cũng sẽ tác động đến cách chúng ta phát triển trải nghiệm người tiêu dùng mới, đưa sản phẩm ra thị trường, tạo ra một nền tảng cuộc sống số thống nhất chuyển từ offline sang online, từ đó giúp chúng ta trở thành nền tảng được người tiêu dùng lựa chọn.

Chương trình Hội viên WIN là cửa ngõ cho nền tảng tài chính đại chúng

Chúng ta đang phát triển một nền tảng dịch vụ tài chính cho khách hàng đại chúng bằng cách kết hợp hạ tầng của hệ thống cửa hàng bán lẻ trên toàn quốc và đầu tư vào các nền tảng số qua hợp tác với Techcombank (“TCB”). Cụ thể, chúng ta không phải là một công ty dịch vụ tài chính, mà là một cửa ngõ kết nối các dịch vụ tài chính với người tiêu dùng. Trong giai đoạn thử nghiệm, chúng ta đã liên kết nền tảng thanh toán số của TCB là “T-Pay” với các lợi ích từ chương trình Hội viên WIN. Kết quả là chúng ta đã mở thêm 70.000 tài khoản ngân hàng mới cho TCB tại các điểm bán WinMart, T-Pay chiếm ~30% khối lượng giao dịch tại đây, và các giải pháp thanh toán một chạm được triển khai tại hệ thống bán lẻ hiện đại này cũng có thể sử dụng được tại hệ thống bán lẻ truyền thống trong tương lai.

Năm ngoái, chúng ta đã không hoàn thành được mục tiêu đưa 1 triệu người tiêu dùng không có khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính vào nền tảng tài chính

của chúng ta. Tuy nhiên nền tảng thanh toán T-Pay và chương trình Hội viên WIN mà chúng ta đã xây dựng trong năm 2022 mang đến cơ hội vượt mốc 1 triệu này vào năm 2023 nhờ quy mô mở rộng trên toàn bộ mạng lưới và thông qua các đối tác bán lẻ truyền thống.

Đồng thời, chúng ta đã liên kết WIN AI với hệ thống chấm điểm tín dụng của Trusting Social, giúp phê duyệt trước thẻ tín dụng hoặc giải pháp tài chính cho các Hội viên WIN và phân phối thẻ tín dụng tại kênh offline hay nền tảng số của mình. Mục tiêu của chúng ta là phát hành 500.000 thẻ tín dụng số trong vòng 12-18 tháng tới và phát triển các giải pháp tài chính cho các đối tác thương mại truyền thống và SME.

Chương trình Hội viên WIN là giải pháp để tạo ra điểm khác biệt cho chiến lược B2B2C

Chúng ta đã có những yếu tố “thông thường” để mở rộng quy mô mô hình B2B2C: bộ sản phẩm thông qua hệ thống bán lẻ hiện đại; Supra - chuỗi cung ứng thông minh được hỗ trợ bởi bổ sung tự động; mạng lưới 3.500 cửa hàng trên toàn quốc là những kho vận mini cùng với Smart POS, và nền tảng thanh toán.

Điều này mang lại cho chúng ta một chút lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ trong ngành, nhưng vẫn chưa đủ mạnh để trở

thành người thay đổi cuộc chơi. Những lợi ích từ chương trình Hội viên của chúng ta là một định vị giá trị với các đối tác thương mại (các cửa hàng bán lẻ truyền thống) mà khó có thể sao chép được. Các đối tác thương mại của chúng ta có thể tiếp cận tất cả các loại hàng hoá bao gồm các sản phẩm nhãn hiệu riêng với giá thấp hơn, người tiêu dùng của họ sẽ nhận được ưu đãi Hội viên đối với các SKU bán chạy nhất và giảm giá 20% cho các mặt hàng tươi sống. Mô hình này cơ bản giống Costco, điều khác biệt là chúng ta đang tạo ra những cửa hàng nhượng quyền mini với các đối tác thương mại của mình để lan toả chương trình Hội viên đến càng nhiều người tiêu dùng càng tốt trong khoảng thời gian ngắn nhất. Chúng ta gọi mô hình kinh doanh này là “WIN+”.

Hiện tại, chúng ta đang thử nghiệm 27 Tạp hoá WIN+ với mục tiêu củng cố mô hình kinh doanh vào năm 2023, hướng tới mở rộng quy mô vào năm 2024.

Điều cốt yếu nhất: văn hóa đặt người tiêu dùng làm trọng tâm

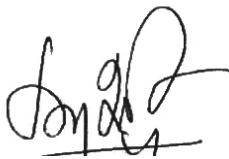
Chúng ta sẽ chỉ tiến thật xa nếu thực sự hoà mình và quan tâm sâu sắc đến văn hóa Tập đoàn. Masan ra đời với sứ mệnh là một tổ chức đặt người tiêu dùng làm trọng tâm và là hàng số duy nhất. Công việc của chúng ta có được là nhờ sự hài lòng của người tiêu dùng. Chính vì vậy, chúng ta cần phải tìm tòi, lắng nghe và học hỏi để liên

tục đổi mới nhằm đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thoả mãn của họ, đồng thời tận dụng dữ liệu để dự đoán tốt hơn những nhu cầu chưa được đáp ứng trong tương lai của người tiêu dùng.

Cuối cùng, chúng ta đồng lòng chung một tầm nhìn One Masan để hiện thực hóa những tham vọng này. Chính tinh thần đồng tâm hiệp lực sẽ là động lực và sức mạnh vượt trội hơn bất kỳ công nghệ, nền tảng hoặc mô hình kinh doanh nào.

Chúng ta không để cái tôi lấn át trong nhóm hoặc vượt lên trên quyền lợi của người tiêu dùng.

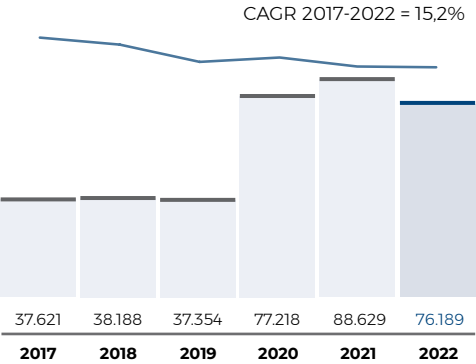
Chúng ta tồn tại để phụng sự người tiêu dùng.



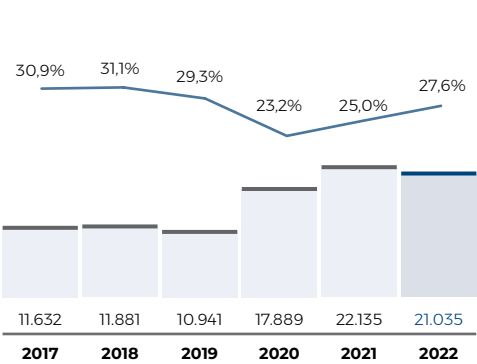
TS. Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Kết quả Tài chính

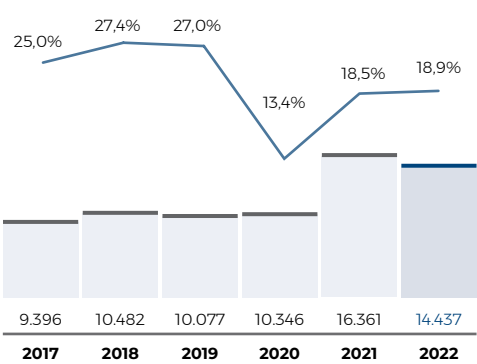
DOANH THU THUẦN CỦA MASAN GROUP (TỶ ĐỒNG)



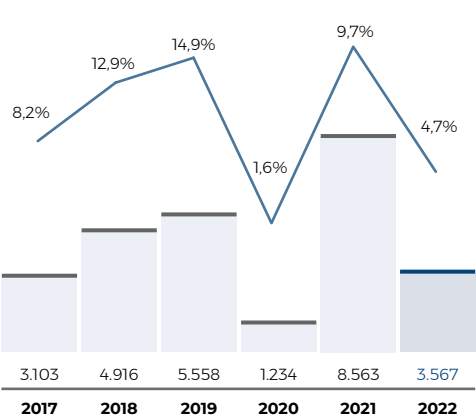
LỢI NHUẬN GỘP (TỶ ĐỒNG) & BIÊN LỢI NHUẬN GỘP (%)



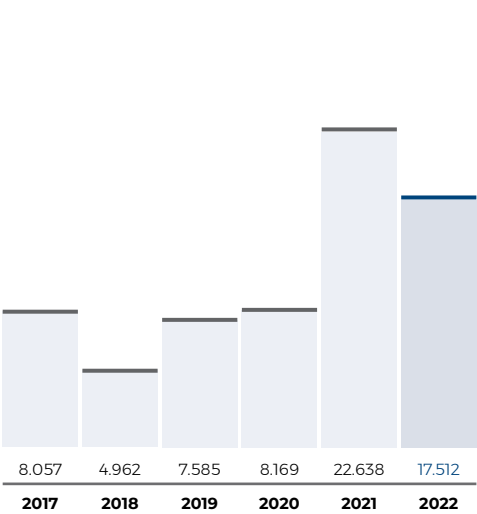
EBITDA¹ (TỶ ĐỒNG) & BIÊN EBITDA (%)



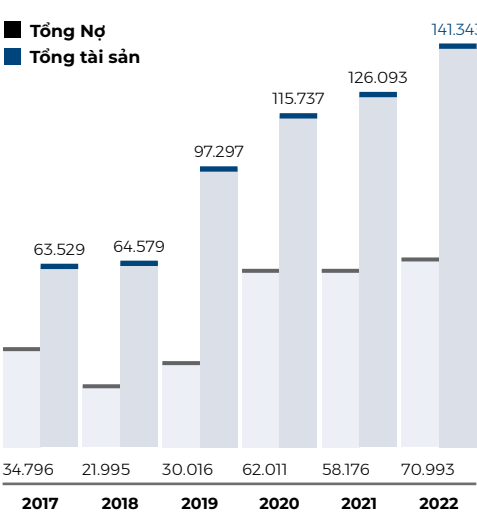
LỢI NHUẬN SAU THUẾ PHÂN BỐ CHO CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY (TỶ ĐỒNG) VÀ BIÊN LỢI NHUẬN SAU THUẾ PHÂN BỐ CHO CỔ ĐÔNG CỦA CÔNG TY (%)



SỐ DƯ TIỀN² (TỶ ĐỒNG)



TỔNG NỢ VÀ TỔNG TÀI SẢN (TỶ ĐỒNG)



1. EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ và bao gồm phần thu nhập đóng góp từ TCB. EBITDA của WCM bao gồm thu nhập từ hỗ trợ của các nhà cung cấp theo các thỏa thuận hợp đồng thương mại, các khoản này được ghi nhận vào thu nhập khác và thu nhập tài chính khác theo VAS.

2. Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (như tiền gửi có kỳ hạn) và các khoản phải thu có lãi suất liên quan đến các hoạt động quản lý ngân quỹ.



Câu chuyện của Masan



WinMart

TUOI NGON THUONG HANG!

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

Giới thiệu

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

Là công ty hàng đầu tại Việt Nam luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm, Masan Group tin tưởng vào triết lý “Doing well by doing good”. Sứ mệnh của chúng tôi là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cho hơn 100 triệu người Việt Nam, đồng thời giúp họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày.

Nguyên tắc chủ đạo của chúng tôi là không ngừng chuyển đổi và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và luôn thay đổi của người tiêu dùng, qua đó tạo ra giá trị mang tính đột phá. Cùng với quá trình phát triển kinh tế của Việt Nam, người tiêu dùng và nhu cầu tiêu dùng luôn không ngừng thay đổi, mở rộng phạm vi từ những nhu cầu thiết yếu hàng ngày sang một loạt các sản phẩm, dịch vụ đa dạng, những trải nghiệm vượt trội, phù hợp với sở thích của từng cá nhân và phong cách sống hiện đại. Công nghệ và sự tiện lợi ngày càng trở thành mối quan tâm hàng đầu, được nhiều người ưa chuộng. Đón đầu xu hướng này, bên cạnh hoạt động sản xuất kinh doanh các sản phẩm có thương hiệu, Masan Group đã xây dựng hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ tích hợp xuyên suốt từ offline

đến online (“O²”). Vì vậy, hành trình phụng sự người tiêu dùng của Masan chính là hành trình xây dựng Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ, kết nối vạn nhu cầu.

Hiện nay, các mảnh ghép trong hệ sinh thái tiêu dùng của chúng tôi bao gồm các công ty thành viên và công ty liên kết hoạt động trong các lĩnh vực như bán lẻ hàng tiêu dùng, FMCG có thương hiệu (bao gồm thực phẩm và đồ uống đóng gói, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”)), thịt có thương hiệu và sản phẩm tươi sống, dịch vụ tài chính, bán lẻ thực phẩm và đồ uống, viễn thông di động. Chúng tôi hoạt động trong một số ngành hàng tiêu dùng lớn nhất tại Việt Nam, trong đó sức tiêu dùng trong nước là thành phần chính đóng góp vào GDP và là động lực tăng trưởng kinh tế.

Cụ thể, các doanh nghiệp này bao gồm The CrownX (“TCX”), nền tảng bán lẻ hàng tiêu dùng sở hữu cả Masan Consumer Holdings (“MCH”), mảng kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu, và WinCommerce (“WCM”), mảng kinh doanh bán lẻ của chúng tôi. Chúng tôi còn có các mảng kinh doanh tiêu dùng khác như: Masan MEATLife (“MML”), một trong những nền tảng thịt có thương hiệu lớn nhất Việt Nam tập trung vào việc mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu, hợp vệ sinh và có thể truy xuất nguồn gốc; Phúc Long Heritage (“Phúc Long”), thương hiệu trà và cà phê

Chúng tôi có các nền tảng chiến lược để tạo ra đột phá và chuyển đổi toàn bộ hạ tầng tiêu dùng.

được yêu thích hàng đầu; và Mobicast, nhà khai thác mạng di động (“MVNO”) hoạt động với thương hiệu “Wintel”, trước đây là “Reddi”.

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

Ngoại trừ MHT, các công ty thuộc Masan Group đại diện cho các trụ cột chính trong hệ sinh thái tiêu dùng toàn diện. Đây cũng chính là các mảnh ghép trong tầm nhìn xây dựng Hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ, kết nối vạn nhu cầu của Masan. Trong năm 2022, chúng tôi đã nâng tầm chiến lược Point of Life (“POL”) với việc ra mắt toàn quốc mô hình mini-mall mang thương hiệu “WIN”, chuỗi cửa hàng cung cấp nhiều loại sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (nhu yếu phẩm, chăm sóc sức khỏe, sản phẩm tài chính, dịch vụ giải trí và viễn thông) tại một địa điểm duy nhất và là một phần của một hệ sinh thái lớn hơn tích hợp từ offline đến online, trong

đó có các ưu đãi dành cho khách hàng thân thiết. Việc triển khai rộng rãi mô hình này sẽ giúp tăng lưu lượng khách đến cửa hàng và hạ chỉ tiêu doanh số hòa vốn để cải thiện lợi nhuận. Trong tương lai, Masan Group đặt mục tiêu cải tiến hệ sinh thái tiêu dùng O², bao gồm cả nền tảng tích hợp khách hàng thân thiết, bằng cách sử dụng công nghệ và phân tích dữ liệu để hiểu và phục vụ tốt hơn người tiêu dùng thông qua trải nghiệm và hành trình mua sắm tiện lợi hơn và cá nhân hóa cao hơn.

Chúng tôi theo đuổi lý tưởng trở thành niềm tự hào của Việt Nam bằng việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt.

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

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





hội tiềm năng, để có được kết quả kinh doanh ấn tượng và giữ được vị thế dẫn đầu, ngoài tính kỷ luật, chúng tôi còn tuân theo những nguyên tắc quan trọng khác. Bao gồm:

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

Masan tin tưởng rằng giá trị đích thực đến từ vị thế dẫn đầu và quy mô kinh doanh, đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được phục vụ đúng mức. Chúng tôi tin tưởng rằng trí tưởng tượng và khả năng sáng tạo không chỉ là hình dung ra những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn, mà còn là cách thức tạo ra các sản phẩm với những hiểu

¹Nhà bán lẻ lớn nhất Việt Nam về số lượng của hàng

biết mới thật sâu sắc. Chúng tôi không giành chiến thắng bằng cách sao chép việc người khác đang làm, hoặc chỉ làm tốt hơn, mà chúng tôi muốn giành chiến thắng bằng cách thay đổi các quy tắc của cuộc chơi.

Hiện tại, Masan tập trung vào ba ngành hàng tiêu dùng có quy mô thị trường đáng kể mà chúng tôi tin rằng có những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng do cơ cấu kém hiệu quả và thiếu đổi mới. Các ngành hàng này được phân khúc thành Nhu cầu hàng ngày (FMCG, thực phẩm tươi sống, bán lẻ hàng nhu yếu phẩm), Nhu cầu tài chính (tín dụng, đầu tư và dịch vụ thanh toán) và Nhu cầu phong cách sống (giải trí, viễn thông, y tế và giáo dục). Toàn bộ danh

mục tiêu dùng này đại diện cho khoảng 80% tỷ trọng chi tiêu của người tiêu dùng.

Masan Group khởi đầu hành trình tái định nghĩa và đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng trong ngành hàng nhu yếu phẩm. Hơn 20 năm trước, thực phẩm cơ bản của Việt Nam như gia vị, nước mắm vẫn còn chưa có tiêu chuẩn, vệ sinh hay thương hiệu uy tín. Trong khi giá cả lại cao do quy mô nền kinh tế nhỏ và khan hiếm hàng hóa cộng với mạng lưới phân phối manh mún, chủ yếu dựa vào trung gian. Bằng cách giải quyết những vấn đề này với phương cách chuyển đổi kinh doanh của chúng tôi, “Masan Way”, chúng tôi đã có thể xây dựng một nền tảng tiêu dùng có thương hiệu hàng đầu trong các ngành hàng tiêu dùng với quy mô thị trường đầu ra lên đến gần 35 tỷ USD.

Gia tăng khả năng phục vụ Nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng cũng bao gồm việc chuyển đổi ngành bán lẻ của Việt Nam. Với việc mua lại WCM, chủ sở hữu và điều hành hệ thống siêu thị bao gồm 130 siêu thị WinMart (“WMT”) và 3.268 cửa hàng WinMart+ (“WMP”) vào cuối năm 2022, Masan Group hiện là nhà bán lẻ nhu yếu phẩm lớn nhất¹ tại Việt Nam. Giống như nhiều ngành hàng hoặc lĩnh vực mà Masan đã tham gia hoạt động, lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam còn khá phân mảnh và hoạt động thiếu hiệu quả, khiến người tiêu dùng có ít lựa chọn hơn và chi trả

nhiều hơn cho nhu cầu của mình. Cụ thể, kênh thương mại truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh số bán lẻ, khiến thị trường bán lẻ bị phân mảnh. Ngay cả khi là một doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực bán lẻ hiện đại, WCM chỉ chiếm từ gần 2-3% tổng thị trường bán lẻ. Tuy nhiên, Masan tin rằng, một cuộc cách mạng về bán lẻ hiện đại đang diễn ra và sẽ bùng nổ tại Việt Nam khi tốc độ đô thị hóa đạt 50% và tầng lớp trung lưu (với mức thu nhập bình quân đầu người từ 5.000 USD) thực sự xuất hiện. Các hình thức mua sắm hiện đại dự kiến sẽ chiếm 30% thị trường bán lẻ trong ngắn hạn và trung hạn so với mức khoảng 10% như hiện nay. Masan đặt mục tiêu phát triển cùng người tiêu dùng Việt Nam trong quá trình chuyển đổi này.

Người tiêu dùng Việt Nam phải chi trả nhiều cho các sản phẩm và dịch vụ tài chính vì các dịch vụ này chưa phổ biến, đồng nghĩa với người tiêu dùng phải sử dụng các kênh tài chính phi chính thức nhiều hơn. Các kênh này thường có chi phí vốn cao hơn từ 3 đến 5 lần so với tín dụng chính thức. Nhu cầu lớn chưa được đáp ứng này trong Nhu cầu tài chính của người tiêu dùng là kết quả của chi phí ngân hàng quá cao đối với nhóm dân cư chủ yếu sinh sống ở khu vực nông thôn và thiếu năng lực chấm điểm tín dụng cho đại bộ phận khách hàng phổ thông. Do đó, trung bình cứ 3 người tiêu dùng Việt Nam thì có 2 người vẫn chưa có tài khoản

ngân hàng. Tỷ lệ người có thẻ tín dụng và bảo hiểm lần lượt là 4% và 2,4% tỷ lệ thâm nhập thẻ tín dụng và bảo hiểm lần lượt là 5% và 11%. Công ty liên kết của chúng tôi là Techcombank đã và đang từng bước giải quyết nhu cầu lớn chưa được đáp ứng này bằng cách triển khai mô hình đặt người tiêu dùng làm trọng tâm và hiện đang trên đà giữ vị thế dẫn đầu lĩnh vực ngân hàng bán lẻ với bảng cân đối kế toán vững chắc và nền tảng công nghệ hàng đầu. Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều việc phải làm và Masan Group đặt mục tiêu tối ưu hóa hệ sinh thái O² của mình bằng cách sử dụng mạng lưới phục vụ người tiêu dùng rộng khắp và năng lực kỹ thuật số để phục vụ tốt hơn Nhu cầu tài chính của người tiêu dùng. Thỏa thuận đầu tư vào Trusting Social vào năm 2022 là một bước đi của Masan để đưa các dịch vụ tài chính đến với đại chúng. Trusting Social mang đến nền tảng thông tin tín dụng hàng đầu thông qua xử lý dữ liệu hành vi và dữ liệu tiêu dùng. Công nghệ của Trusting Social giúp các định chế tài chính gia tăng khả năng hiểu biết về khách hàng trong lĩnh vực tín dụng, từ đó cung cấp các sản phẩm tài chính dành cho người tiêu dùng. Sự kết hợp giữa năng lực chấm điểm tín dụng của Trusting Social, các sản phẩm tài chính và bảng cân đối kế toán vững chắc của Techcombank và nền tảng phân phối offline của Masan hứa hẹn sẽ thay đổi cách thức người tiêu dùng Việt Nam tiếp cận các sản phẩm tài chính. Hợp tác giữa Masan và Techcombank, cụ thể là

giải pháp thanh toán T-Pay là bước đột phá đầu tiên trong chiến lược này. Người tiêu dùng có thể mở tài khoản ngân hàng Techcombank chỉ trong vòng 5 phút với quy trình eKYC được kích hoạt bằng công nghệ Trusting Social khi mua sắm tại các điểm bán lẻ WCM. Sau đó, người tiêu dùng có thể nhận các ưu đãi khi mua nhu yếu phẩm bằng giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ của T-Pay.

Lĩnh vực chinh phục tiếp theo của Masan Group là Nhu cầu phong cách sống, bao gồm viễn thông, giải trí, chăm sóc sức khỏe và giáo dục. Năm 2021, Masan mua 20% cổ phần của Phúc Long Heritage, sau đó tăng tỷ lệ sở hữu lên 85% vào năm 2022. Phúc Long Heritage là chuỗi cửa hàng trà & cà phê hàng đầu tại Việt Nam với tệp người tiêu dùng trẻ đông đảo và trung thành. Khoản đầu tư vào Phúc Long Heritage giúp Masan phục vụ nhu cầu giải trí/nghỉ ngơi của người tiêu dùng, đặc biệt là nhu cầu ăn uống ở hàng quán bên cạnh nhu cầu ăn uống tại nhà – nhu cầu Masan đã và đang đáp ứng thông qua các mảng kinh doanh hàng tiêu dùng nhanh và nhu yếu phẩm. Ngoài ra, chúng tôi đã tham gia vào lĩnh vực viễn thông với việc mua 70% Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast”), một Nhà khai thác Mạng di động (“MVNO”) cung cấp đầy đủ dịch vụ sở hữu thương hiệu mạng “Reddi”, sau đó được đổi tên thành “Wintel”. Dù tỷ lệ sử dụng di động ở Việt Nam khá cao, tỉ

lệ thuê bao di động sử dụng gói 2G (chỉ dùng để nghe gọi thông thường) chiếm đến gần 50%. Bên cạnh đó, khoảng một nửa trong số những người sử dụng Internet trên thiết bị di động chỉ chủ yếu để gọi điện hoặc nhắn tin do thiếu các dịch vụ số. Masan đặt mục tiêu đáp ứng các nhu cầu chưa được thỏa mãn về dịch vụ dữ liệu di động bằng cách cung cấp các gói dữ liệu hấp dẫn nhất trong ngành và tận dụng chuỗi cửa hàng bán lẻ WCM để tiếp cận người tiêu dùng trên toàn quốc. Quan trọng hơn, chúng tôi tin rằng các dịch vụ của Mobicast, cùng với khả năng dữ liệu của Trusting Social sẽ góp phần giúp Tập đoàn tăng tốc quá trình số hóa để thực sự mang đến cho người tiêu dùng trải nghiệm O² tích hợp.

Ngay cả trong lĩnh vực không liên quan trực tiếp đến tiêu dùng, chúng tôi tin rằng Tập đoàn chỉ có thể đạt được thành công bền vững trong kinh doanh bằng cách đáp ứng nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của thị trường. Masan High-Tech Materials - nền tảng vật liệu tích hợp của Masan tập trung vào các sản phẩm vonfram công nghệ cao và các giải pháp kinh tế tuần hoàn phục vụ cho các khách hàng trên toàn cầu - đang tiếp cận thị trường rộng lớn với nhiều cơ hội chuyển đổi. Trên quy mô toàn cầu, các sản phẩm vật liệu của chúng tôi phục vụ cho ngành công nghiệp có giá trị thị trường mỗi năm từ 4-5 tỷ USD (chưa bao gồm sản phẩm đồng). Nhu cầu chưa được đáp ứng trong

lĩnh vực chế biến khoáng sản hiện nay là được mua vật liệu công nghiệp với sản lượng lớn từ một nhà cung cấp uy tín ở vùng không xảy ra tranh chấp hay chiến sự và tìm kiếm nguồn cung thay thế bên ngoài Trung Quốc. Liên minh châu Âu đã tuyên bố rằng vonfram và florit nằm trong số bốn “nguyên liệu thô chiến lược” của châu Âu (Theo “Các nguyên liệu thô thiết yếu cho EU”, tháng 7/2010) do mức độ tập trung của các nguồn cung cấp cũng như tầm quan trọng của các khoáng sản này với nền công nghiệp châu Âu. Thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H.C. Starck đã củng cố vị thế của MHT là một nhà cung cấp vonfram toàn cầu tích hợp, cho phép MHT tiến xa hơn trong chuỗi giá trị và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường các sản phẩm liên quan đến vonfram lên 3,5 lần từ 1,3 tỷ USD lên 4,6 tỷ USD.

Quan trọng hơn, với nhận thức và nhu cầu phát triển bền vững ngày càng được nâng cao, cũng như các vật liệu công nghệ là nguồn tài nguyên hữu hạn, MHT đã phát triển nền tảng kinh tế tuần hoàn với vật liệu chiến lược là vonfram để giải quyết nhu cầu toàn cầu này. H. C. Starck là công ty hàng đầu thế giới về tái chế vonfram và các vật liệu chiến lược khác. Năm 2022, với khoản đầu tư vào Nyobolt - công ty tiên phong trong hệ thống pin hiệu suất cao và sạc cực nhanh sử dụng vonfram làm thành phần vật liệu cho cực dương, MHT cũng đang góp phần giải quyết nhu

cầu lớn chưa được đáp ứng trên toàn cầu về các giải pháp năng lượng bền vững.

KIẾN TẠO QUY MÔ VÀ VỊ THẾ DẪN ĐẦU

Để vươn đến thành công, chúng tôi cần có quy mô lớn. Trở thành người dẫn đầu thị trường về quy mô giúp chúng tôi có thể cạnh tranh thành công trong khu vực kinh tế tư nhân có quy mô nhỏ, còn phân tán và sự cạnh tranh khốc liệt từ các công ty đa quốc gia và doanh nghiệp nhà nước.

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

Thành quả là chúng tôi đang nắm giữ vị thế hàng đầu trong hầu hết các thị trường và/hoặc các lĩnh vực mà chúng tôi tham gia. Năm 2022, nền tảng bán lẻ tiêu dùng

The CrownX đã trở thành doanh nghiệp tiêu dùng lớn nhất tại Việt Nam tính theo doanh thu với 56.221 tỷ đồng. MCH và WCM, hai công ty con chủ chốt của The CrownX, là những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu và bán lẻ nhu yếu phẩm. MCH là công ty số một Việt Nam trong ngành hàng gia vị (trong đó chúng tôi dẫn đầu các ngành hàng nước mắm, nước tương, tương ớt và các sản phẩm hạt nêm đang phát triển mạnh) và trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, chúng tôi là nhà sản xuất mì ăn liền số một trong phân khúc cao cấp, phân khúc chiếm phần lớn lợi nhuận của ngành hàng mì ăn liền. Mạng kinh doanh đồ uống của MCH cũng khá phát triển, đặc biệt là đồ uống tăng lực và gần đây công ty đã tiến vào ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình. WinCommerce với chuỗi siêu thị và siêu thị mini là hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán tại Việt Nam, chiếm khoảng 25% thị phần kênh bán lẻ hiện đại và khoảng 50% các địa điểm bán lẻ hiện đại.

Masan MEATLife được thành lập với mục tiêu chuyển đổi chuỗi giá trị thịt ở Việt Nam thông qua việc thiết lập mô hình kinh doanh thịt tích hợp có thương hiệu. Chúng tôi đã tích hợp hoàn chỉnh chuỗi giá trị, trong đó bao gồm (1) MEATDeli là thương hiệu hàng tiêu dùng, (2) trang trại nuôi heo kỹ thuật cao để tối ưu hóa chuỗi cung ứng và (3) sở hữu một trong những doanh



EBITDA 2022 đạt 14.437 tỷ đồng: Dòng tiền bền vững để đầu tư qua các chu kỳ kinh doanh

nghiệp thức ăn chăn nuôi lớn nhất cả nước. Tất cả các mảnh ghép này giúp MML tăng trưởng doanh thu và tiếp tục đầu tư phát triển ngành kinh doanh thịt đầy triển vọng. Vào năm 2022, quy mô doanh thu thuần từ mảng kinh doanh thịt của MML đạt trên 4.785 tỷ đồng. Kể từ cuối năm 2021, chúng tôi đã chuyển giao mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi để chuyển đổi MML trở thành doanh nghiệp FMCG có thương hiệu, qua đó tiến gần hơn đến mục tiêu cốt lõi là trở thành một doanh nghiệp B2C.

Phúc Long Heritage (PLH) - chuỗi F&B trà và café hàng đầu - đã cho thấy sức tăng trưởng mạnh mẽ kể từ khi trở thành một phần trong hệ sinh thái bán lẻ tiêu dùng của Masan. Phúc Long hiện đứng thứ 2 về doanh thu và số 1 về biên lợi nhuận xét về mô hình flagship (không bao gồm chuỗi kiosk). Các cửa hàng flagship của PLH đã mang lại hiệu quả kinh tế tốt nhất, với mức EBITDA của cửa hàng và của công ty lần lượt là 31% và 25%, mức cao nhất ngay cả khi so sánh với các công ty F&B hàng đầu thế giới. Thương hiệu được yêu thích, chất lượng sản phẩm và sự am hiểu về trà mang lại cho Phúc Long lợi thế cạnh tranh so với các thương hiệu đồ uống trong nước và quốc tế. Từ đó, giúp Phúc Long củng cố vị thế là thương hiệu đồ uống có tiềm năng vươn ra thế giới.

Công ty liên kết của chúng tôi, Techcombank là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt



Nam giữ vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực cho vay bất động sản, thu nhập từ phí dịch vụ qua các sản phẩm bảo hiểm ("bancassurance"), giao dịch qua thẻ tín dụng visa và debit, và dịch vụ quản lý tài sản. Techcombank đang tiếp tục đầu tư vào mô hình công nghệ và thu hút được số lượng lớn khách hàng trải nghiệm dịch vụ ngân hàng điện tử. Năm 2022, ngân hàng đạt mức lợi nhuận trước thuế kỷ lục 25.568 tỷ đồng, tăng 10,0% so với cùng kỳ năm trước.

Masan High-Tech Materials đã trở thành nhà cung cấp hàng đầu trên toàn cầu đối với một số loại khoáng sản công nghiệp quan trọng như vonfram, florit và bismut. Chúng tôi hiện giữ 34% thị phần vonfram toàn cầu ngoài Trung Quốc². MHT đặt

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

Không ngừng chuyển đổi để đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn và luôn thay đổi của người tiêu dùng sẽ giúp tạo ra giá trị mang tính đột phá.

ra, chúng tôi cũng đang tiếp tục tìm kiếm các cơ hội hợp tác chiến lược với nhà chế biến sâu vonfram để tạo giá trị gia tăng cho cổ đông.

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠO RA DÒNG TIỀN VỮNG MẠNH

Chúng tôi tin rằng để tăng trưởng bền vững trong một thị trường đang phát triển như Việt Nam đòi hỏi phải xây dựng các hoạt động kinh doanh tạo ra dòng tiền vững mạnh. Masan không tham gia vào hoạt động mua bán tài sản như đầu tư bất động sản hoặc hoạt động đầu cơ ngắn hạn. Chúng tôi chỉ tham gia vào những lĩnh vực có nội lực tăng trưởng mạnh, có mô hình kinh doanh hiệu quả đã được chứng thực từ khối kinh tế tư nhân và có tiềm năng xây dựng doanh nghiệp quy mô lớn. Do đó, chúng tôi xác định hàng tiêu dùng là lĩnh vực trọng điểm của mình.

Mặc dù việc tham gia vào các lĩnh vực và danh mục tiêu dùng mới đòi hỏi đầu tư và thời gian mở rộng quy mô, Masan tin rằng thiết lập hệ sinh thái tiêu dùng O² là cách tốt nhất để đảm bảo tạo ra dòng tiền với tăng trưởng bền vững. Trong câu chuyện tăng trưởng tiêu dùng của Việt Nam, The CrownX là nhân tố có khả năng mang lại lợi nhuận gia tăng gấp nhiều lần. Trong 5 năm qua, trên cơ sở so sánh pro-forma (giả định sáp nhập WinCommerce), The CrownX tăng trưởng với tốc độ xấp xỉ hai lần so với tốc độ của ngành đồng thời cải

thiện lợi nhuận tổng thể so với cùng kỳ.

■ **Dòng tiền FMCG có thương hiệu:** Trước đây, nhờ có các thương hiệu vững mạnh, đổi mới sản phẩm và vận hành tốt, MCH, mảng kinh doanh hàng tiêu dùng nhanh của The CrownX, đã có được biên lợi nhuận cao và tạo ra dòng tiền bền vững trong các chu kỳ kinh tế và môi trường lạm phát. Tuy nhiên, bán lẻ hiện đại ngày càng phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam như một xu hướng tất yếu để đáp ứng nhu cầu đang tăng lên của người tiêu dùng, Masan dự đoán biên lợi nhuận sẽ dần chuyển dịch từ các nhà sản xuất có thương hiệu sang các nhà bán lẻ hiện đại khi họ củng cố vị thế thị trường của mình. Bên cạnh việc phục vụ trực tiếp người tiêu dùng và nâng cao trải nghiệm mua sắm của họ, Masan tham gia lĩnh vực bán lẻ để tiếp cận phần lợi nhuận lớn hơn trong chuỗi giá trị tiêu dùng.

■ **Chiến lược cải thiện lợi nhuận và mở rộng bán lẻ hiện đại:** Kể từ khi mua lại WinCommerce, Masan đã có một bước tiến dài khi cải thiện biên EBITDA từ âm 7% năm 2019 lên đến dương 3% vào năm 2022. Sự thay đổi này là nhờ một loạt các sáng kiến bao gồm hợp lý hóa mạng lưới bán lẻ, tăng cường quan hệ đối tác với các nhà cung cấp, cải thiện hoạt động vận hành (điều chỉnh từ cấp cửa hàng đến chuỗi cung ứng), giới thiệu mô hình cửa hàng mới

và triển khai chương trình hội viên mới. Từ đó, Masan đã phát triển hiệu quả kinh tế trên mỗi cửa hàng tốt nhất trên nhiều hình thức bán lẻ có thể mở rộng ra toàn quốc, nhằm phục vụ các phân khúc người tiêu dùng khác nhau. Kết quả là, trong khi các đối thủ cạnh tranh của chúng tôi đồng loạt đóng tổng cộng khoảng 1.000 cửa hàng vào năm 2022 khi thị trường tiêu dùng gặp nhiều khó khăn, WCM đã mở hơn 730 điểm bán mới, đồng thời cải thiện tỷ suất lợi nhuận EBITDA trong suốt cả năm.

■ **Mô hình kinh doanh O² có lợi nhuận:** Chúng tôi tin rằng chuỗi cửa hàng bán lẻ offline vững mạnh là yếu tố quan trọng để phục vụ hiệu quả người tiêu dùng trên kênh online hoặc trên các phương tiện số khác. Thông qua việc đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng tại các điểm bán offline, xây dựng hạ tầng tiêu dùng ứng dụng công nghệ nhằm nâng cao hiệu quả và số hóa người tiêu dùng qua chương trình Hội viên WIN, Masan có thể khai thác mảng kinh doanh online bền vững hơn. Mô hình này đặc biệt phù hợp trong bối cảnh thị trường Việt Nam, nơi gần 90% hoạt động bán lẻ vẫn diễn ra tại các cửa hàng bán lẻ vật lý mặc dù thương mại điện tử đang phát triển nhanh chóng. Đạt vị thế dẫn đầu ở kênh bán lẻ offline giúp giảm chi phí thu hút khách hàng, đồng thời khách hàng cũng có tần suất mua sắm cao hơn so

²Nguồn: Báo cáo Roskill 2021

với các mô hình bán lẻ online thuần túy hoặc so với các mô hình offline-to-online đòi hỏi phải đầu tư để nâng cao nhận diện thương hiệu và thúc đẩy lưu lượng truy cập thông qua các chương trình khuyến mãi, chưa kể đến vốn để xây dựng hạ tầng chuỗi cung ứng. Masan đặt mục tiêu tạo sự khác biệt bằng cách phát triển một nền tảng O² tích hợp toàn diện với chiến lược Point of Life (bắt đầu từ kênh offline) và chương trình hội viên để tăng lưu lượng truy cập với tần suất người tiêu dùng sử dụng cao, sự tiện lợi và dịch vụ được cá nhân hóa, tất cả đều được hỗ trợ bởi dữ liệu và thông tin chi tiết về người tiêu dùng.

Trong năm 2022, Tập đoàn ghi nhận EBITDA đạt 14.437 tỷ đồng với lượng tiền mặt hợp nhất đạt 17.512 tỷ đồng, bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn dưới hình thức tiền gửi ngắn hạn và các hình thức đầu tư sinh lãi ngắn hạn khác. Là một tập đoàn kinh doanh tập trung vào hàng tiêu dùng thiết yếu, Masan tạo ra dòng tiền ổn định và là một trong số ít các doanh nghiệp quy mô lớn nhận được sự tin tưởng của các tổ chức tài chính. Masan đã chuẩn bị đầy đủ nguồn vốn để thanh toán các trái phiếu bằng VND đến kỳ đáo hạn trong năm 2023 – năm mà thị trường vốn tại Việt Nam, đặc biệt là thị trường trái phiếu dự kiến sẽ gặp khó khăn trong việc huy động vốn. Với nền tảng kinh doanh và năng lực tín dụng vững chắc, Tập đoàn đã giải ngân

thành công toàn bộ khoản vay hợp vốn trị giá 600 triệu USD vào Quý 4/2022 và đã ký các thỏa thuận huy động gói tín dụng hợp vốn lên đến 650 triệu USD vào đầu năm 2023, phần lớn trong số đó đã được bảo lãnh bởi một nhóm các ngân hàng quốc tế hàng đầu. Các khoản huy động vốn từ nước ngoài đã và đang giúp Masan gia tăng nguồn vốn dài hạn với chi phí thuận lợi hơn. Masan đặt mục tiêu tiếp tục tối ưu hóa bảng cân đối kế toán, giảm chi phí lãi vay và giảm nợ thông qua các hành động chiến lược của công ty.

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

Tính từ khi niêm yết trên sàn chứng khoán TP.HCM (HoSE), chúng tôi đã huy động được gần 4,5 tỷ USD nguồn vốn dài hạn để đầu tư vào các dự án chiến lược giúp tăng trưởng Công ty. Chúng tôi đã phân bổ nguồn vốn cần trọng bằng cách sử dụng phần lớn nguồn tiền thu được để đầu tư và tăng tỷ lệ sở hữu trong các hoạt động kinh doanh hiện hữu. Chúng tôi đã sử dụng phần lớn nguồn vốn huy động được để phục vụ những nhu cầu chưa được đáp ứng và luôn thay đổi của người tiêu dùng thông qua mua lại các doanh nghiệp như các khoản đầu tư vào Vinacafé Biên Hòa, Nước khoáng Vĩnh Hảo, nhà máy bia, Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, các công ty thức

ăn chăn nuôi của Masan MEATLife, Nước khoáng Quảng Ninh, VISSAN, CTCP Bột giặt Net, 3F VIỆT, WinCommerce, Phúc Long Heritage và Mobicast. Khi sở hữu cổ phần kiểm soát của các công ty, chúng tôi áp dụng “Phương cách Masan” trong việc xây dựng các doanh nghiệp hàng đầu để chuyển đổi các khoản đầu tư, thúc đẩy tăng trưởng và tạo ra giá trị. Trong thời gian tới, chiến lược phân bổ vốn của Masan sẽ tập trung vào The CrownX và chuyển đổi theo định hướng nền tảng “Point of Life” nhằm phục vụ người tiêu dùng tốt hơn.

Masan đã đạt được tăng trưởng kép doanh thu thuần CAGR trong giai đoạn năm tài chính 2008 – 2019 (trước thương vụ WCM) là 31%, trong đó một nửa là đóng góp từ các doanh nghiệp được mua bán và sáp nhập, còn lại là từ phát kiến của tăng trưởng nội tại. Trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2022, MSN đã thực hiện một số giao dịch quan trọng, chẳng hạn như mua lại WCM, HCS và PLH, và chuyển giao mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi. Các giao dịch này đã mang đến các tác động nhất định và ảnh hưởng một lần lên kết quả tài chính hợp nhất của chúng tôi, khiến cho việc so sánh pro-forma trở nên khó theo dõi hơn. Tuy nhiên, trong giai đoạn này, cả các doanh nghiệp cốt lõi và các doanh nghiệp mới mua lại nhìn chung vẫn tăng trưởng, bất chấp những diễn biến phức tạp của dịch COVID-19. Từ năm 2019 đến năm 2022, MCH tăng trưởng doanh thu thuần CAGR đạt



mức 14% và mảng thịt của MML (không bao gồm thức ăn chăn nuôi) tăng 24% từ năm 2019 đến năm 2022. Mặc dù doanh thu thuần của WCM không cải thiện đáng kể do hợp lý hóa mạng lưới điểm bán và tập trung vào lợi nhuận, nhưng biên EBITDA của WCM đã tăng từ âm 7% trong năm 2019 lên dương 3% trong năm 2022. Kể từ khi mua lại, Phúc Long Heritage đã tăng gấp đôi số lượng cửa hàng flagship và đạt EBITDA 31% - mức EBITDA ở mô hình flagship trong top đầu thế giới. Các kết quả tài chính này cho thấy Masan không mua lại các doanh nghiệp để “mua doanh thu”. Chúng tôi đầu tư vào thương hiệu, nguồn nhân lực, công nghệ, và hệ thống phân phối để có thể củng cố vị thế khi vào mở rộng sang lĩnh

vực mới và nắm bắt các cơ hội mới. Sau khi thực hiện sáp nhập doanh nghiệp, chúng tôi chú trọng thực hiện chuyển đổi hoạt động của doanh nghiệp đó. Chúng tôi vô cùng tự hào khi các thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ, và các sáng kiến chiến lược khác đã ra mắt thị trường hoặc đã được triển khai sau khi sáp nhập đều đóng góp doanh thu và/hoặc lợi nhuận lớn vào hoạt động kinh doanh của chúng tôi.

“Masan Way” - Phương cách chuyển đổi

Sự tăng trưởng bền vững chỉ có thể đạt được nhờ việc xây dựng hệ thống và nền tảng vận hành tốt nhất. Khi tham gia vào

một ngành, chúng tôi phát triển một chiến lược riêng cũng như các mô hình kinh doanh có thể nhân rộng để vươn đến vị thế dẫn đầu thị trường trong từng lĩnh vực. Điều này cho phép chúng tôi không ngừng đầu tư vào những hệ thống vận hành tốt nhất. Trong những năm qua, chúng tôi đã đầu tư phát triển những sản phẩm mới, xây dựng thương hiệu, nhà máy sản xuất, phân phối và quan trọng nhất là nguồn nhân lực.

NHÃN HIỆU ĐƯỢC NGƯỜI TIÊU DÙNG TÍN NIỆM

Chúng tôi đã phát triển các nền tảng FMCG có thương hiệu (thực phẩm, đồ uống và thịt) thành những doanh nghiệp dẫn đầu thị trường với thương hiệu mạnh. Chúng tôi tự phát triển hoặc mua lại các thương hiệu mạnh được người tiêu dùng tin yêu – chiến lược này phù hợp với niềm tin của chúng tôi trong việc tập trung vào nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng.

Chúng tôi phát triển thương hiệu mạnh bằng cách vận dụng sự hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng Việt Nam và đầu tư vào các phương thức truyền thông phù hợp để xây dựng nhận thức và niềm tin, nhờ đó kiến tạo nên các thương hiệu mạnh. Trong thị trường mà người tiêu dùng rất nhạy cảm về giá, chúng tôi tự hào đã chuyển đổi những sản phẩm vốn chỉ được xem là hàng hóa nguyên liệu thành các



sản phẩm có thương hiệu mạnh, nhờ đó có thể duy trì lòng trung thành của người tiêu dùng ở các phân khúc giá khác nhau mà vẫn đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam.

Các nhãn hàng chính của chúng tôi bao gồm CHIN-SU, Nam Ngư và Tam Thái Tử; ngành hàng thực phẩm tiện lợi (bao gồm mì ăn liền, cháo, thịt chế biến) có Omachi, Kokomi, Ponnies và Heo Cao Bồi; ngành hàng đồ uống có Vinacafé, Wake-up, Wake-up 247, Compact, Lemona, Vĩnh Hào, Vivant, Quang Hanh, Su Tử Trắng và Red Ruby.

Năm 2022, Masan Consumer được Forbes Vietnam vinh danh trong Top 25 thương hiệu F&B dẫn đầu. Theo báo cáo Brand Footprint 2022 của Kantar Worldpanel, Masan Consumer nằm trong Top 3 nhà sản xuất hàng tiêu dùng hàng đầu ở cả thành thị và nông thôn. Cũng theo báo cáo này, nếu như năm 2021, Masan Consumer xếp thứ 2 trong Top 10 nhà

sản xuất ngành hàng FMCG tại thị trường nông thôn thì đến năm 2022, Masan Consumer đã vươn lên dẫn đầu bảng xếp hạng này. Nhân hàng gia vị Nam Ngư của chúng tôi đã thành công giữ vững vị trí thương hiệu thực phẩm được lựa chọn nhiều thứ 2 ở thành thị và nhãn hàng thực phẩm đóng gói được chọn nhiều nhất ở nông thôn. Masan Consumer cũng được công nhận Thương Hiệu Vàng Thành phố Hồ Chí Minh 2021-2022 của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh.

Năm 2022, doanh nghiệp kinh doanh cà phê của chúng tôi, Vinacafé Biên Hòa, một lần nữa được vinh danh tại chương trình “Thương hiệu Quốc gia Việt Nam” do Bộ Công Thương chủ trì. Đây là năm thứ 8 liên tiếp Vinacafé Biên Hòa đạt giải thưởng cao quý này kể từ năm 2008.

Chúng tôi áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) đối với mảng kinh doanh thịt tích hợp. Quý 4/2018, chúng tôi đã giới

thiệu sản phẩm thịt heo mát thương hiệu “MEATDeli” với định vị thương hiệu là sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn, chất lượng với mức giá hợp lý. Áp dụng cách tiếp cận xây dựng thương hiệu FMCG, MML là công ty đầu tiên tiếp thị sản phẩm thịt tươi đầu tiên thông qua quảng cáo trên TV. Bốn năm kể từ ngày ra mắt, thương hiệu MEATDeli đã được Bộ Công Thương vinh danh là “Thương hiệu Quốc gia Việt Nam” vào năm 2022. Từ năm 2019 đến năm 2022, MEATDeli được tạp chí VnEconomy bình chọn là một trong 10 “Thương hiệu và sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam”.

Ngân hàng Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, cũng là một thương hiệu được tín nhiệm biết đến rộng rãi tại Việt Nam. Vào năm 2022, Techcombank được vinh danh với nhiều giải thưởng như “Ngân hàng bán lẻ Việt Nam tốt nhất”, “Sáng kiến thẻ tín dụng tốt nhất” theo The Asian Banking & Finance. Đáng chú ý, ngân hàng được Euromoney vinh danh là “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam” và ứng dụng điện

Tập khách hàng lớn + mục đích sử dụng phong phú + tần suất tương tác cao sẽ là những yếu tố giúp tăng thời gian tương tác trong hệ sinh thái người tiêu dùng của Masan.

thoại Techcombank Mobile được Global Business Outlook trao giải “Ứng dụng ngân hàng di động sáng tạo nhất”.

Với việc mua lại WinCommerce, Công ty Cổ phần Bột giặt Net, Phúc Long Heritage và Mobicast, đồng thời thành lập The CrownX, chúng tôi đặt mục tiêu áp dụng năng lực xây dựng thương hiệu của mình để thúc đẩy tăng trưởng trong tương lai với một loạt các sản phẩm và dịch vụ uy tín trên hệ sinh thái bán lẻ tiêu dùng tích hợp, chiến lược Point of Life của chúng tôi. WinCommerce được xướng tên trong “Top 10 nhà bán lẻ uy tín nhất Việt Nam” liên tiếp trong 6 năm từ năm 2017 đến năm 2022 theo đánh giá của Vietnam Report.

PHÁT KIẾN VÌ TƯƠNG LAI - CỬA HÀNG WIN VÀ CHƯƠNG TRÌNH HỘI VIÊN WIN ĐANG TRONG GIAI ĐOẠN KHỞI ĐẦU

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

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

đến các sản phẩm đột phá và dịch vụ vượt trội để đáp ứng nhu cầu ngày càng được nâng cao của người tiêu dùng Việt Nam. WinCommerce, nền tảng bán lẻ nhu yếu phẩm của chúng tôi không ngừng áp dụng các sáng kiến mới để mang lại giá trị gia tăng cho người tiêu dùng. Năm 2021, WCM tiếp tục tăng tốc hiện thực hóa chiến lược Point of Life (“POL”) bằng cách thử nghiệm và sau đó triển khai mô hình mini mall mang thương hiệu “WIN” nhằm cung cấp nhiều sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (nhu yếu phẩm, chăm sóc sức khỏe, chuỗi F&B, sản phẩm tài chính và các dịch vụ khác) tại một điểm đến duy nhất. Các cửa hàng WinMart+ được chuyển đổi sang cửa hàng WIN đã thu hút lượng khách cao hơn và gia tăng lợi nhuận. TCX cũng đã thí điểm chương trình Hội viên WIN vào quý 4 năm 2022 và triển khai trên toàn quốc vào tháng 1/2023. Tính đến giữa tháng 3/2023, đã có gần 3,5 triệu khách hàng đăng ký Hội viên WIN. Chương trình khách hàng thân thiết này đã mang đến cho người tiêu dùng các chương trình ưu đãi xuyên suốt trong cả năm áp dụng cho các mặt hàng tươi sống, cùng với các ưu đãi hàng tháng và hàng tuần qua đó gia tăng khả năng thu hút khách hàng. Chương trình Hội viên WIN là bước đầu tiên của chúng tôi trong việc số hóa dữ liệu người tiêu dùng, tận dụng tần suất mua sắm cao của mặt hàng nhu yếu phẩm để thúc đẩy chương trình hội viên tích hợp và cá nhân hóa cao hơn.

Các cửa hàng WIN và chương trình hội viên WIN mới chỉ là bước khởi đầu trong hành trình ứng dụng công nghệ nhằm mang đến trải nghiệm vượt trội cho người tiêu dùng. Bức tranh lớn hơn là số hóa toàn bộ cơ sở hạ tầng tiêu dùng từ sản xuất đến bán lẻ, đồng thời phát triển nền tảng tích hợp giữa thương mại hiện đại và thương mại truyền thống để thúc đẩy hiệu quả trong một thị trường rất phân mảnh và thiếu tổ chức. Nỗ lực này sẽ là những đổi mới mang tính quyết định tiếp theo của Masan cho năm 2023 và xa hơn nữa. Chúng tôi đã ra mắt WIN AI, một hệ thống POS thông minh cho phép nhân viên thu ngân đưa ra lời khuyên với nhiều thông tin chuyên sâu riêng cho từng khách hàng tại điểm bán hàng. Đây là phiên bản AI đầu tiên của chúng tôi hoạt động trong môi trường ngoại tuyến, bên cạnh nhiều AI khác đang theo dõi đa kênh. Nếu thành công, chúng tôi sẽ trở thành nền tảng được người tiêu dùng lựa chọn bằng cách mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho người tiêu dùng, đồng thời giúp người tiêu dùng tiết kiệm ít nhất 5% chi phí cho các sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày.

Trong lĩnh vực kinh doanh hàng tiêu dùng thương hiệu của TCX, chúng tôi sở hữu đội ngũ Nghiên cứu và Phát triển (R&D) gồm khoảng 130 nhân viên, cùng phối hợp chặt chẽ với đội ngũ Marketing để phát triển các sản phẩm mới phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam. Với bề dày kinh nghiệm và thành tích nghiên cứu, đổi

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



mới sáng tạo, chúng tôi phát triển các sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe nhất, giá cả phải chăng, tươi ngon và tốt cho sức khỏe. Trong năm 2022, MCH đã ra mắt khoảng 40 sản phẩm mới trên tất cả các ngành hàng. Một số cải tiến quan trọng bao gồm việc mở rộng danh mục sản phẩm thay thế bữa ăn gia đình, giới thiệu sản phẩm thực phẩm tiện lợi với đa dạng các hương vị và bao bì khác nhau, mang đến cho người tiêu dùng một bữa ăn lành mạnh, đầy đủ và tiện lợi hơn. MCH cũng mở rộng danh mục sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình với việc ra mắt các sản phẩm bột giặt và nước xả vải mới.

MML là công ty đầu tiên tại Việt Nam giới

thiệu sản phẩm thịt mát có thương hiệu với mức giá hợp lý để người tiêu dùng Việt Nam cải thiện bữa ăn hàng ngày với nguồn đạm chất lượng. Chúng tôi đã áp dụng quy trình và giải pháp riêng biệt dựa trên công nghệ Oxy-Fresh 9 từ châu Âu, giúp chúng tôi trở thành doanh nghiệp tiên phong và duy nhất trong chế biến thịt mát tại Việt Nam đáp ứng các tiêu chuẩn An toàn Thực phẩm của Hiệp hội bán lẻ Anh Quốc ("BRC") cho đến thời điểm hiện tại. Để có thể mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt mát, một khái niệm hoàn toàn mới tại Việt Nam, các sản phẩm MEATDeli được phân phối và bảo quản lạnh từ 0-4°C trong suốt quá trình từ nhà máy đến tận tay người tiêu dùng.

Trong năm 2019, MML đã mở rộng danh mục thịt thông qua việc ra mắt thịt mát chế biến sẵn, tập trung vào khẩu vị và thị hiếu của người tiêu dùng Việt Nam. Kể từ khi mua lại 3F VIET vào Quý 4/2020, MML đã tiếp tục áp dụng các cải tiến về thịt mát và thịt chế biến để xây dựng danh mục các sản phẩm thịt gà. Cam kết đổi mới sáng tạo và làm những điều khác biệt còn được thể hiện trong việc phát triển trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của chúng tôi tại Nghệ An. Đây là trang trại có quy mô lớn nhất của tỉnh. Chúng tôi đã áp dụng công nghệ tiên tiến nhất để quản lý việc cho ăn, nhiệt độ, ánh sáng, mức tiêu thụ năng lượng và xử lý chất thải cho toàn bộ quy trình chăn nuôi.

Trong lĩnh vực tài chính, chúng tôi chú trọng vào đổi mới sáng tạo và nỗ lực vượt lên trước các đối thủ cạnh tranh cũng được thể hiện tốt tại Techcombank. Ngân hàng đang phát triển mô hình "Tiêu dùng - Công nghệ" để phục vụ khách hàng cá nhân tốt hơn. Trong năm 2022, chúng tôi cải tiến một mô hình mới để mang dịch vụ tài chính đến với đại chúng bằng cách tận dụng mạng lưới cửa hàng ngoại tuyến của Masan, các sản phẩm và dịch vụ tài chính của Techcombank và nền tảng thông tin tín dụng của Trusting Social. T-Pay - giải pháp thanh toán hợp tác với Techcombank là bước đột phá đầu tiên trong chiến lược này. Người tiêu dùng bây giờ có thể mở tài khoản ngân hàng Techcombank chỉ trong vòng 5 phút bằng eKYC được kích hoạt

Nền tảng bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán: 130 siêu thị (WinMart) và 3.268 siêu thị mini (WinMart+ và WIN)

bằng công nghệ Trusting Social khi mua sắm tại chuỗi WCM. Sau đó, người tiêu dùng có thể nhận ưu đãi khi mua nhu yếu phẩm bằng cách thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ của T-Pay.

Hiện nay, MHT là một nền tảng vật liệu tích hợp toàn cầu tập trung vào các sản phẩm vonfram công nghệ cao và các giải pháp kinh tế tuần hoàn. Công ty đang vận hành quá trình xử lý vonfram cùng các nhà máy tái chế tiên tiến, trở thành một trong những cổ đông lớn nhất của Nyobolt, công ty tiên phong trong hệ thống pin hiệu suất cao và sạc siêu nhanh sử dụng Vonfram làm vật liệu thành phần cho lớp phủ cực dương. Hiện tại, MHT đang phát triển các ứng dụng vonfram mới trong các phân khúc tăng trưởng nhanh và có hàm lượng công nghệ cao hơn như pin (do nhu cầu cao trong lĩnh vực xe điện) và chế tạo bồi đắp.

TIẾP CẬN NGƯỜI TIÊU DÙNG - KHÔNG CHỈ LÀ PHÂN PHỐI

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

Ngày nay, các sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu của chúng tôi được bán tại khoảng 300.000 điểm bán lẻ và 98%

hộ gia đình Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan. WinCommerce, nhà bán lẻ nhu yếu phẩm lớn nhất Việt Nam có gần 3.400 siêu thị và siêu thị mini trên toàn quốc. Phúc Long Heritage, chuỗi F&B trong top 2, phục vụ các sản phẩm trà và cà phê thông qua 132 cửa hàng flagship và cửa hàng mini, và 798 kiosk trong hệ thống WinCommerce. Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, là một trong những ngân hàng bán lẻ lớn nhất Việt Nam với hơn 300 chi nhánh và trung tâm giao dịch.

Tuy nhiên, mạng lưới điểm bán rộng khắp dù quan trọng nhưng chưa đủ để Masan xây dựng thành công hệ sinh thái tiêu dùng công nghệ. Với mạng lưới này, chúng tôi phải nỗ lực hơn nữa để tận dụng tập khách hàng lớn, dữ liệu thói quen tiêu dùng cũng như tần suất tương tác cao để tăng thời gian kết nối và chinh phục khách hàng trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng thay đổi nhanh chóng. Tập khách hàng của chúng tôi bao gồm 3,5 triệu Hội viên WIN. Đây là những khách hàng chi tiêu gấp 2-3 lần mỗi lần đến mua so với khách hàng không phải thành viên và số lượng Hội viên WIN đang ngày càng gia tăng tại chuỗi WinCommerce, 5 triệu khách hàng của Techcombank (chủ yếu thuộc phân khúc khá giả) và những người tiêu dùng trẻ tuổi, am hiểu kỹ thuật số của Phúc Long Heritage. Những khách hàng này thực hiện 10 đến 20 giao dịch mỗi tháng trong hệ sinh thái của chúng tôi với thời gian tương tác từ 15 đến 25 giờ mỗi tháng. Với dịch vụ

di động Wintel và các dịch vụ số, Masan không chỉ thu hút được nhiều khách hàng hơn nhờ tăng trưởng thuê bao, mà còn có thể tăng thời gian tương tác của người tiêu dùng trong hệ sinh thái tiêu dùng - công nghệ tích hợp O² tích hợp.

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

Chúng tôi đã xây dựng nông trường công nghệ cao, 16 trang trại chăn nuôi và 30 nhà máy sản xuất và chế biến tiên tiến nhất ở Việt Nam và trên thế giới. Nhờ hiệu quả từ quy mô lớn, chúng tôi hướng tới việc thúc đẩy năng suất nhằm đáp ứng các nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng với mức giá hợp lý hơn.

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

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

Chúng tôi vận hành trang trại chăn nuôi lợn quy mô lớn rộng 223 ha tại tỉnh Nghệ An với tổng vốn đầu tư xây dựng là 1.400 tỷ đồng. Chúng tôi cũng dành 200 tỷ đồng xây dựng các công trình thân thiện với môi trường như nhà máy xử lý nước thải và nhà máy điện khí sinh học. Chúng tôi tin rằng đây là trang trại chăn nuôi heo lớn nhất và hiện đại nhất cả nước, đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn GLOBAL G.A.P và thể hiện xu hướng áp dụng công nghệ, mở rộng quy mô để nâng cao năng suất trong lĩnh vực chăn nuôi.

Tháng 12/2018, chúng tôi cũng đã đưa vào hoạt động tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam với dây chuyền thiết bị đồng bộ, tiên tiến nhất hiện nay do Marel - công ty hàng đầu thế giới về thiết bị giết mổ, chế biến thịt của Hà Lan cung cấp. Toàn bộ quy trình sản xuất theo công nghệ thịt mát từ Châu Âu – công nghệ này rất phổ biến tại các nước phát triển và là lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam được các chuyên gia Châu Âu giàu kinh nghiệm trực tiếp vận hành và kiểm soát. Công suất chế biến của tổ

hợp là 1,4 triệu con heo/năm, tương đương 140.000 tấn thịt thành phẩm/năm. Tổ hợp có giá trị đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng và được xây dựng trên khu đất rộng 4ha. Nhờ vậy, chúng tôi có thể đưa ra thị trường sản phẩm thịt mát thương hiệu MEATDeli. Tháng 10 năm 2020, chúng tôi đã đưa vào vận hành tổ hợp chế biến thịt mát thứ 2 tại Long An, với công suất tương tự như ở miền Bắc Việt Nam, nhằm phục vụ người tiêu dùng tại TP.HCM và các khu vực lân cận các sản phẩm thịt tươi, an toàn và có thể truy xuất nguồn gốc.

Là một phần trong nỗ lực số hóa cơ sở hạ tầng tiêu dùng của chúng tôi, từ sản xuất sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng và phát triển nền tảng MT-GT tích hợp, Masan đã và đang đầu tư phát triển năng lực chuỗi cung ứng và hậu cần. WinCommerce đã thành lập Supra - công ty con chuyên về logistic ứng dụng công nghệ nhằm cung ứng hàng hóa hiệu quả từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng. Supra hiện đang điều hành lần lượt 7 trung tâm phân phối cho hàng hóa khô và 9 trung tâm phân phối cho hàng tươi sống. Mạng lưới phân phối trên toàn quốc này sẽ tiếp tục phát triển hơn nữa trong thời gian tới. Các trung tâm phân phối của chúng tôi được tập trung hóa và được hỗ trợ bởi ứng dụng công nghệ, cho phép thúc đẩy hiệu quả kinh tế trên quy mô lớn và sử dụng các chiến lược hậu cần hiệu quả để hàng ngày phục vụ mạng lưới gần 3.400 cửa hàng với chi phí tối ưu. Chúng tôi cũng triển khai mô hình ít chi phí đầu tư, ưu

tiên cho thuê địa điểm của mình. Kết quả, Supra đảm nhận 45% lượng hàng hóa khô của WinCommerce tính đến cuối năm 2022 từ mức dưới 30%, cũng như giảm 13% chi phí hậu cần cho mỗi sản phẩm khi chuẩn hóa do giá nhiên liệu tăng mạnh trong năm hoạt động đầu tiên. Chúng tôi tin rằng các thành phần khác của nền tảng người tiêu dùng O², có thể được tận dụng để gia tăng hiệu quả của kênh thương mại truyền thống (“GT”). Việc đưa các đối tác GT tham gia vào nền tảng bán lẻ tiêu dùng tích hợp của Masan sẽ mang lại lợi ích cho cả hai bên và cùng nhau đạt được mục tiêu phục vụ tất cả người tiêu dùng Việt Nam, không phân biệt dù là mua sắm trên kênh thương mại truyền thống hay hiện đại.

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

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

Trong khi các yếu tố của Phương cách Masan vẫn rất cần thiết để xây dựng một doanh nghiệp thành công tại Việt Nam, nơi người dân cần được đáp ứng hiệu quả hơn cho các nhu cầu cơ bản, Masan đã dành nhiều thời gian để chuẩn bị cho tương lai. Trong giai đoạn đầu phát triển kinh tế tại Việt Nam, người tiêu dùng chủ yếu quan tâm đến các sản phẩm cơ bản trong bối cảnh tỷ lệ hộ nghèo và mức độ khan hiếm hàng hóa còn khá lớn. Bất cứ doanh nghiệp có thể sản xuất các sản phẩm cơ bản đều là những doanh nghiệp thành công. Khi các sản phẩm đó được sản xuất với số lượng lớn hơn, các công ty nào có hệ thống phân phối sản phẩm lớn hơn sẽ chiếm lĩnh thị trường. Tiếp đến, các thương hiệu và phát kiến đáng tin cậy sẽ trở thành yếu tố khác biệt để mang đến thành công.

Tuy nhiên, ngày nay, người tiêu dùng không chỉ đơn thuần tìm kiếm các sản phẩm đáp ứng những nhu cầu cơ bản hay thậm chí là thương hiệu. Họ muốn có những trải nghiệm chất lượng hơn, cảm thấy tiện lợi và có nhiều lựa chọn hơn về hàng hóa, cách thức mua sắm (trực tuyến hay tại cửa hàng), cách thức thanh toán và thậm chí phương thức sử dụng hàng hóa. Với danh mục dịch vụ và sản phẩm đa dạng, khả năng xây dựng thương hiệu, sự



Đội ngũ các tài năng trong nước và quốc tế đề cao tinh thần phụng sự người tiêu dùng

vượt trội về khả năng tiếp cận khách hàng (trực tuyến hay tại cửa hàng), nền tảng khách hàng thân thiết và cam kết đầu tư vào công nghệ để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn, Masan tin rằng chúng tôi có tất cả các mảnh ghép cần thiết để xây dựng một hệ sinh thái tiêu dùng O² liền mạch giúp giải quyết phần lớn nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng.

Chúng tôi xây dựng hạ tầng để kết nối tốt hơn với người tiêu dùng trong hệ sinh thái sẵn có của mình - từ sản xuất, mạng lưới cửa hàng offline, năng lực AI/ML, chương trình hội viên, nền tảng logistics không yêu cầu nhiều vốn đầu tư và thanh toán số với mục tiêu mở rộng và nâng cấp hạ tầng dành cho người tiêu dùng này nhằm kết hợp với kênh phân phối hàng hoá truyền thống và người tiêu dùng cuối của họ, khi mà gần 90% người tiêu dùng Việt Nam vẫn mua sắm ở các cửa hàng truyền thống. Chiến lược B2B2C này có thể tận dụng mối quan hệ rộng mở với các thương hiệu và nền tảng logistics của chúng tôi để giao hàng cho đối tác thương mại truyền thống và cho phép cả đối tác thương mại truyền thống và người tiêu dùng của họ tham gia vào nền tảng hội viên WIN, qua đó giúp tăng đáng kể phạm vi tiếp cận và điểm tiếp xúc của chúng tôi với người tiêu dùng Việt Nam. Chúng tôi gọi đây là WIN+, hình thức cửa hàng đang được củng cố mô hình kinh doanh vào năm 2023 trước khi mở rộng quy mô vào năm 2024.



ĐỘI NGŨ NHÂN LỰC CÓ TINH THẦN PHỤNG SỰ ĐỒNG HÀNH CÙNG NGƯỜI TIÊU DÙNG

Trên thị trường khan hiếm nhân sự có kinh nghiệm, chúng tôi đã đầu tư xây dựng đội ngũ quản lý chuyên nghiệp mạnh mẽ ở tất cả các cấp trong tổ chức. Chúng tôi tin tưởng vào việc tuyển dụng các chuyên gia có kinh nghiệm quốc tế và năng lực thực thi kinh doanh tại các thị trường mới nổi thông qua hoạt động xây dựng thương hiệu, phân phối tại địa phương và đưa các sản phẩm mới và phát triển sản phẩm mới, từ đó chuyển đổi kinh doanh dựa trên công nghệ. Đội ngũ quản lý của chúng tôi đóng vai trò then chốt trong việc biến Masan Group từ một văn phòng tư nhân nhỏ với danh mục đầu tư và kinh doanh dần trải thành một trong những

tập đoàn tư nhân lớn nhất của Việt Nam tập trung vào việc đáp ứng nhu cầu chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng.

Đội ngũ nhân lực của Masan là những chuyên gia trẻ đến từ khắp nơi trên thế giới, có nhiều kinh nghiệm và có khả năng linh hoạt để thực hiện các dự án đa dạng nhằm tạo ra giá trị cao nhất cho cổ đông. Đội ngũ của chúng tôi tuy có thể có nền tảng kinh nghiệm khác nhau nhưng chúng tôi cùng chia sẻ văn hóa chung và độc đáo là “Masan Way” với những đặc tính sau: Lấy người tiêu dùng làm trọng tâm; Khả năng lãnh đạo + Khát vọng dẫn đầu; Luôn tìm ra giải pháp; Tinh thần trách nhiệm + Chú trọng kết quả; Liêm chính + Minh bạch; Chuyên môn cao + Không ngừng học hỏi. Bản thân họ cũng là cổ đông của Công ty.

Lịch sử đổi mới của Tập đoàn Masan

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

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

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

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

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

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

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

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

Vào tháng 9 năm 2014, Masan giới thiệu nhãn hàng Sư Tử Trắng, sản phẩm bia phổ thông đạt tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại Việt Nam trong năm 2015.

Trong nửa đầu năm 2015, Masan thành lập Masan Nutri-Science nhằm thâm nhập và chuyển đổi chuỗi giá trị thịt của Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu để phục vụ tốt hơn người tiêu dùng.

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

Vào tháng 3 năm 2016, để hướng đến mô hình kinh doanh tập trung vào hàng tiêu dùng và củng cố thị trường chuỗi giá trị thịt qua việc xây dựng thương hiệu, hệ thống phân phối và phương thức thực thi tốt nhất, Masan đã mua lại 14% cổ phần của VISSAN, công ty thịt tươi sống và thịt chế biến lớn nhất Việt Nam. Vào tháng 6 năm 2016, Masan đã tăng cổ phần tại VISSAN lên 24,9%, sau đó, khởi công trang trại chăn nuôi heo tại Nghệ An, thúc đẩy sứ mệnh của Masan trong việc thiết lập mô hình 3F, gia tăng năng suất trong toàn bộ chuỗi giá trị thịt của Việt Nam. Vào tháng 4 năm 2017, KKR, một công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân hàng đầu, đã đầu tư 150 triệu USD đầu tư vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần, và 100 triệu USD mua lại cổ phần Masan Group.

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

Vào tháng 8 năm 2018, Masan Resources đã mua lại 49% cổ phần từ H.C. Starck trong Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram

Núi Pháo - H.C. Starck và được đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan. Giao dịch này là bước quan trọng để Masan Resources trở thành nhà sản xuất hóa chất vonfram tích hợp hoàn có quy mô và ảnh hưởng toàn cầu.

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

Vào tháng 9/2019, Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”), công ty con do Công ty Cổ phần Masan Resources (MSR) sở hữu 100% vốn, đã ký hợp đồng mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H. C. Starck GmbH (“HCS”), nhà sản xuất hàng đầu về bột kim loại vonfram và vonfram các-bua công nghệ cao (các sản phẩm vonfram cận sâu) với mạng lưới kinh doanh và hoạt động toàn cầu. Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR để trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao, tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới. Nguồn cung APT sơ cấp ổn định với giá thành thấp từ MSR, kết hợp với năng lực tái chế của HCS, sẽ tạo cho MSR năng lực cạnh tranh toàn cầu, giúp MSR tạo ra dòng tiền



ổn định qua các chu kỳ thị trường, đồng thời mở rộng quy mô thị trường đầu ra lên 3.5 lần, từ 1,3 tỷ USD lên 4,6 tỷ USD.

Tháng 7 năm 2019: Masan Nutri-Science (“MNS”) đã đổi tên thành Masan MEATLife (“MML”) để hoàn tất chuyển đổi từ mô hình B2B kinh doanh sản phẩm nông nghiệp sang mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng cung cấp sản phẩm có thương hiệu thông qua bán lẻ. Để ghi nhận cột mốc phát

triển chiến lược đó, MML đã công bố kế hoạch đưa cổ phiếu lên giao dịch trên thị trường UPCoM nhằm gia tăng sự linh hoạt và tính minh bạch cho các cổ đông.

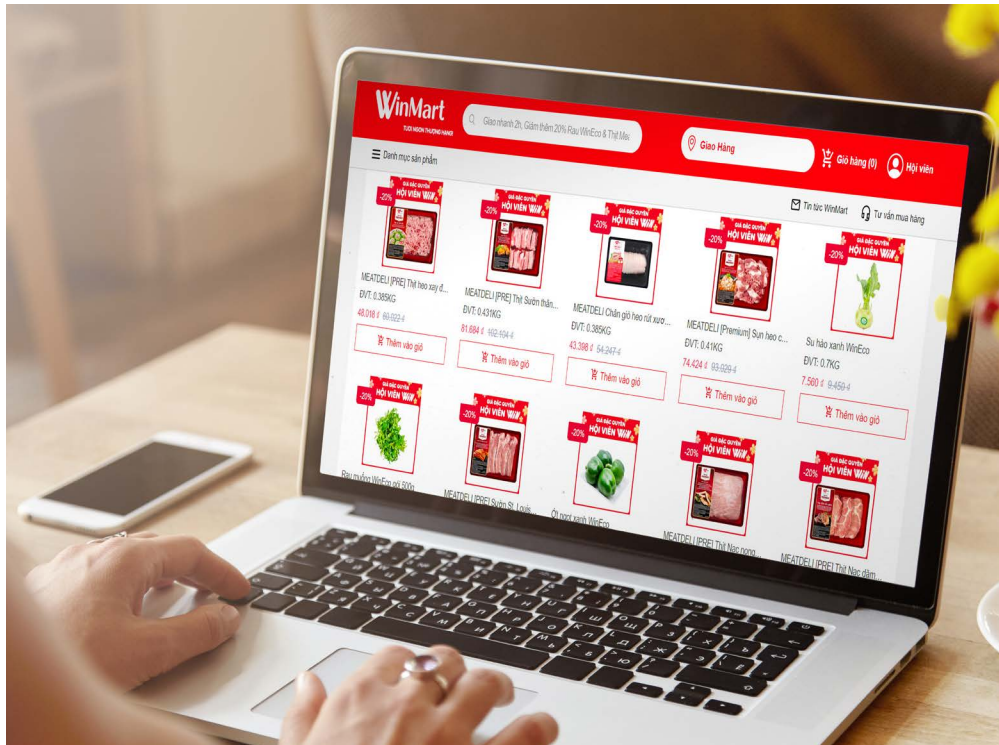
Vào tháng 12/2019: Masan và VinGroup đã hoàn thành thỏa thuận sáp nhập MCH và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ WinCommerce (“WCM”), bao gồm Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Wineco (“WinEco”) là một công ty

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

Vào tháng 2 năm 2020, Masan HPC, công ty thành viên trong lĩnh vực sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình của MCH, đã hoàn tất mua 52% cổ phần của Công ty CP Bột giặt Net (“NET”) sau công bố chào mua công khai. Giao dịch này nhất quán với chiến lược 5 năm của Masan nhằm mở rộng danh mục sản phẩm và mang đến lợi ích tốt nhất cho 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Chăm sóc cá nhân và gia đình là một trong những lĩnh vực lớn nhất và hấp dẫn nhất tại Việt Nam với giá trị thị trường xấp xỉ 4 tỷ USD và nhiều cơ hội phát triển nhanh chóng để xây dựng các thương hiệu nội địa vững mạnh.

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

Trong tháng 11/2020, Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”), trước là MSR, đã hoàn tất phát hành 109.915.542 cổ phần phổ thông theo phương thức chào bán riêng lẻ cho công ty Mitsubishi Materials Corporation (“MMC”) với tổng giá trị tiền mặt là 90 triệu USD. MHT và MMC tiếp tục hoàn thiện thủ tục thiết lập liên



minh chiến lược nhằm mục tiêu xây dựng nền tảng vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu.

Vào tháng 4/2021, chiến lược quay vòng bán lẻ của Masan đã được chứng minh hiệu quả, thể hiện qua khoản đầu tư trị giá 104 triệu USD của SK Group để mua 16,26% cổ phần của WinCommerce. Giao dịch diễn ra sau khi WCM đạt EBITDA dương trong hai quý liên tiếp (Q4/2020 và Q1/2021). Giao dịch này đánh dấu khoản

đầu tư thứ hai của SK Group vào công ty Masan (lần đầu tiên là khoản đầu tư hồi tháng 10/2018 vào Masan Group) và sau đó là khoản đầu tư khác trị giá 340 triệu USD vào The CrownX trong tháng 11/2021. Chiến lược POL và động lực cải thiện lợi nhuận của TCX tiếp tục phát huy hiệu quả trong năm 2021 với khoản đầu tư 400 triệu USD vào tháng 5/2021 từ liên danh đầu tư do Alibaba dẫn đầu và khoản đầu tư 350 triệu USD vào tháng 12/2021 của TPG, ADIA và Seatown. Tổng cộng, hơn 1,1 tỷ USD đã

được đầu tư vào TCX và công ty con WCM trong năm 2021.

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

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

Vào tháng 9/2021, The Sherpa Company Limited (“The Sherpa”), công ty con của Masan, tuyên bố gia nhập lĩnh vực viễn thông bằng việc mua 70% cổ phần của

Công ty Cổ phần Mobicast (“Mobicast” hoặc “Reddi”), hoạt động dưới thương hiệu Reddi, là một công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động (“MVNO”), với tổng giá trị tiền mặt là 295,5 tỷ đồng. Gia nhập lĩnh vực viễn thông, Masan đã chiếm được một phần quan trọng khác trong chi tiêu của người tiêu dùng dành cho các sản phẩm kỹ thuật số. Việc mua lại này đặt nền tảng cho Masan kết nối trực tiếp với người tiêu dùng thông qua điện thoại và tích hợp với các dịch vụ kỹ thuật số khác trong tương lai.

Năm 2022, Masan thực hiện chiến lược Point of Life (“POL”) bằng cách thí điểm rồi sau đó triển khai các sáng kiến bán lẻ trên toàn quốc, qua đó củng cố nền tảng hạ tầng cho người tiêu dùng đang tăng trưởng, bao gồm mô hình bán lẻ mới, chương trình hội viên, thanh toán số và nền tảng logistics để cung cấp hàng hóa cho người tiêu dùng kịp thời và tiết kiệm chi phí nhất. Nhiều sáng kiến chiến lược trong số đó chỉ mới bắt đầu được đẩy mạnh vào nửa cuối năm 2022 và dự kiến sẽ đạt được lợi ích tối đa vào năm 2023.

■ **Cửa hàng WIN:** Trong quý 4 năm 2022, Masan đã khai trương 102 cửa hàng WIN theo mô hình trung mini mall để có thể cung cấp nhiều sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày hơn (ví dụ: nhu yếu phẩm, F&B, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ tài chính). Mô hình cửa hàng hiện đại mới hướng tới phục vụ nhu cầu toàn diện của các hộ gia đình thành thị.

■ **WinMart+ ở khu vực Nông thôn:** Vào quý 4 năm 2022, Masan đã tung mô hình cửa hàng mới với chi phí đầu tư và chi phí hoạt động thấp hơn, đồng thời danh mục sản phẩm gồm các SKU có giá cả phải chăng hơn. Mô hình này đóng vai trò quan trọng trong mục tiêu của Masan nhằm thu hút được người tiêu dùng trên khắp Việt Nam chứ không chỉ ở khu vực thành thị.

■ **Hội viên WIN:** Đồng thời, Masan khởi động quá trình số hóa hành trình tiêu dùng để thực hiện chiến lược O² và trở thành một nền tảng công nghệ tích hợp trong hệ thống bán lẻ tiêu dùng. Sau thời gian thử nghiệm vào quý 4 năm 2022, chương trình Hội viên WIN đã được triển khai trên toàn quốc vào ngày 06/01/2023. Hệ sinh thái tiêu dùng số mới vận hành của Masan đã có được



những dấu hiệu thành công ban đầu khi thu hút gần 3,5 triệu thành viên đăng ký trong chỉ trong 6 tháng. Việc triển khai chương trình Hội viên dự kiến sẽ tăng lưu lượng khách và hạ chi tiêu doanh số hòa vốn để cải thiện lợi nhuận. Trong tương lai, Masan Group đặt mục tiêu nâng cao hệ sinh thái tiêu dùng O², bao gồm cả nền tảng tích hợp khách hàng thân thiết, bằng cách sử dụng công nghệ AI/ML để hiểu và phục vụ tốt hơn người tiêu dùng thông qua trải nghiệm và hành trình mua sắm tiện lợi hơn và cá nhân hóa cao hơn.

- **T-Pay:** Giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ mới của Masan hợp tác với Techcombank, T-Pay đã chứng minh sức hút lớn khi có đến 41.000 tài khoản ngân hàng TCB được mở tại chuỗi WCM. Tỷ lệ thực hiện các giao dịch tại cửa hàng bằng T-Pay cũng đạt các con số ấn tượng như 24,4% ở Hà Nội, 16,5% ở thành phố Hồ Chí Minh tính đến cuối năm 2022.
- **Supra:** Supra, công ty logistic của Masan đã chính thức đi vào hoạt động và đảm nhận 45% lượng hàng hóa khô của Win-Commerce. Trong năm đầu hoạt động, bằng cách hợp nhất hàng tồn kho và việc vận chuyển từ một địa điểm trung tâm nhờ các trung tâm phân phối tập trung, cũng như góp phần giảm 13% chi phí cung ứng trên mỗi sản phẩm của WCM trên cơ sở chuẩn hóa.

Vào tháng 7 năm 2022, H.C. Starck, công ty con của Masan High-Tech đã công bố hoàn tất thành công khoản đầu tư thiểu số vào Nyobolt, công ty tiên phong trong giải pháp pin hiệu suất cao và sạc cực nhanh.

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

Đoạn tóm tắt nêu trên chỉ đề cập đến những cột mốc quan trọng của Tập đoàn và chưa hoàn toàn phác họa phương pháp tiếp cận có kỷ luật nhưng sáng tạo của Masan trong xây dựng các doanh nghiệp, hướng đến kiến tạo giá trị dài hạn, cũng như chưa thể hiện được đầy

đủ nền tinh thần doanh nhân độc đáo ("Masanship") đã góp phần tạo ra những thành công của Masan.

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

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



Báo cáo Phát triển Bền vững



Cam kết Phát triển Bền vững

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

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

Chúng tôi theo đuổi lý tưởng trở thành niềm tự hào của Việt Nam bằng việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt.

Masan áp dụng mô hình “Đặt người tiêu dùng làm trọng tâm” trong tất cả các hoạt động kinh doanh. Qua đó, chúng tôi có thể giúp hơn 100 triệu người Việt Nam chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày, đồng thời mang đến nhiều dịch vụ tiện ích, sản phẩm cao cấp và trải nghiệm tiêu dùng vượt trội hơn. Đó chính là ý nghĩa của triết lý “Doing well by doing good”.

Tuy nhiên, câu chuyện về phát triển bền vững không thể thiếu sự song hành của phát triển đội ngũ nhân tài, đáp ứng

mong muốn của các cổ đông dọc theo toàn bộ chuỗi giá trị, đóng góp vào cộng đồng địa phương, mang lại giá trị cho đời sống xã hội và chung tay bảo vệ môi trường. Cải thiện đời sống người tiêu dùng bằng cách mang đến những dịch vụ, sản phẩm vượt trội chưa đủ để trở thành “Niềm tự hào của Việt Nam”. Đó là lý do tại sao chúng tôi tin rằng cần áp dụng cách tiếp cận toàn diện đối với Phát triển bền vững và lồng ghép các cân nhắc về Môi trường, Xã hội và Quản trị (“ESG”) trong các quyết định kinh doanh của chúng tôi. Điều này giúp chúng tôi tạo ra đóng góp có ý nghĩa hơn vào sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, đồng thời mang lại giá trị cho các bên liên quan của chúng tôi.

Cách tiếp cận bền vững

Khung quản trị rủi ro ESG

Là một trong những doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam, chúng tôi nhận thức sâu sắc vai trò và trách nhiệm của mình đối với cộng đồng, đồng thời không ngừng nâng cao các tiêu chuẩn phát triển bền vững. Chúng tôi phụng sự khách hàng và các bên liên quan bằng cách tạo ra những tác động có ý nghĩa nhằm giúp Masan đạt được các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc (UN SDG).

Đánh giá tính trọng yếu

Đánh giá tính trọng yếu bao gồm hoạt động phân tích toàn diện về các vấn đề Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) chính có tác động đến các bên liên quan và doanh nghiệp của chúng tôi với sự hỗ trợ của một công ty tư vấn toàn cầu, có chuyên môn cao trong lĩnh vực báo cáo bền vững. Masan Group tuân thủ các hướng dẫn của Bộ tiêu chuẩn GRI cũng như thực hiện điều chỉnh trong quá trình xác định các chủ đề bền vững có ý nghĩa quan trọng nhất trong hoạt động kinh doanh của Tập đoàn và các bên liên quan.

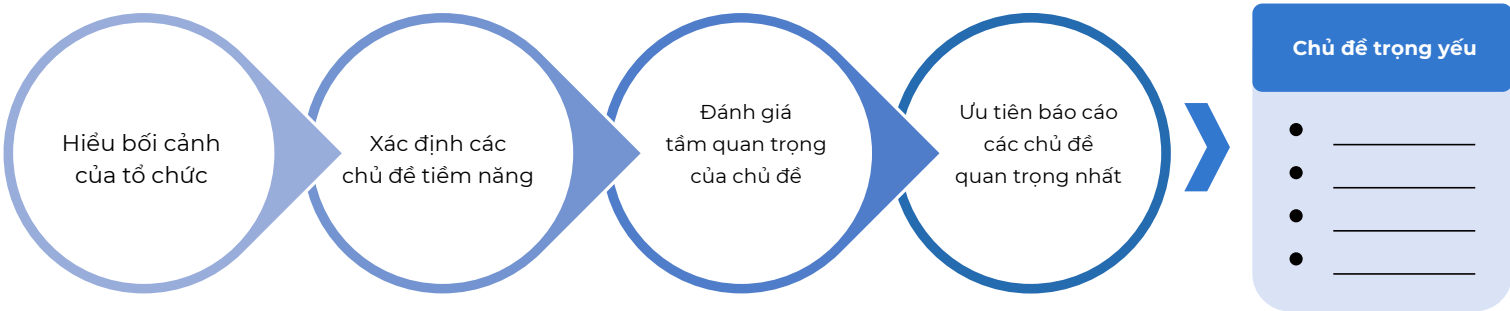
Thực hiện theo quy trình, chúng tôi xác định và đánh giá các chủ đề ESG tiềm năng liên quan đến mảng kinh doanh và hoạt động của Tập đoàn trước tiên thông qua nghiên cứu tài liệu kỹ lưỡng để có được cái nhìn tổng quan về tình hình hiện nay. Các tài liệu nghiên cứu bao

gồm khung ESG quốc tế liên quan, bao gồm Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu (“GRI”) đi kèm với các hướng dẫn cụ thể trong ngành, Chuẩn mực Hoạt động của Morgan Stanley Capital International (“MSCI”) và International Finance Corporation (“IFC”) Performance Standards (“PS”), cũng như các xu hướng của tính bền vững hiện tại và trong tương lai liên quan đến hoạt động kinh doanh của chúng tôi ở cấp toàn cầu, toàn khu vực và toàn quốc. Trong quá trình này, chúng tôi cũng triển khai phân tích bối cảnh bên ngoài và đối sánh với các doanh nghiệp tương đương trong ngành/doanh nghiệp đầu ngành để xác định những thông lệ tốt nhất và danh sách các chủ đề trọng yếu tiềm năng ban đầu.

Tiếp đó, chúng tôi phối hợp với các bên liên quan trong nội bộ cũng như bên ngoài (bao gồm các đối tác kinh doanh của Masan, các nhà đầu tư và hiệp hội doanh nghiệp) và thực hiện phỏng vấn bán cấu trúc để:

- Thu thập dẫn chứng và hiểu biết sâu sắc từ nhận thức về các ưu tiên tính bền vững/ESG đối với các hoạt động kinh doanh của Masan
- Hiểu rõ ưu tiên của các bên liên quan và các lĩnh vực trọng tâm trong các chủ đề bền vững, và
- Tìm ra dẫn chứng quan trọng để giúp chúng tôi hiểu được tại sao các chủ đề

Hình 1 Quy trình đánh giá tính trọng yếu



tính bền vững/ESG lại quan trọng với Masan và các bên liên quan của chúng tôi.

Các bước đánh giá tính trọng yếu này được thực hiện độc lập, nhưng đều cung cấp thông tin cho bước cuối cùng. Tại bước cuối, Masan sẽ sắp xếp thứ tự ưu tiên cho các chủ đề quan trọng nhất để báo cáo và từ đó xác định các chủ đề tính trọng yếu.

ĐÁNH GIÁ TÍNH TRỌNG YẾU ĐANG THỰC HIỆN

Năm 2022, chúng tôi đã tiến hành đánh giá tính trọng yếu đầu tiên, đóng vai trò nền tảng cơ bản để xây dựng chiến lược bền vững dành riêng cho doanh nghiệp.

Đánh giá này đã giúp chúng tôi xác định, định hướng, ưu tiên và báo cáo về các vấn đề ESG trọng yếu áp dụng trong các hoạt động kinh doanh và cho các bên liên quan của Masan.

Chúng tôi đã hoàn thành ba bước đầu tiên trong quy trình đánh giá tính trọng yếu, bao gồm phỏng vấn các bên liên quan và xác định các chủ đề tính trọng yếu chính. Kể từ cuối năm 2022, chúng tôi đã bắt đầu tiến hành bước cuối cùng của quy trình nhằm quyết định chọn ra các chủ đề quan trọng, sau đó sẽ thiết lập các KPI và Mục tiêu cụ thể để định hướng thực hiện chiến lược bền vững trong thực tế.

Các chủ đề tính trọng yếu chính được xác

định sau khi có sự tham gia của các bên liên quan dự kiến được xếp thành bốn trụ cột: Thúc đẩy đổi mới để tăng trưởng bền vững, Phát triển con người và cộng đồng, Bảo vệ các thực hành môi trường và Giữ vững Đạo đức. Các chủ đề chi tiết sẽ được công bố sau khi chúng tôi hoàn thành bước cuối cùng của quy trình đánh giá tính trọng yếu.



Thúc đẩy Đổi mới để Tăng trưởng Bền vững

Đổi mới, Sức khỏe và Dinh dưỡng

Chúng tôi thể hiện vai trò và đóng góp tích cực cho thị trường người tiêu dùng Việt Nam thông qua việc mang đến các sản phẩm và dịch vụ vượt trội, qua đó đáp ứng nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người dân. Việt Nam là một quốc gia đang phát triển và chúng tôi cần liên tục đổi mới để phục vụ người tiêu dùng của chúng tôi tốt hơn đồng thời giảm tác động đến môi trường. Để biết thêm thông tin về các phát kiến liên quan đến sản phẩm và dịch vụ, vui lòng xem thông tin tại mục “Phát kiến vì tương lai” trong phần “Câu chuyện của Masan Group”. Các phần sau đây sẽ tập trung vào các hoạt động của chúng tôi.

Nguồn nguyên liệu và Tính tuần hoàn

Trong lĩnh vực sản xuất thực phẩm và đồ uống có thương hiệu - Masan Consumer (“MCH”), nguyên liệu sản xuất chính của chúng tôi là những nguyên liệu thực phẩm và vật liệu đóng gói. Các nguyên liệu chính được chúng tôi sử dụng trong sản xuất gồm bột mì, dầu ăn, cà phê, đường, cá cơm, nước mắm cốt, rau củ quả tươi, rau củ sấy khô, đậu nành, phụ gia nước khoáng và các loại gia vị khác nhau. Ngoài ra, các loại bao bì đóng gói như chai nhựa và thủy tinh, thùng carton, nhãn giấy, tờ/cốc giấy, màng phức hợp... cũng là các thành phần quan trọng trong chi phí sản xuất

sản phẩm của chúng tôi. Chi phí nguyên vật liệu nhập khẩu chiếm tới 70% tổng chi phí nguyên vật liệu của MCH. Để đảm bảo chất lượng và truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, MCH yêu cầu cung cấp giấy chứng nhận xuất xứ, phân tích, kiểm dịch không có biến đổi gen đối với nguyên liệu từ thực vật. Các nhà cung cấp trong nước cần có hệ thống kiểm soát chất lượng, giấy chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động vật và thực hành nông nghiệp tốt. Các nhà cung cấp đạt chất lượng trong thời gian dài với MCH được coi là “nhà cung cấp có bảo đảm” và sẽ tiếp tục được tham gia theo hợp đồng hàng năm. Năm 2022 là một năm đầy thách thức với nhiều biến động giá cả do Chiến tranh Nga - Ukraine và cước phí vận chuyển tăng cao, ảnh hưởng đến nguồn cung nguyên vật liệu. Không chỉ đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn chất lượng nguyên vật liệu và truy xuất nguồn gốc, chúng tôi luôn bám sát thị trường và quản lý rủi ro để đảm bảo Chất lượng - Số lượng - Chi phí hợp lý.

Bên cạnh việc phòng ngừa rủi ro để đảm bảo ổn định chi phí sản xuất, MCH luôn hợp tác và cùng các nhà cung cấp chiến lược bám sát thị trường theo nguyên tắc “đôi bên cùng có lợi”. Công ty tin rằng với mạng lưới các đối tác và nhà cung cấp chiến lược trong nước, khu vực và toàn cầu, MCH sẽ không phải phụ thuộc vào bất kỳ nhà cung cấp nào để đáp ứng yêu cầu của mình. Nguồn cung nguyên vật liệu đầu vào chất lượng và ổn định là chìa



khóa mang đến chất lượng sản phẩm cao cho người tiêu dùng.

Trong lĩnh vực kinh doanh thịt có thương hiệu, thành phần nguyên liệu chủ yếu trong thành phẩm của Masan MEATLife (“MML”) gồm heo và gà thịt thương phẩm. Tháng 11/2021, Masan MEATLife chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi và hợp tác chiến lược với Công ty TNHH De Heus (“De Heus Việt Nam”). Theo đó, De Heus Việt Nam tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi và đầu tư vào chuỗi cung ứng đạm động vật tại Việt Nam. Sau hơn một năm, quan hệ hợp tác này đã thúc

đẩy gia tăng năng suất, chất lượng và tính bền vững của mô hình chuỗi cung ứng tích hợp 3F (Feed-Farm-Food). Hiện tại, De Heus Việt Nam cung ứng lên đến 80% thức ăn chăn nuôi cho trang trại của Masan MEATLife và sẽ cung cấp ít nhất 2,8 triệu heo thịt cho các sản phẩm thịt mát và thịt mát chế biến của Masan MEATLife trong 5 năm tới. Với thỏa thuận hợp tác này, Masan MEATLife đã hoàn tất chuyển đổi trở thành doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm thịt có thương hiệu.

MSN và các công ty con đã áp dụng một số cải tiến trong vấn đề sử dụng nguyên

liệu thô. Vào năm 2022, MML đã tiến hành nghiên cứu thay đổi bao bì hợp kim pha polyethylene terephthalate (PET)/polyethylene (PE) thành bao bì chỉ chứa PET. Đây được coi là loại nhựa có khả năng tái chế cao nhất, tốn ít công sức phân tách khỏi các loại nhựa khác hơn và có khả năng chống ô nhiễm thực phẩm. Năm 2023, MML có kế hoạch sử dụng PET để sản xuất bao bì.

Chất lượng và An toàn Sản phẩm

Nhu cầu tiêu dùng hiện đại tại Việt Nam ngày càng gia tăng đối với sản phẩm an toàn và chất lượng, dịch vụ và trải nghiệm mua sắm vượt trội.

Đội ngũ quản lý chất lượng của Masan đã phát triển một quá trình kiểm tra để đảm bảo rằng các sản phẩm luôn đồng nhất và đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của chúng tôi. Các bước này bao gồm đánh giá năng lực, lựa chọn nhà cung cấp, kiểm tra chất lượng nguyên liệu đầu vào, giám sát quá trình sản xuất và đóng gói, kiểm tra mẫu sản phẩm hoàn chỉnh tại kho và kiểm tra chất lượng sản phẩm tại nhà phân phối.

Để đảm bảo chất lượng đồng nhất và liên tục của nguyên liệu, chúng tôi tiến hành đánh giá hàng năm việc cung cấp nguyên liệu của các nhà cung cấp. Bộ phận bảo đảm chất lượng của chúng tôi và các



phòng ban có liên quan, chẳng hạn như đội thu mua, kho vận, tài chính, và đội ngũ marketing, cùng nhau đánh giá từng hạng mục kiểm soát chất lượng, giá cả, năng lực sản xuất, độ tin cậy giao hàng và khả năng đáp ứng.

Các nhà máy của MCH đã đạt được các tiêu chuẩn về sản xuất HACCP và ISO 9001 (hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm) và SA8000 (Chứng nhận hệ thống trách nhiệm xã hội), cùng với BRC, FSSC, HALAL, ISO 14001, ISO 45001 (Hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe người lao động).

Để đảm bảo truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, Masan MEATLife yêu cầu các nhà

cung cấp đáp ứng đầy đủ các yêu cầu sau: Không có dịch bệnh truyền nhiễm (bệnh dịch tả heo châu Phi, bệnh heo tai xanh, bệnh suyễn heo), không tồn dư kháng sinh, không chất cấm...và tuân thủ mọi yêu cầu theo quy định của pháp luật. Các trang trại của chúng tôi và của đối tác chiến lược phải đáp ứng các chứng chỉ VietGAP, Global GAP. Nguyên liệu của chúng tôi được kiểm soát chặt chẽ về số lượng lẫn chất lượng. Các sản phẩm của Masan MEATLife được quản lý chất lượng nghiêm ngặt bởi đội ngũ QA, QC giàu kinh nghiệm.

Năm 2022, tổ hợp chế biến MEATDeli HN và MEATDeli Sài Gòn tiếp tục được cấp chứng nhận đạt Tiêu chuẩn Toàn cầu về An toàn Thực phẩm của tổ chức BRC. Đây là tiêu

chuẩn quốc tế hàng đầu giúp kiểm soát, giảm thiểu nguy cơ ngộ độc trong ngành thực phẩm và được coi là tấm giấy thông hành cho các doanh nghiệp xuất khẩu thực phẩm. Các tiêu chí đánh giá và quy trình chứng nhận BRC được kiểm soát nghiêm ngặt và duy trì nhất quán trên toàn thế giới.

Tổ hợp chế biến thịt gia cầm tại Bình Dương đã được chứng nhận đạt tiêu chuẩn về Hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn (HACCP) vào năm 2022. Đây là công cụ để đánh giá các mối nguy và thiết lập hệ thống kiểm soát tập trung vào phòng ngừa. Đây cũng là nền tảng hỗ trợ tối ưu cho việc đánh giá thành phẩm trước khi phân phối cho người tiêu dùng.

Phát triển Con người và Cộng đồng

Tại Masan, chúng tôi tin rằng nguồn nhân lực là ưu thế cạnh tranh lớn nhất và giúp Công ty thực hiện thành công chiến lược tạo ra giá trị dài hạn. Vì thế, chúng tôi đã tạo mọi điều kiện để mang lại giá trị dài hạn và bền vững cho từng cá nhân nhân viên và cả tổ chức. Chúng tôi tin vào việc tạo ra quan hệ đối tác có lợi cho đôi bên (win-win) để mở ra nhiều cơ hội mới cũng như mang lại lợi ích cho cá nhân và đóng góp lớn hơn cho sự phát triển bền vững của đất nước.

Thu hút và gìn giữ nhân lực

NGUỒN NHÂN LỰC

Chúng tôi tự hào có nguồn nhân lực đa dạng, với những khác biệt nhưng đều cùng chung một khát vọng - phụng sự người tiêu dùng và kiến tạo giá trị cho nền kinh tế, cho môi trường và xã hội Việt Nam. Sự đa dạng này đem lại những góc nhìn, niềm tin, chuyên môn và kinh nghiệm khác nhau giúp đưa ra các chiến lược, ý tưởng và giải pháp sáng tạo đột phá, đây chính là động lực cho tăng trưởng của chúng tôi. Chúng tôi cam kết tạo ra môi trường đa dạng để thẩm nhuần văn hóa hòa nhập và mang lại cơ hội bình đẳng cho toàn bộ đội ngũ nhân viên. Nhân viên của chúng tôi được tuyển dụng dựa trên các kỹ năng và năng lực liên quan đến yêu cầu công việc, bất kể chủng tộc, quốc tịch, tôn giáo, giới tính, tuổi tác và tình trạng thể chất. Chúng tôi đảm bảo các quy trình thủ tục liên quan đến tiêu

chuẩn lao động và nguồn nhân lực phù hợp với các thông lệ tốt nhất và quy định hiện hành. Điều này được chúng tôi thực thi thông qua Chính sách Nhân sự ("HR") nhằm bảo vệ quyền của nhân viên bất kể nền tảng, xuất thân của họ.

Năng lực và kỹ năng của nhân viên được đánh giá dựa trên Hệ thống Quản lý Nhân sự, là hệ thống quản lý nguồn nhân lực và tăng cường hiệu quả của các quy trình liên quan. Chúng tôi tuân thủ các quy định đã được phê duyệt liên quan đến cơ chế đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cũng như quan hệ lao động của quốc gia tương ứng nơi Tập đoàn hoạt động. Chúng tôi áp dụng cơ chế lương thưởng cạnh tranh để khuyến khích nhân viên đạt chất lượng công việc tốt nhất nhằm mang lại hiệu quả lâu dài cho tổ chức.

Chúng tôi đã áp dụng các chính sách và quy trình như sau:

- Nội quy Lao động Công ty và công ty thành viên, được cơ quan quản lý lao động cấp có thẩm quyền phê duyệt
- Thỏa ước Lao động Tập thể, được Công đoàn cơ sở thống nhất và tổ chức Công đoàn cấp tỉnh thành nơi công ty con hoạt động chấp thuận
- Chính sách Nhân sự, và
- Cơ chế Khiếu nại (có trong Nội quy Lao động Công ty)

Tính đến ngày 31/12/2022, Masan Group có tổng số 37.112 nhân viên, trong đó có 59,48% nhân viên nữ và 40,52% nhân viên nam.

Bảng dưới đây trình bày sự đa dạng của các bộ phận quản lý và nhân viên của Tập đoàn Masan theo tỷ lệ phần trăm các cá nhân trong các bộ phận quản lý cũng như nhân viên của tổ chức theo giới tính, quốc tịch và độ tuổi.

Bảng 1 Tính đa dạng của các bộ phận quản lý và nhân viên

	Cấp điều hành	Ban giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
Số lượng theo giới tính						
Nam giới	0,07%	0,78%	2,72%	8,85%	28,96%	58,62%
Nữ giới	0,03%	0,31%	1,18%	2,93%	32,81%	62,74%
Số lượng theo quốc tịch						
Người Việt Nam	0,03%	0,42%	1,75%	5,27%	30,64%	61,89%
Người Mỹ	37,50%	25,00%	25,00%	0,00%	12,50%	0,00%
Người Úc	5,13%	23,08%	28,21%	43,59%	0,00%	0,00%
Người Ấn Độ	0,00%	0,00%	66,67%	0,00%	0,00%	33,33%
Khác	0,15%	3,08%	2,79%	6,17%	65,35%	22,47%
Số lượng theo độ tuổi						
>15 - 19 tuổi	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,56%	94,44%
20 - 29 tuổi	0,00%	0,01%	0,12%	1,66%	29,46%	68,76%
30 - 39 tuổi	0,02%	0,38%	2,86%	10,38%	41,00%	45,36%
40 - 49 tuổi	0,16%	2,90%	7,81%	12,25%	24,97%	51,92%
>= 50 tuổi	0,90%	4,04%	5,66%	5,83%	25,31%	58,26%

Năm 2022 công ty có thêm 30.763 nhân viên mới và 30.238 nhân viên thôi việc, được trình bày chi tiết theo cấp bậc trong bảng dưới đây. Số lượng nhân viên thôi việc phản ánh số lượng lớn nhân sự làm việc trong lĩnh vực bán lẻ tại các cửa hàng của chúng tôi.

Bảng 2 Số lượng nhân viên mới năm 2022

Dữ liệu	Số lượng theo cấp bậc					
	Cấp điều hành	Ban giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
Số lượng theo giới tính	3	58	182	663	3.335	26.522
Nam giới	1	31	102	414	1.348	10.224
Nữ giới	2	27	80	249	1.987	16.298
Số lượng theo địa điểm	3	58	182	663	3.335	26.522
Thành phố Hồ Chí Minh	3	35	91	250	839	6.133
Hà Nội	-	11	22	98	1.104	7.876
Đà Nẵng	-	2	2	15	34	492
Khác	-	10	67	300	1.358	12.021
Số lượng theo độ tuổi	3	58	182	663	3.335	26.522
>15 - 19 tuổi	-	-	-	-	227	7.535
20 - 29 tuổi	-	-	18	197	2.042	15.259
30 - 39 tuổi	-	20	109	389	938	3.071
40 - 49 tuổi	3	28	46	66	117	569
>= 50 tuổi	-	10	9	11	11	88

Bảng 3 Số lượng nhân viên nghỉ việc năm 2022

Dữ liệu	Số lượng theo cấp bậc					
	Cấp điều hành	Ban giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
Số lượng theo giới tính	1	49	202	605	4.255	25.126
Nam giới	0	29	134	400	1.656	10.243
Nữ giới	1	20	68	205	2.599	14.883
Số lượng theo địa điểm	1	49	202	605	4.255	25.126
Thành phố Hồ Chí Minh	1	32	91	195	965	6.296
Hà Nội	-	6	29	97	1.484	7.223
Đà Nẵng	-	1	2	12	61	691
Khác	-	10	80	301	1.745	10.916
Số lượng theo độ tuổi	1	49	202	605	4.255	25.126
>15 - 19 tuổi	-	-	-	-	135	4.569
20 - 29 tuổi	-	-	7	133	2.511	16.533
30 - 39 tuổi	-	12	115	392	1.411	3.255
40 - 49 tuổi	-	26	66	74	175	609
>= 50 tuổi	1	11	14	6	23	160

Bảng 4 trình bày sự chênh lệch về thù lao và lương cơ bản giữa nhân viên nữ và nam trong lực lượng lao động của Tập đoàn Masan tính đến năm 2022. Chúng tôi nhận ra sự chênh lệch về thù lao giữa nhân viên nam và nữ trong lực lượng lao động của mình và sẽ cố gắng thu hẹp khoảng cách này.

Bảng 4 Tỷ lệ lương cơ bản và thù lao của nhân viên nữ so với nhân viên nam

	Cấp điều hành	Ban giám đốc	Trưởng phòng	Giám sát	Nhân viên	Công nhân
Tỷ lệ thù lao của nhân viên nữ so với nhân viên nam	90%	78%	91%	81%	77%	73%
Tỷ lệ lương cơ bản của nhân viên nữ so với nhân viên nam	89%	84%	90%	81%	81%	77%

Bảng dưới đây trình bày số liệu thống kê về chế độ nghỉ thai sản của Masan. Năm 2022, tỷ lệ lao động quay trở lại làm việc sau khi nghỉ thai sản là 81% nhân viên nam và 79% nhân viên nữ.

Bảng 5 Số liệu về chế độ nghỉ thai sản năm 2022

Số liệu thống kê	Nhân viên
Tổng số nhân viên được nghỉ thai sản	1.712
Nam giới	387
Nữ giới	1.325
Tổng số nhân viên đã nghỉ thai sản	1.744
Nam giới	398
Nữ giới	1.346
Tổng số nhân viên đã trở lại làm việc sau khi hết kỳ nghỉ thai sản	1.494
Nam giới	432
Nữ giới	1.062

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC

Quá trình đánh giá tài năng của chúng tôi trên quy mô toàn Công ty do các lãnh đạo cấp cao thực hiện hai lần một năm để xác định các yếu tố như khả năng học hỏi, tiềm năng lãnh đạo và chuyên môn. Quá trình này giúp chúng tôi tìm kiếm những nhân viên có thể chuyển sang vai trò lãnh đạo. Chúng tôi thực hiện đánh giá minh bạch kết quả làm việc hàng năm của nhân viên ở tất cả các cấp, điều này giúp Công ty đưa ra quyết định cho lương bổng và phúc lợi của nhân viên. Chúng tôi đề cao việc tưởng thưởng nhân viên công bằng, phù hợp với năng lực và sự đóng góp của họ cho sự phát triển của Tập đoàn. Những nhân viên giỏi nhất của chúng tôi cũng đồng thời là cổ đông của Công ty, điều này giúp khuyến khích tinh thần doanh nhân và mang lại giá trị cao nhất cho cổ đông. Năm 2022, 91% nhân viên của Tập đoàn Masan tham gia đánh giá hiệu suất và phát triển sự nghiệp.

Chúng tôi đầu tư vào các chương trình giáo dục và đào tạo liên tục cho nhân viên có trình độ và/hoặc có khả năng áp dụng. Những chương trình này tạo cơ hội cho nhân viên nâng cao kỹ năng và kiến thức chuyên môn của họ. Ngoài ra, mỗi đơn vị đều được hướng dẫn cụ thể cho nhân viên tùy thuộc vào vị trí của họ. **Bảng 6** dưới đây cho thấy số giờ đào tạo trung bình của mỗi nhân viên trong năm 2022.

Bảng 6 Số giờ đào tạo trung bình trên mỗi nhân viên năm 2022

Phân loại nhân viên	Giờ/nhân viên/năm
Nhân viên sản xuất	10
Nhân viên bán lẻ	48
Nhân viên F&B	100
Nhân viên khai thác khoáng sản	22

CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO/PHÁT TRIỂN SỰ NGHIỆP

- Năm 2022 là năm đầu tiên Masan ra mắt cuộc thi “Nhân tài Marketing Masan – Masan Marketing Talents”. Cuộc thi mang đến nhiều cơ hội đặc biệt cho các tài năng trẻ đam mê trong lĩnh vực marketing. Mục tiêu của chúng tôi là tìm ra các nhân tố trẻ tiềm năng, sáng tạo, thể hiện các ý tưởng độc đáo, bản lĩnh để tạo cơ hội cho họ được đào tạo, trải nghiệm thực tế thú vị, gạt hái kinh nghiệm từ các chuyên gia trong ngành và phát triển nghề nghiệp. Từ đó, giúp họ thể hiện được đam mê, theo đuổi mục tiêu và viết nên câu chuyện thành công của chính mình và tạo những tác động tích cực đến người tiêu dùng Việt Nam.
- Tháng 12 năm 2022, Masan đã ra mắt “Các Dự án Chiến lược Masan – Masan Strategic Bets”, với mục tiêu là xác định

các dự án chiến lược 2025 có tầm ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển của cả tập đoàn và cam kết thực thi xuất sắc. Toàn tập đoàn có tổng cộng 13 dự án chiến lược tập trung vào việc gia tăng giá trị cho các hoạt động sản xuất và kinh doanh. Khi thực hiện thành công các dự án chiến lược này, Tập đoàn Masan chắc chắn sẽ đạt được sứ mệnh của mình trong việc phụng sự người tiêu dùng tốt hơn mỗi ngày.

Sức khỏe và an toàn lao động

Nhân viên là tài sản quý giá nhất của chúng tôi. Chúng tôi cam kết đảm bảo chất lượng cuộc sống cho toàn thể nhân viên được thể hiện trong các chính sách an toàn lao động hiệu quả. Huấn luyện an toàn lao động và cải tiến dây chuyền sản xuất, đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe nhất. Chúng tôi chịu trách nhiệm cung cấp cho nhân viên các thiết bị bảo hộ lao động, các biện pháp giữ an toàn và vệ sinh nơi làm việc và môi trường tốt để làm việc.

CHÍNH SÁCH SỨC KHỎE VÀ AN TOÀN LAO ĐỘNG

Cam kết về môi trường của chúng tôi Mỗi đơn vị thuộc Masan có một bộ quy định về sức khỏe và an toàn lao động (OHS) khác nhau tùy thuộc vào đặc tính của môi trường làm việc và ngành nghề cụ thể của mỗi đơn vị đó. Đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất và khai khoáng, do sức khỏe và



an toàn lao động tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh nên việc nhận diện rủi ro và triển khai các biện pháp xử lý rủi ro phù hợp luôn được chủ động thực hiện theo quy trình chuẩn hóa toàn cầu. Tập đoàn Masan áp dụng các chính sách tổng thể về OHS dựa trên luật pháp và quy định hiện hành của địa phương, tiêu chuẩn quốc tế như ISO 45001:2018 và ISO 14001:2015 của Tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO). Chúng tôi cam kết áp dụng các quy trình giám sát và đánh giá để đảm

bảo cải tiến liên tục, tăng cường hiệu suất và hiệu quả của các hệ thống quản lý theo các chính sách OHS tổng thể.

Chúng tôi liên tục tổ chức các chương trình đào tạo tập huấn cho toàn thể nhân viên để nâng cao văn hóa an toàn trong toàn tập đoàn và các công ty con. Các chương trình đào tạo bao gồm đào tạo cơ bản như hướng dẫn an toàn (dành cho nhân viên mới), sơ cứu hoặc diễn tập phòng cháy chữa cháy, v.v. cho đến các

buổi đào tạo an toàn cụ thể phù hợp với yêu cầu công việc và khả năng tiếp xúc với các mối nguy. Ví dụ như tại các công ty thành viên chuyên về sản xuất và khai khoáng, nhân viên được tham gia các khóa đào tạo về an toàn điện, vận hành máy móc, làm việc trong không gian kín/trên cao và an toàn thiết bị áp lực hoặc an toàn vận hành xe nâng. Tất cả nhân viên được khuyến khích tuân thủ các hành vi lao động an toàn để giảm thiểu rủi ro tai nạn, thương tích và bệnh nghề nghiệp.

Hàng năm, trên cơ sở kết quả tham vấn với Ban Chấp hành Công đoàn cơ sở, kế hoạch OHS được xây dựng và triển khai cho từng công ty thành viên, cơ sở trực thuộc. Kế hoạch cũng bao gồm đánh giá hàng năm về các yếu tố nguy hiểm và có hại tại nơi làm việc đề xuất điều chỉnh quy trình, quy phạm, biện pháp kỹ thuật nhằm đảm bảo an toàn, sức khỏe cho người lao động. Mỗi công ty thành viên đều có cán bộ OHS tổ chức đào tạo, hướng dẫn, giám sát và kiểm tra việc tuân thủ sức khỏe và an toàn lao động tại cơ sở của mình. Ngoài đánh giá cấp Tập đoàn, các đơn vị thành viên còn có trách nhiệm đề xuất và triển khai các biện pháp quản lý việc người lao động tiếp xúc với các yếu tố độc hại và có nguy cơ lây nhiễm tại nơi làm việc. Chúng tôi luôn nỗ lực để đảm bảo truyền đạt, thông báo cho tất cả nhân viên về các yếu tố nguy hiểm và có hại, báo cáo sự cố/thương tích cũng như dữ liệu và tài liệu OHS liên quan.

Để đảm bảo giám sát và đánh giá liên tục hiệu quả của các thực hành OHS, mỗi công ty thành viên đều có hệ thống sổ sách hồ sơ ghi chép chi tiết về (1) thương tích, tai nạn và bệnh nghề nghiệp, (2) kiểm soát các yếu tố nguy hiểm và có hại trong môi trường làm việc, (3) đánh giá nhu cầu đào tạo tập huấn, (4) lịch đào tạo, (5) cấp chứng chỉ và Thẻ an toàn, (6) phân phối và sử dụng thiết bị bảo hộ cá nhân (PPE), (7)

bảo trì thiết bị và (8) hồ sơ sức khỏe của nhân viên. Kết quả đánh giá hàng năm dựa trên những hồ sơ này sẽ cung cấp thông tin hỗ trợ việc lập và triển khai kế hoạch OHS trong năm tiếp theo, đánh giá nhu cầu đào tạo và bài học kinh nghiệm.

Chúng tôi cung cấp dịch vụ khám sức khỏe định kỳ cho nhân viên tại tất cả các công ty thành viên. Lao động làm việc

trong môi trường tiếp xúc với yếu tố có nguy cơ mắc bệnh nghề nghiệp được khám bệnh nghề nghiệp trong những lần kiểm tra sức khỏe định kỳ này. Nhân viên được bố trí vào vị trí việc làm phù hợp dựa trên tiêu chuẩn sức khỏe theo quy định của từng loại ngành nghề, công việc và kết quả khám sức khỏe định kỳ.

KẾT QUẢ CÔNG TÁC OHS NĂM 2022

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

MCH	MHT	MML
Huấn luyện OHS chung về phòng ngừa sức khỏe lao động và cho các nhóm ngành nghề cụ thể theo quy định của pháp luật Việt Nam		
■ An toàn điện ■ An toàn hóa chất ■ Quản lý PPE ■ Vận hành máy móc ■ Ứng phó khẩn cấp và cứu nạn ■ Phòng cháy chữa cháy ■ Sơ cấp cứu ■ Làm việc trong không gian hẹp và trên cao ■ An toàn thiết bị áp lực ■ An toàn vận hành xe nâng ■ An toàn hàn	■ Khử trùng và bảo quản thiết bị bảo vệ hô hấp ■ Phòng chống say nắng, sốt nhiệt, phòng chống cúm, phòng chống bệnh thủy đậu, sốt xuất huyết, v.v. ■ Sơ cấp cứu ■ Chương trình “Ngày hội sức khỏe” kết hợp phát động giải chạy “MHT Amazing Race 2023” ■ Làm việc trong không gian hẹp và trên cao ■ Làm việc một mình ■ Vận hành xe nâng ■ Công việc hàn, đốt	■ Công việc hàn, cắt kim loại ■ Vận hành, bảo dưỡng, vệ sinh thiết bị máy móc ■ An toàn điện ■ Làm việc trong không gian hẹp (có khả năng tiếp xúc với khí độc như xử lý nước thải hoặc công trình ngầm) và làm việc trên cao ■ Vận hành xe nâng (nâng hàng hoặc nâng người) ■ Vận hành nồi hơi và thiết bị áp lực ■ Hệ thống điện lạnh ■ Công việc giết mổ

Phát triển cộng đồng và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Là một đơn vị hàng đầu trong khu vực kinh tế tư nhân, chúng tôi đã đóng góp hơn 4.874 tỷ đồng thuế và các khoản phải thu khác vào ngân sách nhà nước trong năm 2021. Ngoài việc trở thành một trong những doanh nghiệp đóng thuế nhiều nhất các tỉnh có nhà máy hoạt động, chúng tôi còn tạo ra công ăn việc làm và giúp cải thiện đời sống của người dân địa phương. Đồng thời, chúng tôi đã dành một phần lợi nhuận để phát triển cộng đồng thông qua các hoạt động giúp đỡ và tạo điều kiện cho cá nhân vượt qua khó khăn và vươn lên trong cuộc sống.

Trong năm 2022, Masan và các công ty con đã đóng góp hơn 14 tỷ đồng vào các hoạt động an sinh xã hội trên cả nước như ủng hộ đồng bào bị ảnh hưởng bởi bão lũ tại Nghệ An, ủng hộ đồng bào và các chiến sĩ đang canh giữ biên cương, biển đảo Việt Nam thông qua Quỹ “Vì biển đảo quê hương – Vì tuyến đầu Tổ Quốc”, hỗ trợ các hộ nghèo thông qua “Quỹ vì người nghèo” ở cả cấp quốc gia và cấp tỉnh Hà Tĩnh.

Các công ty con của Masan cũng có những đóng góp riêng cho các hoạt động phúc lợi xã hội cụ thể tại các địa phương mà công ty có hoạt động. Một số chương trình nổi bật như sau:

■ Masan High-Tech Materials (MHT): Trong năm 2022, MHT đã đầu tư khoảng 1,95 tỷ đồng cho các hoạt động phúc lợi xã hội và hỗ trợ phát triển cộng đồng như: xây dựng kênh mương; hoạt động khuyến nông và sinh kế bền vững; sức khỏe cộng đồng, nước sạch và vệ sinh môi trường; tín dụng vi mô, nâng cao năng lực và tài trợ, các chương trình nhân đạo, từ thiện tại địa bàn các xã ảnh hưởng bởi dự án nói riêng và tỉnh, huyện nói chung. Công ty còn ủy thác cho Ngân hàng Chính sách xã hội, Chi nhánh

huyện Đại Từ giải ngân nguồn vốn vay hồi phục kinh tế với tổng giá trị 6 tỷ đồng. Năm 2022, có 53 hộ được hưởng lợi từ chương trình này với số tiền giải ngân là 2,6 tỷ đồng.

■ Masan MEATLife (MML): Trong năm 2022, MML đã đầu tư gần 700 triệu đồng cho các hoạt động an sinh xã hội và hỗ trợ phát triển cộng đồng như hỗ trợ hiện vật cho các hộ gia đình khó khăn, người già và trẻ em cùng với chính quyền địa phương nơi Công ty hoạt động, trao học bổng cho các





học sinh trung học phổ thông, ủng hộ tiền mặt cho việc xuất bản sách Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam tại xã Hạ Sơn, tỉnh Nghệ An, xây dựng nhà tình nghĩa (cho gia đình thương binh, liệt sỹ).

- Masan Consumer Holdings (MCH): Năm 2022, MCH đóng góp 1 tỷ đồng tổ chức mổ mắt cho 1.000 người dân 2 tỉnh Bình Thuận và Kiên Giang.
- WinCommerce (WCM): Trong suốt năm 2022, các chương trình trách nhiệm xã hội của WCM đã được thực hiện với sự

tham gia của cộng đồng địa phương trên hai mặt trận chính; các hoạt động lấy người tiêu dùng làm trung tâm để thúc đẩy tiêu dùng xanh và thay đổi hành vi cũng như hỗ trợ phúc lợi xã hội cho các cộng đồng rộng lớn hơn:

- Phối hợp với các đối tác quốc tế (các đại sứ quán, các tổ chức xúc tiến thương mại, các nhà nhập khẩu...) tổ chức các chương trình Ngày hội kết nối tiêu dùng gần với nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về tiêu dùng xanh, an

toàn, bền vững, bảo vệ môi trường tự nhiên.

- Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hội Nông dân Việt Nam, các HTX và sở ban ngành các địa phương tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực về canh tác, sản xuất cho nông dân và các HTX về mô hình sản xuất an toàn, công nghệ cao.
- Phối hợp với Bộ Công Thương và Sở Công thương các địa phương tổ chức các chương trình hội chợ nâng cao giá trị hàng Việt, tiêu dùng thông minh, xanh và bền vững. Nâng cao quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng.
- Hỗ trợ cộng đồng địa phương vượt qua khó khăn, thiệt hại gây ra bởi bão lũ.
- Ủng hộ bằng tiền và hiện vật trang bị các thiết bị cần thiết phục vụ công tác phòng chống đại dịch COVID-19.
- Chương trình hỗ trợ giảm nghèo bền vững thông qua các mô hình liên kết sản xuất, hỗ trợ kỹ thuật, tiêu thụ nông sản cho hộ gia đình ở các vùng khó khăn. Đối tượng hỗ trợ của chương trình là các hộ gia đình thuộc diện hộ nghèo, khó khăn.

Thực hành bảo vệ môi trường

MSN cam kết tuân thủ tất cả các luật môi trường hiện hành tại Việt Nam và khuyến khích nhân viên đưa ra các sáng kiến bảo vệ môi trường. Mỗi đơn vị trực thuộc MSN có một bộ chương trình giám sát môi trường riêng tùy theo tác động của các hoạt động đối với môi trường và cộng đồng địa phương xung quanh đơn vị đó. Nhìn chung, bộ phận Pháp chế và Tuân thủ của chúng tôi cùng với bộ phận An toàn, Sức khỏe và Môi trường (SHE) cùng có trách nhiệm giám sát việc tuân thủ các quy định về môi trường trên toàn quốc, cũng như theo dõi sát sao tình hình luật và quy định về môi trường. Về mặt triển khai, bộ phận kỹ thuật của từng công ty thành viên còn tiến hành thử nghiệm mẫu chất thải, vận hành hệ thống và đưa ra những sáng kiến bảo vệ môi trường tối ưu.

Biến đổi khí hậu, quản lý năng lượng và khí nhà kính

Nhiều nghiên cứu cho thấy Việt Nam là một trong những quốc gia trên thế giới dễ bị tổn thương bởi tác động từ biến đổi khí hậu. Trong những thập kỷ tới, Việt Nam sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng với bão nhiệt đới, lũ lụt và sạt lở đe dọa tới một tỷ lệ lớn dân số trong 96 triệu dân và tài sản kinh tế tập trung dọc theo đường bờ biển trải dài đất nước. Cách để ngăn chặn biến đổi khí hậu thì việc ngưng phát thải khí nhà kính là cần thiết. Vào tháng 11 năm 2021, Chính phủ Việt Nam đã cam kết đạt mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050 và giảm

30% lượng khí thải mêtan vào năm 2030, tham gia các tuyên bố từ bỏ than đá vào năm 2030 - 2040 và Sáng kiến giảm phát thải thông qua tăng cường tài chính lâm nghiệp ("LEAF").

Masan nhận thấy vai trò của mình trong việc góp phần đạt được mục tiêu quốc gia về phát thải ròng bằng 0 và để phù hợp với tầm nhìn phát triển bền vững của mình, chúng tôi sẵn sàng chủ động hướng tới Lộ trình Chuyển đổi sang việc sử dụng năng lượng phát thải các-bon thấp, vì tương lai Việt Nam và vì thế hệ tương lai.

NGUỒN NĂNG LƯỢNG VÀ SỰ TIÊU THỤ

Mục tiêu này có thể bắt đầu từ việc giám sát mức tiêu thụ năng lượng, có vai trò quan trọng để kiểm soát, duy trì và xác định các cơ hội tiết kiệm năng lượng trong doanh nghiệp. Các cơ sở của MSN chủ yếu sử dụng điện lưới quốc gia. Năm 2022, MML đã chuyển đổi được 1 trong 4 nhà máy từ sử dụng năng lượng không tái tạo sang sử dụng 100% sinh khối từ trấu và phế thải mùn cưa. Tại các cơ sở của MCH tỉ lệ sử dụng sinh khối trung bình là 85%.

Bảng 7 Tiêu thụ năng lượng trong các công ty con của Masan năm 2022

Loại năng lượng không tái tạo	Loại năng lượng	Đơn vị	MHT	MCH	MML
	Điện	MJ/năm	1.260.471.000	1.268,77	87.691.696,96
	Xăng				
	Dầu diesel*				
	Khí hóa lỏng (LPG)*		-	2.835.132.200	-

(*) Nhiệt trị của dầu diesel là 38 mega joules (MJ)/lít và nhiệt trị của LPG là 49.000 MJ/tấn.

GIẢM TIÊU THỤ NĂNG LƯỢNG

Sử dụng năng lượng hiệu quả là trọng tâm của Masan. Các sáng kiến nỗ lực giảm tiêu thụ năng lượng không chỉ giúp giảm phát thải khí nhà kính mà còn góp phần tiết kiệm đáng kể chi phí cho doanh nghiệp. Như là, để tiết kiệm năng lượng, MSN tập trung tối ưu hóa quy trình, sử dụng máy móc và thiết bị tiết kiệm năng lượng trong hoạt động của mình. Trong số các công ty con, MHT được ghi nhận là công ty sử dụng nhiều năng lượng nhất, nhưng cũng là công ty đi đầu các chương trình tiết kiệm năng lượng với các sáng kiến quan trọng được triển khai trong năm 2022, bao gồm:

- Sáng kiến đầu tiên là lắp đặt máy phân tích kích cỡ hạt tự động (PSI 500i) để kiểm soát cỡ hạt trong quá trình nghiền tại cơ sở khai thác của MHT. Máy quản lý tốt hơn hoạt động của máy nghiền để giảm phát sinh các hạt bụi mịn (-38 micron) và giảm mức tiêu thụ điện năng bằng cách tránh vận hành máy

nghiền quá mức, Sáng kiến này giúp MHT tiết kiệm được khoảng 192 MWh mỗi năm.

- Sáng kiến thứ hai là thay thế điều khiển nhiệt độ lò hơi phản ứng từ thủ công sang tự động, giúp MHT tiết kiệm khoảng 205 MWh mỗi năm bằng cách giảm thiểu năng lượng sử dụng để làm nóng quá mức.
- Sáng kiến thứ ba là lắp đặt thiết bị chụp ảnh sonar công nghiệp cho phép các kỹ thuật viên xác định nhanh chóng và dễ dàng các vị trí rò rỉ trong hệ thống khí nén ở khoảng cách lên tới 100 mét. Sáng kiến này giúp MHT tiết kiệm được khoảng 323 MWh.
- Sáng kiến thứ tư là lắp đặt một loạt ròng rọc để ổn định áp suất nước, nhờ đó nâng cao hiệu quả của các máy bơm thủy lực được sử dụng cho hệ thống thu hồi nước tại hồ chứa quặng đuôi lưu huỳnh (STC).

Ngoài những sáng kiến nổi bật tại MHT, các công ty con khác của Masan cũng tiến hành các chương trình đào tạo về tiết kiệm năng lượng. Masan khuyến khích nhân viên của mình tham gia vào các nỗ lực tiết kiệm năng lượng bằng cách đóng góp những ý tưởng thiết thực.

HỆ THỐNG QUẢN LÝ NĂNG LƯỢNG

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

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

PHÁT THẢI KHÍ NHÀ KÍNH

Masan ghi nhận việc báo cáo phát thải khí nhà kính (KNK) giúp chúng tôi hiểu rõ thêm về tác động đến biến đổi môi trường từ hoạt động của mình và xác định các lĩnh vực cần cải thiện. Trong số các công ty con của MSN, MHT đã thực hiện báo cáo lượng phát thải KNK trực tiếp của họ và các thông tin liên quan khác từ các

nguồn phát thải KNK chủ yếu. MHT phát sinh 43.016m³ khí thải Phạm vi 1 và 151.563 m³ khí thải Phạm vi 2 trong năm 2022; trong khi đó, các công ty con khác đang chuẩn bị thiết lập hệ thống báo cáo và kiểm kê KNK.

Nước và nước thải

CẤP NƯỚC VÀ LƯỢNG NƯỚC SỬ DỤNG

Masan xem quản lý tài nguyên nước là một trong những chương trình ESG quan trọng của công ty. Các cơ sở và các công ty con của Masan đều theo dõi lượng nước tiêu thụ. Quản lý tài nguyên nước bao gồm hoạt động lập kế hoạch, phát triển, phân phối và quản lý việc sử dụng tối ưu tài nguyên nước. Các cơ sở của Masan lấy nguồn cấp nước từ các hệ thống cấp nước đô thị sẵn có trong khi các cơ sở MHT khai thác và sử dụng nguồn nước mặt từ Sông Công (Quận Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên).

Trong năm báo cáo, tỷ lệ tiêu thụ nước của MML giảm 7% xuống còn 780.068 m³ và của MHT giảm khoảng 8% xuống 11.797.435 m³ . Trong khi đó, so với năm 2021, lượng nước tiêu thụ của MCH tăng 6,7% lên tổng cộng 2.859.620 m³, một phần do phục hồi hoạt động kinh doanh sau đợt phong tỏa vì dịch COVID-19.

TỶ LỆ VÀ TỔNG KHỐI LƯỢNG NƯỚC TUẦN HOÀN, TÁI SỬ DỤNG

Năm 2022, tổng lượng nước MHT sử dụng là 11.797.436 m³. Lượng nước mặt được sử dụng chiếm 33,4%, nước tuần hoàn chiếm 65,1%. 1,5% còn lại là từ các nguồn nước khác (hơi nước, nước khử ion). Với mục tiêu giảm khai thác nước thô, MHT tiếp tục duy trì hoạt động của hệ thống xử lý nước từ các hồ chứa quặng đuôi oxit (OTC), hồ chứa quặng đuôi lưu huỳnh (STC) tại Công ty TNHH Liên doanh Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo nhằm tuần hoàn và tái sử dụng cho các hoạt động sản xuất của MHT.

Quản lý chất thải rắn

Hoạt động của chúng tôi trên các phân khúc kinh doanh khác nhau đi kèm với việc xử lý nhiều dạng chất thải. Chúng tôi cam kết giảm lượng chất thải phát sinh, cũng như xử lý và loại bỏ tất cả chất thải theo các quy định hiện hành của địa phương. Masan không ngừng cải thiện các quy trình quản lý chất thải và áp dụng các quy trình này tại tất cả các doanh nghiệp của chúng tôi.

Vào năm 2022, MHT, MCH và MML đã tạo ra tổng cộng 48.822,92 tấn chất thải, bao gồm nguy hại và không nguy hại.

Bảng 8 Chất thải phát sinh trong các công ty con của Masan năm 2022

Loại chất thải	Đơn vị	MHT	MCH	MML
Chất thải nguy hại	Tấn	8.127,00	33,67	58,94
Chất thải thông thường	Tấn	1.517,00	17.913,00	21.206,98

Giữ vững đạo đức kinh doanh và cạnh tranh công bằng

Đạo đức kinh doanh, cạnh tranh công bằng và quản trị tính bền vững

Tập đoàn Masan đề cao đạo đức kinh doanh và thực hành cạnh tranh công bằng trên mọi thị trường mà chúng tôi tham gia. Tập đoàn Masan và toàn thể nhân viên cam kết tuân thủ pháp luật nơi chúng tôi hoạt động, thực hiện các quy tắc tốt nhất về phòng chống rửa tiền, phòng chống hối lộ và thực hiện các quy tắc về cạnh tranh công bằng.

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

CHÍNH SÁCH DOANH NGHIỆP VỀ QUẢN LÝ RỦI RO

Hệ thống quản lý phòng chống tham nhũng và hối lộ trong toàn bộ chuỗi giá trị của Masan Group do Khối An ninh của

Masan chịu trách nhiệm. Khối An ninh thường xuyên, liên tục đánh giá/xử lý các sự cố rủi ro phát sinh để đưa ra các giải pháp phòng ngừa rủi ro và đảm bảo, duy trì tính minh bạch trong hoạt động kinh doanh của Công ty.

Đối với các đối tác kinh doanh và các nhà cung cấp, Tập đoàn Masan đưa ra Bộ Quy tắc Ứng xử chung cho tất cả mọi bên liên quan đến các chính sách chống tham nhũng và hối lộ của mình. Các nhà cung cấp và đối tác có nghĩa vụ theo hợp đồng phải tuân theo các chính sách này, đã được vào trong các hợp đồng/thỏa thuận ký kết.

Masan Group cũng có “Thỏa thuận tính bảo mật, minh bạch và không cạnh tranh” đối với mỗi nhân viên của công ty nhằm đảm bảo cho CBNV một môi trường làm việc công bằng, minh bạch và tuân thủ pháp luật.

CƠ CẤU TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP VỀ QUẢN LÝ RỦI RO

Khối An ninh bao gồm hai bộ phận:

- Bộ phận An ninh của Masan gồm có Phòng An ninh Nội bộ & An ninh Thông tin để phối hợp ngăn chặn và xử lý các sự cố rủi ro/gian lận và cung cấp thông tin/dữ liệu cần thiết cho việc phòng chống gian lận.
- Bộ phận Kiểm soát Tuân thủ đảm bảo việc tuân thủ các quy định pháp luật,

quy trình, quy định nội bộ và các cam kết đối với yêu cầu quản trị rủi ro của nhà đầu tư nước ngoài.

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

QUY TRÌNH QUẢN LÝ SỰ CỐ RỦI RO

Quy trình quản lý Sự cố rủi ro tại Masan Group được chia thành 3 cấp độ rủi ro bao trùm 3 vấn đề chính: “Rủi ro hoạt động, sản xuất kinh doanh”, “Rủi ro danh tiếng” và “Rủi ro chiến lược”.

Quy trình chi tiết và lưu đồ phối hợp giữa các bộ phận liên quan được xây dựng để tham gia xử lý sự cố rủi ro theo từng cấp độ đạt hiệu quả cao nhất. Phản hồi/báo cáo sự cố rủi ro có thể được gửi qua các kênh như email, đường dây nóng hoặc người chịu trách nhiệm. Áp dụng quy trình thủ tục để đảm bảo an toàn và ẩn danh tuyệt đối của người cung cấp thông tin.

QUY TRÌNH PHỐI HỢP ĐIỀU TRA, XÁC MINH HÀNH VI VI PHẠM

Masan ban hành bộ hướng dẫn dành cho



nhân viên khi tiếp nhận và báo cáo thông tin hợp pháp hoặc bất hợp pháp liên quan đến rủi ro hoạt động, sức khỏe và an toàn lao động, môi trường, truyền thông và chiến lược. Tuy nhiên, công tác điều tra, xác minh của Bộ phận An ninh vẫn hết sức cần thiết nhằm đảm bảo an ninh trật tự, an toàn về tài sản, con người cũng như kịp thời ngăn chặn, hạn chế thấp nhất những thiệt hại có thể xảy ra. Tất cả đều nhằm đảm bảo an toàn cho hoạt động an toàn và ổn định của Công ty.

Tương tự như quy trình quản lý sự cố rủi ro, các quy trình này cũng đưa ra các bước chi tiết, có lưu đồ triển khai, các kênh tiếp nhận

thông tin và cam kết bảo mật, an toàn đối với nguồn cung cấp thông tin khai báo.

TRUYỀN ĐẠT QUẢN LÝ RỦI RO CHO NHÂN VIÊN

Ngoài ra, Khối An ninh còn thực hiện và tham gia xây dựng hướng dẫn và truyền đạt cho CBNV cách xử lý các tình huống/vấn đề mà họ có thể gặp phải trong công việc. Ví dụ, “Bộ hướng dẫn thực hiện phòng chống dịch trong thời kỳ COVID-19”; “Hướng dẫn xử lý tình huống khi bị quấy rối, đe dọa qua điện thoại”; “Hướng dẫn các trường hợp mạo danh Masan lừa đảo”; v.v.

Giải thưởng trong năm 2022

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

MASAN GROUP

- Doanh nghiệp có chiến lược M&A tiêu biểu Việt Nam năm 2021 – 2022 của Báo Đầu Tư
- Doanh nghiệp có hoạt động IR tốt nhất: Top 3 doanh nghiệp niêm yết được định chế tài chính đánh giá cao nhất năm 2022 của Vietstock
- Top 10 Thương hiệu mạnh Việt Nam do VnEconomy bình chọn
- Top 15 doanh nghiệp niêm yết có Năng lực Quản trị tài chính tốt nhất năm 2022 của Tạp chí Diễn đàn Doanh Nghiệp
- Top 50 công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam năm 2022 do Forbes Việt Nam bình chọn
- Top 50 Doanh nghiệp Phát triển Bền vững 2022 do Tạp chí Nhịp cầu Đầu tư bình chọn

MASAN CONSUMER

- Top 25 thương hiệu F&B dẫn đầu của Forbes Việt Nam
- Masan Consumer được công nhận Thương Hiệu Vàng Thành phố Hồ Chí Minh 2021-2022 của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh

- Top 10 nơi làm việc tốt nhất trong ngành Thực phẩm và Bán lẻ của Viet Research

WINCOMMERCE

- Top 10 nhà bán lẻ uy tín nhất Việt Nam liên tiếp trong 6 năm từ năm 2017 đến năm 2022 theo xếp hạng của Vietnam Report
- Top 10 Thương hiệu mạnh 2022 – ngành Bán lẻ & Công nghiệp - VnEconomy
- Top 10 nơi làm việc tốt nhất trong ngành Thực phẩm và Bán lẻ của Viet Research

MASAN MEATLIFE

- Thịt mát MEATDeli là sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia Việt Nam năm 2022 – Chương trình do Bộ Công thương chủ trì.
- MEATDeli đạt chứng nhận “Thương hiệu vàng nông nghiệp Việt Nam 2022” do Tổng hội Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn Việt Nam trao tặng.
- Top 25 thương hiệu F&B dẫn đầu của Forbes Việt Nam.

MASAN HIGH-TECH MATERIALS

- Top 100 Doanh nghiệp Bền vững Việt Nam năm 2022 do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) trao tặng

- Top 50 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam và Top 50 doanh nghiệp Việt Nam xuất sắc năm 2022 do Vietnam Report bình chọn
- Top 100 thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2022 theo bình chọn của Tạp chí Kinh tế Việt Nam

VINACAFE BIÊN HÒA

- Vinacafé Biên Hòa tiếp tục được công nhận là Thương hiệu quốc gia 2020-2022. Đây là lần thứ 8 liên tiếp (từ năm 2008 đến năm 2022) chương trình cao quý này vinh danh Vinacafé Biên Hòa.
- Top 10 Công ty uy tín ngành thực phẩm đồ uống năm 2022 theo Vietnam Report.

TECHCOMBANK

- “Ngân hàng bán lẻ Việt Nam tốt nhất”, “Sáng kiến thẻ tín dụng tốt nhất” - The Asian Banking & Finance (ABF)
- Ngân hàng tốt nhất Việt Nam – Euro Money
- Ngân hàng số tốt nhất thế giới cho khách hàng - Global Finance 2022
- Ngân hàng Đối tác Hàng đầu tại Việt Nam trong Quý 3 năm 2022 – Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB)
- Nơi làm việc tốt nhất Châu Á – HR Asian 2020



Hướng về mục tiêu phát triển bền vững

Tại Masan, phát triển bền vững nghĩa là sự dung hòa giữa các bên liên quan và môi trường. Chọn con đường phát triển theo triết lý “Doing well by doing good”, Masan tự hào là doanh nghiệp dẫn đầu trên nền tảng kinh doanh bền vững, tạo những kỳ tích mang dấu ấn của chính mình xuyên suốt lịch sử hình thành.

Đối với chúng tôi, thành công không chỉ được đo lường bằng kết quả tài chính mà còn ở cách chúng tôi giải quyết các vấn đề ESG xuyên suốt các hoạt động và chuỗi giá trị cũng như tạo ra tác động xã hội và môi trường tích cực. Phát triển bền vững

là một phần tự nhiên của khát khao cải thiện đời sống của gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.

Hành trình của Masan cũng chính là hành trình của người tiêu dùng, đồng nghĩa với việc vững bước cùng con người, cộng đồng, các bên liên quan và vững bước cùng sự phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam. Để lồng ghép phát triển bền vững vào chiến lược kinh doanh một cách thiết thực và hiệu quả, Masan đang xác định các mục tiêu, KPI và kế hoạch hành động cho các trụ cột và chủ đề ESG ưu tiên của Tập đoàn.

Báo cáo của Ban Điều Hành



Tổng quan kinh tế vĩ mô

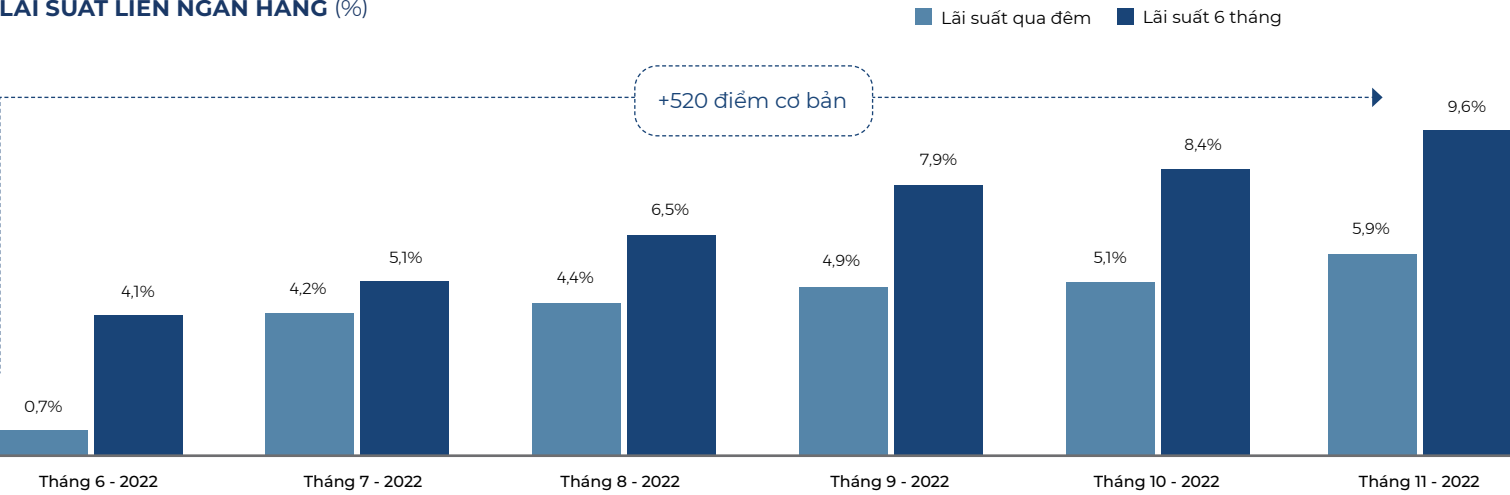
Năm 2022 đối mặt nhiều thách thức trong môi trường kinh tế vĩ mô toàn cầu, bao gồm lạm phát cao, lãi suất quỹ liên bang tăng và nhu cầu toàn cầu suy yếu. Những yếu tố này đã ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp trên toàn thế giới, trong đó có Việt Nam:

- Lãi suất trong nước tăng 500 điểm cơ bản trong 6 tháng cuối năm 2022, dẫn đến chi phí tài chính tăng và tác động tiêu cực đến lợi nhuận kinh doanh.
- Điều này càng trầm trọng hơn do thị trường trái phiếu doanh nghiệp trong nước chậm lại trong nửa cuối năm 2022, khiến các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc huy động vốn và nhiều nhà phát hành tuyên bố chậm thanh toán trái phiếu đến hạn.
- Tổng khối lượng phát hành trái phiếu doanh nghiệp năm 2022 đã giảm 62% so với cùng kỳ năm 2021, từ 659 nghìn tỷ đồng năm 2021 xuống chỉ còn 253 nghìn tỷ đồng năm 2022.
- Tiêu dùng toàn cầu yếu dẫn đến suy giảm xuất khẩu trong nhóm ngành sản xuất và du lịch quốc tế không hồi phục như kỳ vọng cũng tác động đến nhóm ngành dịch vụ. Nhu cầu tuyển dụng giảm trung bình 15% - 18% so với cùng kỳ năm ngoái trong một số ngành. Mức giảm mạnh nhất diễn ra ở các ngành may mặc (44%), khách sạn

(49%), hàng không - du lịch (51%), bất động sản (29% bắt đầu từ tháng 11).

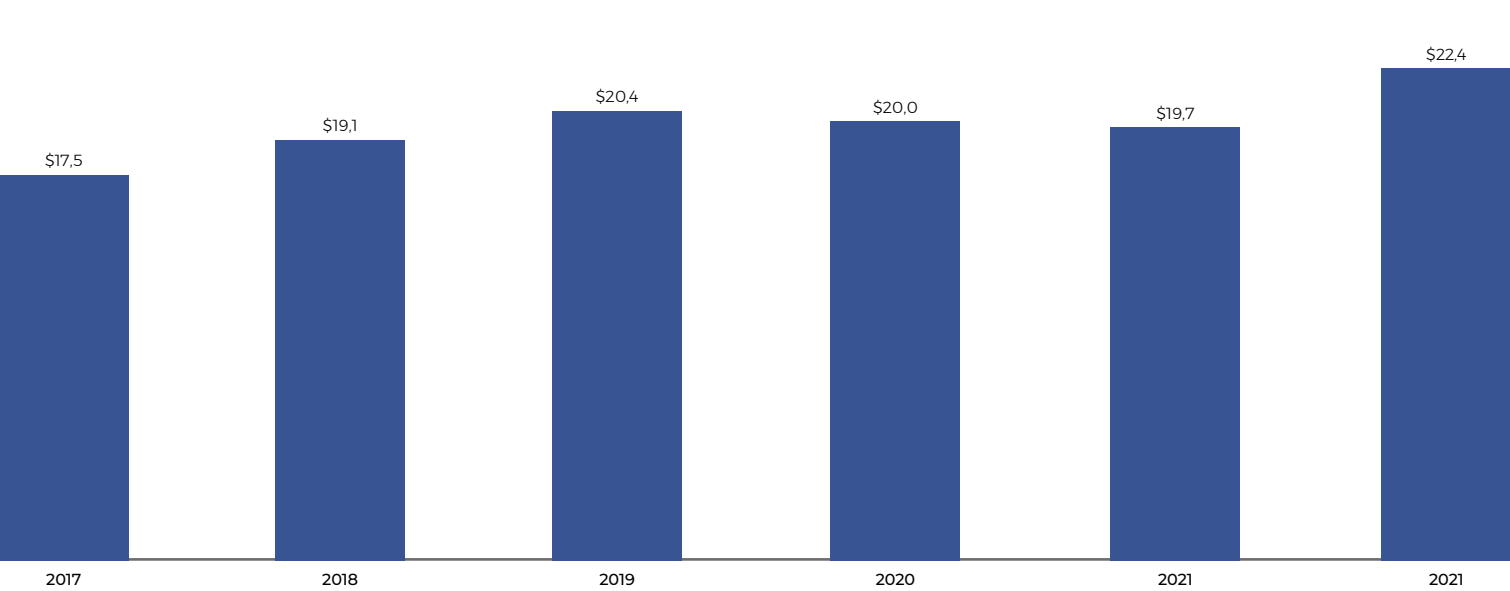
- Những thách thức vĩ mô kể trên cùng với kết quả kinh doanh suy giảm của doanh nghiệp trong nước đã làm cho VN-Index đã sụt giảm mạnh 33%.
- Bất chấp những thách thức này, sự hồi phục vẫn có những điểm đáng khích lệ. Vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam vẫn đạt mức kỷ lục - tăng 13,5% so với cùng kỳ năm ngoái, với tỷ lệ giải ngân vốn FDI cao hơn trong lĩnh vực công nghiệp chế biến và chế tạo cho thấy xu hướng tiếp tục dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu sang Việt Nam và niềm tin của các nhà đầu tư vào các yếu tố cơ bản trong dài hạn của đất nước.

LÃI SUẤT LIÊN NGÂN HÀNG (%)



Nguồn: NHNN

VỐN FDI GIẢI NGÂN (TỶ USD)



Nguồn: NHNN

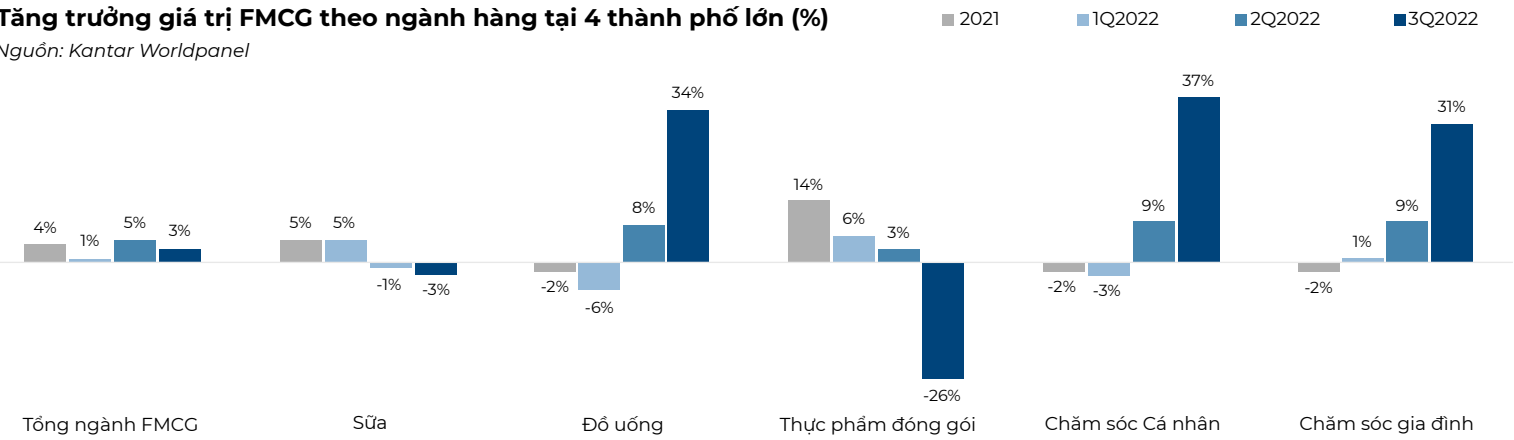
Những khó khăn, thách thức này đã dẫn đến tâm lý lo lắng và giảm cầu của người tiêu dùng, đã tạo ra một số trở ngại đối với tăng trưởng của Tập đoàn Masan trong ngắn hạn. Theo báo cáo khảo sát hộ gia đình do Kantar thực hiện tại 4 thành phố lớn nhất trong Quý 4/2022, 28% người được khảo sát cho rằng nền kinh tế sẽ suy thoái trong 12 tháng tới, tăng mạnh so với tỷ lệ 12% người được khảo sát vào quý trước đó.

Tâm lý thất vọng chi tiêu này của người tiêu dùng cũng được phản ánh ngay cả trong các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu hàng ngày, khi tốc độ tăng trưởng hàng năm tăng thấp hơn mức trung bình 10% trong những năm trước. Tăng trưởng của thực phẩm đóng gói và sữa có dấu hiệu hạ nhiệt bởi đây là những mặt hàng được người dân tích trữ nhiều nhất trong giai đoạn phong tỏa do dịch COVID-19. Trong khi đó, mảng đồ uống và phi thực phẩm phục hồi mạnh do trước đó người tiêu dùng không tiêu thụ nhiều những mặt hàng này như khi ở nhà trong giai đoạn COVID-19.

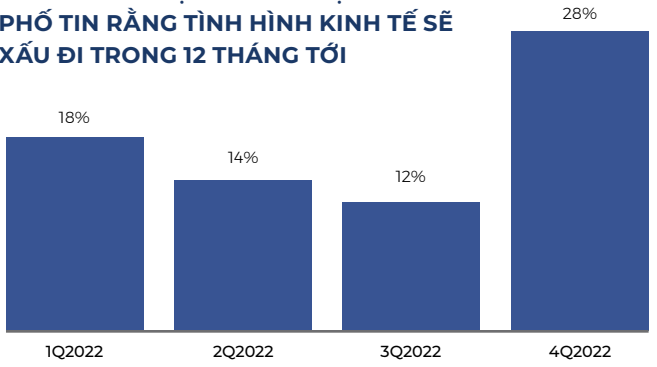
Bước sang năm 2023, dù nền kinh tế vĩ mô được dự báo sẽ suy giảm trong 6 tháng đầu năm, nhưng các yếu tố xúc tác tích cực có thể xảy ra trong 6 tháng còn lại, bao gồm lãi suất toàn cầu giảm, giải ngân vốn FDI tăng, nhiều khách du lịch quốc tế quay trở lại và chi tiêu của người dân tăng cao, có khả năng thúc đẩy tâm lý và nhu cầu của người tiêu dùng trong nước. Nhờ đó, dù bối cảnh kinh tế toàn cầu còn nhiều bất ổn, Việt Nam vẫn được dự báo tăng trưởng mạnh. Trong ngắn hạn, tốc độ tăng trưởng GDP thực tế năm 2023 của Việt Nam được dự báo là 6,7%, tiếp theo là Philippines với 4,7%. Trong trung hạn, Việt Nam cũng được đánh giá là quốc gia có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất, với tốc độ tăng GDP thực tế giai đoạn 2023-2027 ở mức 6,8%, tiếp đến trong khu vực Đông Nam Á là Philippines ở mức 5,4%.

Tăng trưởng giá trị FMCG theo ngành hàng tại 4 thành phố lớn (%)

Nguồn: Kantar Worldpanel



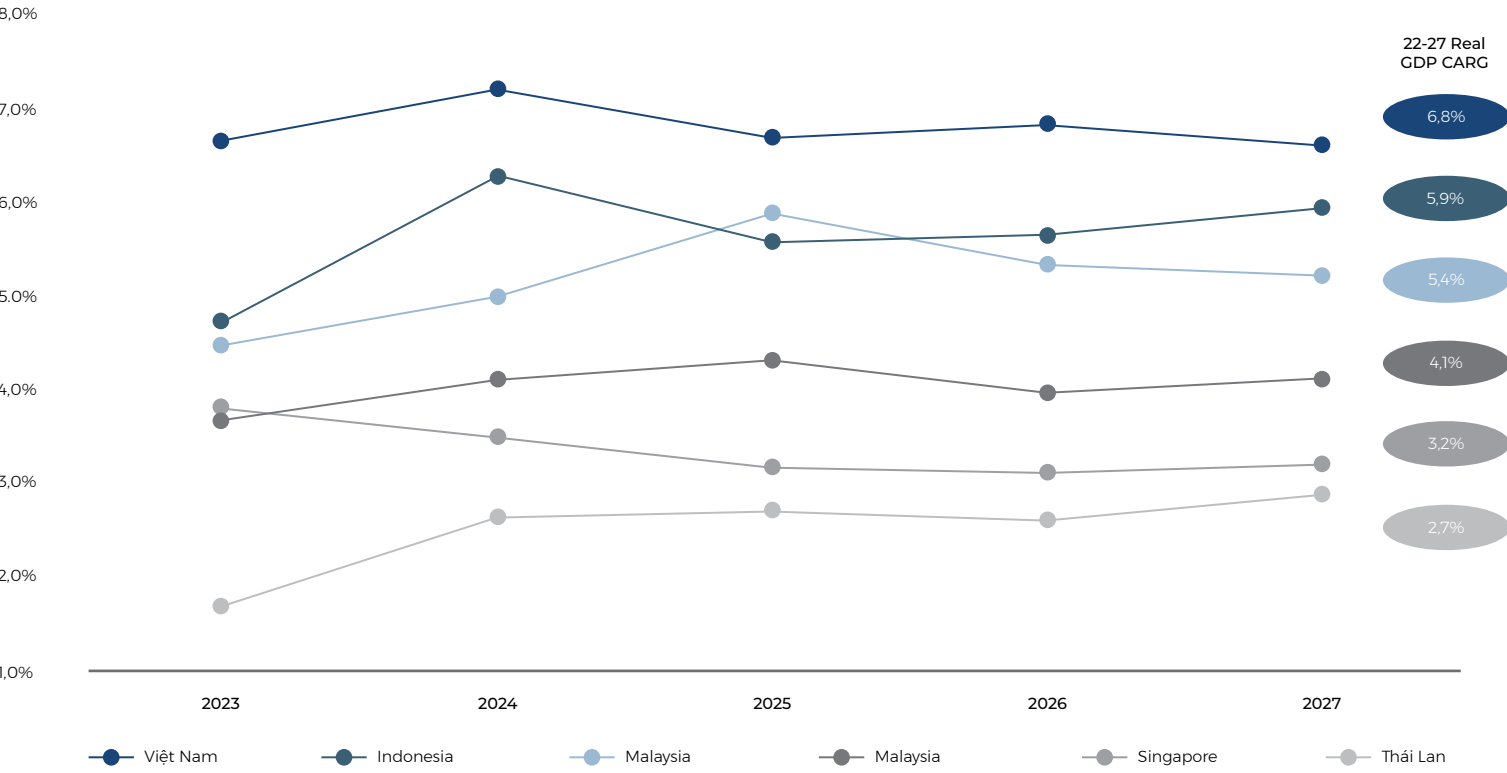
PHẦN TRĂM HỘ GIA ĐÌNH TẠI 4 THÀNH PHỐ TIN RẰNG TÌNH HÌNH KINH TẾ SẼ XẤU ĐI TRONG 12 THÁNG TỚI



Nguồn: Kantar

TỐC ĐỘ TĂNG TRƯỞNG GDP THỰC TẾ

Nguồn: Economist Intelligence Unit (“EIU”).



Dù môi trường hoạt động còn có nhiều khó khăn, Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“MSN” hay “Masan”) đã phát triển các mảng kinh doanh³ cũng như đã hiện thực hóa được những mảnh ghép lớn trong chiến lược POL của chúng tôi.

The CrownX (“TCX”), nền tảng bán lẻ hàng tiêu dùng của Masan sở hữu cả WinCommerce (“WCM”) và Masan Consumer Holdings (“MCH”), ghi nhận doanh thu 56.221 tỷ đồng trong năm 2022, giảm nhẹ so với cùng kỳ năm 2021, thời điểm mà người tiêu dùng tích trữ hàng hóa thông qua các kênh bán lẻ hiện đại khi chợ truyền thống đóng cửa trong dịch COVID-19. WinCommerce, trước đây là VinCommerce, ghi nhận EBITDA tăng mạnh trong một năm khi mở rộng mạng lưới cửa hàng, tăng

³ Số liệu này đề cập đến doanh thu thuần của MSN, trên cơ sở so sánh tương đương, không bao gồm đóng góp của mảng

kinh doanh thức ăn chăn nuôi của MML sau khi đã được tách khỏi hoạt động của MML vào cuối tháng 11/2021.

730 cửa hàng (“WinMart+” hoặc “WMP”) và 8 siêu thị (“WinMart” hoặc “WMT”). Dù giá nguyên liệu đầu vào tăng do áp lực lạm phát, Masan Consumer Holdings vẫn duy trì lợi nhuận, với biên EBITDA là 23,3% nhờ những nỗ lực phòng ngừa rủi ro từ sớm, thương hiệu mạnh, qua đó giúp công ty vượt qua các khó khăn về chi phí. Phúc Long Heritage (“PLH”), sau khi trở thành công ty con của Tập đoàn Masan từ tháng 1/2022, đã mở 44 cửa hàng flagship và nâng tổng số các điểm bán flagship lên 132 cửa hàng vào cuối năm 2022. Masan MEATLife (“MML”) đã tăng trưởng lợi nhuận bền vững trong dài hạn bằng cách tăng quy mô và áp dụng chiến lược giá cạnh tranh thông qua mạng lưới cửa hàng của WCM, giúp cắt giảm mạnh chi phí và mở rộng danh mục thịt chế biến. Masan High-Tech Materials

(“MHT”) đạt lợi nhuận dương cho cả năm 2022 nhờ giá hàng hóa cao hơn và đã ký kết thỏa thuận đầu tư vào Nyobolt Limited, một công ty cung cấp giải pháp pin hiệu suất cao và sạc cực nhanh ứng dụng vật liệu công nghệ cao ở cực anode. Cuối cùng, Techcombank (“TCB”), công ty liên kết của Masan, đạt mức tăng trưởng lợi nhuận 11,5% trong năm 2022.

Trong tương lai, Masan tin rằng chúng tôi sẽ luôn vững bước trước khó khăn của thị trường và mở rộng quy mô chiến lược POL hơn nữa từ những tiền đề chính đã xây dựng được ở năm 2022. Ngoài ra, Masan sẽ tiếp tục tối ưu hóa bảng cân đối kế toán của mình, giảm chi phí lãi vay và giảm nợ vay thông qua các hành động chiến lược của Công ty.

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

Tóm tắt

Năm 2022, doanh thu thuần hợp nhất của Masan Group giảm 14,0% so với năm trước, đạt 76.189 tỷ đồng, thấp hơn so với mục tiêu Đại hội đồng cổ đông thường niên (“ĐHĐCĐTN”) đề ra là 90.000-100.000 tỷ đồng, do chuyển giao mảng thức ăn chăn nuôi của MML từ 1/12/2021, hiệu ứng tích trữ hàng tiêu dùng trong COVID-19 năm 2021 và tâm lý thắt chặt chi tiêu của người tiêu dùng năm 2022. Trên cơ sở so sánh tương đương, nếu không bao gồm mảng thức ăn chăn nuôi trong năm tài chính 2021, doanh thu thuần đạt 76.189 tỷ đồng, tăng 2,6% so với cùng kỳ năm trước. Tăng trưởng doanh thu của MSN chủ yếu đến từ MML và MHT trong khi doanh thu của WCM và MCH giảm do mức tăng đột biến trong năm 2021, chủ yếu vì người tiêu dùng tăng tích trữ hàng hóa và chợ truyền thống đóng cửa do ảnh hưởng của dịch COVID-19.

EBITDA hợp nhất của MSN năm 2022 giảm 11,8%, đạt 14.437 tỷ đồng so với 16.361 tỷ đồng vào năm 2021, ổn định hơn với doanh thu, do biên EBITDA hợp nhất tăng lên 18,9% so với 18,5% năm 2021. EBITDA của TCX giảm nhẹ 5,6% so với cùng kỳ, khi EBITDA của WCM giảm từ 1.100 tỷ đồng xuống 804 tỷ đồng trong năm 2022 do hiệu ứng cơ sở cao năm 2021 và sức mua yếu hơn vào cuối năm. Việc giảm EBITDA hợp nhất chịu ảnh hưởng bởi mức giảm 4,1% so với cùng kỳ năm trước trong

⁴ Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông trên cơ sở so sánh tương đương không bao gồm chi phí/thu nhập phát sinh một lần và đóng góp từ mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi trong năm 2021

EBITDA của MCH, doanh thu giảm khi biên lợi nhuận cũng giảm nhẹ từ áp lực lạm phát làm giá cả nguyên liệu đầu vào tăng. MHT ghi nhận EBITDA tăng trưởng nhẹ 4,3% so với cùng kỳ năm trước do giá cả các sản phẩm tăng cao. Tuy nhiên, đóng góp EBITDA của MML đã giảm 102,0% do mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi đã được tách khỏi MML và không có đóng góp EBITDA.

Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty (“NPAT Post-MI”) ghi nhận trong năm 2022 là 3.567 tỷ đồng, giảm 58,3% so với mức 8.563 tỷ đồng năm 2021, chủ yếu do thu nhập tài chính một lần từ việc ngừng hoạt động mảng thức ăn chăn nuôi trong Q4/2021 và giảm LNST tại MML và MHT năm 2022.

Trên cơ sở so sánh tương đương, không bao gồm lợi nhuận thu được từ việc tách mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi, lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông ở mảng kinh doanh chính⁴ đạt 3.852 tỷ đồng trong năm 2022, tăng 1,1% so với cùng kỳ năm trước.

Về bảng cân đối kế toán hợp nhất của MSN, tổng nợ tài chính tăng 12.815 tỷ đồng lên 70.993 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022 so với mức 58.178 tỷ đồng năm 2021. Việc tăng nợ chủ yếu là để mua lại Trusting Social, Phúc Long Heritage và Nyobolt trong năm 2022 cũng như trang trải chi phí đầu tư CAPEX cao hơn. Số dư tiền và



tương đương tiền bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (như tiền gửi có kỳ hạn) và các khoản đầu tư có lãi ngắn hạn đạt 17,5 nghìn tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2022. Chỉ số nợ vay ròng trên EBITDA của 12 tháng gần nhất (“LTM”) đạt 3,7 lần vào cuối năm tài chính 2022, so với 2,2 lần vào cuối năm tài chính 2021, do EBITDA giảm 11,8% và nợ ròng tăng 17.941 nghìn tỷ đồng. Chỉ số nợ vay ròng trên EBITDA vẫn ở mức an toàn đối với chúng tôi mặc dù đặt trong bối cảnh thị trường lãi suất cao, chúng tôi hướng tới giảm tỷ lệ này thông qua cải thiện lợi nhuận hợp nhất trên tất cả các

mảng kinh doanh và thực hiện các giải pháp chiến lược của công ty để giảm nợ vay trên bảng cân đối kế toán. Dòng tiền tự do (“FCF”) đạt 887 tỷ đồng, giảm 75%, trong khi chi đầu tư (“CAPEX”) là 4.165 tỷ đồng, tăng 48% so với năm ngoái. Mặc dù có sự cải thiện qua từng quý, FCF đã giảm vào năm 2022 do các khoản giải ngân vào thời điểm cuối năm để thực hiện các hoạt động mua lại.

Ngoài ra, trong bối cảnh kinh doanh còn nhiều khó khăn, Masan đã hiện thực hóa chiến lược Point of Life (“POL”) thông qua:

- **Mô hình bán lẻ đột phá mới:** Một trong những cột mốc quan trọng của chúng tôi là khai trương các cửa hàng WIN trong Q4/2022 với đa dạng sản phẩm và dịch vụ thiết yếu hàng ngày (ví dụ: nhu yếu phẩm, F&B, chăm sóc sức khỏe, sản phẩm tài chính, vv.). Mô hình cửa hàng hiện đại mới hướng tới phục vụ nhu cầu toàn diện của các hộ gia đình thành thị.

- **Nền tảng số hóa tiêu dùng:** Masan khởi động quá trình số hóa hành trình tiêu dùng bằng cách phát triển các mô hình bán lẻ chuyển đổi nhằm kết hợp các thương hiệu và sản phẩm của chúng tôi với hạ tầng tiêu dùng bao gồm chương trình hội viên, thanh toán số và nền tảng logistics. Mục tiêu của nền tảng tiêu dùng này để kết nối người tiêu dùng với các sản phẩm và dịch vụ được cung cấp trong hệ sinh thái của Masan:

- **Hội viên WIN:** Bằng việc giới thiệu chương trình Hội viên WIN trên toàn quốc kể từ ngày 6/1/2023, Masan đã xây dựng được một hệ sinh thái tiêu dùng số với gần 3,5 triệu Hội viên tính đến giữa tháng 3/2023.
- **T-Pay:** T-Pay - Giải pháp thanh toán mới không dùng tiền mặt và không dùng thẻ mới hợp tác với Techcombank cũng đã cho thấy sức hút mạnh mẽ. Đã có 41.000 tài khoản ngân hàng TCB được mở

tại chuỗi bán lẻ WCM. Tỷ lệ thực hiện các giao dịch thông qua T-Pay tại các cửa hàng WIN, WinMart+ ở nhiều thành phố cũng cho thấy các kết quả ấn tượng tại các thành phố được thử nghiệm.

- **Supra:** Công ty logistic của Masan đã chính thức đi vào hoạt động. Supra đảm nhận phân phối 45% lượng hàng hóa khô của WinCommerce, góp phần giảm 13% chi phí cung ứng trên mỗi sản phẩm của WCM trên cơ sở chuẩn hóa ngay trong năm đầu đi vào hoạt động.

Những sáng kiến dịch vụ số này sẽ giúp MSN gia tăng khả năng cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng và dần tích hợp nhiều tiện ích hơn từ các thương hiệu tiêu dùng khác của Masan vào năm 2023. Nhằm khai thác mạng lưới phân phối rộng khắp với gần 3.400 cửa hàng WCM trên toàn quốc và cơ sở dữ liệu người tiêu dùng đang dần được hoàn thiện từ chương trình Hội viên và thanh toán, Masan bắt đầu mang đến các sản phẩm và dịch vụ giá trị gia tăng như sản phẩm tài chính và thẻ SIM, nâng cao khả năng tiếp cận chi tiêu tiêu dùng bên trong mạng lưới.

Vượt qua khó khăn chung của thị trường vốn trong năm 2022, Masan đã huy động

⁵ Trong lĩnh vực kinh tế tư nhân của Việt Nam

⁶ Trong năm 2021, đại dịch COVID-19 dẫn đến việc người tiêu dùng tích trữ hàng và chợ truyền thống phải đóng cửa, nhu cầu đối với các sản phẩm và dịch vụ của WCM và MCH đã tăng đột biến. Để thu được kết quả tài chính “chuẩn hóa” cho MCH, Ban điều hành đã áp dụng chỉ số doanh thu của từng ngành hàng như trước dịch COVID-19 được điều chỉnh theo thời vụ. Đối với WCM, Ban điều hành đã chuẩn hóa hiệu quả hoạt động năm 2021 bằng cách áp dụng chỉ số doanh số bán hàng theo tuần trước khi phong tỏa vì đại dịch COVID-19. Vui lòng xem báo cáo kết quả kinh doanh pro-forma để biết thêm chi tiết

khoản vay hợp vốn nước ngoài lớn nhất⁵ trị giá 600 triệu USD - khoản vay bằng USD có thời hạn 5 năm với có lãi suất 2,9% cộng thêm so với lãi suất tham chiếu SOFR. Giao dịch này đã củng cố Bảng cân đối kế toán, thể hiện khả năng tiếp cận vốn, đồng thời khẳng định niềm tin của các tổ chức tài chính vào tiềm năng vững chắc của mảng kinh doanh tiêu dùng và bán lẻ cốt lõi của Masan. Ngoài ra, Masan đã phát hành thành công lô trái phiếu 4.200 tỷ đồng trong năm 2022 khi thị trường trái phiếu trải qua giai đoạn ảm đạm. Khoản nợ mới sẽ không ảnh hưởng đáng kể đến tỷ lệ đòn bẩy tài chính của công ty mà sẽ giúp Masan gia tăng nguồn vốn dài hạn và củng cố thanh khoản.

Năm 2023, MSN đặt mục tiêu doanh thu thuần hợp nhất từ 90.000-100.000 tỷ đồng và lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông thiểu số (không bao gồm lãi/lỗ một lần) từ 4.000-5.000 tỷ đồng. Nội dung chi tiết sẽ được phân tích thêm trong các phần tiếp theo của Báo cáo Thường niên này. MSN cũng sẽ thúc đẩy chiến lược Point of Life thông qua triển khai các cửa hàng WIN trên toàn quốc, chương trình Hội viên và thanh toán số T-Pay. Dựa trên thông tin người tiêu dùng mà MSN thu thập được khi họ mua sắm trên mạng lưới bán lẻ của chúng tôi, MSN sẽ tích hợp phân tích dữ liệu dựa trên AI/ML để cá nhân hóa trải

nghiệm mua sắm, mang đến những đặc quyền và ưu đãi phù hợp cho khách hàng trong suốt hành trình.

The CrownX

The CrownX (“TCX”) được thành lập vào năm 2020 và đã trở thành nền tảng bán lẻ tiêu dùng tích hợp hàng đầu hướng tới xây dựng nền tảng “Point of Life” của Masan. Năm 2022, TCX ghi nhận doanh thu thuần giảm nhẹ xuống còn 56.221 tỷ đồng do môi trường vĩ mô đầy khó khăn và tâm lý thắt chặt chi tiêu của người tiêu dùng, giảm 3,1% so với cùng kỳ năm ngoái, doanh thu Q4/2022 là 15.496 tỷ đồng, giảm 6,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Trên cơ sở chuẩn hóa⁶, doanh thu cả năm 2022 của TCX tăng 5,2% và doanh thu trong Q4/2022 giảm 2,1% so với cùng kỳ năm ngoái. WCM – chuỗi bán lẻ hiện đại của TCX đạt doanh thu thuần 29.369 tỷ đồng vào năm 2022, giảm 5,0% so với năm ngoái, chủ yếu do mức nền cao từ hiệu ứng tích trữ hàng hóa từ kênh bán lẻ hiện đại khi chợ truyền thống đóng cửa trong dịch COVID-19 năm 2021 và tâm lý thắt chặt chi tiêu của người tiêu dùng năm 2022. MCH - công ty con sản xuất hàng tiêu dùng có thương hiệu của TCX, đạt 28.103 tỷ đồng doanh thu thuần, với mức giảm 2,3% cũng chịu ảnh hưởng từ mức nền cao so với năm ngoái. Bất chấp thời kỳ lạm phát cao, biên EBITDA của TCX vẫn giữ ổn định



ở mức 13,1% vào năm 2022 so với 13,4% năm 2021.

Trong năm 2023, TCX kỳ vọng sẽ đạt được mức tăng trưởng cả về doanh thu thuần và lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông thiểu số trên cơ sở hợp nhất nhờ hiệu quả hoạt động tốt hơn tại WCM và MCH. WCM kỳ vọng cải thiện biên lợi nhuận gộp và tăng cường đòn bẩy hoạt động để cải thiện lợi nhuận, còn MCH sẽ dần khôi phục lại mức biên lợi nhuận gộp khi giá hàng hóa giảm và lạm phát giảm dần.

⁷ EBITDA của cửa hàng không bao gồm chi phí các công việc hành chính và điều hành.

⁸ Các cửa hàng LFL năm 2022 chỉ các cửa hàng đã được mở trước năm 2021.

Báo Cáo Thường Niên 2022

WINCOMMERCE

Trong năm 2022, WCM tiếp tục hoàn thiện quy trình mở cửa hàng, cải thiện lợi nhuận hơn nữa và tùy chỉnh các hình thức/hoạt động của cửa hàng cho các phân khúc khách hàng khác nhau. Những sáng kiến này nhằm mục đích tăng lợi nhuận và khả năng mở rộng của mạng lưới trong trung và dài hạn.

WCM đã mở thêm 730 cửa hàng minimart (“WinMart+”) và 8 siêu thị (“WinMart”) mới

vào năm 2022, như vậy đến cuối năm có tất cả 3.268 cửa hàng WinMart+ và 130 siêu thị WinMart, củng cố vị thế WCM là chuỗi bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán. Tuy nhiên, WCM không đánh đổi lợi nhuận để mở rộng quy mô vì hình thức cửa hàng năm 2022 đã đạt được biên lợi nhuận EBITDA⁷ là 6,3% trong năm đầu tiên hoạt động, so với 7,2% của các cửa hàng trên cơ sở so sánh tương đương (“LFL”)⁸. Chúng tôi có thể nhanh chóng mở rộng các cửa hàng để đạt được mức hòa vốn nhờ vào giai đoạn đầu thí điểm trong năm 2021, giúp chúng

	← Thành thị (35% dân số)		Nông thôn (65% dân số) →	
	Minimall	Minimart (đô thị)	Siêu thị	Minimart (nông thôn)
Thương hiệu				
Hình ảnh				
Khu vực	Đô thị		Đô thị + Nông thôn	Thị trường đại chúng
% EBITDA cửa hàng	3,8% cho 27 cửa hàng đầu tiên 6,0% cho 33 cửa hàng tiếp theo		6,2%	3,5%
Tăng doanh thu	+15% cho 27 cửa hàng đầu tiên +40% cho 33 cửa hàng tiếp theo (chủ yếu từ số lượng hoá đơn)			+32% (chủ yếu từ số lượng hoá đơn)

tôi gặt hái nhiều kinh nghiệm để lựa chọn địa điểm mở cửa hàng tốt hơn, điều phối các hoạt động khai trương cửa hàng hiệu quả hơn và thực hiện các chiến dịch quảng cáo thành công hơn.

WCM cũng đã tăng biên lợi nhuận gộp từ 20,0% vào năm 2021 lên 23,2% vào năm 2022 khi mở rộng quy mô và tạo mối quan hệ đối tác đôi bên cùng có lợi với các nhà cung cấp để quảng bá sản phẩm của họ trên toàn quốc. Vào năm 2023, WCM đặt mục tiêu mở rộng biên lợi nhuận gộp bằng cách hợp tác với các nhà cung cấp để đưa ra thị trường các nhãn hàng riêng có giá thành phải chăng dành cho các hộ gia đình có thu nhập thấp hơn. Với tỷ lệ thâm nhập hiện tại là 7% vào năm 2022, doanh thu của nhãn hàng riêng dự kiến sẽ tăng tỷ trọng trong tổng doanh thu của WCM năm 2023 lên mức khoảng 10-15%. Chiến lược này ra đời nhằm giải quyết mối bận tâm ngày một cao của người tiêu dùng về giá cả hàng hóa trong bối cảnh lạm phát và suy giảm tăng trưởng kinh tế.

Để củng cố vị thế của WinMart, WinMart+ và cửa hàng WIN tại khu vực thành thị và nông thôn, nơi lần lượt 35% và 65% người tiêu dùng Việt Nam sinh sống tại các khu vực này, WCM sử dụng chiến lược đa dạng hóa mô hình cửa hàng, trong đó mỗi nhóm cửa hàng phục vụ nhóm người tiêu dùng, thời điểm và theo vị trí địa lý khác nhau. Năm 2022, WCM đã thử nghiệm 102 cửa hàng WIN, cung cấp đa dạng sản

phẩm và dịch vụ của MSN trong lĩnh vực nhu yếu phẩm, F&B, chăm sóc sức khỏe, viễn thông và dịch vụ tài chính tại một địa điểm để phục vụ người tiêu dùng thành thị hiệu quả hơn. 102 cửa hàng WIN ban đầu giúp công ty ghi nhận mức doanh thu tăng 20%. Ngoài ra, WCM cũng đã thử nghiệm mô hình cửa hàng WinMart+ mới ở nông thôn với CAPEX và OPEX thấp hơn nhằm mục đích tiết kiệm chi phí cho người tiêu dùng có SKU hướng đến khu vực nông thôn. Theo đó, doanh thu của các cửa hàng được chuyển đổi sang mô hình mới tăng 30%, giúp chúng tôi tự tin mở thêm nhiều cửa hàng tương tự.

Trong năm 2022, doanh thu thuần của WCM đã giảm 5,0% so với cùng kỳ năm trước, từ mức 30.900 tỷ đồng vào năm 2021 xuống còn 29.369 tỷ đồng. Trong điều kiện bình thường, không tính đến ảnh hưởng của hoạt động tích trữ hàng tiêu dùng trong thời kỳ COVID-19 vào nửa cuối năm 2021, doanh thu của WCM đã tăng 6,4% trong năm 2022 mặc dù tâm lý thắt chặt chi tiêu của người tiêu dùng. Mạng WinMart+ đạt doanh thu thuần 19.817 tỷ đồng vào năm 2022, giảm 5,4% so với cùng kỳ năm ngoài trên cơ sở báo cáo và tăng 8,1% trong điều kiện bình thường. Biên EBITDA của hàng và EBIT của hàng của 2.083 cửa hàng LFL lần lượt là 7,0% và 4,8%, thể hiện khả năng duy trì sinh lời và tạo tiền mặt. Mạng siêu thị (“WinMart” hay “WMT”) đạt doanh thu thuần 9.261 tỷ đồng, giảm 6,7% so với cùng kỳ trên cơ sở báo cáo và không đổi trong điều kiện bình thường. Tuy nhiên, biên EBITDA

và biên EBIT của cửa hàng lần lượt đạt 4,1% và 1,0%, tăng từ 1,4% và -2,4% vào năm 2021. Công ty vận hành 3.268 minimart tính đến cuối năm 2022, so với 2.619 minimart so với cùng kỳ năm 2021. Ban điều hành đặt mục tiêu mở rộng thêm khoảng 800-1.200 số lượng địa điểm minimart vào năm 2023. Xét về khả năng sinh lời tổng thể, WCM mang lại biên lợi nhuận EBITDA dương là 2,7% vào năm 2022, mặc dù tăng nhanh số lượng cửa hàng mở mới. Biên EBITDA tăng bền vững trong suốt năm 2022 là thành quả cải thiện tỷ suất lợi nhuận gộp, từ 20,0% vào năm 2021 lên 23,2% vào năm 2022, nhưng vẫn duy trì khả năng cạnh tranh về giá cho người tiêu dùng của chúng tôi so với các đối thủ trên thị trường. Đóng góp của ngành hàng sản phẩm tươi sống vào doanh thu của WCM là 28% trong năm 2022. Tăng đóng góp cho ngành hàng sản phẩm tươi sống giúp cải thiện biên lợi nhuận gộp, vì những sản phẩm này có biên lợi nhuận gộp tốt hơn so với các sản phẩm chế biến khi mà việc quản lý hao hụt cũng rất quan trọng.

Trong năm 2023, WCM cũng sẽ tiếp tục phối hợp với các nhà cung cấp đầu tư vào sản phẩm dịch vụ dành cho người tiêu dùng, đảm bảo cung cấp sản phẩm mang tính cạnh tranh về giá và tăng cường chương trình Hội viên WIN để tăng mức độ trung thành của người tiêu dùng, từ đó giúp doanh thu của hàng LFL dự kiến tăng trưởng từ 5-10%.

MASAN CONSUMER HOLDINGS

MCH đạt 28.103 tỷ đồng doanh thu thuần và 6.561 tỷ đồng EBITDA, lần lượt giảm 2,3% và 5,9% so với năm 2021. Khi chuẩn hóa tác động do người tiêu dùng gia tăng tích trữ hàng hóa vào nửa sau 2021, doanh thu MCH giảm 11,8% trong Quý 4/2022 và tăng 2,4% trong năm 2022. Doanh thu sụt giảm trong Q4/2022 chủ yếu do công ty cần lập kế hoạch cung ứng chặt chẽ hơn, trong bối cảnh tâm lý thắt chặt chi tiêu của người tiêu dùng, từ đó đảm bảo mức tồn kho hiệu quả, bền vững tại các nhà phân phối và giúp MCH sẵn sàng cho năm 2023.

MCH giảm tốc bán hàng trong năm 2022 để giảm số ngày tồn kho tại các nhà phân phối, vốn đã tăng mạnh vào cuối năm 2021 và 6 tháng đầu năm 2022. Xét theo ngành hàng, gia vị và thực phẩm tiện lợi là những sản phẩm đóng góp nhiều nhất vào tổng doanh thu, lần lượt là 8.836 tỷ đồng và 7.763 tỷ đồng, giảm 19% và 11,4% so với cùng kỳ, do hiệu ứng cơ sở cao vào năm 2021 khi người tiêu dùng tích trữ các sản phẩm hàng ngày này. Xu hướng cao cấp hóa tạm thời bị chậm lại do sức mua giảm xuống của người tiêu dùng: 10,2% tổng doanh thu nước mắm và 42,9% doanh thu thực phẩm tiện lợi là từ các dòng sản phẩm cao cấp, giảm so với tỷ lệ 11,7% và 47,2% trong năm 2021. Ngành hàng thịt chế biến mang lại mức tăng trưởng doanh thu 54,7% vào năm 2022

⁹ Không bao gồm tháng 1/2022 khi Masan chưa hợp nhất kết quả tài chính của Phúc Long.

so với cùng kỳ năm trước, nhờ thương hiệu “Ponnie” tiếp tục dẫn đầu thị trường trong phân khúc xúc xích tiết trùng cung cấp hàm lượng dinh dưỡng cao và trải nghiệm ngon miệng. Thương hiệu Heo Cao Bồi cũng trở thành thương hiệu được trẻ em và thanh niên Việt Nam yêu thích. Ngành hàng đồ uống, bao gồm nước tăng lực, nước ngọt và các sản phẩm nước đóng chai, ghi nhận doanh thu 4.450 tỷ đồng, tăng 3,9% so với cùng kỳ năm trước. Ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”) đóng góp 1.568 tỷ đồng doanh thu thuần năm 2022, tăng 4,4% so với năm 2021. Thương hiệu mới ra mắt “Chante” tăng trưởng nhanh và đóng góp 47 tỷ đồng trong hai quý cuối năm. Doanh thu ngành hàng cà phê giảm 7,1% trong năm 2022 do giảm tốc bán hàng để giảm mức tồn kho tổng thể tại các nhà phân phối.

Về khả năng sinh lời, tỷ suất lợi nhuận gộp là 39,9% trong năm 2022 và 40,2% trong Q4/2022, giảm nhẹ so với năm 2021 do áp lực lạm phát nhờ các biện pháp phòng ngừa rủi ro sớm và khả năng bù đắp chi phí dựa trên thể mạnh của thương hiệu. Biên EBITDA là 23,3% trong năm 2022, gần như giữ nguyên so với năm ngoái. EBITDA của MCH đạt 6.561 tỷ đồng trong năm 2022.

Trong năm 2023, MCH sẽ phục hồi doanh thu của các sản phẩm mới và tập trung giành thị phần ở những khu vực đạt hiệu

quả thấp hơn trung bình của hệ thống. Thực phẩm tiện lợi, đồ uống và chăm sóc cá nhân & gia đình dự kiến sẽ là động lực tăng trưởng chính của MCH, chiếm ~2/3 tổng tăng trưởng doanh thu vào năm 2023. Phát triển mô hình hoạt động chuyên biệt hơn theo ngành hàng và kênh bán hàng.

PHÚC LONG HERITAGE

Trong Q2 năm 2021, Masan thông qua công ty con sở hữu hoàn toàn là Sherpa, mua lại 20% cổ phần của Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“PLH” hoặc “Phúc Long Heritage”), và sau đó, vào tháng 1 và tháng 8 năm 2022 đã mua thêm 31% và 34% cổ phần, nâng tỷ lệ sở hữu lên 85%.

Kể từ khi trở thành một phần trong hệ sinh thái bán lẻ tiêu dùng của Masan, PLH đã có sự tăng trưởng đáng kể về doanh thu và số lượng cửa hàng. Năm 2022, PLH đạt doanh thu 1.579 tỷ đồng và EBITDA⁹ đạt 195 tỷ đồng. PLH đã mở thêm con số kỷ lục 23 cửa hàng flagship mới và 2 cửa hàng mini trong quý 4 năm 2022, nâng tổng số lên 111 cửa hàng đại diện thương hiệu và 21 cửa hàng mini vào cuối năm 2022, tăng gần gấp đôi số lượng cửa hàng kể từ khi MSN lần đầu đầu tư vào công ty năm 2021.

Các cửa hàng flagship đã mang lại hiệu quả kinh tế trong top đầu, trong đó, biên EBITDA cấp cửa hàng và công ty lần lượt đạt 31% và 25%, mức cao nhất ngay cả khi



so sánh với các chuỗi F&B trên toàn cầu. Điều này là nhờ khả năng tạo doanh thu trên mỗi cửa hàng gấp 2-3 lần so với các doanh nghiệp nội địa trong cùng ngành hàng. Ngay trong năm đầu tiên hoạt động, các cửa hàng đại diện thương hiệu đã đạt biên EBITDA là 26%/cửa hàng vào năm 2022. Tất cả những yếu tố này mang lại kết quả tài chính khả quan cho các cửa hàng đại diện thương hiệu, với doanh thu đạt 1.153 tỷ đồng và EBITDA đạt 332 tỷ đồng vào năm 2022.

Quá trình thử nghiệm mô hình kiosk đã không đáp ứng được kỳ vọng ban đầu, do đó Masan đã quyết định đóng cửa 150 kiosk trong 6 tháng cuối năm 2022. Chúng tôi đang điều chỉnh mô hình này trong nửa đầu năm 2023 trước khi tiếp tục mở rộng quy mô.

PLH cũng đã có những bước tiến lớn trong việc tiếp cận khách hàng thông qua nhiều kênh, bao gồm dịch vụ giao hàng và tiêu dùng tại cửa hàng. Doanh số bán hàng trực tuyến đạt kết quả ấn tượng, chiếm 35% tổng

doanh thu, thể hiện sự ưa chuộng của khách hàng đối với các sản phẩm chất lượng cao của PLH bất kể mua tại cửa hàng hay mua online. Doanh thu từ trà chiếm hơn 70% tổng doanh thu nhờ thương hiệu trà được yêu thích của PLH và lượng khách hàng từ 18 đến 35 tuổi yêu thích các sản phẩm trà của PLH thay cho cà phê và trà sữa.

Tóm lại, PLH đã đạt được mức tăng trưởng đáng kể dưới sự điều hành của Masan, đứng thứ 2 về doanh thu và đứng thứ nhất về biên lợi nhuận gộp trong chuỗi cà phê và trà nội địa. PLH dự kiến sẽ trở thành thương hiệu đứng thứ 2 về số lượng cửa hàng vào quý 2 năm 2023. Trong năm 2023, PLH đặt mục tiêu mở 75-90 cửa hàng đại diện thương hiệu mới và triển khai tích hợp khách hàng thân thiết vào chương trình Hội viên WIN của Masan để mang đến cho Hội viên nhiều lợi ích hơn khi thường xuyên mua sắm tại Phúc Long Heritage. Trong nửa cuối năm 2023, PLH sẽ tăng cường đổi mới thực đơn để mang đến cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn hơn những sản phẩm mới, thú vị.

MASAN MEATLIFE

Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”), công ty con hợp nhất chuyên về thịt có thương hiệu của MSN có doanh thu thuần hợp nhất năm 2022 đạt 4.785 tỷ đồng, giảm 74,7% so với 18.891 tỷ đồng năm 2021, chủ yếu do mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi đã được tách khỏi MML và không được tổng hợp doanh thu. Trên cơ sở so



sánh tương đương, mảng thịt của MML đã tăng trưởng nhanh chóng trong 5 năm qua và đạt 4.785 tỷ đồng doanh thu thuần vào năm 2022, tăng 6,7% so với mức 4.486 tỷ đồng vào năm 2021. Mảng thịt heo tích hợp, hợp nhất chuỗi cung ứng thịt heo của MML (bao gồm các trang trại nuôi heo) và các sản phẩm thịt heo có thương hiệu, mang lại doanh thu thuần năm 2022 là 2.812 tỷ đồng, giảm 5,9% so với năm 2021. Phân khúc thịt gà thương hiệu ("3F Viet"), bao gồm chuỗi giá trị sản xuất gà hoàn chỉnh, đạt doanh thu 1.964 tỷ đồng vào năm 2022, so với mức đóng góp 1.487 tỷ đồng vào năm 2021, tức tăng 32% so với năm trước. Tăng điểm bán MML thông qua mạng lưới bán lẻ của các cửa hàng WCM trên toàn quốc cùng với

mức giá ưu đãi cho sản phẩm MML dành riêng cho Hội viên WIN đã góp phần làm lượng thịt mát bán ra tăng đáng kể vào cuối năm 2022.

Hợp lực từ việc MML tích hợp với hệ sinh thái của Masan đã giúp các thương hiệu heo và gà của MML được tiêu thụ trong toàn bộ mạng lưới bán lẻ của WCM.

Năm 2022, biên lợi nhuận gộp của toàn bộ mảng kinh doanh MML (bao gồm cả thức ăn chăn nuôi) là 7,2%, thấp hơn so với mức 12,2% của năm 2021 do giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn làm giảm biên lợi nhuận mảng thức ăn chăn nuôi, doanh số bán hàng B2B kết hợp cao hơn

trong Q3/2022 và công ty thực hiện giảm giá để trở nên cạnh tranh hơn với chợ bán đồ tươi sống trong phân khúc thịt heo. Mảng thịt heo tích hợp mang lại biên lợi nhuận gộp là 9,0% vào năm 2022, so với 18,5% vào năm 2021, nhờ chiến lược hướng tới việc cung cấp giá cạnh tranh cho các sản phẩm thịt mát để tăng số lượng và thu hút người tiêu dùng dùng thử sản phẩm của MEATDeli thông qua giá độc quyền cho Hội viên WIN. Mảng thịt gà tích hợp đạt biên lợi nhuận gộp 4,6% vào năm 2022 so với mức -12,6% vào năm 2021. MML đạt biên EBITDA 0,8% vào năm 2022, so với 9,7% vào năm 2021, do mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi đã được tách khỏi MML và không có đóng góp EBITDA, trong khi

lĩnh vực kinh doanh thịt lợn tích hợp mang lại biên EBITDA 0,2% vào năm 2022, tăng so với mức 13,4% năm 2021 và mảng thịt gà tích hợp đạt biên EBITDA -2,1% năm 2022 so với -20.9% năm 2021.

Trong năm 2023, Ban điều hành đặt mục tiêu tăng cường phân phối qua mạng lưới của WCM và duy trì chênh lệch giá ở mức thấp đối với chợ bán đồ tươi sống cho Hội viên WIN. MML hướng đến mục tiêu mở rộng danh mục sản phẩm bằng cách đầu tư vào hoạt động R&D cho cả sản phẩm tươi sống và đã qua chế biến, đáp ứng thị hiếu và sở thích của người tiêu dùng Việt Nam và phân phối các sản phẩm này thông qua kênh phân phối rộng khắp của WCM. Lợi nhuận dự kiến sẽ tăng cao nhờ tỷ lệ tiêu thụ cao hơn, tăng trưởng doanh số bán thịt chế biến và kiểm soát chi phí.

Để biết thêm chi tiết, vui lòng tham khảo báo cáo thường niên chính thức của MML và các tài liệu quan hệ nhà đầu tư khác có trên trang web của MML.

MASAN HIGH-TECH MATERIALS

Trong năm tài chính 2022, Masan High-Tech Materials đã đạt được một cột mốc quan trọng khác, hướng tới mục tiêu chiến lược của công ty là trở thành nền tảng kinh tế tuần hoàn hội nhập toàn cầu với việc mua lại cổ phần thiểu số (15%) trong Nyobolt, công ty tiên phong hàng đầu trong lĩnh vực hiệu suất cao và siêu -pin sạc nhanh. Giải pháp pin của

Nyobolt sẽ sử dụng vật liệu vonfram tiên tiến của H. C. Starck trong lớp phủ cực dương để sản xuất pin có hiệu quả gấp 10 lần so với pin thông thường có cùng kích thước, được sạc đầy 90% trong vòng chưa đầy 5 phút. Ngoài ra, với mật độ điện năng cao hơn tới 10 lần, pin của Nyobolt có độ bền lâu hơn và tiết kiệm chi phí sử dụng. Theo đó, chúng tôi tin rằng Nyobolt không chỉ có thể giải quyết những nhu cầu chưa được đáp ứng trên thị trường về các giải pháp pin sạc nhanh và hiệu suất cao mà còn là giải pháp pin duy trì năng lượng lâu hơn và độ bền cao hơn trong các ngành công nghiệp xe điện, tự động hóa và điện tử tiêu dùng.

Việc mua lại Nyobolt thúc đẩy mục tiêu chiến lược của chúng tôi là biến MHT thành một nền tảng kinh tế tuần hoàn tích hợp, có ý nghĩa toàn cầu, với quy mô hoạt động từ khai thác, xử lý vật liệu công nghệ cao, ứng dụng tiêu dùng hạ nguồn và tái chế vật liệu cho một tương lai bền vững hơn.

Trên cơ sở hợp nhất, dù môi trường toàn cầu đang gặp nhiều khó khăn, doanh thu của MHT đạt mức kỷ lục 15.550 tỷ đồng, tăng 15% so với cùng kỳ năm ngoái, nhờ hiệu quả về giá tốt hơn của các kim loại chiến lược trên thị trường toàn cầu. Cụ thể, giá APT-Low trên thị trường đã tăng từ 320 USD/mtu vào tháng 1 năm 2022 lên 344 USD/mtu vào tháng 6 năm 2022 trước khi đạt mức 330 USD/mtu vào thời điểm kết thúc năm. Ngoài ra, do nhu cầu toàn cầu mạnh mẽ đối với sản phẩm florit của MHT, công ty đã có thể đạt được mức

giá bán florit trung bình cao hơn khoảng 16% trong năm 2022 so với năm 2021.

Năm tài chính 2022 cũng là một năm đặc biệt đối với MHT khi các yếu tố "bất khả kháng" trên phạm vi toàn cầu đã tác động đáng kể đến kết quả tài chính của công ty. Trong đó, xung đột Nga-Ukraine bắt đầu từ tháng 2/2022 và chính sách "zero COVID" của Trung Quốc khiến chi phí năng lượng và nguyên liệu đầu vào của MHT tăng đáng kể, đồng thời, làm giảm doanh số bán hàng tại đơn vị kinh doanh của công ty ở Trung Quốc.

Dù vậy, EBITDA của MHT tăng 4,5% trong năm tài chính 2022 lên 3.203 tỷ đồng, với biên EBITDA đạt 20,6% so với 22,6% vào năm 2020. Do lỗ tỷ giá hối đoái và chi phí lãi vay cao hơn trong năm 2022, lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của MHT chỉ đạt 69 tỷ đồng cho năm tài chính 2022 so với 196 tỷ đồng cho năm 2021.

Trong năm tài chính 2023, MHT dự kiến đạt doanh thu thuần trong khoảng 16.500 - 18.200 tỷ đồng, tăng 6-17% do các yếu tố cơ bản về thị trường vonfram tiếp tục được cải thiện và động lực của thị trường hàng hóa nói chung. Ngoài ra, Ban điều hành vẫn cam kết tối đa hóa giá trị từ lượng đồng tồn kho đã tích lũy trong những năm qua và thúc đẩy triển khai những giải pháp tối ưu hóa chi phí toàn diện với tất cả các đơn vị kinh doanh. Giá trị thị trường của kim loại có thể thu hồi được trong kho dự trữ đồng là xấp xỉ 5.500 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2022.

Môi trường kinh doanh

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

Năm 2023, Masan dự đoán 6 tháng đầu năm sẽ là giai đoạn rất khó khăn khi lạm phát, lãi suất và rủi ro suy thoái vẫn ở mức cao. Những làn sóng vĩ mô sẽ làm tâm lý và nhu cầu của người tiêu dùng, cũng như tạm thời làm chậm lại các động lực tăng trưởng của Masan chẳng hạn như cao cấp hóa và chuyển đổi từ bán lẻ truyền thống sang bán lẻ hiện đại. Tuy nhiên, trong 6 tháng cuối năm, chúng tôi kì vọng nền kinh tế phục hồi trở lại nhờ vào lãi suất thấp hơn, vốn FDI giải ngân cao hơn, khách du lịch quốc tế nhiều hơn và đầu tư của

khu vực công tăng cao. Masan sẽ giám sát chặt chẽ những yếu tố này để điều chỉnh kế hoạch kinh doanh và vận hành, đảm bảo dòng tiền và lợi nhuận của Công ty.

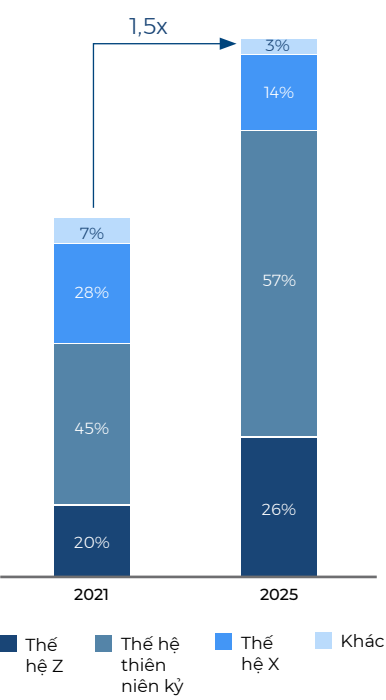
Về dài hạn, mức tiêu dùng tại Việt Nam dự kiến sẽ tăng mạnh nhờ bộ phận người tiêu dùng trẻ, thuộc tầng lớp trung lưu và thành thạo công nghệ. Bộ phận người tiêu dùng này đang thúc đẩy tạo ra những hành vi mới với sản phẩm, địa điểm và cách thức mua sắm hàng hóa của mình. Cụ thể, ba xu hướng lớn đang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

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

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

Tiêu dùng được thúc đẩy nhờ dân số trẻ

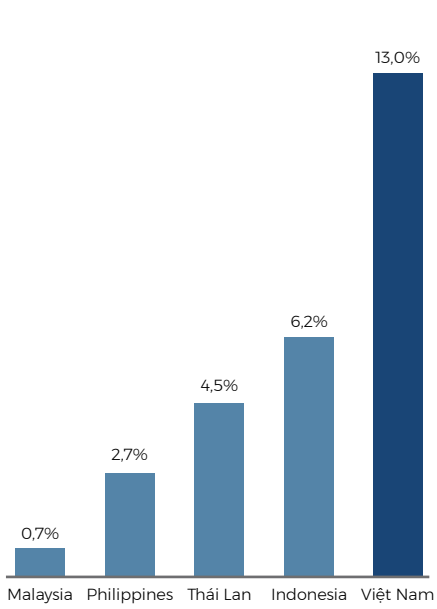
Tỷ trọng đóng góp trong tổng chi tiêu tiêu dùng theo nhóm tuổi (%)



Nguồn: Bài trình bày của công ty, Euromonitor, Bain, Google, Temasek.

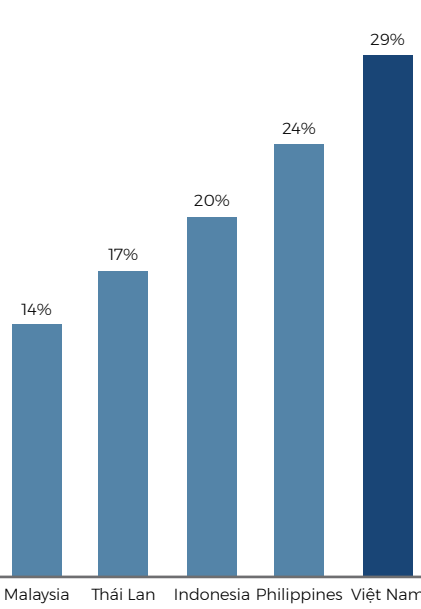
Tiêu dùng tăng trưởng nhờ sự phát triển của tầng lớp trung lưu

Dự báo tốc độ tăng trưởng hàng năm của tầng lớp trung lưu trong giai đoạn 2021 - 2025



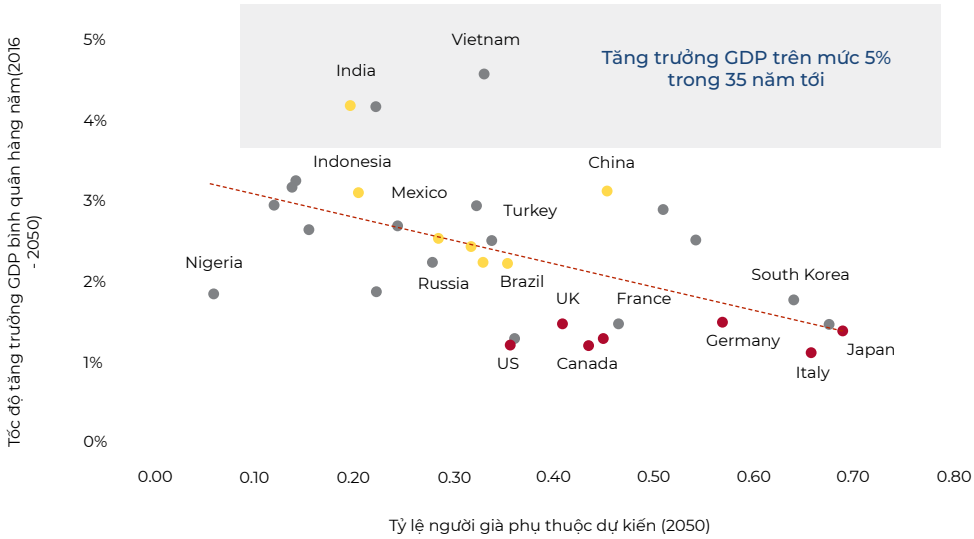
Sự phát triển theo cấp số nhân của nền kinh tế Internet

Dự báo tốc độ tăng trưởng tổng giá trị giao dịch của nền kinh tế Internet trong giai đoạn 2021 -2025 (%)

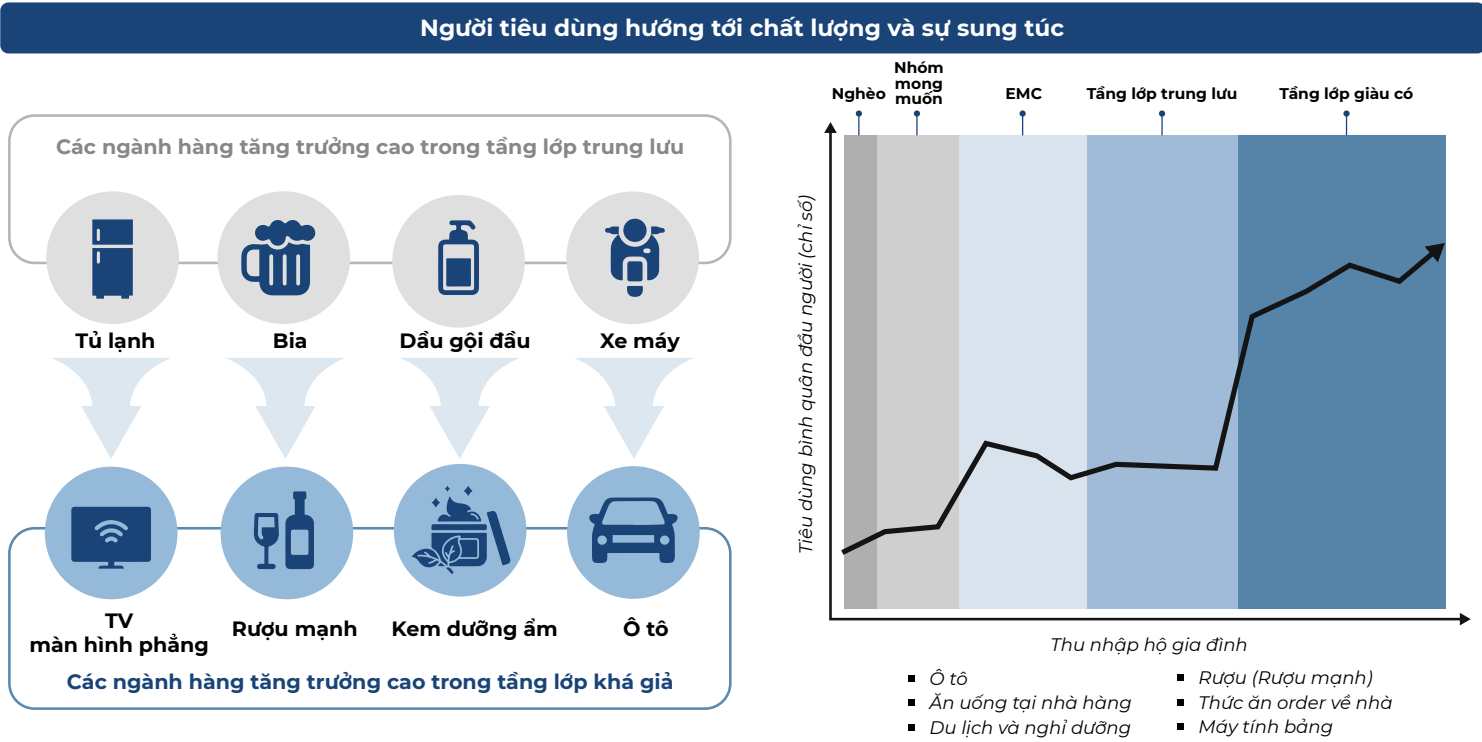
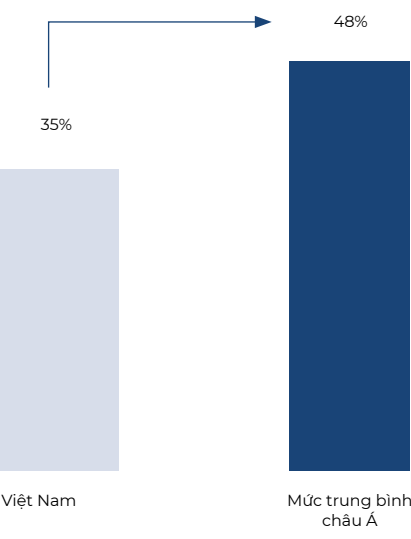




MỐI QUAN HỆ GIỮA DỰ BÁO TỶ LỆ NGƯỜI GIÀ PHỤ THUỘC ĐẾN NĂM 2050 VÀ TỐC ĐỘ TĂNG TRƯỞNG GDP BÌNH QUÂN HÀNG NĂM, 2016 - 2050



TỐC ĐỘ ĐÔ THỊ HOÁ Ở VIỆT NAM TỰ HẬU SO VỚI MỨC TRUNG BÌNH CỦA CHÂU Á



Nguồn: Thông tin của Công ty, Euromonitor, BCG (Tháng 11/2018).

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

Các phần dưới đây sẽ cung cấp một cái nhìn tổng quát và cập nhật về các lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh của Masan.

Ngành Bán lẻ của Việt Nam

Khi Việt Nam dỡ bỏ hoàn toàn các hạn chế về COVID vào đầu năm 2022, người tiêu dùng ngay lập tức quay trở lại cửa hàng và chi tiêu trở lại. Tuy nhiên, diễn biến tích cực đó đã bị hạn chế bởi các yếu tố vĩ mô như lạm phát, lãi suất tăng kết hợp với xuất khẩu suy giảm và giá trị tài sản cá nhân giảm đã làm ảnh hưởng đến tâm lý và hành vi của người tiêu dùng.

Trong quá trình phục hồi kinh tế sau đại dịch, Việt Nam đã phải đối mặt với thêm nhiều khó khăn tiếp tục gây ra sự gián

đoạn cho ngành bán lẻ tiêu dùng. Mặc dù du lịch nước ngoài bắt đầu phục hồi, nhưng số lượng du khách vẫn thấp hơn mức trước COVID-19, trong đó có thị trường khách Trung Quốc vẫn chưa quay trở lại. Ngoài ra, nhu cầu toàn cầu sụt giảm dẫn đến xuất khẩu và sản xuất giảm, khiến mức tăng trưởng kinh tế chỉ đạt 5,94% trong Q4/2022 so với cùng kỳ năm ngoái. Điều này dẫn đến thị trường lao động suy yếu và tình trạng sa thải hàng loạt, càng ảnh hưởng đến sức mua và hành vi mua hàng của người tiêu dùng. Theo khảo sát về người tiêu dùng của McKinsey, người tiêu dùng đã chọn mua sắm ở các kênh

giá thấp hơn trong khi phân bổ ngân sách nhiều hơn vào chi tiêu cho nhu cầu trải nghiệm/dịch vụ đã bị hạn chế trong thời kỳ dịch bệnh. Do đó, mặc dù Việt Nam vẫn có sự phục hồi nhất định trong tiêu dùng nội địa vào năm 2022, với mức tăng 19,8% so với cùng kỳ năm ngoái về doanh thu bán lẻ và dịch vụ, nhưng chủ yếu đến từ nhu cầu dịch vụ tăng cao.

Tuy nhiên, các yếu tố cơ bản thúc đẩy tăng trưởng của lĩnh vực bán lẻ sẽ vẫn ổn định và chúng tôi kỳ vọng tâm lý người tiêu dùng sẽ không còn thất chặt ở nửa cuối năm 2023.

Với tầng lớp trung lưu tăng nhanh nhất khu vực Đông Nam Á, Việt Nam đang chứng kiến một sự tăng trưởng bùng nổ trong lĩnh vực tiêu dùng và bán lẻ. Dự kiến, xu hướng này sẽ tiếp tục phát triển nhờ vào cơ cấu dân số trẻ và nhu cầu mua sắm mạnh mẽ của người tiêu dùng. Thêm vào đó, sự phát triển của thương mại điện tử và các kênh bán lẻ kỹ thuật số tại Việt Nam cũng đang được quan tâm. Với cơ hội tăng nhu cầu của người tiêu dùng trong nước, cơ cấu dân số của Việt Nam đang tạo ra một tiềm năng lớn và dự kiến sẽ tiếp tục trong vài thập kỷ tới.

- Có những xu hướng khác liên quan đến thực tế dân số này sẽ ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng, bao gồm (i) số lượng phụ nữ trong lực lượng lao động tăng, (ii) đô thị hóa gia tăng, (iii)

lối sống bận rộn hơn và (iv) tăng cường tiếp cận marketing. Những xu hướng này có thể dẫn đến các thay đổi cấu trúc trong thị trường tiêu dùng, bao gồm (i) nhu cầu tăng về thực phẩm tiện lợi, (ii) tập trung mạnh hơn vào chất lượng và khía cạnh sức khỏe của sản phẩm, (iii) sự hợp nhất và sự ưa chuộng lớn hơn đối với các sản phẩm thương hiệu và (iv) nhu cầu về sản phẩm mới và biến thể. Với một trong những tầng lớp trung lưu tăng nhanh nhất ở Đông Nam Á, Việt Nam đang trải qua tốc độ tăng trưởng kinh tế phi thường, đặc biệt là trong các lĩnh vực tiêu dùng và bán lẻ. Mặc dù có sự giảm tạm thời về nhu cầu do thách thức về vĩ mô, xu hướng này có vẻ sẽ tiếp tục trong trung và dài hạn. Euromonitor ước tính quy mô thị trường bán lẻ nhu yếu phẩm đạt hơn 52 tỷ USD. Đặc biệt, nhu yếu phẩm hiện đại dự kiến sẽ phát triển nhanh nhất trong khu vực. Thị trường nhu yếu phẩm hiện đại của Việt Nam dự kiến sẽ tăng trưởng 25,8% so với mức tăng trưởng 11,2% của Philippines, 11,1% của Indonesia, 7,0% của Malaysia và 6,4% của Thái Lan.

- Trong phân khúc nhu yếu phẩm, tỷ lệ thâm nhập bán lẻ hiện đại của Việt Nam đạt 11% vào năm 2022, đây là mức rất thấp so với các nước Đông Nam Á khác. Con số này dự kiến sẽ tăng lên 26% vào năm 2025, do thị trường tạp hóa đang trên đà hiện đại hóa đáng kể.

Nếu đi theo đường cong chữ S của các quốc gia Đông Nam Á tương đương, thị trường nhu yếu phẩm hiện đại dự kiến sẽ tăng từ 4 tỷ USD hiện tại lên 20 tỷ USD vào năm 2025.

- Tỷ lệ thâm nhập thương mại điện tử của Việt Nam còn thấp, chỉ chiếm 3% tổng doanh số bán lẻ, nhưng tỷ lệ này dự kiến sẽ tăng nhanh trong 5 năm tới và giữ được sự tăng trưởng đáng kể trong dài hạn. Động lực của sự tăng trưởng này là nhờ nhóm dân số trẻ của Việt Nam và tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh cao hiện nay lên đến hơn 80% dân số trên 15 tuổi. Lĩnh vực thương mại điện tử vẫn còn ở giai đoạn đầu mới phát triển và các yếu tố chính để thành công trong lĩnh vực này bao gồm vượt qua các thách thức logistics, đặc biệt là giao hàng chặng cuối; kiểm soát tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt cao; và xây dựng niềm tin của người tiêu dùng. Masan tin rằng một nền tảng vững chắc ngoại tuyến như chúng tôi đang có là tiền đề quan trọng để chiến thắng trong chiến lược trực tuyến.

Thông qua TCX, MSN đặt mục tiêu nắm bắt những xu hướng thuận lợi này và giải quyết những điểm yếu kém bằng cách tạo ra một nền tảng bán lẻ tiêu dùng tích hợp sẽ thay đổi cuộc sống của người tiêu dùng Việt Nam với các sản phẩm và dịch vụ B2C đa dạng, một hành trình số hóa O² phù hợp với bối cảnh thị trường Việt Nam, được hỗ

trợ mạng lưới logistics đầu cuối, hệ thống thanh toán, nền tảng khách hàng thân thiết kết nối người tiêu dùng với hệ sinh thái tất cả các dịch vụ của MSN và phân tích dữ liệu dựa trên AI/ML để cải thiện hiệu quả kinh doanh và trải nghiệm của người tiêu dùng.

Ngành FMCG của Việt Nam

Năm 2022, ngành hàng tiêu dùng nhanh tăng trưởng ở mức 5% ở bốn thành phố lớn tại Việt Nam và 11% ở khu vực nông thôn, theo dữ liệu của công ty tư vấn Kantar Worldpanel. Tuy nhiên, nhóm ngành thực phẩm đóng gói có tốc độ tăng trưởng chậm hơn nhiều ở mức -5% tại bốn thành phố lớn và chỉ 5% ở khu vực nông thôn.

Nền kinh tế dự kiến sẽ phục hồi trong 6 tháng cuối năm 2023, cũng sẽ kéo theo sự tăng trưởng trở lại của thị trường hàng tiêu dùng nhanh.

GIA VỊ

Theo Euromonitor, quy mô thị trường nước chấm, nước sốt và gia vị ước đạt 36,7 nghìn tỷ đồng trong năm 2022. Trong phân khúc nước chấm, nước mắm tiếp tục nắm giữ tỷ trọng lớn nhất, tiếp đến là nước tương và tương ớt. Trong vòng 5 năm qua, toàn bộ phân khúc gia vị đạt tăng trưởng CAGR xét về giá trị ở mức 5,2%. Trong những năm gần đây, xu hướng cao cấp hóa dựa trên các xu hướng chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp ở Việt Nam,



đặc biệt sau đại dịch COVID-19, đã nổi lên rõ rệt. Người tiêu dùng, đặc biệt là người thành thị sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm cao cấp có thương hiệu.

Masan đang tiếp tục là công ty thiết lập xu hướng và dẫn đầu thị trường trong ngành gia vị nhờ luôn chú trọng vào năng lực Nghiên cứu & Phát triển vượt trội, thiết lập lộ trình cụ thể để ra mắt các phát kiến đột phá, mang lại nhiều sản phẩm cao cấp tốt cho sức khỏe được hỗ trợ bởi quy mô sản xuất, công nghệ, và mạng lưới phân phối vươn rộng khắp cả nước. Theo Euromonitor, nước mắm, nước tương và tương ớt của Masan lần lượt sở hữu 46%, 43% và 65% thị phần. Năng lực xây dựng thương hiệu cũng như đổi mới sản phẩm của Masan là tiền đề để Masan ra mắt một số thương hiệu cao cấp. Trong năm 2022, các thương hiệu nước mắm cao cấp chiếm 10,2% tổng danh mục sản phẩm nước mắm của Tập đoàn và thương hiệu cao cấp.

THỰC PHẨM TIỆN LỢI

Quy mô thị trường thực phẩm tiện lợi bao gồm cơm, mì ống và mì ăn liền được ước tính đạt 60,5 nghìn tỷ đồng vào năm 2022 và được dự báo sẽ tăng trưởng hai con số trong vòng 3 năm tới. Đổi mới tiếp tục là yếu tố quan trọng thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường mì ăn liền tại Việt Nam. Nhóm khách hàng chính của loại sản phẩm này là người trẻ tuổi, họ có tư duy sẵn sàng trải nghiệm các sản phẩm

và hương vị mới. Ngoài ra, với trình độ học vấn cao và nhận thức về sức khỏe, nhu cầu cho các sản phẩm mì ăn liền lành mạnh cũng dự kiến sẽ tăng cao.

Hiện tại, có hơn 50 nhà sản xuất mì ăn liền tại Việt Nam, với 70% thị phần thuộc về Acecook Việt Nam, Masan và Asia Food. Mặc dù thị trường đã được chiếm lĩnh bởi một số công ty lớn, nhưng vẫn bị phân mảnh với sự hiện diện của nhiều tên tuổi bao gồm cả trong và ngoài nước tham gia. Các công ty thị trường trong nước đều sở hữu ưu thế riêng tại các vùng địa lý cụ thể, nơi mà họ sẽ cần tập trung để tiếp tục duy trì vị thế của mình. Tuy nhiên, thị trường quy mô lớn này cũng còn nhiều cơ hội cho cả các doanh nghiệp lớn và nhỏ để đánh vào các phân khúc khách hàng ngách. Các sản phẩm mì nhập khẩu cũng đang dần trở nên phổ biến hơn, và còn nhiều tiềm năng cho món mì ống để mở rộng từ mức hiện tại. Các nhà sản xuất mì ăn liền của Hàn Quốc là Nongshim và Ottogi cũng đang tăng cường hoạt động tại Việt Nam và coi Việt Nam là cửa ngõ thâm nhập vào thị trường Đông Nam Á.

Trong thời gian phong tỏa vì COVID-19, ngành hàng thực phẩm tiện lợi có được tác động tích cực từ xu hướng tích trữ của người tiêu dùng. Tuy nhiên, sang năm 2022, ảnh hưởng của việc tích trữ do COVID-19 đã hết và lượng tiêu thụ mì quay trở về mức bình thường. Doanh số bán lẻ tại cửa hàng đã bình ổn trong năm

và người tiêu dùng cũng an tâm hơn khi mua sắm thường xuyên tại cửa hàng, vì vậy họ cảm thấy không cần thiết phải tích trữ thực phẩm thiết yếu có thời hạn sử dụng dài, chẳng hạn như mì ăn liền.

ĐỒ UỐNG

Đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng đến doanh số sản phẩm đồ uống tại Việt Nam trong năm 2021, do kênh tiêu dùng tại chỗ đã giảm mạnh. Năm 2022, khi không còn tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19, sản lượng đồ uống đã tăng 7% tại 4 thành phố lớn và 10% tại khu vực nông thôn, theo Kantar. Trong toàn bộ phân khúc đồ uống, trà đóng gói uống liền, cacbonat, nước đóng chai, cà phê và nước tăng lực là những sản phẩm chiếm thị phần lớn nhất tính theo giá trị. Masan đang cạnh tranh trong 3 ngành hàng đồ uống lớn nhất ở Việt Nam là nước tăng lực, nước uống đóng chai, và cà phê. Kế hoạch sắp tới là tiếp tục đánh giá cơ hội và tiềm năng xây dựng các thương hiệu đột phá ở các ngành hàng quy mô lớn khác trong lĩnh vực đồ uống nói chung.

Nước tăng lực

Cuộc sống ngày càng bận rộn và căng thẳng hơn là một trong những yếu tố khiến ngành nước tăng lực tại Việt Nam phát triển mạnh mẽ, với quy mô thị trường trị giá 18 nghìn tỷ đồng năm 2022. Các quảng cáo thường tập trung vào câu chuyện nước



tăng lực có thể mang lại một cú huých năng lượng, giúp cho người tiêu dùng đáp ứng được lịch trình làm việc bận rộn. Một động lực tăng trưởng khác đến từ nhu cầu sử dụng nước tăng lực của tầng lớp lao động trong sản xuất, nông nghiệp và vận tải.

Red Bull Vietnam hiện đang đứng đầu thị trường, theo sau đó là Suntory Pepsico và Tân Hiệp Phát. Masan bước chân vào ngành hàng này vào năm 2015 với sản phẩm nước tăng lực vị cà phê Wake-up 247 và đã nhanh chóng củng cố vị thế là thương hiệu lớn thứ 4 trên thị trường. Với sự ra đời của thương hiệu “Compact” và “Hỗ Vần”, Masan hiện đang tập trung xây dựng một danh mục sản phẩm hoàn chỉnh cho ngành hàng

này với sự hậu thuẫn của các chương trình marketing chiến lược và hệ thống phân phối rộng lớn nhất cả nước.

Nước đóng chai

Thị trường nước đóng chai ở Việt Nam, với quy mô thị trường trị giá 6,5 nghìn tỷ đồng năm 2022, được dự báo sẽ tăng trưởng hai chữ số trong ngắn và trung hạn, với nguyên nhân đến từ chất lượng nguồn nước ngày càng suy giảm một số vùng, dẫn đến nhu cầu có nước uống sạch và an toàn tăng mạnh. Thêm vào đó, phần đông dân số vẫn đang thiếu nước sạch, do tốc độ tăng dân số và đô thị hóa quá nhanh. Mặc dù nhu cầu về nước đã

được những đơn vị cấp nước đô thị phần nào đáp ứng tình trạng này sẽ vẫn làm cho nhu cầu nước đóng chai tại Việt Nam ngày càng tăng.

Masan bắt đầu ngành hàng này bằng việc mua lại 2 thương hiệu nước đóng chai được tin dùng nhất tại Việt Nam: Vĩnh Hảo và Quang Hanh. Bên cạnh đó, trong hơn 2 năm qua, Masan đã xây dựng thương hiệu “Vivant” - sản phẩm nước khoáng cao cấp mới và nhận được phản hồi tích cực từ người tiêu dùng kể từ khi ra mắt.

Cà phê

Việt Nam là nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới sau Brazil với quy mô thị trường được ước tính trị giá 10,8 nghìn tỷ đồng năm 2022. Lối sống bận rộn và thời gian làm việc dài hơn như hiện nay dự kiến sẽ thúc đẩy tăng trưởng dài hạn cho ngành hàng này. Thị trường cũng sẽ hưởng lợi khi các nhà sản xuất tiếp tục giới thiệu các sản phẩm cà phê gu đậm hơn, phù hợp với thị hiếu truyền thống của người tiêu dùng Việt Nam. Masan tiếp tục là một trong những công ty dẫn đầu thị trường ở phân khúc cà phê hòa tan, thông qua thương hiệu “Vinacafé” và “Wake-up”. Trong thời gian tới, Masan nhắm đến việc mở rộng sang các định dạng sản phẩm khác như cà phê rang xay, cà phê uống liền để đạt được tăng trưởng bền vững trong dài hạn.



Bia

Quy mô thị trường bia ước tính đạt 107,8 nghìn tỷ đồng với lượng khách hàng thích uống bia như một phần của văn hóa và cuộc sống. Bia là sản phẩm rất phổ biến đối với người tiêu dùng Việt Nam có thu nhập khác nhau, do giá các sản phẩm này phù hợp hơn so với sản phẩm rượu vang và rượu mạnh. Bên cạnh đó, người tiêu dùng cũng đang chuyển sang sử dụng bia vì lý do sức khỏe khi bia được đánh giá là ảnh hưởng đến sức khỏe ở mức thấp hơn so với rượu mạnh do nồng độ cồn thấp. Doanh nghiệp trong phân khúc bia có thể thực hiện các chiến dịch quảng cáo thường xuyên, bao gồm quảng cáo trên truyền hình, để duy trì và nâng cao nhận thức về thương hiệu, trong khi các doanh nghiệp rượu mạnh không được thực hiện điều đó do những sản phẩm này có nồng độ cồn trên 15%. Các sản phẩm bia cao cấp cũng đang dần phổ biến hơn tại Việt Nam. Ngày càng nhiều người tiêu dùng quan tâm hơn đến các sản phẩm bia cao cấp có chất lượng và hương vị tốt hơn. Do đó, hầu hết doanh nghiệp đang tập trung vào thiết kế nhãn sản phẩm để quảng bá hình ảnh thương hiệu cao cấp.

Ngành hàng bia của Masan đạt doanh thu tăng trưởng 16% trong năm 2022 nhờ ra mắt thành công nhãn hiệu bia “Red Ruby”, cộng với việc thực hiện các chiến dịch tiếp thị chiến lược và tăng cường phạm vi phân phối thông qua mạng lưới bán lẻ hiện đại của WCM.

SẢN PHẨM CHĂM SÓC CÁ NHÂN VÀ GIA ĐÌNH

Chăm sóc cá nhân và gia đình là một trong những ngành hàng lớn nhất và hấp dẫn nhất tại Việt Nam với giá trị thị trường hơn 4,5 tỷ USD, hiện đang bị chi phối bởi các doanh nghiệp nước ngoài. Doanh thu mảng kinh doanh sản phẩm chăm sóc gia đình được Euromonitor ước tính đạt 42 nghìn tỷ đồng trong năm 2022, trong đó chiếm tỷ trọng lớn nhất là giặt-xà (60%) và tiếp theo là rửa chén (18%). Các sản phẩm làm đẹp và chăm sóc cá nhân ước tính mang lại 62 nghìn tỷ đồng vào năm 2022, trong đó chăm sóc tóc và da là 2 ngành hàng lớn nhất.

Kết quả là người tiêu dùng ở Việt Nam hiện đang phải chi trả quá cao cho các sản phẩm này, bằng chứng là Việt Nam có mức chi tiêu bình quân đầu người cao nhất cho danh mục sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình trong số các thị trường tại Đông Nam Á. Masan tin rằng thị trường sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình tại Việt Nam vẫn còn rất sơ khai khi so sánh với các thị trường phát triển khác. Vì vậy, đây là thị trường giàu tiềm năng và có nhiều triển vọng để xây dựng các thương hiệu nội địa vững mạnh.

Ngành hàng HPC của Masan đóng góp 1,6 nghìn tỷ đồng doanh thu thuần trong năm 2022 mặc dù đại dịch làm giảm nhu cầu đối với sản phẩm bột giặt. Sản phẩm

mới ra mắt đều đạt doanh thu khá cao. Doanh thu từ nước giặt xả Chante đạt 47 tỷ đồng sau hai quý ra mắt. Trong năm 2023, Masan sẽ phát triển một nền tảng chăm sóc cá nhân và gia đình phong phú thông qua việc xây dựng danh mục sản phẩm đột phá, đồng thời sử dụng hệ thống phân phối hiện tại có độ trùng lặp cao của Masan để khai thác tối đa sức mạnh cộng hưởng.

Ngành trà của Việt Nam

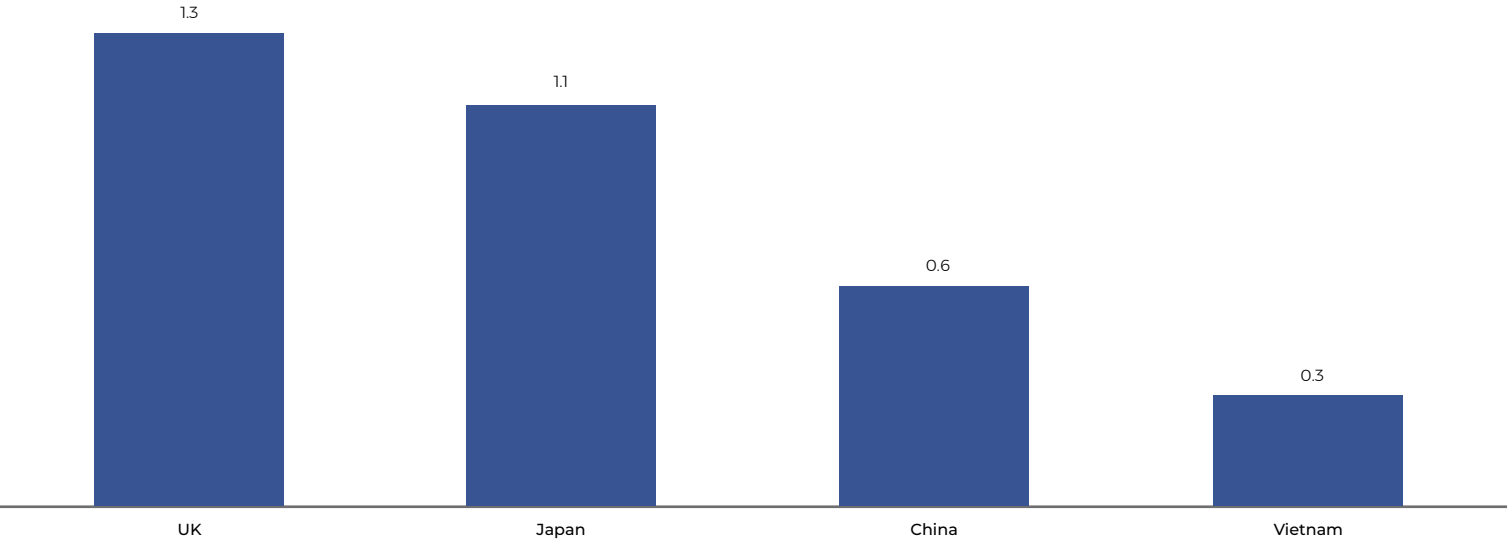
Theo dự báo của Euromonitor, các cửa hàng cà phê & trà đặc sản tiêu dùng bên

ngoài sẽ tăng trưởng 8,6%/năm, từ 1,2 tỷ USD trong năm 2022 lên 1,5 tỷ USD vào năm 2025. Trong đó, chuỗi cửa hàng cà phê & trà tăng 10%/năm, từ 626 triệu USD lên 833 triệu USD, vượt xa tốc độ tăng trưởng của các cửa hàng độc lập với tốc độ 7,0%/năm. Bên cạnh đó, mức tiêu thụ trà bình quân đầu người ở Việt Nam vẫn còn thấp so với các quốc gia khác có nền văn hóa trà tương tự, điều này mang lại lợi thế đáng kể cho thị trường trà. Mặc dù chỉ chiếm 7% tổng số chuỗi cửa hàng trà & cà phê nhưng Phúc Long đóng góp 11% doanh thu và đứng thứ 2 thị trường xét về quy mô doanh thu.

Ngoài việc chinh phục thị trường tiêu thụ trà bán lẻ (ăn uống bên ngoài), Phúc Long còn đặt mục tiêu chinh phục thị trường tiêu dùng tại nhà bằng cách tận dụng sức mạnh thương hiệu mạnh của mình trong lĩnh vực trà. Mức tiêu thụ trà tại nhà (trà đóng gói và trà uống liền) được dự báo đạt quy mô thị trường ~2,3 tỷ USD vào năm 2027, hiện đang được kiểm soát bởi các MNC hoặc các công ty truyền thống trong nước, đã đạt độ phát triển đủ để tạo đột phá cho một thương hiệu nổi tiếng về chất lượng trà thu hút đối với phân khúc khách hàng trẻ tuổi.

KHỐI LƯỢNG TRÀ TIÊU THU THEO ĐẦU NGƯỜI (KG)

Nguồn: Euromonitor



Ngành thịt của Việt Nam

Thị trường thịt của Việt Nam có nhiều tiềm năng phát triển mạnh mẽ và thâm tóm thị phần hơn nữa. Với quy mô thị trường là 15 tỷ USD, ngành này sẽ có mức tăng trưởng vượt bậc trong 5 năm tới, với kỳ vọng đạt 20% trở lên trong các mặt hàng chính như thịt heo, thịt gia cầm và thịt chế biến. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi một số yếu tố, bao gồm GDP của nền kinh tế tăng và quá trình đô thị hóa ngày càng nhanh chóng, dẫn đến nhu cầu cao hơn của người tiêu dùng đối với đạm động vật.

Một trong những động lực chính của thị trường thịt Việt Nam là mức tiêu thụ thịt heo cao, loại thịt phổ biến nhất trong nước. Theo Tổng Cục Thống kê, trong năm 2022, sản lượng thịt heo chiếm tỷ lệ cao nhất trong các sản phẩm chăn nuôi chính của Việt Nam, lên tới hơn 4,3 tỷ tấn, tiếp đến là thịt gia cầm, thịt bò và thịt bê. Mặc dù ghi nhận mức tăng trưởng 6% trong năm 2022, nhưng ngành này gặp một số khó khăn do phụ thuộc vào nhập khẩu thức ăn và con giống, cũng như những thách thức trong giết mổ, chế biến, kiểm soát dịch bệnh và an toàn thực phẩm. Mặc dù vẫn có những đợt bùng phát dịch tả heo châu Phi kể từ năm 2021 trong các nông hộ, nhưng dự kiến sẽ không ảnh hưởng đáng kể đến nguồn cung tổng thể. Giá heo hơi trải qua nhiều biến động trong năm 2022 và đạt đỉnh vào

cuối tháng 7 trước khi giảm do nhu cầu giảm. Với giá heo như hiện nay, hầu hết các trang trại chăn nuôi đang phải chịu lỗ do giá thành chăn nuôi tăng cao trong bối cảnh giá sản phẩm nông nghiệp hoặc thức ăn chăn nuôi cao hơn, dao động từ 7% đến 27%, trong đó mức tăng cao nhất thuộc về các thành phần liên quan đến ngũ cốc tăng 27,2% trong 12 tháng qua do giá sản phẩm nông nghiệp hoặc chăn nuôi cao hơn.

Việt Nam có mức tiêu thụ thịt heo bình quân đầu người cao thứ hai thế giới, chỉ sau Trung Quốc. Ngoài thịt heo, tỷ lệ tiêu thụ gia cầm trong nước cũng ở mức cao, khiến Việt Nam trở thành một trong những quốc gia tiêu thụ đạm động vật hàng đầu trong số các thị trường mới nổi khác. Với thị trường thịt heo (10 tỷ USD), thịt gia cầm (2,5 tỷ USD) và thịt chế biến (3 tỷ USD) chưa được khai thác, ngành thịt của Việt Nam sẵn sàng cho bước tăng trưởng đáng kể trong quá trình đáp ứng nhu cầu của dân số ngày càng tăng.

Mặc dù có tiềm năng to lớn, nhưng thị trường thịt Việt Nam kém phát triển, không có tiêu chuẩn thống nhất, không có doanh nghiệp quy mô và dẫn đầu thị trường. Nguồn gốc thịt và vệ sinh an toàn thực phẩm là mối quan tâm hàng đầu của người tiêu dùng và chưa có sản phẩm nào hiện nay đáp ứng được ba tiêu chí ngon, an toàn và giá cả hợp lý. Nguyên nhân là do năng suất thấp, chuỗi giá trị

manh mún và chưa chuẩn hóa. Sự chuyển hướng sang tiêu dùng thịt mát dự kiến sẽ đạt 15% vào năm 2027, do quá trình đô thị hóa nhanh chóng, sự thâm nhập của kênh bán lẻ hiện đại và thu nhập khả dụng tăng cao. Tương tự, thị trường gia cầm cũng kém hiệu quả và manh mún như vậy, với năng suất thấp, tỷ lệ gia cầm chết cao và được coi là đặc biệt kém hiệu quả. Thịt chế biến sẵn vẫn còn dư địa phát triển lớn, với một thị trường không có thương hiệu, không được chuẩn hóa và rất phân mảnh đặt ra nhu cầu hợp nhất, như xu hướng chung đã diễn ra ở Trung Quốc và Thái Lan trong thập kỷ qua.

Do đó, những công ty hàng đầu có khả năng giành thị phần từ xu hướng hợp nhất và khả năng tích hợp ngành dọc mạnh mẽ có thể sẽ giành thị phần lâu dài trên thị trường thịt Việt Nam. MML có vị thế đặc biệt để tận dụng các xu hướng ngành tất yếu trong trung và dài hạn này tại Việt Nam.

MML đã mở rộng mạng lưới phân phối thông qua hệ thống bán lẻ gồm 130 siêu thị WinMart và 3.268 cửa hàng WinMart+ trên toàn quốc tính đến cuối năm 2022. MML cũng đã giảm giá để trở nên cạnh tranh hơn với chợ bán đồ tươi sống, bao gồm chương trình giá độc quyền cho các thành viên WIN, từ đó giúp tăng sản lượng và công suất sử dụng các nhà máy chế biến. Thành công ban đầu của MML đã được chứng minh qua doanh thu tăng



từ 30% đến 60% tại các cửa hàng WCM thí điểm, thể hiện sức mạnh hợp lực giữa WCM và MML. Chiến lược định giá này không chỉ giúp cho nhiều người tiêu dùng có cơ hội sử dụng thịt có chất lượng cao hơn mà còn gia tăng sản lượng, dẫn đến gia tăng công suất sử dụng của nhà máy và giảm chi phí sản xuất tính trên mỗi đơn vị. Điều này sẽ giúp cho MML gia tăng tỷ suất lợi nhuận trong dài hạn.

THỊT CHẾ BIẾN

Người tiêu dùng có nhu cầu cao hơn về khẩu vị, dinh dưỡng và mức giá hợp lý của các sản phẩm thực phẩm, điều này thể hiện trong việc tăng lượng tiêu thụ

thịt và hải sản trong ẩm thực Việt. Trong năm 2022, theo Euromonitor, tổng doanh thu bán thịt và hải sản chế biến đạt gần 12 nghìn tỷ đồng, trong đó thịt chế biến đóng góp 39%, hải sản chế biến 49% và sản phẩm thay thế thịt 12%.

Thịt và hải sản chế biến được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh trong dài hạn. Mức độ phổ biến rộng rãi của các sản phẩm này trên toàn quốc và sự đón nhận của thị trường trong nước đối với các sản phẩm mới chưa được người tiêu dùng trong nước thử nghiệm trước thời điểm cách ly xã hội có nhiều tiềm năng sẽ phát triển hơn nữa. Bên cạnh đó, các nhãn hiệu và sản phẩm bắt đầu được sử dụng trong

thời kỳ đại dịch có thể ngày càng trở nên phổ biến do đã gắn liền với thói quen của người tiêu dùng.

Thông qua hợp tác với một trong những công ty hàng đầu trong ngành thịt chế biến tại Hàn Quốc là Jin-Ju Ham, Masan đã xây dựng các thương hiệu được yêu thích như Heo Cao Bồi, Ponnies, v.v. và phân phối rộng khắp trên thị trường. Kết quả kinh doanh cho thấy danh mục thịt chế biến có doanh số tăng 55% trong năm 2022, và kỳ vọng tiếp tục tăng trưởng nhờ lộ trình đưa sản phẩm mới ra thị trường được hoạch định bài bản, nắm bắt thị hiếu và khẩu vị của người tiêu dùng Việt Nam.

Ngành ngân hàng tại Việt Nam

Năm 2022, sau sự kiện Vạn Thịnh Phát/ Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn, có thời điểm lãi suất liên ngân hàng liên tục biến động. Tuy vậy, lãi suất liên ngân hàng được bình ổn sau đó cho thấy NHNN đã giải quyết hiệu quả mọi lo ngại về thanh khoản có thể phát sinh trong hệ thống ngân hàng. Tăng trưởng tín dụng năm 2022 đạt 12,8% so với mức 12,5% của năm 2021.

Techcombank có lợi thế vững chắc khi đối mặt với những khó khăn gần đây

trong lĩnh vực trái phiếu doanh nghiệp và bất động sản chủ yếu nhờ khả năng huy động vốn với chi phí thấp và tỷ lệ CASA cao. Phần lớn CASA của ngân hàng đến từ khách hàng cá nhân, do đó ít bị ảnh hưởng bởi những thay đổi về lãi suất hơn so với khách hàng doanh nghiệp. Tập khách hàng giàu có của ngân hàng cũng giúp duy trì chi phí vốn ở mức thấp, cho phép ngân hàng đưa ra lãi suất cho vay cạnh tranh và chuyển sang các doanh nghiệp vừa và nhỏ khi thị trường bất động sản chịu áp lực đáng kể.

Một bộ phận đáng kể dân số Việt Nam vẫn chưa được phục vụ đầy đủ và chưa được

tiếp cận toàn diện với các dịch vụ để đáp ứng nhu cầu tài chính, do mô hình ngân hàng truyền thống không phù hợp để mở rộng phạm vi phân phối đến mọi miền đất nước. 2/3 người dân Việt Nam chưa có tài khoản ngân hàng, do đó, vẫn phải sử dụng các kênh cho vay tiêu dùng phi chính thức, dù chi phí cao gấp 3-5 lần so với các khoản vay ngân hàng. Chỉ 11% dân số được tiếp cận với các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, còn tỷ lệ sử dụng thẻ tín dụng chỉ mới đạt khoảng 5%. Sở dĩ tỷ lệ thâm nhập thấp như vậy là do người tiêu dùng thiếu tin tưởng vào các kênh ngân hàng chính thống và chi phí dịch vụ cao.

Masan đặt mục tiêu giải quyết những khó khăn này bằng cách sử dụng mạng lưới phân phối từ Offline đến Online và số hóa hồ sơ người tiêu dùng bằng công cụ chấm điểm tín dụng được hỗ trợ bởi trí tuệ nhân tạo và máy học. Thông qua hợp tác với Techcombank (“TCB”), các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt và không dùng thẻ mới (“T-Pay”) tại 266 cửa hàng WIN và WinMart+ đã cho thấy sức hút đáng kể. Cho đến nay, đã có gần 41.000 tài khoản ngân hàng TCB được mở tại chuỗi WCM. Tỷ lệ giao dịch được thanh toán bằng T-Pay tại Hà Nội, Hồ Chí Minh, Hải Dương và Cần Thơ lần lượt là 24,4%, 16,5%, 18,2% và 5,4%. Các điểm tiếp xúc offline của Masan sẽ giúp xây dựng niềm tin của người tiêu dùng bằng cách tư vấn và hướng dẫn về các sản phẩm tài chính như bước đầu tiếp cận các dịch vụ ngân hàng.

Bên cạnh đó, quá trình chấm điểm tín dụng, sàng lọc và đánh giá khách hàng sẽ cho phép Masan cá nhân hóa các dịch vụ tài chính như cho vay tiêu dùng, thẻ tín dụng đối tác, mua trước trả sau, giải pháp tiết kiệm và bảo hiểm cho người tiêu dùng ngoài khả năng tạo khách hàng tiềm năng cho các ngân hàng và tổ chức tài chính khác.

Ngành viễn thông tại Việt Nam

Thị trường viễn thông Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây, chủ yếu do dân số, dịch vụ truyền thông và dịch vụ điện thoại thông minh ngày càng tăng. Tính đến cuối năm 2021, cả nước có tổng cộng 128,8 triệu thuê bao, tương ứng với tỷ lệ thuê bao là hơn ~130%. Thị trường viễn thông tăng trưởng chủ yếu nhờ các dịch vụ kết nối tới các nhà cung cấp nội dung cao cấp trong nước. Tuy vậy, người tiêu dùng cũng được hưởng các cơ chế pháp lý hiệu quả và cấp tiến cho các dịch vụ này. Doanh thu từ dịch vụ viễn thông tăng lên sau khi đại dịch xảy ra do người dùng chủ yếu làm việc tại nhà và dành nhiều thời gian hơn để phát trực tuyến video, trò chơi và các hình thức giải trí khác. Đơn vị viễn thông lớn nhất là Viettel, tiếp đến là MobiFone và VinaFone.

Theo ước tính của Euromonitor, thị trường

viễn thông di động được định giá 7,2 tỷ USD vào năm 2022. Thị trường đã có lịch sử tăng trưởng với tốc độ khoảng 70% mỗi năm từ 2017 đến 2022 và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ trong 5 năm tới. Tuy vậy, tỷ lệ thuê bao băng rộng cố định ở Việt Nam vẫn còn thấp, do số lượng đường truyền cố định còn hạn chế và nền tảng di động vẫn là nền tảng được sử dụng chính.

Thị trường viễn thông Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây, chủ yếu do dân số, dịch vụ truyền thông và dịch vụ điện thoại thông minh ngày càng tăng. Tính đến cuối năm 2021, cả nước có tổng cộng 128,8 triệu thuê bao, tương ứng với tỷ lệ thuê bao là hơn ~130%. Thị trường viễn thông tăng trưởng chủ yếu nhờ các dịch vụ kết nối tới các nhà cung cấp nội dung cao cấp trong nước. Tuy vậy, người tiêu dùng cũng được hưởng các cơ chế pháp lý hiệu quả và cấp tiến cho các dịch vụ này. Doanh thu từ dịch vụ viễn thông tăng lên sau khi đại dịch xảy ra do người dùng chủ yếu làm việc tại nhà và dành nhiều thời gian hơn để phát trực tuyến video, trò chơi và các hình thức giải trí khác. Đơn vị viễn thông lớn nhất là Viettel, tiếp đến là MobiFone và VinaFone.

Masan gia nhập lĩnh vực viễn thông vào tháng 9 năm 2021 bằng cách mua lại cổ phiếu và nắm quyền kiểm soát Mobicast, hoạt động dưới thương hiệu Reddi. Để

bước đầu tích hợp Mobicast vào hệ sinh thái bán lẻ tiêu dùng của Masan vào năm 2022, việc thí điểm các chương trình tặng sim tại các cửa hàng bán lẻ WIN và WinMart+ đã đạt được sức hút đáng kể khi đạt được chỉ tiêu về số lượng thuê bao chỉ sau một nửa thời gian đề ra. Trong năm 2023, Mobicast đặt mục tiêu tiếp cận tập thuê bao từ 1,0 đến 1,5 triệu người dùng thông qua các gói ưu đãi viễn thông mới, nhằm khuyến khích sử dụng dịch vụ số và dữ liệu di động, thay vì gói dữ liệu thoại và SMS truyền thống.

Mặc dù mô hình kinh doanh MVNO sẽ giúp tiết kiệm chi phí vốn ở mức tối thiểu, Masan cũng hướng tới mục tiêu hỗ trợ tạo doanh thu với chiến lược chi phí thu hút khách hàng thấp. Masan đặt mục tiêu tích hợp các gói ưu đãi viễn thông với hệ sinh thái tiêu dùng rộng lớn hơn của Tập đoàn, bao gồm các đặc quyền và ưu đãi dành cho thành viên khi mua các sản phẩm và dịch vụ của chúng tôi. Masan đặt mục tiêu tận dụng tập người tiêu dùng lớn hiện có với hàng triệu thành viên trên WinCommerce, Phúc Long Heritage và Techcombank. Ngoài ra, chúng tôi cũng sẽ tận dụng mạng lưới 3.400 cửa hàng bán lẻ hiện đại trên toàn quốc của WinCommerce để rút ngắn lộ trình tiếp cận thị trường, đảm bảo hiệu quả về chi phí với khả năng mở rộng đến 300.000 cửa hàng bán lẻ truyền thống của Masan Consumer.



Ngành Vonfram toàn cầu

Theo báo cáo của Roskill, giá trị thị trường vonfram toàn cầu ước tính đạt 102.976 tấn trong năm 2022, dự kiến sẽ tăng lên 115.000 tấn vào năm 2027, với tốc độ tăng trưởng CAGR là 2,2%. Thị trường tăng trưởng trở lại nhờ các ngành công nghiệp sử dụng cuối cùng đã phục hồi trong giai đoạn hậu COVID-19. Triển vọng mở rộng ngành sản xuất ô tô sau khủng hoảng và tăng cường hoạt động trong lĩnh vực hàng không vũ trụ & quốc phòng, luyện kim khai khoáng dự kiến sẽ làm tăng nhu cầu đối với vonfram thành phẩm, bao gồm tấm kim loại cứng, hợp kim và sản phẩm nghiền.

Tương tự như vậy, tốc độ gia tăng dự kiến về nhu cầu đối với các sản phẩm điện và

điện tử trong môi trường dân sinh, thương mại và công nghiệp được kỳ vọng sẽ cải thiện mức tiêu thụ vonfram. Bên cạnh đó, tiềm năng tăng trưởng trong hoạt động kỹ thuật công nghiệp, đặc biệt là ở Trung Quốc và các nước châu Á - Thái Bình Dương khác, sẽ thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm vonfram nghiền như thanh, tấm và dây vonfram. Trung Quốc là thị trường chính trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và cũng là nhà sản xuất vonfram lớn nhất. Tăng trưởng trong khu vực được thúc đẩy bởi tốc độ phát triển kinh tế ổn định, tăng đầu tư của khu vực công và tư nhân vào sản xuất công nghiệp cũng như những nỗ lực của chính phủ trong việc nâng cao sản lượng công nghiệp và chỉ số niềm tin vào môi trường kinh doanh.

Vào năm 2022, MHT đã đạt được tiến bộ đáng kể trong việc hiện thực hóa mục tiêu chiến lược là trở thành nền tảng kinh tế tuần hoàn hội nhập toàn cầu với việc mua lại cổ phần thiểu số (15%) trong Nyobolt, công ty tiên phong hàng đầu trong lĩnh vực hiệu suất cao và siêu -pin sạc nhanh. Những năng lực vượt trội như vậy cho phép phát triển các ứng dụng mới và nâng cao trải nghiệm khách hàng với mục tiêu cuối cùng là xe công nghiệp và hiệu suất cao, tự động hóa (người máy), thiết bị tiêu dùng, công cụ không dây, bộ lưu trữ cố định và sạc nhanh cho thiết bị di động. Ban Điều hành cũng tiếp tục tập trung vào việc hiện thực hóa các lợi ích và sức mạnh tổng hợp có được qua việc mua lại Nyobolt.



Nhà máy H.C. Starck tại Goslar, Đức

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

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

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

Tính đến ngày 31/12/2022, chúng tôi sở hữu 99,99% lợi ích kinh tế tại Công ty The Sherpa. Sherpa sở hữu trực tiếp và gián tiếp 85% lợi ích kinh tế tại Phúc Long Heritage và 70% lợi ích kinh tế tại Mobicast. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của The Sherpa cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Sherpa sở hữu 72,65% lợi ích kinh tế tại The CrownX tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2022, trong khi Masan Group gián tiếp sở hữu 12,26% lợi ích kinh tế tại The CrownX, tương đương tỷ lệ sở hữu 84,91%. Phần lợi ích kinh tế còn lại tại The CrownX thuộc sở hữu của Alibaba, Barings Private Equity Asia, SK Group, Cơ quan Đầu tư Abu Dhabi, TPG, Seatown Holdings và các nhà đầu tư khác. The CrownX, nền tảng bán lẻ-tiêu dùng hàng đầu của chúng tôi, hợp nhất lợi ích kinh tế của chúng tôi trong WCM và MCH, hai mảng kinh doanh lớn nhất của Masan Group tính theo doanh thu. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của CrownX Corporation cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2022, chúng tôi nắm giữ 72,77% lợi ích kinh tế tại MCH, phần còn lại thuộc sở hữu trực tiếp của Singha Corporation. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MCH cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2022, chúng tôi nắm giữ 71,53% lợi ích kinh tế tại WCM, phần còn lại thuộc sở hữu trực tiếp của SK Group. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của WCM cũng có tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của chúng tôi.

Tính đến ngày 31/12/2022, chúng tôi nắm giữ 94,83% lợi ích kinh tế tại MML, phần còn lại thuộc sở hữu của các nhà đầu tư bên thứ ba khác. Những sự kiện có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của MML sẽ trực tiếp ảnh hưởng đến kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của chúng ta.

Tính đến ngày 31/12/2022, chúng tôi nắm giữ 86,39% cổ phần tại MHT, phần còn lại thuộc sở hữu của Mitsubishi Materials Corporation, ban quản lý và các nhà đầu tư khác. Những sự kiện có ảnh hưởng đến

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

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

WCM vận hành một trong những hệ thống bán lẻ hiện đại lớn nhất Việt Nam và cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và phân loại sản phẩm. Mức độ thâm nhập của bán lẻ hiện đại ở Việt Nam vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực và do đó chúng tôi đang phải cạnh tranh không chỉ với các nhà bán lẻ hiện đại khác mà cả các cửa hàng truyền thống với lợi thế chi phí quản lý thấp hơn. Tuy nhiên, khi tỷ lệ thâm nhập của bán lẻ hiện đại tăng lên, chúng tôi kỳ vọng sẽ trở nên cạnh tranh hơn so với các đối thủ hiện tại và tiềm năng, cả trong nước và cũng như nước ngoài. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thậm chí là phá giá để cạnh tranh. WCM có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào công nghệ, mở rộng mạng lưới và

các kênh phân phối, tăng cường thương hiệu cũng như các hoạt động quảng bá và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

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

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



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

đến kết quả hoạt động.

Masan High-Tech Materials, doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm vonfram midstream lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc, có phạm vi hoạt động toàn cầu với vị thế đáng kể trong thị trường. Cả khách hàng và đối thủ cạnh tranh của chúng ta đều là người nước ngoài vì chúng ta xuất khẩu tất cả các sản phẩm vonfram được chế biến tại Việt Nam. Nhiều đối thủ cạnh tranh của chúng ta là từ Trung Quốc, với tư cách là một trong những nhà sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm vonfram lớn

nhất thế giới với nhiều quy mô và mức độ sở hữu/hỗ trợ khác nhau của chính phủ. Ở dạng cô đặc và hóa chất, vonfram là một sản phẩm không thể hiện rõ sự khác biệt so với các sản phẩm tương tự với những khách hàng nhạy cảm về giá. MHT có lợi thế là một nhà sản xuất hóa chất ổn định và tin cậy, đồng thời là một lựa chọn thay thế cho nguồn cung từ Trung Quốc. Với việc mua lại mảng kinh doanh vonfram từ H.C. Starck, MHT đang thâm nhập sâu hơn vào chuỗi giá trị vonfram bằng cách sản xuất các sản phẩm vonfram theo đặt hàng riêng và phức tạp hơn, có chất lượng cao hơn và cạnh tranh ít hơn về giá. Tuy nhiên, không có gì đảm bảo rằng các đối thủ cạnh tranh của MHT sẽ không thể sản xuất các sản phẩm vonfram tương tự có giá trị gia tăng cao hơn cũng như giảm giá để chiếm thị phần, làm giảm tỷ suất lợi nhuận và do đó ảnh hưởng xấu đến kết quả hoạt động của chúng ta.

Mobicast là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động (“MVNO”), hoạt động với thương hiệu Reddi. MVNO thường thuê băng thông mạng từ các công ty viễn thông truyền thống, do đó, bất kỳ gián đoạn nào trong hoạt động của các doanh nghiệp viễn thông truyền thống đều có thể ảnh hưởng đến hoạt động của Mobicast. Mobicast cạnh tranh chủ yếu dựa trên chất lượng mạng, hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và các dịch vụ giá trị gia tăng. Sức ép cạnh tranh ngày càng tăng có thể khiến cho các

đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thực hiện phá giá để cạnh tranh. Mobicast có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như khuyến mãi và marketing. Những khoản chi phí này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

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

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

Mặc dù Masan Group không phụ thuộc vào bất kỳ một cá nhân riêng lẻ nào trong Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát, Ban Điều hành hoặc đội ngũ quản lý cấp cao, nhưng sự thành công của Masan Group

phụ thuộc đáng kể vào kỹ năng, trình độ, nỗ lực, cũng như khả năng tuyển dụng và giữ chân nhân họ cùng những nhân viên giỏi khác. Do sự cạnh tranh khốc liệt tại Việt Nam, chúng tôi phải thường xuyên đối mặt với nhiều thách thức trong việc tuyển dụng và giữ chân đủ chuyên viên giỏi. Việc mất đi nhân sự chủ chốt có thể gây ra ảnh hưởng bất lợi đối với hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả và triển vọng kinh doanh của Masan Group.

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

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

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

Dự án Núi Pháo bán các sản phẩm tinh quặng hoặc sản phẩm có giá trị gia tăng chế biến từ vonfram, florit, bismut và đồng.

Giá bán sản phẩm của công ty sẽ phụ thuộc vào tình hình cung cầu của thị trường quốc tế và mặt bằng giá của những sản phẩm này. Bất kỳ biến động nào về giá cả toàn cầu đối với khoáng sản mà chúng tôi bán cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh High-Tech Materials của chúng tôi.



Thảo luận của Ban Điều hành và phân tích kết quả tài chính ¹⁰

Phần này sẽ thảo luận và phân tích kết quả tài chính hợp nhất năm 2022 của Masan Group. Số liệu phân tích theo từng công ty con là số liệu kiểm toán, số liệu phân tích theo ngành là số liệu báo cáo của Ban điều hành. Để biết thêm thông tin chi tiết hơn về các công ty con và công ty liên kết niêm yết khác của chúng tôi như Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (HNX-UPCoM: “MCH”), Công ty Cổ phần Masan MEATLife (HNX-UPCoM: “MML”), Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (HNX-UPCoM: “MSR”) và Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam (“Techcombank” hoặc “TCB”; HSX: “TCB”), vui lòng tham khảo báo cáo thường niên chính thức được công bố tại website của các công ty.

Doanh thu

Đơn vị tỷ đồng	2022 Kiểm toán	2021 Kiểm toán
Doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh		
The CrownX ¹¹	56.221	58.040
Masan Consumer Holdings (“MCH”)	28.103	28.764
WinCommerce (“WCM”)	29.369	30.900
Masan MEATLife (“MML”)	4.785	18.891
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	15.550	13.564
Tổng cộng	76.189	88.629

Tổng doanh thu thuần của Masan Group giảm 14,0% xuống còn 76.189 tỷ đồng trong năm 2022 từ mức 88.629 tỷ đồng năm 2021. Trên cơ sở so sánh tương đương, nếu loại trừ doanh thu năm 2021 từ mảng thức ăn chăn nuôi của MML, doanh thu thuần năm 2022 đã tăng 2,6% so với năm ngoái. Tăng trưởng doanh thu của MSN chủ yếu đến từ MML và MHT trong khi doanh thu của WCM và MCH

giảm do mức tăng đột biến trong năm 2021, chủ yếu vì COVID-19 dẫn đến việc người tiêu dùng tích trữ hàng và chợ bán đồ tươi sống phải đóng cửa.

The CrownX, công ty hợp nhất lợi ích của chúng tôi tại WCM và MCH, ghi nhận doanh thu thuần giảm 3,1% xuống còn 56.221 tỷ đồng trong năm 2022, so với mức 58.040 tỷ đồng trong năm 2021.

Doanh thu thuần từ mảng kinh doanh hàng tiêu dùng có thương hiệu của CrownX giảm nhẹ 2,3% xuống còn 28.103 tỷ đồng trong năm 2022 từ mức 28.764 tỷ đồng năm 2021, chủ yếu do hiệu ứng cơ sở cao từ sự gia tăng bất thường vào năm 2021 do việc người tiêu dùng tích trữ hàng và tâm lý thắt chặt chi tiêu trong năm 2022. Sự sụt giảm doanh thu chủ yếu là do ngành hàng thực phẩm tiện lợi

giảm 11,4% và gia vị giảm 8,7%, những mặt hàng được tích trữ nhiều nhất trong giai đoạn COVID-19 trong năm 2021. Các ngành hàng khác có mức tăng trưởng 54,7% (thịt chế biến), 3,2% (đồ uống, bao gồm nước tăng lực, nước đóng chai, thức uống dinh dưỡng, cà phê và bia) và 4,4% (sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình) nhưng không bù đắp được sự sụt giảm của gia vị và thực phẩm tiện lợi. Nếu không tính hiệu ứng cơ sở cao vào năm 2021, MCH đã đạt mức tăng trưởng doanh thu 2,4% so với cùng kỳ năm trước. Kênh bán lẻ hiện đại đã tăng mạnh nhờ sức mạnh hợp lực với WCM đóng góp 4,2% doanh thu thông qua WCM vào năm 2022 so với 5,1% nhờ hiệu ứng cơ sở cao năm 2021 và 3,4% năm 2020.

WCM, mảng bán lẻ của The CrownX, ghi nhận doanh thu thuần giảm 5,0% từ 30.900 tỷ đồng năm 2021 xuống 29.369 tỷ đồng năm 2022, chủ yếu do hiệu ứng cơ sở cao từ sự gia tăng bất thường vào năm 2021 do việc người tiêu dùng tích trữ hàng và tâm lý thắt chặt chi tiêu trong năm 2022. Doanh thu/m2 của các cửa hàng LFL (khai trương trước năm 2021) giảm do hiệu ứng cơ sở cao vào năm 2021, sau đó tăng và bình ổn vào năm 2022 trước khi bắt đầu giảm kể từ tháng 10/2022 do nhu cầu của người tiêu dùng yếu đi. Trong khi các doanh nghiệp khác trên thị trường phải thu hẹp hoạt động, WCM là chuỗi bán lẻ nhu yếu phẩm duy nhất mở mới 730 cửa hàng WinMart+ trong năm 2022 với số cửa hàng WCM được mở mới (ròng)

xấp xỉ với số cửa hàng đóng cửa (ròng) của toàn thị trường.

Doanh thu thuần của MML năm 2022 đạt 4.785 tỷ đồng, giảm 74,7% so với mức 18.891 tỷ đồng năm 2021. Trên cơ sở so sánh tương đương, nếu loại trừ doanh thu từ mảng thức ăn chăn nuôi năm 2021, doanh thu thuần năm 2022 đã tăng 6,7% so với năm ngoái. Mảng thịt heo tích hợp, bao gồm các trại heo và nhà máy chế biến, mang lại 2.821 tỷ đồng doanh thu thuần năm 2022, giảm 5,9% so với mức 2.999 tỷ đồng năm 2021. 3F VIỆT, bao gồm chuỗi giá trị sản xuất gà hoàn chỉnh, đạt doanh thu 1.946 tỷ đồng trong năm 2022, so với mức 1.487 tỷ đồng năm 2021. Hợp lực tích hợp với hệ sinh thái của Masan đã giúp các thương hiệu heo và gà của MML được tiêu thụ trong toàn bộ hệ sinh thái của WCM.

MHT đạt 15.550 tỷ đồng doanh thu thuần trong năm 2022, tăng 14,6% so với 13.564 tỷ đồng năm 2021, nhờ hiệu quả về giá tốt hơn của các kim loại chiến lược trên thị trường toàn cầu. Cụ thể, giá APT-Low trên thị trường đã tăng từ 320 USD/mtu vào tháng 1 năm 2022 lên 344 USD/mtu vào tháng 6 năm 2022 trước khi đạt mức 330 USD/mtu vào thời điểm kết thúc năm. Ngoài ra, do nhu cầu toàn cầu mạnh mẽ đối với sản phẩm florit của MHT, công ty đã có thể đạt được mức giá bán florit trung bình cao hơn khoảng 16% trong năm 2022 so với năm 2021.



¹⁰ Nhìn chung, kết quả hoạt động theo bộ phận chỉ bao gồm các hoạt động kinh doanh vật liệu và không thể hiện tất cả các mảng kinh doanh của Masan (như Phúc Long Heritage, Mobicast, v.v.) dù báo cáo đã thể hiện tác động tài chính của tất cả hoạt động trong số liệu tài chính hợp nhất của Masan.

¹¹ Theo số liệu của Ban điều hành

Lợi nhuận gộp

Đơn vị tỷ đồng	2022 Kiểm toán	2021 Kiểm toán
Lợi nhuận gộp theo lĩnh vực kinh doanh		
The CrownX ¹²	17.565	17.513
Masan Consumer Holdings (“MCH”)	11.214	11.912
WinCommerce (“WCM”)	6.802	6.183
Masan MEATLife (“MML”)	344	2.303
Masan High-Tech Materials (“MHT”)	2.377	2.270
Tổng cộng	21.035	22.135

Lợi nhuận gộp hợp nhất giảm 5,0% từ mức 22.135 tỷ đồng năm 2021 xuống còn 21.035 tỷ đồng trong năm 2022. Biên lợi nhuận gộp của Masan Group tăng 27,6% trong năm 2022 từ mức 25,0% của năm 2021. Biên lợi nhuận gộp hợp nhất tăng là nhờ biên lợi nhuận gộp của WCM cải thiện 320 điểm phần trăm, trong khi biên lợi nhuận gộp của các công ty con khác không đổi hoặc giảm nhẹ so với năm ngoái. Biên lợi nhuận gộp của MML giảm 500 điểm phần trăm chủ yếu do giá cả hàng hóa cao hơn ảnh hưởng đến thị phần thức ăn chăn nuôi và chiến lược giá để cạnh tranh giá với chợ bán đồ tươi sống. Nhìn chung, MCH đóng góp 53% lợi nhuận gộp hợp nhất của Masan trong năm 2022, đứng thứ 2 là WCM với 32%, MHT 11% và MML 2%.

Lợi nhuận gộp của The CrownX tăng từ 17.513 tỷ đồng năm 2021 lên 17.565 tỷ đồng năm 2022, trong khi biên lợi nhuận thương mại tổng thể tăng 100 điểm phần trăm. Lợi nhuận gộp của MCH giảm ở mức 5,9% từ 11.912 tỷ đồng năm 2021 xuống 11.214 tỷ đồng trong năm 2022. Điều này được thúc đẩy bởi doanh thu thuần giảm 2,3% và tỷ suất lợi nhuận gộp giảm 150 điểm phần trăm chủ yếu do áp lực lạm phát đối với giá cả hàng hóa, nhất là vào giai đoạn cuối năm. Lợi nhuận gộp của WCM tăng trưởng ở mức 10.0%, từ 6.183 tỷ đồng năm 2021 lên 6.802 tỷ đồng trong năm 2022. Tỷ suất lợi nhuận gộp năm 2022 là 23,2% so với 20,0% năm 2021, do tổng biên lợi nhuận thương mại (“TCM”) tăng 207 điểm phần trăm so với năm ngoái. Mức tăng của TCM là minh chứng

cho sự tin tưởng của nhà cung cấp vào sự tăng trưởng trong tương lai của WCM để đầu tư với chúng tôi. Lợi nhuận gộp của MML giảm từ 2.303 tỷ đồng năm 2021 xuống còn 344 tỷ đồng năm 2022, giảm 85,1% so với cùng kỳ năm trước do do mảng thức ăn chăn nuôi của MML ngừng hoạt động, công ty thực hiện giảm giá để trở nên cạnh tranh hơn với chợ bán đồ tươi sống trong phân khúc thịt heo và doanh số bán hàng B2B kết hợp cao hơn trong Q3 năm 2022. Kết quả là biên lợi nhuận gộp giảm từ mức 12,2% năm 2021 xuống còn 7,2% trong năm 2021. Biên lợi nhuận gộp của mảng thịt heo tích hợp giảm từ 18,5% năm 2021 xuống 9,0%, chủ yếu do giá hàng hóa cao cũng như chiến lược giá của MML nhằm duy trì khả năng cạnh tranh với chợ thực phẩm tươi sống

thông qua chương trình giá độc quyền cho các Hội viên WIN. Chiến lược bảo đảm về mức giá thấp nhất này sẽ tăng số lượng và thu hút khách hàng mới cho phân khúc thịt mát, hy sinh lợi nhuận ngắn hạn để đạt được lợi nhuận dài hạn. Đối với mảng thịt gà, biên lợi nhuận gộp tăng đáng kể từ 800 điểm phần trăm lên 4,6% vào năm 2022 so với -12,6% vào năm 2021, chủ yếu nhờ tối ưu hóa chi phí nguyên vật liệu và chi phí chuyển đổi - giảm chi phí sản xuất tính trên mỗi đơn vị nhờ sản lượng bán ra nhiều hơn.

Lợi nhuận gộp của MHT tăng 4,7% lên 2.377 tỷ đồng trong năm 2022, so với mức 2.270 tỷ đồng vào năm 2021, chủ yếu do doanh thu bán hàng cao hơn với mức tăng trưởng 14,6% cùng kỳ năm trước bù đắp cho biên lợi nhuận gộp giảm xuống 15,3% vào năm 2022 so với 16,7% vào năm 2021.

Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng trong năm 2022 tăng 6,2% lên 12.512 tỷ đồng so với mức 11.786 tỷ đồng năm 2021. Nhờ vậy, chi phí bán hàng tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần trong năm 2022 tăng 16,4% so với mức 13,3% trong năm 2021.

Chi phí bán hàng của WCM, tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần, tăng 270 điểm phần trăm vào năm 2022 so với năm 2021, chủ yếu là do việc tối ưu hóa các hoạt động khuyến mại và chi phí bán

hàng để giúp các cửa hàng mới mở được chào đón nhiều hơn trong khu vực lân cận. Tỷ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu của MML cũng tăng 440 điểm phần trăm. Mặt khác, MHT tiết kiệm được 40 điểm phần trăm cho chi phí bán hàng. Chi phí bán hàng tại MCH cũng giảm 60 điểm phần trăm trong năm 2022 so với năm 2021 nhờ nâng cao hiệu suất của đội ngũ bán hàng.

Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí quản lý doanh nghiệp trong năm 2022 giảm 5,6% xuống còn 3.854 tỷ đồng so với 4.065 tỷ đồng năm 2021. Chi phí quản lý doanh nghiệp tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần tăng từ mức 4,6% trong năm 2021 lên 5,0% năm 2022. Tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu, chi phí



¹² Theo số liệu của Ban điều hành



quản lý doanh nghiệp của MCH giảm 50 điểm phần trăm, của WCM giảm 50 điểm phần trăm, của MHT giảm 90 điểm phần trăm nhưng không thể bù trừ cho mức tăng 360 điểm phần trăm của MML trong năm 2022 so với năm ngoái.

Thu nhập tài chính

Doanh thu hoạt động tài chính giảm 62,1% xuống còn 2.576 tỷ đồng so với mức 6.800 tỷ đồng trong năm 2021, chủ yếu do ghi nhận lãi một lần từ việc ngừng hoạt động mảng thức ăn chăn nuôi của MML.

Chi phí tài chính

Chi phí tài chính tăng 11,5% lên 6.362 tỷ đồng trong năm 2022 so với mức 5.707 tỷ đồng năm 2021 do dư nợ tăng cũng như môi trường lãi suất cao hơn vào năm 2022.

Lợi nhuận từ công ty liên kết

Lợi nhuận từ công ty liên kết phần lớn đến từ phần đóng góp lợi nhuận của Techcombank tương ứng với tỷ lệ phần trăm lợi ích kinh tế của Tập đoàn. Tỷ lệ lợi nhuận trong công ty liên kết tăng 11,5% lên 4.340 tỷ đồng trong năm 2022 từ mức 3.897 tỷ đồng năm 2021, do lợi nhuận cao hơn từ Techcombank trong năm 2022.

Lợi nhuận sau thuế

Lợi nhuận thuần phân bổ cho Cổ đông của Công ty ("NPAT Post-MI") giảm 58,5% trong năm 2022 xuống còn 3.567 tỷ đồng so với mức 8.563 tỷ đồng năm 2021, chủ yếu do thu nhập tài chính một lần từ việc ngừng hoạt động mảng thức ăn chăn nuôi trong Q4/2021 và giảm LNST tại MML và MHT năm 2022. Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông đạt 4.754 tỷ đồng, giảm 52,9% so với cùng kỳ.

Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền và các khoản tương đương tiền của Masan Group, bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn (ví dụ như tiền gửi có kỳ hạn), các khoản đầu tư có lãi ngắn hạn, giảm 17.512 tỷ đồng ngày 31/12/2022 so với mức 22.638 tỷ đồng ngày 31/12/2021.

Giải ngân tiền mặt trong kỳ chủ yếu là do 9,1 nghìn tỷ đồng trong các thương vụ mua lại và tăng sở hữu tại các công ty con, 1,2 nghìn tỷ đồng đầu tư vào chứng khoán kinh doanh và 1,1 nghìn tỷ đồng tạm ứng cổ tức. Dòng tiền thu được chủ yếu đến từ 5,4 nghìn tỷ đồng từ vay ròng.

Hàng tồn kho

Hàng tồn kho tăng lên 14.445 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022 so với mức 12.813 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021. Số ngày tồn kho tăng

tại báo cáo hợp nhất do mức hàng tồn kho tại MCH và MHT cao hơn so với năm 2021. Mức tồn kho cao tại MCH là do MCH chủ động hy sinh lợi nhuận ngắn hạn để giúp các nhà phân phối giảm số ngày tồn kho để trở lại mức bình thường, đặc biệt trong 6 tháng cuối năm 2022 để tạo đà tăng trưởng cho 2023. Mức tồn kho cao của MHT chủ yếu là do dự trữ quá nhiều phế liệu.

Tài sản cố định

Tại ngày 31/12/2022, tài sản cố định đạt mức 43.535 tỷ đồng, gần như không đổi so với mức 42.654 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021.

Đầu tư vào Công ty liên kết

Các khoản đầu tư vào công ty liên kết, thể hiện lợi ích kinh tế thực tế của chúng tôi tại Techcombank, Phúc Long Heritage, VISSAN, Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex, là 28.480 tỷ VND tính đến ngày 31/12/2022.

Tổng tài sản

Tổng tài sản tăng 12,1% lên 141.342 tỷ đồng vào ngày 31/12/2022 so với mức 126.093 tỷ đồng tính vào 31/12/2021. Nguyên nhân chủ yếu là do các khoản đầu tư ngắn hạn tăng từ hoạt động ngân quỹ, đầu tư vào công ty liên kết, đầu tư dài hạn vào đơn vị khác, đầu tư tài chính ngắn hạn và hàng tồn kho.

Các khoản vay

Tại ngày 31/12/2022, vay ngắn hạn và dài hạn tăng 22,0%, đạt 70.993 tỷ đồng so với 58.178 tỷ đồng tại ngày 31/12/2021, chủ yếu do tăng ròng khoản vay mới ~400 triệu USD và 1.700 tỷ đồng trái phiếu trong nước phát hành vào tháng 11/2022.

Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu tại thời điểm ngày 31/12/2022 đạt 36.637 tỷ đồng, giảm 13,4% so với mức 42.337 tỷ đồng vào ngày 31/12/2021. Việc giảm vốn chủ sở hữu trong năm 2022 chủ yếu là do công ty con chi trả cổ tức và lợi nhuận thấp hơn và giao dịch thay đổi tỷ lệ sở hữu tại TCX, MML và PLH.

Triển vọng Tài chính năm 2023

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

Trên cơ sở sơ bộ, tùy thuộc vào quy trình phê duyệt của công ty và các điều kiện vĩ mô, dự báo tài chính năm 2023 của Masan dự kiến doanh thu thuần hợp nhất sẽ đạt từ 90.000 tỷ đồng đến 100.000 tỷ đồng, tương ứng tăng trưởng 18% và 31% so với mức 76.189 tỷ đồng vào năm 2022. TCX vẫn được kỳ vọng là động lực tăng trưởng doanh thu chính khi đóng góp hơn 70% vào doanh thu thuần năm 2023. Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông (không bao gồm chi phí một lần) dự kiến nằm trong khoảng 4.000 tỷ đồng và 5.000 tỷ đồng, đạt tốc độ tăng trưởng từ 4% đến 30% so với mức 3.852 tỷ đồng vào năm 2022. Trong tình huống bất lợi khi các điều kiện vĩ mô khó khăn hơn dự kiến và tâm lý tiêu cực của người tiêu dùng vẫn tồn tại, ban điều hành dự kiến doanh thu sẽ tăng từ 10% đến 15%.

WCM dự kiến sẽ mang lại doanh thu thuần trong khoảng 36 - 40,5 nghìn tỷ đồng trong năm tài chính 2023, tăng 23% - 38% so với năm trước nhờ tăng trưởng doanh thu tại các cửa hàng hiện có và mở rộng số lượng cửa hàng. Mở rộng các hình thức mới, triển khai chương trình Hội viên WIN trên toàn quốc dựa trên đầu tư từ các nhà cung cấp để đảm bảo thúc đẩy tăng trưởng dựa trên dịch vụ hấp dẫn và tăng cường phân loại sản phẩm. WCM nhắm mục tiêu tăng lợi nhuận thông qua các sản phẩm có thương hiệu riêng với lợi nhuận cao hơn, giảm thất thoát và chi phí logistics.

Doanh thu thuần của MCH dự kiến đạt từ 30,5 - 33,5 nghìn tỷ đồng trong năm 2022, tăng 15% lên 30% so với doanh thu năm 2021 không bao gồm doanh thu Thịt chế biến nhờ tốc độ tăng trưởng nhanh trong mảng kinh doanh thực phẩm tiện lợi, đồ uống, chăm sóc cá nhân và gia đình và tăng tỷ lệ thâm nhập vào các khu vực địa lý còn ít hoạt động. Hơn nữa, công ty đang phát triển mô hình hoạt động chuyên biệt theo phân loại để nhắm mục tiêu tốt hơn vào nhu cầu của khách hàng.

Phúc Long Heritage dự kiến sẽ đạt doanh thu từ 2,5 - 3 nghìn tỷ đồng vào năm 2023, nhờ vào nhiều cửa hàng đại diện được khai trương, triển khai tích hợp khách hàng thân thiết vào tư cách thành viên WIN của Masan và tăng cường đổi mới thực đơn trong 6 tháng cuối năm

2023. PLH cũng sẽ bắt đầu xây dựng các quy trình và hệ thống vận hành tiêu chuẩn để sẵn sàng mở rộng trên phạm vi toàn cầu trong vòng 2-3 năm tới.

MML kỳ vọng đạt doanh thu thuần từ 8,5 - 9 nghìn tỷ đồng nhờ vào việc mở rộng danh mục sản phẩm thịt heo và thịt gà có thương hiệu cũng như tăng cường phân phối qua mạng lưới của WCM. Lợi nhuận dự kiến sẽ tăng cao nhờ tỷ lệ tiêu thụ cao hơn, tăng trưởng doanh số bán thịt chế biến và kiểm soát chi phí nghiêm ngặt. Những nỗ lực để tối ưu hóa chi phí logistic và bán hàng gián tiếp sẽ tiếp tục được thực hiện trong năm 2023.

MHT dự kiến sẽ mang lại doanh thu thuần từ 16,5 - 18,2 nghìn tỷ đồng, tăng 6 - 17% nhờ các yếu tố cơ bản về thị trường vonfram không ngừng được cải thiện vào năm 2023 và tiếp tục nỗ lực khám phá các lựa chọn quốc tế, trong nước để bán đồng tồn kho.

TCB: Masan tin rằng mảng ngân hàng sẽ đạt mức tăng trưởng lợi nhuận ổn định, như được phản ánh qua dự báo sơ bộ cho năm tài chính 2023.

Bên cạnh những cải thiện cơ bản về lợi nhuận hoạt động và khả năng tạo tiền mặt của các hoạt động kinh doanh cốt lõi, Masan sẽ ưu tiên giảm tỷ lệ nợ và xác định các phương án để giảm chi phí tài chính trong năm 2023.

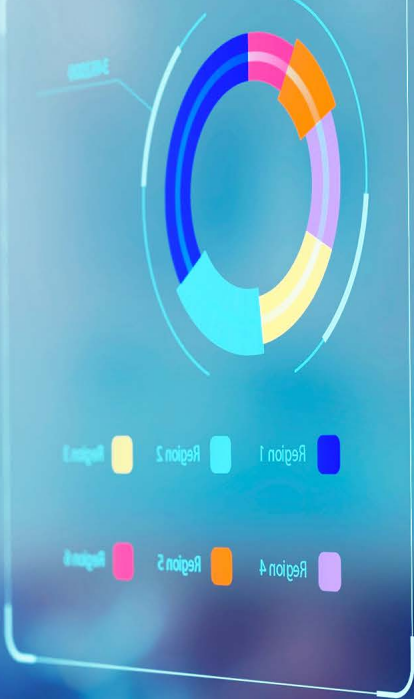
Triển vọng Bảng cân đối kế toán 2023

Tính đến ngày 31/12/2022, tổng nợ của MSN là 70.993 tỷ đồng, với số dư tiền và các khoản tương đương tiền đạt 17.512 tỷ đồng. Tỷ lệ tổng nợ/EBITDA hợp nhất của Masan đạt 3,7 lần tính đến cuối tháng 12/2022. Trong vòng 12 tháng tới, Masan sẽ tập trung vào việc củng cố bảng cân đối kế toán và cân đối chỉ số đòn bẩy thông qua các giải pháp sau, đồng thời duy trì mức Nợ ròng/EBITDA mục tiêu dưới 4,5 lần:

- Hệ số tài chính dự kiến sẽ được cải thiện với tỷ trọng EBITDA cao hơn từ WCM, MCH và MML trong năm 2023 so với năm 2022
- Giảm nợ tại MSN và các công ty con bằng cách tận dụng dòng tiền tự do từ hoạt động kinh doanh và cải thiện chu kỳ chuyển đổi tiền mặt của vốn lưu động
- Tìm kiếm các giải pháp chiến lược của công ty để giảm mức nợ ròng.



Báo cáo Tài chính





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



Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Thông tin về Công ty

Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số	0303576603	ngày 18 tháng 11 năm 2004
	Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp của Công ty đã được điều chỉnh nhiều lần, lần điều chỉnh gần nhất là vào ngày 20 tháng 6 năm 2022. Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.	
Hội đồng Quản trị	Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên
	Ông Nguyễn Thiếu Nam	Thành viên
	Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên
	Ông David Tan Wei Ming	Thành viên
	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên
	Ông Ji Han Yoo	Thành viên
		(từ ngày 28 tháng 4 năm 2022)
	Ông Woncheol Park	Thành viên
		(từ ngày 27 tháng 4 năm 2022)
Ban Tổng Giám đốc	Ông Danny Le	Tổng Giám đốc
	Ông Nguyễn Thiếu Nam	Phó Tổng Giám đốc
	Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc
Đại diện theo pháp luật	Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	Ông Danny Le	Tổng Giám đốc
Trụ sở đăng ký	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza 17 Lê Duẩn Phường Bến Nghé, Quận 1 Thành phố Hồ Chí Minh Việt Nam	
Công ty kiểm toán	Công ty TNHH KPMG Việt Nam	

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

Ban Tổng Giám đốc của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) trình bày báo cáo này và báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022.

Ban Tổng Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính. Khi lập báo cáo tài chính hợp nhất, Ban Tổng Giám đốc Công ty được yêu cầu phải:

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

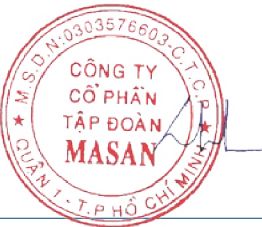
Ban Tổng Giám đốc Công ty cũng chịu trách nhiệm bảo đảm các sổ sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn, với mức độ chính xác hợp lý tại mọi thời điểm, và đảm bảo rằng các sổ sách kế toán tuân thủ các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp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

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

Phê duyệt báo cáo tài chính hợp nhất

Chúng tôi phê duyệt báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Tập đoàn tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022, các báo cáo tài chính hợp nhất này được lập phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

Thay mặt Ban Tổng Giám đốc



Danny Le
Tổng Giám đốc
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Báo cáo kiểm toán độc lập

KÍNH GỬI CÁC CỔ ĐÔNG

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Chúng tôi đã kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”), bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Tổng Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành ngày 1 tháng 3 năm 2023, được trình bày từ trang 5 đến trang 101.

Trách nhiệm của Ban Tổng Giám đốc

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

Trách nhiệm của kiểm toán viên

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

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

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

Ý kiến của kiểm toán viên

Theo ý kiến của chúng tôi, báo cáo tài chính hợp nhất đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các khía cạnh trọng yếu, tình hình tài chính hợp nhất của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

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

Báo cáo kiểm toán số: 22-01-01021-23-2



Nelson Rodriguez Casihan
Chủ Chứng nhận Đăng ký Hành nghề
Kiểm toán số 2225-2023-007-1
Phó Tổng Giám đốc
Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 1 tháng 3 năm 2023
Báo Cáo Thường Niên 2022



Nguyễn Thùy Ninh
Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề
Kiểm toán số 4623-2023-007-1

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2022

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
TÀI SẢN				
TÀI SẢN NGẮN HẠN (100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)	100		47.674.624	43.630.176
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	6	13.853.100	22.304.822
Tiền	111		1.718.476	6.885.412
Các khoản tương đương tiền	112		12.134.624	15.419.410
Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		3.659.175	332.753
Chứng khoán kinh doanh	121	7(a)	3.302.172	-
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	7(b)	357.003	332.753
Các khoản phải thu ngắn hạn	130	8	13.929.560	6.634.409
Phải thu của khách hàng	131		2.735.816	2.480.224
Trả trước cho người bán	132		1.227.666	851.052
Phải thu về cho vay ngắn hạn	135		-	2.452.812
Phải thu ngắn hạn khác	136		10.007.179	883.690
Dự phòng phải thu khó đòi	137		(47.369)	(33.369)
Tài sản thiếu chờ xử lý	139		6.268	-
Hàng tồn kho	140	9	14.445.345	12.813.391
Hàng tồn kho	141		14.634.281	12.947.923
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(188.936)	(134.532)
Tài sản ngắn hạn khác	150		1.787.444	1.544.801
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		374.120	256.766
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		1.253.949	1.233.915
Thuế phải thu Nhà nước	153	17(a)	159.375	54.120

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

Mẫu B 01 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Tài sản dài hạn (200 = 210 + 220 + 230 + 240 + 250 + 260)	200		93.668.191	82.463.295
Các khoản phải thu dài hạn	210	8	2.113.762	1.878.478
Phải thu về cho vay dài hạn	215		81.150	81.150
Phải thu dài hạn khác	216		2.032.612	1.797.328
Tài sản cố định	220		43.535.355	42.653.939
Tài sản cố định hữu hình	221	10	30.611.529	31.151.629
Nguyên giá	222		50.465.195	48.474.105
Giá trị hao mòn lũy kế	223		(19.853.666)	(17.322.476)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224		349.310	209.550
Nguyên giá	225		472.986	308.899
Giá trị hao mòn lũy kế	226		(123.676)	(99.349)
Tài sản cố định vô hình	227	11	12.574.516	11.292.760
Nguyên giá	228		16.375.200	14.362.471
Giá trị hao mòn lũy kế	229		(3.800.684)	(3.069.711)
Bất động sản đầu tư	230	12	729.763	810.057
Nguyên giá	231		1.148.248	1.174.802
Giá trị hao mòn lũy kế	232		(418.485)	(364.745)
Tài sản dở dang dài hạn	240		3.324.848	2.021.827
Xây dựng cơ bản dở dang	242	13	3.324.848	2.021.827
Đầu tư tài chính dài hạn	250		31.333.885	24.538.803
Đầu tư vào các công ty liên kết	252	7(c)	28.480.242	24.538.803
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác	253	7(d)	2.853.643	-
Tài sản dài hạn khác	260		12.630.578	10.560.191
Chi phí trả trước dài hạn	261	14	7.259.881	6.593.682
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	15	302.220	609.690
Lợi thế thương mại	269	16	5.068.477	3.356.819
TỔNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)	270		141.342.815	126.093.471

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

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2022

Mẫu B 01 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
NGUỒN VỐN				
NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 330)	300		104.706.076	83.756.819
Nợ ngắn hạn	310		65.320.877	34.547.836
Phải trả người bán ngắn hạn	311		7.489.371	7.970.287
Người mua trả tiền trước	312		566.330	168.183
Thuế phải nộp Nhà nước	313	17(b)	536.310	801.899
Phải trả người lao động	314		248.365	222.205
Chi phí phải trả	315	18	4.184.351	4.996.691
Doanh thu chưa thực hiện	318		15.691	14.532
Phải trả ngắn hạn khác	319	19	11.671.935	1.513.366
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn	320	20(a)	40.567.379	18.805.727
Dự phòng phải trả ngắn hạn	321		9.997	19.101
Quỹ khen thưởng và phúc lợi	322		31.148	35.845
Nợ dài hạn	330		39.385.199	49.208.983
Phải trả người bán dài hạn	331		24.324	25.014
Phải trả dài hạn khác	337	19	752.378	227.575
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn	338	20(b)	30.425.625	39.371.918
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	15	3.541.671	3.215.395
Dự phòng phải trả dài hạn	342	21	4.641.201	6.369.081

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

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410)	400		36.636.739	42.336.652
Vốn chủ sở hữu	410	22	36.636.739	42.336.652
Vốn cổ phần	411	23	14.237.248	11.805.347
Thặng dư vốn cổ phần	412	23	8.723.128	11.084.247
Vốn khác của chủ sở hữu	414		(8.388.147)	(8.388.147)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		(385.158)	(339.255)
Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	420		583.625	(147.087)
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		11.381.940	18.795.877
- Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kế đến cuối năm trước	421a		17.656.897	762.441
- (Lỗ sau thuế năm nay)/lợi nhuận sau thuế chưa phân phối năm trước	421b		(6.274.957)	18.033.436
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		10.484.103	9.525.670
TỔNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)	440		141.342.815	126.093.471

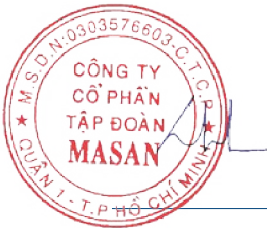
Ngày 1 tháng 3 năm 2023

Người lập:

Người duyệt:

Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Đỗ Thị Quỳnh Trang
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

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

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022

	Mã số	Thuyết minh	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	27	76.380.750	89.791.619
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	27	191.525	1.162.852
Doanh thu thuần (10 = 01 - 02)	10	27	76.189.225	88.628.767
Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp	11	28	55.154.201	66.493.966
Lợi nhuận gộp (20 = 10 - 11)	20		21.035.024	22.134.801
Doanh thu hoạt động tài chính	21	29	2.575.563	6.799.578
Chi phí tài chính	22	30	6.361.642	5.706.531
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		4.847.702	4.669.426
Phần lãi trong các công ty liên kết	24	7(c)	4.339.650	3.896.641
Chi phí bán hàng	25	31	12.511.539	11.786.338
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	32	3.854.314	4.064.969
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 - 22) + 24 - (25 + 26)}	30		5.222.742	11.273.182
Thu nhập khác	31	33	279.707	501.150
Chi phí khác	32	34	355.299	285.548
Kết quả từ hoạt động khác (40 = 31 - 32)	40		(75.592)	215.602
Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50		5.147.150	11.488.784
Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	35	626.750	1.499.249
Lợi ích thuế TNDN hoãn lại	52	35	(233.984)	(111.846)
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52) (mang sang trang sau)	60		4.754.384	10.101.381

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

Mẫu B 02 – DN/HN
(Ban hành theo Thông tư số 202/2014/TT-BTC
ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính)

	Mã số	Thuyết minh	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52) (mang sang từ trang trước)	60		4.754.384	10.101.381
Phân bổ:				
Cổ đông của Công ty	61		3.566.996	8.562.882
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	62		1.187.388	1.538.499
Lãi trên cổ phiếu				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu (VND)	70	37	2.511	6.057

Ngày 1 tháng 3 năm 2023

Người lập:

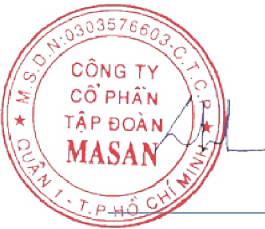


Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt:



Đỗ Thị Quỳnh Trang
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

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

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(Phương pháp gián tiếp)

	Mã số	Thuyết minh	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH				
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01		5.147.150	11.488.784
Điều chỉnh cho các khoản				
Khấu hao và phân bổ	02		4.406.523	4.631.679
Các khoản dự phòng	03		232.844	21.659
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	04		(40.984)	(24.706)
Lãi từ các hoạt động đầu tư	05		(5.848.866)	(10.025.168)
Chi phí lãi vay và chi phí tài chính khác	06		5.340.053	5.093.022
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động				
08			9.236.720	11.185.270
Biến động các khoản phải thu và tài sản khác	09		(671.677)	(800.894)
Biến động hàng tồn kho	10		(1.736.144)	(2.232.630)
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11		(1.432.197)	(655.218)
Biến động chi phí trả trước	12		95.094	373.150
Biến động chứng khoán kinh doanh	13		(3.302.172)	-
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh				
20			(3.788.852)	1.143.913
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ				
Tiền chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21		(4.165.321)	(2.805.427)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22		23.919	19.279
Tiền chi cho vay và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	23		(11.336.453)	(9.264.755)
Tiền thu từ cho vay và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	24		4.750.015	9.235.690
Tiền chi cho các khoản đầu tư vốn chủ sở hữu	25		(14.163.385)	(5.260.675)
Hợp nhất kinh doanh, đã trừ số dư tiền của các công ty con được mua	25	5	(2.472.176)	5.153
Tiền thu từ thanh lý các khoản đầu tư vốn chủ sở hữu	26		283.750	13.682.023
Tiền thu lãi tiền gửi và cổ tức và thu nhập lãi khác	27		632.392	734.931
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư				
30			(26.447.259)	6.346.219

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

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

	Mã số	Thuyết minh	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH				
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu của Công ty và các công ty con, sau khi trừ các chi phí giao dịch liên quan	31		(40.387)	17.363.923
Tiền chi mua lại cổ phiếu đã phát hành của công ty con	32		-	(9.777.448)
Tiền thu từ đi vay, phát hành trái phiếu và các hoạt động tài chính khác	33		78.059.927	60.085.748
Tiền chi trả nợ gốc vay và trái phiếu và các hoạt động tài chính khác	34		(54.956.359)	(57.114.898)
Tiền chi trả nợ gốc thuê tài chính	35		(13.927)	(19.537)
Tiền chi trả cổ tức cho cổ đông của Công ty và cổ đông không kiểm soát của các công ty con	36		(1.253.082)	(3.442.095)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính				
40			21.796.172	7.095.693
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20 + 30 + 40)				
50			(8.439.939)	14.585.825
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm				
60			22.304.822	7.721.442
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái				
61			(11.783)	(2.445)
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60 + 61)				
70	6		13.853.100	22.304.822

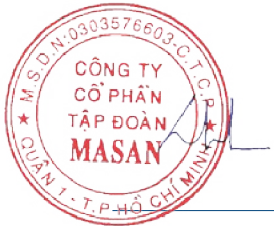
Ngày 1 tháng 3 năm 2023

Người lập:

Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt:

Đỗ Thị Quỳnh Trang
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022

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

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

1. ĐƠN VỊ BÁO CÁO

(a) Hình thức sở hữu vốn

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam.

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

(b) Các hoạt động chính

Hoạt động chính của Công ty bao gồm tư vấn quản lý, tư vấn đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán, pháp luật) và thực hiện các hoạt động huy động vốn và đầu tư.

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

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu trực tiếp						
1	Công ty Cổ phần Tâm nhìn Masan (“MH”)	(b)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	-	99,9%
2	Công ty Cổ phần Masan MEATLife (“MML”)		Tư vấn quản lý đầu tư, kinh doanh thức ăn chăn nuôi	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	94,9%	87,8%
3	Công ty TNHH The SHERPA (“SHERPA”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
4	Công ty TNHH Zenith Investment (“Zenith”)	(a)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	-
(a)	Công ty TNHH Zenith Investment (“Zenith”) được thành lập theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317331434 ngày 8 tháng 6 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.					
(b)	Vào tháng 9 năm 2022, Công ty đã chuyển nhượng toàn bộ lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong MH cho Zenith.					

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
1	Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	84,9%	81,7%
2	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (“MCH”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	72,8%	70,0%
3	Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”)	(i)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	48,5%	46,7%
4	Công ty TNHH Masan Master Brewer (“MMBr”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	48,5%	46,7%
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY (“MBPY”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	Khu Công nghiệp Hòa Hiệp, Xã Hòa Hiệp Bắc, Huyện Đông Hòa, Tỉnh Phú Yên, Việt Nam	48,5%	46,7%
6	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery HG (“MBHG”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Đông Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	48,5%	46,7%
7	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution (“MBD”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	48,5%	46,7%
8	Công ty TNHH Masan Brewery MB (“MBMB”)	(i)	Sản xuất bia và nước giải khát	Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cấm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Long, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	48,5%	46,7%
9	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
10	Masan Consumer (Thailand) Limited (“MTH”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 4, Số 83, Đường Amnuay Songkhram, Tiểu khu Tanon Nakornchaisri, Quận Dusit, Bangkok, Thái Lan	68,3%	65,6%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
11	Công ty TNHH Thực phẩm Masan (“MSF”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
12	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan (“MSI”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Lô 6, Khu Công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Tân Đông Hiệp, Thành phố Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	68,3%	65,6%
13	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến (“VTF”)	(i)	Sản xuất gia vị và nước uống đóng chai	Lô III-10-Nhóm Công nghiệp III, Khu Công nghiệp Tân Bình, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
14	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD (“MHD”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi và gia vị	Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Phường Tứ Minh, Thành phố Hải Dương, Việt Nam	68,3%	65,6%
15	Công ty Cổ phần Masan PQ (“MPQ”)	(i)	Sản xuất gia vị	Khu 1, Thôn Suối Đa, Xã Dương Tô, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam	68,3%	65,6%
16	Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc (“NPQ”)	(i)	Sản xuất gia vị	Khu 1, Thôn Suối Đa, Xã Dương Tô, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam	68,3%	65,6%
17	Công ty TNHH Masan HN (“HNF”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Lô CN-08 và CN-14, Khu Công nghiệp Đồng Văn IV, Xã Đại Cường, Huyện Kim Bảng, Tỉnh Hà Nam, Việt Nam	68,3%	65,6%
18	Công ty TNHH Masan Long An (“MLA”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Ấp 2, Xã Thạnh Hòa, Huyện Bến Lức, Tỉnh Long An, Việt Nam	68,3%	65,6%
19	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	Khu Công nghiệp Biên Hòa 1, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	67,4%	64,9%
20	Công ty Cổ phần Café De Nam (“CDN”)	(i)/ (II)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Lô C I.III-3+5+7, Khu Công nghiệp Long Thành, Xã Tân An, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	-	63,4%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
21	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo ("VHC")	(i)/ (l)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	Thôn Vĩnh Sơn, Xã Vĩnh Hảo, Huyện Tuy Phong, Tỉnh Bình Thuận, Việt Nam	61,1%	59,2%
22	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha ("KRP")	(i)	Sản xuất đồ uống	Km số 37, Quốc lộ 27, Thị trấn Tân Sơn, Huyện Ninh Sơn, Tỉnh Ninh Thuận, Việt Nam	61,6%	59,2%
23	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage ("MSB")	(i)	Kinh doanh và phân phối đồ uống	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
24	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB ("MMB")	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và bao bì	Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cấm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Long, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	68,3%	65,6%
25	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG ("MHG")	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi và bao bì	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Đồng Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	68,3%	65,6%
26	Công ty TNHH Masan HG 2 ("MH2")	(i)/ (m)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và bao bì	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Đồng Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	68,3%	-
27	Công ty Cổ phần Masan Jinju ("MSJ")	(i)	Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi	Nhà xưởng F5, Lô 6, Khu Công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Tân Đông Hiệp, Thành phố Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	71,1%	49,2%
28	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh ("QNW")	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Nhóm 3A, Khu 4, Suối Mơ, Phường Bãi Cháy, Thành phố Hạ Long, Tỉnh Quảng Ninh, Việt Nam	44,9%	43,2%
29	Công ty TNHH Masan HPC ("HPC")	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
30	Công ty Cổ phần Bột giặt Net (“NET”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm gia dụng	Đường D4, Khu Công nghiệp Lộc An - Bình Sơn, Xã Bình Sơn, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	35,7%	34,3%
31	Công ty TNHH Masan Innovation (“INV”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
32	Công ty TNHH Hi-Fresh (“HIF”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 8, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
33	Công ty TNHH Giặt là Chuyên nghiệp Joins Pro (“JPR”)	(i)	Cung cấp dịch vụ giặt là	Tầng 8, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	68,3%	65,6%
34	Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“WCM”)		Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 6, International Center, 17 Ngô Quyền, Phường Trảng Tiến, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam	71,5%	68,6%
35	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Wincommerce (“WinCommerce”)	(iv)	Bán lẻ tiêu dùng	Tầng 5, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	71,5%	68,6%
36	Công ty TNHH Đầu tư Phát triển và Sản xuất Nông nghiệp WinEco (“WinEco”)	(iv) / (i)	Trồng trọt và kinh doanh rau củ và cây nông nghiệp	Số 7 Tầng Lững 1, Khu đô thị Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	98,9%	68,6%
37	Công ty TNHH Nông nghiệp WinEco - Đồng Nai (“WinEco Đồng Nai”)	(iv)	Trồng trọt và kinh doanh nông sản	Km 13, Quốc lộ 51, Ấp Long Khánh, Xã Tam Phước, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	76,7%	53,2%
38	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất và Phát triển Nông nghiệp WinEco - Tam Đảo (“WinEco Tam Đảo”)	(iv)	Trồng trọt và kinh doanh nông sản	Thôn Cơ Quan, Thị trấn Gia Khánh, Huyện Bình Xuyên, Tỉnh Vĩnh Phúc, Việt Nam	88,1%	61,1%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
39	Công ty Cổ phần The Supra (“The Supra”)	(iv)/ (c)	Dịch vụ kho bãi và lưu trữ	Tầng 5, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	71,5%	-
40	Công ty Cổ phần Dr.Win (trước đây là Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ Winphar) (“Dr.Win”)	(iv)/ (d)	Bán lẻ thuốc, thiết bị y tế, mỹ phẩm và vật phẩm vệ sinh trong các cửa hàng chuyên doanh	Tầng 5, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	46,5%	-
41	Công ty Cổ phần CX Infra (“CXI”)	(iv)/ (e)	Dịch vụ xây dựng	Tầng 5, Tòa nhà ADG, 17 Lê Văn Thiêm, Phường Nhân Chính, Quận Thanh Xuân, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	36,4%	-
42	Công ty Cổ phần Masan Horizon (“MH”)	(b)/ (f)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
43	Công ty Cổ phần Vật liệu Công nghệ cao Masan (“MHT”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	86,4%	86,4%
44	Công ty TNHH Một Thành viên Tài nguyên Masan Thái Nguyên (“MRTN”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	86,4%	86,4%
45	Công ty TNHH Một Thành viên Thương mại và Đầu tư Thái Nguyên (“TNTI”)	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	86,4%	86,4%
46	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPM”)	(ii)	Thăm dò và chế biến khoáng sản	Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	86,4%	86,4%
47	Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”)	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Thôn 11, Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	86,4%	86,4%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
48	H.C. Starck Holding GmbH (Germany) ("HCS")	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Im Schleeke 78-91, 38642, Goslar, Đức	86,4%	86,4%
49	ChemiLytics Beteiligungs GmbH	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Im Schleeke 78-91, 38642, Goslar, Đức	86,4%	86,4%
50	H.C. Starck GmbH	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Im Schleeke 78-91, 38642, Goslar, Đức	86,4%	86,4%
51	Chemische Fabriken Oker und Braunschweig AG	(ii)	Sản xuất hóa chất dùng trong sản xuất giấy và phụ gia cho ngành vật liệu hấp thụ	Im Schleeke 78-91, 38642 Goslar, Đức	86,4%	86,4%
52	H.C. Starck Infrastructure GmbH & Co. KG	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Landsberger Str. 98, 80339 Munich, Đức	86,4%	86,4%
53	ChemiLytics GmbH & Co. KG	(ii)	Phân tích hóa học và dữ liệu đo lường vật lý	Im Schleeke 78-91, 38642 Goslar, Đức	86,4%	86,4%
54	H.C. Starck Tungsten GmbH	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Landsberger Str. 98, 80339 Munich, Đức	86,4%	86,4%
55	H.C. Starck Nonferrous Metals Trading (Shanghai) Co. Ltd.	(ii)	Kinh doanh và phân phối vonfram	Phòng 301, Đường 69 Yonghong, Quận Minhang, Thành phố Thượng Hải, Trung Quốc	86,4%	86,4%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
56	H.C. Starck Canada Inc.	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý hiếm (Vonfram)	933 Vidal Street South, P.O. Box 3098, Samia, Ontario, N7T 8H8, Canada	86,4%	86,4%
57	H.C. Starck Tungsten GK	(ii)	Kinh doanh và phân phối vonfram	2-20, Kaigan 1-chome, Minato-ken, Tokyo, Nhật Bản	86,4%	86,4%
58	H.C. Starck Tungsten LLC	(ii)	Kinh doanh và phân phối vonfram	45 Industrial Place, Newton, MA 02461-1951, Mỹ	86,4%	86,4%
59	H.C. Starck Jiangwu Tungsten Specialities (Ganzhou) Co. Ltd.	(ii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý hiếm (Vonfram)	Khu Công nghiệp Thủy Tây, Quận Chương Cống, Thành phố Cám Châu, Tỉnh Giang Tây, Trung Quốc	51,8%	51,8%
60	Công ty TNHH Mapleleaf ("MPL")	(ii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
61	Công ty Cổ phần Masan Blue ("MBL")	(ii)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 8, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,8%	99,8%
62	Công ty Cổ phần Blue Tek Việt Nam ("Blue Tek")	(ii)/(n)	Xuất bản phần mềm	Tầng 8, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	-	50,9%
63	Công ty TNHH Hatsun ("Hatsun")	(ii)/(f)	Tư vấn quản lý đầu tư	Số 11A Hồng Hà, Phường 2, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	-	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
64	Công ty TNHH Taivas (“Taivas”)	(ii)/ (f)	Tư vấn quản lý đầu tư	Số 316 Lê Văn Sỹ, Phường 1, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	-	-
65	Công ty TNHH MNS Meat (“MNS Meat”)	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Lô A4, Đường số 4, Khu Công nghiệp Sông Mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	94,9%	87,9%
66	Công ty TNHH MNS Farm (“MNS Farm”)	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	94,9%	87,9%
67	Công ty TNHH MML Farm Nghe An (“MNF Nghệ An”)	(iii)	Chăn nuôi và kinh doanh gia súc	Xóm Côn Sơn, Xã Hạ Sơn, Huyện Quỳnh Hợp, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	94,9%	87,9%
68	Công ty TNHH MNS Meat Processing (“MNS Meat Processing”)	(iii)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 10, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	94,9%	87,9%
69	Công ty TNHH MEATDeli HN (“MEATDeli Hà Nam”)	(iii)	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm liên quan đến thịt	Lô CN-02, KCN Đồng Văn IV, Thôn Đại Cường, Huyện Kim Bảng, Tỉnh Hà Nam, Việt Nam	94,9%	87,9%
70	Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn (“MEATDeli Sài Gòn”)	(iii)	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm liên quan đến thịt	Lô 2 Đường số 15, Lô 3-5-7 Đường số 17, Lô 2 Đường số 17, Lô 9 Đường số 19, Khu Công Nghiệp Tân Đức, Phường Hữu Thạnh, Huyện Đức Hòa, Tỉnh Long An, Việt Nam	94,9%	87,9%
71	Công Ty Cổ Phần 3F Việt (“3F Việt”)	(iii)	Chăn nuôi gia cầm, chế biến và bảo quản thịt và các sản phẩm liên quan đến thịt gia súc	Tầng 10, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	48,4%	44,8%

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty con sở hữu gián tiếp						
72	Công ty TNHH Thực phẩm 3F Việt (“Thực phẩm 3F Việt”)	(ix)	Chế biến, bảo quản thịt và các sản phẩm liên quan đến thịt	Ấp Kiến An, Xã An Lập, Huyện Dầu Tiếng, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	48,4%	44,8%
73	Công ty Cổ phần Mobicast (“MOB”)	(ix)	Viễn thông	Tầng 4, VI Home City, 177 Trung Kính, P. Yên Hòa, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	70,0%	70,0%
74	Công ty Cổ phần Đầu tư Draco (“DRC”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
75	Công ty Cổ phần Đầu tư Fornax (“FOR”)	(v)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	99,9%
76	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)	(v)/ Thuyết minh 5	Đồ ăn và đồ uống	42/24 - 42/26 Đường số 643, Tạ Quang Bửu, Phường 4, Quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	85,0%	-
77	Công ty Cổ phần O2 (“O2”)	(v)/ (g)	Nghiên cứu thị trường	Tầng 8, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	50,0%	-
78	Công ty Cổ phần Đầu tư Sagitta (“Sagitta”)	(v)/ (h)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	98,0%	-
79	Công ty Cổ phần Masan Agri (“Masan Agri”)	(v)/ (i)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,9%	-
80	Công ty Cổ phần Đầu tư Lepus (“Lepus”)	(v)/ (k)	Tư vấn quản lý đầu tư	Tầng 8, Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	98,0%	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

- (c)

Công ty Cổ phần The Supra (“The Supra”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317211867 ngày 22 tháng 3 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.
- (d)

Công ty Cổ phần Dr.Win (“Dr.Win”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317227151 ngày 31 tháng 3 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.
- (e)

Công ty Cổ phần CX Infra (“CXI”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0109983911 ngày 29 tháng 4 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp.
- (f)

Vào tháng 3 năm 2022, MH, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã mua 100% lợi ích vốn chủ sở hữu trong Hatsun và Taivas. Sau đó, vào ngày 1 tháng 4 năm 2022, Hatsun và Taivas được sáp nhập vào MH.
- (g)

Công ty Cổ phần O2 (“O2”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317217724 ngày 24 tháng 3 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.
- (h)

Công ty Cổ phần Đầu tư Sagitta (“Sagitta”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317406312 ngày 27 tháng 7 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.
- (i)

Công ty Cổ phần Masan Agri (“Masan Agri”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317527589 ngày 19 tháng 10 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.

Nằm trong quá trình tái cấu trúc nội bộ của Masan Group, trong tháng 11 năm 2022, Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Wincommerce đã chuyển nhượng toàn bộ vốn chủ sở hữu trong Công ty TNHH Đầu tư Phát triển và Sản xuất Nông nghiệp WinEco sang Masan Agri. Do kết quả của giao dịch này và giao dịch được trình bày trong Thuyết minh 7(e)(i), lợi ích kinh tế của Công ty trong Công ty TNHH Đầu tư Phát triển và Sản xuất Nông nghiệp WinEco đã tăng từ 68,6% lên 98,9%.
- (k)

Công ty Cổ phần Đầu tư Lepus (“Lepus”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0317529018 ngày 20 tháng 10 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.
- (l)

Nằm trong quá trình tái cấu trúc nội bộ của Masan Group, vào tháng 12 năm 2022, Công ty Cổ phần Café De Nam được sáp nhập vào Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hào.
- (m)

Công ty TNHH Masan HG 2 (“MH2”) được thành lập theo Giấy chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 6300356544 ngày 15 tháng 12 năm 2022 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Hậu Giang cấp.
- (n)

Công ty Cổ phần Blue Tek Việt Nam đã giải thể trong năm.

STT	Tên công ty	Thuyết minh	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích	
					31/12/2022	1/1/2022
Công ty liên kết sở hữu trực tiếp						
1	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam (“Techcombank”)		Ngân hàng	Tòa nhà Techcombank, 191 Bà Triệu, Phường Lê Đại Hành, Quận Hai Bà Trưng, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	Thuyết minh 7(c)	
Công ty liên kết sở hữu gián tiếp						
1	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex (“Cholimex”)	(vi)	Sản xuất và kinh doanh gia vị	Lô C40 – 43/l, Đường số 7, Khu Công nghiệp Vĩnh Lộc, Huyện Bình Chánh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	32,8%	32,8%
2	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”)	(vii)/ (d)	Chế biến, kinh doanh thịt tươi, thực phẩm chế biến và các sản phẩm từ thịt	420 Nơ Trang Long, Phường 13, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	24,9%	24,9%
3	Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd.	(viii)	Chế biến sâu kim loại màu và kim loại quý (Vonfram)	Khu Công nghiệp Thủy Tây, Quận Chương Cống, Thành phố Cẩm Châu, Tỉnh Giang Tây, Trung Quốc	30,0%	30,0%
4	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)	(v)/ Thuyết minh 5	Thực phẩm và đồ uống	42/24 - 42/26 Đường số 643, Tạ Quang Bửu, Phường 4, Quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	-	20,0%

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

(i)

Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MCH.

(ii)

Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MHT.

(iii)

Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của MML.

(iv)

Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của WCM.

(v)

Các công ty này là các công ty con sở hữu trực tiếp và gián tiếp của SHERPA.

(vi)

Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MCH.

(vii)

Công ty này là một công ty liên kết sở hữu trực tiếp của MML.

(viii)

Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MHT.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, Tập đoàn có 37.112 nhân viên (1/1/2022: 32.227 nhân viên).

- (c)

Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường

Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường của Tập đoàn nằm trong phạm vi 12 tháng.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

2. CƠ SỞ LẬP BÁO CÁO TÀI CHÍNH

(a) Tuyên bố về tuân thủ

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

(b) Cơ sở đo lường

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

(c) Kỳ kế toán năm

Kỳ kế toán năm của Tập đoàn bắt đầu từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 31 tháng 12.

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

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

3. NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

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

(a) Cơ sở hợp nhất

- (i) Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung
- Hợp nhất kinh doanh mà trong đó các công ty chịu sự kiểm soát chung bởi cùng một nhóm cổ đông ("Cổ đông Kiểm soát") trước và sau khi hợp nhất, thỏa mãn định nghĩa hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung vì có sự nối tiếp rủi ro và quyền lợi của Cổ đông Kiểm soát. Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung nằm ngoài phạm vi của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 11 *Hợp nhất kinh doanh* và trong sự chọn lựa chính sách kế toán liên quan đến các giao dịch này, Tập đoàn đã cân nhắc Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 1 *Chuẩn mực chung* và Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 21 *Trình bày báo cáo*

chính. Dựa trên các chuẩn mực này, Tập đoàn đã áp dụng cơ sở kế toán sáp nhập ("nguyên tắc mang sang toàn bộ"). Tài sản và nợ phải trả của các công ty được hợp nhất theo giá trị sổ sách hiện tại dưới khía cạnh nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát. Chênh lệch giữa giá phí mua và giá trị của tài sản thuần hợp nhất được xem như là lợi nhuận phân phối cho hoặc vốn được nhận từ các cổ đông và được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối trong vốn chủ sở hữu.

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

- (ii) Hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung
- Hợp nhất kinh doanh không chịu kiểm soát chung được hạch toán theo phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà quyền kiểm soát được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của công ty nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của công ty đó. Việc đánh giá quyền kiểm soát có xét đến quyền bỏ phiếu tiềm năng có thể thực hiện được tại thời điểm hiện tại.

Giá phí hợp nhất kinh doanh (giá phí mua) gồm tổng của giá trị hợp lý, tại ngày trao đổi, của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận, các công cụ vốn do bên mua phát hành để đổi lấy quyền kiểm soát bên bị mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc hợp nhất kinh doanh. Các tài sản, nợ phải trả có thể xác định được và các khoản nợ tiềm tàng phải gánh chịu trong hợp nhất kinh doanh được ghi nhận theo giá trị hợp lý tại ngày mua.

Bất kỳ khoản lợi thế thương mại nào phát sinh thể hiện khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua được ghi nhận vào bảng cân đối kế toán hợp nhất, sau đó được phân bổ vào kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất (xem Thuyết minh 3(l)). Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp

nhất của năm hiện tại sau khi đã tiến hành soát xét lại nhằm đảm bảo việc xác định giá trị của tài sản, nợ phải trả có thể xác định được, nợ tiềm tàng và việc xác định giá phí hợp nhất kinh doanh đã phản ánh phù hợp việc cân nhắc tất cả thông tin có tại ngày mua.

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

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

- (iv) Công ty liên kết (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu)
- Công ty liên kết là những công ty mà Tập đoàn có ảnh hưởng đáng kể nhưng không kiểm soát các chính sách tài chính và hoạt động của công ty. Sự ảnh hưởng đáng kể này được giả định tồn tại khi Tập đoàn nắm giữ từ 20% đến 50% quyền biểu quyết của một công ty khác. Công ty liên kết được hạch toán trong báo cáo tài chính hợp nhất theo phương pháp vốn chủ sở hữu (gọi chung là các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu). Các khoản đầu tư này được ghi nhận ban đầu

theo giá gốc, bao gồm chi phí giao dịch. Sau khi ghi nhận ban đầu, báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm phần mà Tập đoàn được hưởng trong lãi hoặc lỗ của đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, sau khi được điều chỉnh theo chính sách kế toán của Tập đoàn, từ ngày bắt đầu sự ảnh hưởng đáng kể cho đến ngày kết thúc sự ảnh hưởng đáng kể đối với các đơn vị này. Giá trị ghi sổ của các khoản đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu cũng được điều chỉnh cho những thay đổi về lợi ích của nhà đầu tư trong đơn vị nhận đầu tư phát sinh từ những thay đổi vốn chủ sở hữu của đơn vị nhận đầu tư mà không phản ánh trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh (như việc chênh lệch tỷ giá do chuyển đổi báo cáo tài chính, v.v...). Khi phần lỗ của đơn vị nhận đầu tư mà Tập đoàn phải chia sẻ vượt quá lợi ích của Tập đoàn trong đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, giá trị ghi sổ của khoản đầu tư (bao gồm các khoản đầu tư dài hạn, nếu có) sẽ được ghi giảm tới bằng không và dừng việc ghi nhận các khoản lỗ phát sinh thêm trừ các khoản lỗ thuộc phạm vi mà Tập đoàn có nghĩa vụ phải trả hoặc đã trả thay cho đơn vị nhận đầu tư.

Lãi hoặc lỗ từ việc thanh lý khoản đầu tư trong một công ty liên kết mà không dẫn đến việc mất đi ảnh hưởng đáng kể, bao gồm cả việc suy giảm lợi ích (được xem như là thanh lý một phần vốn chủ sở hữu) trong công ty liên kết, được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

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

Việc thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong công ty con mà không dẫn đến việc mất quyền kiểm soát được hạch toán tương tự như các giao dịch vốn chủ sở hữu. Chênh lệch giữa giá trị thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong tài sản thuần của công ty con và số tiền thu hoặc chi được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu, ngoại trừ trường hợp chênh lệch

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

phát sinh từ các giao dịch liên đới ràng buộc đến việc phát hành cổ phiếu hoặc tăng vốn góp có thặng dư thì khoản chênh lệch này được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu.

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

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

(b) Ngoại tệ

- (i) **Các giao dịch bằng ngoại tệ**
Các giao dịch bằng các đơn vị tiền tệ khác VND trong năm được quy đổi sang VND theo tỷ giá xấp xỉ với tỷ giá thực tế tại ngày giao dịch. Các khoản mục tài sản và nợ phải trả có gốc bằng đơn vị tiền tệ khác VND được quy đổi sang VND theo tỷ giá tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi Công ty hoặc các công ty con thường xuyên có giao dịch.

Tất cả các khoản chênh lệch tỷ giá hối đoái được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

- (ii) **Hoạt động ở nước ngoài**
Cho mục đích trình bày báo cáo tài chính hợp nhất, thông tin tài chính của các hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND như sau:

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

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

(c) Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền bao gồm tiền mặt và tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn. Các khoản tương đương tiền là các khoản đầu tư ngắn hạn có tính thanh khoản cao có thể dễ dàng chuyển đổi thành một lượng tiền xác định, không có nhiều rủi ro

về thay đổi giá trị và được sử dụng cho mục đích đáp ứng các cam kết chi tiền ngắn hạn hơn là cho mục đích đầu tư hay là các mục đích khác.

(d) Đầu tư

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

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

- (iii) **Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác**
Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác là những đơn vị mà Công ty hoặc các công ty con không có quyền kiểm soát hoặc ảnh hưởng đáng kể được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua và các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, các khoản đầu tư này được xác định theo giá gốc trừ đi dự phòng giảm giá khoản đầu

tư. Dự phòng giảm giá đầu tư được lập khi đơn vị nhận đầu tư phát sinh lỗ dẫn đến Tập đoàn có khả năng mất vốn, trừ khi có bằng chứng rằng giá trị của khoản đầu tư không bị suy giảm. Dự phòng giảm giá đầu tư được hoàn nhập khi đơn vị nhận đầu tư sau đó tạo ra lợi nhuận để bù trừ cho các khoản lỗ đã được lập dự phòng trước kia. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của khoản đầu tư không vượt quá giá trị ghi sổ của chúng khi giả định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(e) Các khoản phải thu

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

Bao thanh toán

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

Nếu Tập đoàn:

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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

quyền và nghĩa vụ phát sinh hoặc còn nắm giữ từ việc chuyển giao khoản phải thu. Nếu Tập đoàn nắm giữ quyền kiểm soát thì Tập đoàn sẽ tiếp tục ghi nhận khoản phải thu đến giá trị còn tiếp tục liên quan đến tài sản được chuyển giao.

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

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

(f) Hàng tồn kho

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

(g) Tài sản cố định hữu hình

(i) Nguyên giá Tài sản cố định hữu hình được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá tài sản cố định hữu hình bao gồm giá mua, hoặc chi phí xây dựng, các

loại thuế mua hàng không hoàn lại và chi phí liên quan trực tiếp để đưa tài sản đến vị trí và trạng thái hoạt động cho mục đích sử dụng đã dự kiến, và chi phí để tháo dỡ, di dời tài sản và khôi phục hiện trường tại địa điểm đặt tài sản. Các chi phí phát sinh sau khi tài sản cố định hữu hình đã đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa, bảo dưỡng và đại tu được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà chi phí phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính thu được từ việc sử dụng tài sản cố định hữu hình vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hoá như một khoản nguyên giá tăng thêm của tài sản cố định hữu hình. Trong trường hợp tài sản cố định hữu hình đã hoàn thành và đưa vào sử dụng nhưng nguyên giá chưa được quyết toán, các tài sản cố định này sẽ được ghi nhận theo nguyên giá tạm tính và nguyên giá này sẽ được điều chỉnh sau khi quyết toán được phê duyệt. Tài sản cố định hữu hình cũng bao gồm giá trị hợp lý của các tài sản cố định hữu hình khác từ hợp nhất kinh doanh.

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

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

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

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

kiến chuyển đổi thành trữ lượng. Cơ sở khấu hao cho tài sản liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản dựa trên:

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

Cơ sở khấu hao áp dụng cho các loại tài sản khai khoáng như sau:

	Cơ sở khấu hao
Máy móc, thiết bị chỉ liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản	(a)
Máy móc, thiết bị liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản và được sử dụng trong quá trình tái chế OTC	(a) và (b)
Giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	(a) và (b)

Máy móc, thiết bị liên quan trực tiếp đến hoạt động chế biến khoáng sản

Máy móc và thiết bị liên quan trực tiếp đến quá trình chế biến chuyên sâu các sản phẩm vonfram của MTC được khấu hao theo phương pháp khấu hao theo sản lượng. Tổng sản lượng sản xuất ước tính mà tài sản cố định hữu hình được khấu hao trên cơ sở sản lượng như sau:

	Tấn quặng
Nhà máy ST	171.865
Nhà máy APT	166.990

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

Tài sản khác

Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của tài sản cố định hữu hình. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

- Nhà cửa và vật kiến trúc 4 - 50 năm
- Nâng cấp tài sản thuê 3 - 5 năm
- Máy móc và thiết bị 2 - 25 năm
- Thiết bị văn phòng và tài sản khác 3 - 25 năm
- Phương tiện vận chuyển 3 - 25 năm
- Tài sản khai khoáng khác 26 năm

Tài sản cố định đã hoàn thành và đưa vào sử dụng trước khi quyết toán chi phí xây dựng được ghi nhận theo nguyên giá tạm tính. Khi các chi phí xây dựng được quyết toán và phê duyệt, nguyên giá tạm tính sẽ được điều chỉnh theo chi phí quyết toán và khấu hao lũy kế sẽ không được điều chỉnh. Khấu hao sau đó được tính theo nguyên giá được duyệt trừ đi giá trị hao mòn lũy kế cho giai đoạn trước khi quyết toán tài sản cố định được duyệt, chia cho thời gian khấu hao còn lại của tài sản cố định theo các quy định có liên quan.

(h) Tài sản cố định vô hình

(i) Quyền sử dụng đất Quyền sử dụng đất lâu dài được phản ánh theo nguyên giá và không tính khấu hao. Quyền sử dụng đất có thời hạn được phản ánh theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của quyền sử dụng đất bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc có được quyền sử dụng đất. Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 50 năm. Giá trị hợp lý của quyền sử dụng đất phát sinh từ hợp nhất kinh doanh được xác định theo phương pháp so sánh trực tiếp bằng cách so sánh giá tham khảo/giá giao dịch gần nhất của bất động sản tương tự trong cùng khu vực.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

- (ii) Phần mềm máy vi tính
- Phần mềm máy vi tính bao gồm:
- Giá mua của phần mềm máy vi tính mới mà phần mềm này không phải là một bộ phận gắn kết với phần cứng có liên quan thì được vốn hóa và hạch toán như tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của phần mềm máy vi tính được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ 2 đến 10 năm; và
 - Chi phí tự phát triển phần mềm máy vi tính được vốn hóa trong giai đoạn phát triển phần mềm nếu thỏa mãn các tiêu chí sau:
 - Các chi phí này phát sinh liên quan trực tiếp ở giai đoạn phát triển phần mềm;
 - Tập đoàn có dự kiến hoàn thành phần mềm được xây dựng rõ ràng từ chương trình thiết kế, mô hình liệt kê các hoạt động cần thiết cho việc hoàn thành giai đoạn phát triển và dự định hoàn thành dự án sau giai đoạn phát triển;
 - Tập đoàn có khả năng triển khai và sử dụng phần mềm sau giai đoạn phát triển;
 - Tập đoàn có đầy đủ nguồn lực về kỹ thuật, tài chính và nhân sự để hoàn tất các giai đoạn phát triển phần mềm; và
 - Tập đoàn có thể xác định được chi phí phát sinh liên quan đến giai đoạn phát triển phần mềm một cách đáng tin cậy.

Phần mềm tự phát triển được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong 4 năm kể từ khi cấu phần của phần mềm đó được hoàn thành.

- (iii) Thương hiệu
- Thương hiệu mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của thương hiệu được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 9 năm đến 30 năm.

Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng cách chiết khấu khoản tiền bản quyền ước tính có thể tiết kiệm được từ việc sở hữu

- thương hiệu đó.
- (iv) Quan hệ khách hàng
- Mối quan hệ khách hàng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của mối quan hệ khách hàng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 5 năm đến 36 năm.

Giá trị hợp lý của mối quan hệ khách hàng có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

- (v) Quyền khai thác mỏ
- Quyền khai thác mỏ được tính dựa trên trữ lượng khai thác còn lại nhân với đơn giá do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công bố theo Nghị định số 67/2019/NĐ-CP ngày 31 tháng 7 năm 2019 (“Nghị định 67”) có hiệu lực từ ngày 15 tháng 9 năm 2019, thay thế cho Nghị định số 203/2013/NĐ/CP ngày 28 tháng 11 năm 2013. Nguyên giá của quyền khai thác mỏ được phản ánh theo giá trị hiện tại của tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Quyền khai thác mỏ được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên vòng đời kinh tế của trữ lượng khoáng sản của mỏ và phần tài nguyên có khả năng trở thành trữ lượng mỏ.

- (vi) Tài nguyên nước khoáng
- Nguồn tài nguyên nước khoáng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 10 năm đến 37 năm.

Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng cách sử dụng phương pháp so sánh trực tiếp hoặc phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn. Phương pháp so sánh trực tiếp ước tính giá trị của tài nguyên nước khoáng bằng cách so sánh với giá tham khảo/giao dịch gần nhất của tài

nguyên nước khoáng tương tự trong cùng khu vực. Đối với phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, giá trị của tài nguyên nước khoáng được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

- (vii) Quyền khai thác tài nguyên nước khoáng
- Chi phí để có được quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính là từ 4 năm đến 30 năm.

- (viii) Công nghệ
- Công nghệ mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của công nghệ được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 5 năm đến 31 năm.

Giá trị hợp lý của công nghệ có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

- (ix) Chi phí triển khai
- Chi phí triển khai bao gồm:

- Chi phí cho các hoạt động triển khai mà thông qua các hoạt động này các kết quả nghiên cứu được áp dụng vào việc lập kế hoạch hoặc thiết kế các quy trình sản xuất và sản xuất các sản phẩm mới hoặc được cải tiến đáng kể, sẽ được vốn hóa nếu sản phẩm hoặc quy trình sản xuất đó khả thi về mặt kỹ thuật và thương mại và Tập đoàn có đủ nguồn lực để hoàn tất việc triển khai. Các chi phí triển khai được vốn hóa bao gồm nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và một phần chi phí chung được phân bổ thích hợp. Các chi phí triển khai khác được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất như là một

- khoản chi phí trong năm khi các chi phí này phát sinh. Các hoạt động triển khai mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của các hoạt động triển khai có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó. Giá trị hợp lý của các hoạt động triển khai được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 10 đến 16 năm.

- (x) Giấy phép
- Giấy phép mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của giấy phép được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là 12 năm.

Giá trị hợp lý của giấy phép có được từ hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(i) Bất động sản đầu tư

- (i) Nguyên giá
- Bất động sản đầu tư cho thuê được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của bất động sản đầu tư cho thuê bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc đưa tài sản đến điều kiện cần thiết để tài sản có thể hoạt động theo cách thức đã dự kiến bởi Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con. Các chi phí phát sinh sau khi bất động sản đầu tư cho thuê đã được đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa và bảo trì được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà các chi phí này phát sinh. Trong các trường hợp có thể chứng minh một cách rõ ràng rằng các khoản chi phí này làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai dự tính thu được từ bất động sản đầu tư

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho thuê vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hóa như một khoản nguyên giá tăng thêm của bất động sản đầu tư cho thuê.

(ii) Khấu hao
Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của bất động sản đầu tư. Quyền sử dụng đất lâu dài không được khấu hao. Thời gian hữu dụng ước tính của nhà cửa và cơ sở hạ tầng như sau:

- Nhà cửa 20 - 60 năm
- Cơ sở hạ tầng 5 - 20 năm

(j) Xây dựng cơ bản dở dang

Xây dựng cơ bản dở dang phản ánh các khoản chi cho heo giống, xây dựng hoặc triển khai tài sản cố định hữu hình và tài sản cố định vô hình chưa được hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong và tài sản khoáng sản đang trong quá trình phát triển. Không tính khấu hao cho xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình nuôi trồng, xây dựng, lắp đặt và thử nghiệm.

Tài sản khoáng sản chưa khai thác bao gồm giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản và các chi phí triển khai liên quan có được từ hợp nhất kinh doanh và các chi phí triển khai phát sinh sau này. Những tài sản này đủ điều kiện để được vốn hóa khi trữ lượng khoáng sản liên quan đã được chứng minh là có tính khả thi về lợi ích kinh tế và kỹ thuật. Những tài sản này ban đầu được ghi nhận theo giá trị hợp lý như một phần của giao dịch hợp nhất kinh doanh và các chi phí triển khai liên quan đến việc khai thác sau đó sẽ được vốn hóa sau khi cần trừ với tiền thu được từ việc bán khoáng sản khai thác trong giai đoạn triển khai. Sau khi hoàn tất công tác triển khai, được xác định là khi sản phẩm có thể bán bắt đầu được khai thác từ mỏ, tất cả các tài sản này được phân loại thành “máy móc và thiết bị” hoặc “tài sản khai khoáng khác” trong tài sản cố định hữu hình hoặc chi phí trả trước dài hạn.

(k) Chi phí trả trước dài hạn

(i) Chi phí khai thác khoáng sản khác
Chi phí khai thác khoáng sản khác bao gồm:

- Chi phí thăm dò, đánh giá và phát triển mỏ (bao gồm chi phí bóc đất đá phát triển mỏ); và
- Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất (như được nêu dưới đây trong phần “Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ”)

Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ

Hoạt động khai thác mỏ lộ thiên đòi hỏi phải bóc lớp đất đá phủ bên trên và các loại phế liệu khác để tiếp cận thân quặng cần khai thác. Chi phí bóc đất đá phát sinh trong quá trình phát triển mỏ (chi phí bóc đất đá phát triển mỏ) được ghi nhận vào chi phí xây dựng mỏ. Toàn bộ chi phí bóc đất đá phát triển mỏ phát sinh trong giai đoạn xây dựng được kết chuyển vào chi phí khai thác khoáng sản khác.

Chi phí loại bỏ đất đá trong giai đoạn sản xuất của mỏ (chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất) được giữ lại chờ phân bổ khi chi phí này làm phát sinh lợi ích trong tương lai:

- a) Khi Tập đoàn chắc chắn thu được lợi ích kinh tế trong tương lai;
- b) Khi có thể xác định được thành phần của phần thân quặng mà khả năng tiếp cận đã được cải thiện; và
- c) Khi các chi phí phát sinh có thể được tính toán được một cách đáng tin cậy.

Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất được phân bổ giữa hàng tồn kho và chi phí trả trước dài hạn dựa trên tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời mỏ của các thành phần xác định được của thân quặng.

Tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời của mỏ là tỷ lệ giữa tổng lượng đất đá và phế liệu ước tính phải bóc trên tổng lượng quặng ước tính có thể thu hồi được lợi ích kinh tế trong suốt vòng đời mỏ của các thành phần xác định được của thân quặng. Chi phí bóc đất đá trong quá trình sản xuất được ghi nhận thành chi phí trả trước dài hạn khi tỷ lệ bóc đất đá thực tế của kỳ hiện tại cao hơn tỷ lệ bóc đất đá

trung bình trong vòng đời của mỏ.

Chi phí bóc đất đá trong quá trình phát triển mỏ và sản xuất được phân bổ một cách có hệ thống dựa trên trữ lượng khoáng sản và tài nguyên dự kiến có thể chuyển đổi thành trữ lượng khoáng sản của các thành phần của phần thân quặng có liên quan.

(ii) Chi phí đất trả trước
Chi phí đất trả trước bao gồm tiền thuê đất trả trước, kể cả các khoản liên quan đến đất thuê mà Tập đoàn đã nhận được giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nhưng không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định vô hình theo quy định và pháp luật hiện hành, và các chi phí phát sinh khác liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất là từ 35 năm đến 50 năm.

(iii) Chi phí bồi thường đất
Chi phí bồi thường đất bao gồm các chi phí phát sinh liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất.

(iv) Công cụ và dụng cụ
Công cụ và dụng cụ bao gồm các tài sản Tập đoàn nắm giữ để sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh bình thường, với nguyên giá của mỗi tài sản thấp hơn 30 triệu VND và do đó không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định theo quy định hiện hành.

Công cụ và dụng cụ được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian sử dụng ước tính từ trên 1 năm đến 3 năm.

(v) Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa
Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa

doanh nghiệp nhà nước bao gồm giá trị thương hiệu và giá trị tiềm năng phát triển. Giá trị thương hiệu được xác định trên cơ sở các chi phí thực tế cho việc tạo dựng và bảo vệ nhãn hiệu, tên thương mại trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp trước thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp 5 năm (bao gồm chi phí thành lập doanh nghiệp, chi phí đào tạo nhân viên, chi phí quảng cáo, tuyên truyền để quảng bá, giới thiệu sản phẩm, giới thiệu công ty, xây dựng trang web). Giá trị tiềm năng phát triển được đánh giá trên cơ sở khả năng sinh lời của doanh nghiệp trong tương lai khi so sánh tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp với lãi suất trái phiếu Chính phủ có kỳ hạn 5 năm. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm kể từ khi doanh nghiệp chính thức chuyển thành công ty cổ phần (được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh công ty cổ phần lần đầu).

(vi) Heo giống
Heo giống có nguyên giá thấp hơn 30 triệu VND được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian sử dụng ước tính từ trên 1 năm đến 3 năm. Chi phí phân bổ heo giống có liên quan trực tiếp đến việc chăn nuôi heo thịt trong sản xuất kinh doanh dở dang được vốn hóa vào giá gốc của chi phí sản xuất kinh doanh dở dang.

(vii) Chi phí trả trước dài hạn khác
Chi phí trả trước dài hạn khác bao gồm chi phí trước hoạt động và các chi phí trả trước khác được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính.

(l) Lợi thế thương mại

Lợi thế thương mại phát sinh từ việc hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung do mua lại công ty con và công ty liên kết. Lợi thế thương mại được xác định theo giá gốc trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Giá gốc của lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua các công ty con được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm. Giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại phát sinh khi mua các công ty con được ghi giảm xuống bằng giá trị có thể thu hồi khi Ban Tổng Giám đốc xác định khoản lợi thế thương mại không thể thu hồi toàn bộ.

Đối với các công ty liên kết, giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại được bao gồm trong giá trị ghi sổ của khoản đầu tư và không được phân bổ.

(m) Các khoản phải trả

Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được phản ánh theo giá gốc.

(n) Dự phòng

Dự phòng được ghi nhận nếu, do kết quả của một sự kiện trong quá khứ, Tập đoàn có nghĩa vụ pháp lý hiện tại hoặc liên đới có thể ước tính một cách tin cậy, và chắc chắn sẽ làm giảm sút các lợi ích kinh tế trong tương lai để thanh toán các khoản nợ phải trả do nghĩa vụ đó. Dự phòng được xác định bằng cách chiết khấu các dòng tiền dự kiến phải trả trong tương lai với tỷ lệ chiết khấu trước thuế phản ánh đánh giá hiện tại của thị trường về giá trị thời gian của tiền và những rủi ro cụ thể với khoản nợ phải trả đó.

(i) Quyền khai thác mỏ Theo quy định của Luật khoáng sản năm 2010, NPM, một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước tiền cấp quyền khai thác mỏ. Tiền cấp quyền khai thác được tính trên cơ sở trữ lượng còn lại có thể khai thác và giá tính tiền cấp quyền khai thác, được xác định theo giá tính thuế tài nguyên theo các văn bản pháp luật về thuế tài nguyên tại thời điểm xác định tiền cấp quyền khai thác là Nghị định 67.

Giá tính thuế tài nguyên do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công bố. Phương pháp quy đổi dựa vào các thông số khác nhau của hệ số quy đổi theo hướng dẫn của Nghị định 67.

(ii) Phục hồi môi trường mỏ Hoạt động khai thác và chế biến khoáng sản của Tập đoàn làm phát sinh nghĩa vụ đóng cửa mỏ hoặc phục hồi môi trường mỏ. Hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ có thể bao gồm việc giải bản mỏ và tháo dỡ thiết bị; phục hồi mặt bằng đất và khu vực khai thác. Phạm vi công việc phải thực hiện và các chi phí liên quan tùy thuộc vào các quy định của Bộ Tài nguyên và Môi trường (“MONRE”) và các chính sách môi trường của Tập đoàn theo Báo cáo Tác động Môi trường.

Dự phòng chi phí của mỗi chương trình đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được ghi nhận tại thời điểm xảy ra ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường. Khi mức độ ảnh hưởng tiêu cực tăng lên trong suốt thời gian hoạt động, thì khoản dự phòng sẽ tăng lên tương ứng. Chi phí được tính vào khoản dự phòng bao gồm tất cả chi phí liên quan đến các hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ dự kiến và dự phòng sẽ được trích lập trong suốt thời gian khai thác, chế biến khoáng sản tương ứng với mức độ ảnh hưởng đến môi trường tại ngày kế thúc kỳ kế toán năm.

Trong trường hợp hoạt động phục hồi môi trường mỏ được tiến hành một cách có hệ thống trong suốt thời gian hoạt động, chứ không phải tại thời điểm đóng cửa, dự phòng được trích lập cho công việc phục hồi liên tục còn tồn đọng ước tính tại ngày báo cáo và chi phí được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các chi phí vận hành thông thường có thể ảnh hưởng đến các hoạt động đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ sau này, như xử lý chất thải được tiến hành như một phần không thể tách rời của quá trình khai thác hoặc sản xuất, không được bao gồm trong dự phòng. Chi phí phát sinh từ các trường hợp không dự kiến trước được, như ô nhiễm do chất thải ngoài kế hoạch, được ghi nhận là chi phí và nợ phải trả khi sự kiện làm phát sinh nghĩa vụ có thể xảy ra và chi phí có khả năng ước tính đáng tin cậy.

Thời gian đóng cửa thực tế và chi phí phục hồi môi trường mỏ phụ thuộc vào vòng đời của mỏ. Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được xác định bằng cách chiết

khấu các dòng tiền dự kiến trong tương lai về giá trị hiện tại và được xác định theo xác suất ước tính của các dòng có thể tiến phát sinh đối với mỗi hoạt động khai thác. Các xét đoán và ước tính trọng yếu được sử dụng để hình thành dự kiến về các hoạt động trong tương lai và giá trị và thời gian của dòng tiền liên quan. Những dự kiến này được hình thành dựa trên yêu cầu về môi trường và pháp lý hiện hành làm phát sinh một nghĩa vụ liên đới. Khi dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được ghi nhận lần đầu, chi phí tương ứng được vốn hóa như một tài sản nếu nghĩa vụ về đóng cửa và phục hồi môi trường là không thể tránh khỏi đối với việc xây dựng tài sản. Chi phí đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ đã vốn hóa được ghi nhận vào tài sản khai thác khoáng sản khác và được khấu hao sau đó. Chênh lệch về giá trị của khoản dự phòng tăng lên theo thời gian do ảnh hưởng của việc chiết khấu đến giá trị hiện tại, được ghi nhận là chi phí tài chính.

Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ sẽ được điều chỉnh theo các thay đổi về ước tính. Các điều chỉnh này sẽ được hạch toán như là thay đổi trong chi phí được vốn hóa tương ứng, trừ trường hợp số giảm dự phòng cao hơn chi phí được vốn hóa chưa được trích khấu hao của các tài sản liên quan, khi đó chi phí được vốn hóa được giảm xuống bằng không và phần chênh lệch còn lại được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Các thay đổi về chi phí được vốn hóa dẫn đến thay đổi về chi phí khấu hao trong tương lai. Các thay đổi về giá trị và thời gian ước tính của các dòng tiền trong tương lai đối với hoạt động đóng cửa và phục hồi mỏ là một sự kiện bình thường phù hợp với các xét đoán và ước tính quan trọng liên quan.

(iii) Dự phòng trợ cấp thôi việc Theo Bộ luật Lao động Việt Nam, khi nhân viên làm việc cho Tập đoàn từ 12 tháng trở lên (“nhân viên đủ điều kiện”) tự nguyện chấm dứt hợp đồng lao động của mình thì bên sử dụng lao động phải thanh toán tiền trợ cấp thôi việc cho nhân viên đó tính dựa trên số năm làm việc và mức lương tại thời điểm thôi việc của nhân viên đó. Dự phòng trợ cấp thôi việc được lập trên cơ sở số năm nhân viên làm

việc cho Tập đoàn và mức lương bình quân của họ trong vòng sáu tháng trước ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Cho mục đích xác định số năm làm việc của nhân viên, thời gian nhân viên đã tham gia bảo hiểm thất nghiệp theo quy định của pháp luật và thời gian làm việc đã được Tập đoàn chi trả trợ cấp thôi việc được loại trừ.

(iv) Trợ cấp hưu trí Trợ cấp hưu trí là các khoản phúc lợi khi nghỉ hưu và được phân loại thành quỹ với mức đóng góp xác định hoặc quỹ với mức trợ cấp xác định.

Với quỹ với mức đóng góp xác định, Tập đoàn sẽ phải đóng góp một khoản tiền cố định vào một quỹ riêng. Nhân viên sẽ nhận được khoản tiền trợ cấp hưu trí trong tương lai dựa trên số tiền đã đóng và thu nhập mang lại từ việc đầu tư của quỹ riêng này. Tập đoàn không có nghĩa vụ pháp lý hay nghĩa vụ liên đới phải chi trả thêm khoản đóng góp nào nếu quỹ đó không có đủ tài sản để chi trả cho tất cả nhân viên khoản trợ cấp liên quan đến thời gian làm việc của nhân viên trong năm hiện tại và năm trước đó. Các khoản đóng góp của Tập đoàn cho quỹ với mức đóng góp xác định sẽ được ghi nhận là chi phí trong năm được chi trả.

Với quỹ với mức trợ cấp xác định, nhân viên sẽ nhận được một khoản trợ cấp hưu trí xác định khi nghỉ hưu, khoản trợ cấp thường phụ thuộc vào một hoặc nhiều yếu tố như tuổi tác, số năm làm việc và lương thưởng tại thời điểm nghỉ hưu. Dự phòng phải trả cho quỹ với mức trợ cấp xác định được xác định bằng giá trị hiện tại của nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định được tính toán hàng năm bởi các chuyên gia độc lập. Giá trị hiện tại của nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định được ước tính bằng cách chiết khấu dòng tiền phải trả ước tính trong tương lai sử dụng lãi suất của trái phiếu doanh nghiệp chất lượng cao AA với thời hạn tương tự thời hạn phải trả các khoản trợ cấp này, thể hiện bằng đơn vị tiền tệ mà khoản trợ cấp sẽ được thanh toán. Tập đoàn xác định chi phí lãi thuần trên nợ phải trả/(tài sản) phúc lợi thuần xác định trong năm bằng cách áp dụng tỷ lệ chiết khấu được sử dụng để đo lường

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

nghĩa vụ phúc lợi xác định vào đầu kỳ kế toán năm đối với nợ phải trả phúc lợi thuần xác định, có tính đến bất kỳ những thay đổi trong nghĩa vụ phúc lợi thuần được xác định trong năm do các khoản đóng góp. Chi phí lãi thuần và các chi phí khác liên quan đến các quỹ lợi ích xác định được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Việc xác định nghĩa vụ với mức trợ cấp xác định còn bao gồm ước tính dòng tiền tương lai, tỷ lệ nghỉ việc của nhân viên, tỷ lệ tử vong và tỷ lệ tăng lương trong tương lai.

Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, bao gồm chênh lệch tăng giảm do định giá thông kê và thuế thu nhập hoãn lại liên quan, được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

(o) Trái phiếu phát hành

Trái phiếu thường
Tại thời điểm ghi nhận ban đầu, trái phiếu thường được xác định theo giá gốc bao gồm khoản tiền thu được từ việc phát hành trái phiếu trừ đi chi phí phát hành. Các khoản chiết khấu, phụ trội và chi phí phát hành được phân bổ dần theo phương pháp đường thẳng trong suốt kỳ hạn của trái phiếu.

(p) Thuế

Thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận hoặc lỗ của năm bao gồm thuế thu nhập hiện hành và thuế thu nhập hoãn lại. Thuế thu nhập doanh nghiệp được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất ngoại trừ trường hợp có các khoản thuế thu nhập liên quan đến các khoản mục được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu, thì khi đó các thuế thu nhập này cũng được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu.

Thuế thu nhập hiện hành là khoản thuế dự kiến phải nộp dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm, sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm, và các khoản điều chỉnh thuế phải nộp liên quan đến những

năm trước.

Thuế thu nhập hoãn lại được tính theo phương pháp bảng cân đối kế toán cho các chênh lệch tạm thời giữa giá trị ghi sổ cho mục đích báo cáo tài chính và giá trị sử dụng cho mục đích tính thuế của các khoản mục tài sản và nợ phải trả. Giá trị của thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận dựa trên cách thức dự kiến thu hồi hoặc thanh toán giá trị ghi sổ của các khoản mục tài sản và nợ phải trả sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực hoặc cơ bản có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chỉ được ghi nhận trong phạm vi chắc chắn có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các chênh lệch tạm thời này có thể sử dụng được. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại được ghi giảm trong phạm vi không còn chắc chắn là các lợi ích về thuế liên quan này sẽ sử dụng được.

(q) Vốn chủ sở hữu

(i) Vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần
Vốn cổ phần được ghi nhận theo mệnh giá. Phần chênh lệch giữa giá phát hành cổ phiếu cao hơn mệnh giá được ghi nhận vào thặng dư vốn cổ phần. Các chi phí phát sinh liên quan trực tiếp đến việc phát hành cổ phiếu, trừ đi ảnh hưởng thuế, được ghi giảm vào thặng dư vốn cổ phần.

(ii) Vốn khác của chủ sở hữu
Các thỏa thuận phát hành một số lượng cổ phiếu nhất định vào thời điểm ấn định trong tương lai, được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý tại ngày của các thỏa thuận và được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu nếu không tồn tại các thỏa thuận thay thế nào khác.

(r) Doanh thu

(i) Doanh thu bán hàng
Doanh thu bán hàng được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất khi phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu sản phẩm hoặc hàng hoá được chuyển giao cho người mua.

Đối với doanh thu bán khoáng sản, giá bán thường được xác định sơ bộ tại ngày ghi nhận doanh thu. Ngày điều chỉnh giá bán phát sinh sau đó dựa trên biến động giá niêm yết trên thị trường hoặc giá theo hợp đồng cho đến ngày định giá chính thức. Khoảng thời gian giữa thời điểm ghi nhận doanh thu sơ bộ và thời điểm định giá chính thức thường là từ 30 ngày đến 60 ngày, tuy nhiên một số trường hợp có thể lên đến 90 ngày đến 180 ngày. Doanh thu ghi nhận sơ bộ được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý ước tính của tổng giá trị các khoản phải thu. Trong trường hợp các điều kiện trong hợp đồng mua bán cho phép điều chỉnh giá bán dựa trên kết quả khảo sát hàng hóa của khách hàng, kết quả phân tích được lập bởi một bên thứ ba sẽ được sử dụng, trừ khi kết quả khảo sát của khách hàng nằm trong phạm vi sai số đã được quy định trong hợp đồng, khi đó doanh thu được ghi nhận dựa trên bản phân tích chất lượng sản phẩm gần nhất.

Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu hoặc liên quan tới khả năng hàng bán bị trả lại. Doanh thu bán hàng được ghi nhận theo giá trị thuần sau khi trừ đi chiết khấu giảm giá ghi trên hóa đơn bán hàng.

(ii) Doanh thu cung cấp dịch vụ
Doanh thu cung cấp dịch vụ được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo tỷ lệ phần trăm hoàn thành của giao dịch. Tỷ lệ phần trăm hoàn thành công việc được đánh giá dựa trên khảo sát các công việc đã được thực hiện. Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu.

(ii) Doanh thu cho thuê
Doanh thu cho thuê tài sản trong hợp đồng thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng cho thuê được ghi nhận như là một bộ phận hợp thành của tổng doanh thu cho thuê trong suốt thời hạn của hợp đồng thuê.

(s) Doanh thu hoạt động tài chính và chi phí tài chính

(i) Doanh thu hoạt động tài chính
Doanh thu hoạt động tài chính bao gồm thu nhập lãi tiền gửi, lãi trái phiếu, lãi cho vay, lãi từ thanh lý các khoản đầu tư, lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái và doanh thu hoạt động tài chính khác. Thu nhập lãi được ghi nhận theo tỷ lệ tương ứng với thời gian dựa trên số dư gốc và lãi suất áp dụng.

(ii) Chi phí tài chính
Chi phí tài chính bao gồm chi phí lãi vay từ các khoản vay và trái phiếu phát hành, chi phí phát hành trái phiếu và thu xếp khoản vay (gọi chung là “chi phí đi vay”), lỗ từ thanh lý các khoản đầu tư, lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái và các chi phí tài chính khác. Chi phí đi vay được ghi nhận là chi phí trong năm khi chi phí này phát sinh, ngoại trừ trường hợp chi phí đi vay liên quan đến các khoản vay cho mục đích hình thành tài sản đủ điều kiện vốn hóa chi phí đi vay thì khi đó chi phí đi vay phát sinh trong thời gian hình thành tài sản sẽ được vốn hóa và ghi vào nguyên giá các tài sản này.

(t) Thuê tài sản

(i) Tài sản thuê
Các hợp đồng thuê được phân loại là thuê tài chính nếu theo các điều khoản của hợp đồng, Tập đoàn, với tư cách là bên đi thuê, đã nhận phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu. Tài sản cố định hữu hình dưới hình thức thuê tài chính được thể hiện bằng số tiền tương đương với số thấp hơn giữa giá trị hợp lý của tài sản cố định và giá trị hiện tại của các khoản tiền thuê tối thiểu, tính tại thời điểm bắt đầu thuê, trừ đi giá trị hao mòn lũy kế.

Khấu hao của tài sản thuê tài chính được hạch toán theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian ngắn hơn giữa thời hạn thuê và thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính trừ khi chắc chắn là Tập đoàn sẽ có quyền sở hữu tài sản khi hết hạn hợp đồng thuê. Thời gian hữu dụng ước tính của tài sản thuê tài chính nhất quán với tài sản cố định hữu hình được nêu trong phần chính sách kế toán 3(g).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

Các tài sản thuê theo các hợp đồng thuê khác được phân loại là thuê hoạt động và không được ghi nhận trên bảng cân đối kế toán hợp nhất của Tập đoàn.

- (ii) Các khoản thanh toán tiền thuê
- Các khoản thanh toán tiền thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng đi thuê được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất như là một bộ phận hợp thành của tổng chi phí thuê, trong suốt thời hạn thuê.

Các khoản thanh toán tiền thuê tài sản thuê tài chính được chia tách thành chi phí tài chính và khoản trả nợ gốc thuê tài chính. Chi phí tài chính phải được tính theo từng kỳ kế toán trong suốt thời hạn thuê để đạt tới một tỷ lệ lãi suất định kỳ cố định trên số dư nợ gốc còn lại.

(u) Lãi trên cổ phiếu

Tập đoàn trình bày lãi cơ bản và lãi suy giảm trên cổ phiếu (“EPS”) cho các cổ phiếu phổ thông. Lãi cơ bản trên cổ phiếu được tính bằng cách lấy lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty (sau khi đã trừ đi khoản phân bổ vào quỹ khen thưởng và phúc lợi cho kỳ kế toán năm) chia cho số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền lưu hành trong năm. Lãi suy giảm trên cổ phiếu được xác định bằng cách điều chỉnh lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân đang lưu hành có tính đến các ảnh hưởng của cổ phiếu phổ thông tiềm năng. Trong năm, Công ty không có các cổ phiếu phổ thông tiềm năng, do vậy Công ty không trình bày lãi suy giảm trên cổ phiếu.

(v) Báo cáo bộ phận

Một bộ phận là một hợp phần có thể xác định riêng biệt được của Tập đoàn khi tham gia vào việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan (bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh), hoặc cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ trong một môi trường kinh tế cụ thể (bộ phận chia theo khu vực địa lý), mỗi bộ phận này chịu rủi ro và thu được lợi

ích khác biệt với các bộ phận khác. Mẫu báo cáo bộ phận chính yếu và thứ yếu của Tập đoàn lần lượt được lập theo hoạt động kinh doanh và theo khu vực địa lý.

(w) Các bên liên quan

Các bên được xem là bên liên quan của Tập đoàn nếu một bên có khả năng, trực tiếp hoặc gián tiếp, kiểm soát bên kia hoặc gây ảnh hưởng đáng kể tới bên kia trong việc ra các quyết định tài chính và hoạt động, hoặc khi Tập đoàn và bên kia cùng chịu sự kiểm soát chung hoặc ảnh hưởng đáng kể chung. Các bên liên quan có thể là các công ty hoặc các cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được xem là liên quan.

(x) Chương trình về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên

Cổ phiếu phát hành cho nhân viên theo chương trình về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên được phát hành theo giá được phê duyệt trong Nghị quyết Hội đồng Quản trị.

(y) Thông tin so sánh

Thông tin so sánh trong báo cáo tài chính hợp nhất này được trình bày dưới dạng dữ liệu tương ứng. Theo phương pháp này, các thông tin so sánh của năm trước được trình bày như một phần không thể tách rời của báo cáo tài chính hợp nhất năm hiện tại và phải được xem xét trong mối liên hệ với các số liệu và thuyết minh của năm hiện tại. Theo đó, thông tin so sánh bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất này không nhằm mục đích trình bày về tình hình tài chính hợp nhất, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Tập đoàn trong năm trước.

Thông tin so sánh được mang sang từ số liệu trình bày trong báo cáo tài chính hợp nhất của Tập đoàn tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021.

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

Tập đoàn có năm bộ phận báo cáo, như được trình bày dưới đây, là các hoạt động kinh doanh chiến lược của Tập đoàn. Các hoạt động kinh doanh chiến lược này cung cấp các dịch vụ và sản phẩm khác nhau, và được quản lý riêng biệt vì các hoạt động này yêu cầu các chiến lược tiếp thị và công nghệ khác nhau. Đối với từng hoạt động kinh doanh chiến lược, Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con soát xét các báo cáo quản lý nội bộ định kỳ. Cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022, kết quả kinh doanh bộ phận của từng bộ phận báo cáo được xác định dựa trên lợi nhuận trước thuế và lãi vay thay vì lợi nhuận thuần sau thuế như được trình bày trước đây.

Tập đoàn nắm giữ các bộ phận kinh doanh sau đây thông qua từng nhóm công ty con:

- Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu
- MEATLife: chuỗi giá trị thịt
- Vật liệu công nghệ cao
- Bán lẻ tiêu dùng
- Khác: dịch vụ tài chính, dịch vụ viễn thông, chuỗi bán lẻ đồ ăn và thức uống và các dịch vụ khác

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(a) Báo cáo theo bộ phận kinh doanh

Kết quả kinh doanh, tài sản và nợ phải trả của bộ phận bao gồm các khoản mục được tính trực tiếp cho từng bộ phận và các khoản mục chung được phân bổ cho mỗi bộ phận trên cơ sở hợp lý.

	Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Loại trừ		Tổng	
	2022	2021 (*)	2022	2021 (*)	2022	2021 (*)	2022	2021 (*)	2022	2021 (*)	2022	2021 (*)	2022	2021 (*)
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Doanh thu bộ phận từ bên ngoài	26.819.469	27.053.090	3.004.511	17.169.943	15.549.548	13.564.291	29.237.912	30.840.035	1.577.785	1.408	-	-	76.189.225	88.628.767
Doanh thu giữa các bộ phận	1.284.020	1.711.104	1.780.060	1.720.945	-	-	137.016	60.375	38.857	-(3.239.953)	-(3.492.424)	-	-	-
Lợi nhuận gộp của bộ phận	10.903.130	11.595.404	321.879	2.300.843	2.376.906	2.346.405	6.507.907	5.869.744	925.202	22.405	-	-	21.035.024	22.134.801
Kết quả kinh doanh của bộ phận	5.517.687	5.782.013	(455.952)	630.108	1.349.841	1.189.816	(1.025.947)	(1.091.025)	3.963.007	3.924.876	-	-	9.348.636	10.435.788
Chi phí không phân bổ thuần													(4.594.252)	(334.407)
Lợi nhuận thuần													4.754.384	10.101.381

(*) Những con số này được trình bày lại cho mục đích so sánh.

	Sản phẩm tiêu dùng có thương hiệu		MEATLife		Vật liệu công nghệ cao		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Tổng	
	31/12/2022	1/1/2022	31/12/2022	1/1/2022	31/12/2022	1/1/2022	31/12/2022	1/1/2022	31/12/2022	1/1/2022	31/12/2022	1/1/2022
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Tài sản của bộ phận	28.610.561	25.362.822	9.938.529	8.744.473	40.964.993	38.796.639	20.726.133	21.538.910	28.800.043	22.152.192	129.040.619	116.595.036
Tài sản không phân bổ											12.302.196	9.498.435
Tổng tài sản											141.342.815	126.093.471
Nợ phải trả của bộ phận	111.860.939	11.842.493	7.297.134	6.097.973	24.774.892	24.787.455	15.198.042	14.829.258	867.341	43.701	59.998.348	57.600.880
Nợ phải trả không phân bổ											44.707.728	26.155.939
Tổng nợ phải trả											104.706.07	83.756.819

	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Chi tiêu vốn	1.372.469	982.176	667.447	710.921	1.330.036	921.560	467.634	179.768	320.871	1.393	4.158.457	2.795.818
Chi tiêu vốn không phân bổ	-	-							6.864	9.609	6.864	9.609
Chi phí khấu hao	779.192	727.504	302.436	510.150	1.204.204	1.258.760	604.953	621.333	19.204	-	2.909.989	3.117.747
Chi phí khấu hao không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	5.072	4.791	5.072	4.791
Chi phí phân bổ	263.288	335.186	117.591	363.767	613.953	581.108	1.142.294	1.224.298	280.071	5.474	2.417.197	2.509.833
Chi phí phân bổ không phân bổ	-	-	-	-	-	-	-	-	2.383	2.389	2.383	2.389

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(b) Bộ phận theo khu vực địa lý

Dựa trên thông tin về vị trí địa lý của khách hàng và tài sản là ở Việt Nam (“Trong nước”) hay ở các nước khác ngoài Việt Nam (“Nước ngoài”), Tập đoàn nắm giữ các bộ phận theo khu vực địa lý sau đây thông qua từng nhóm công ty con:

	Trong nước		Nước ngoài		Tổng	
	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Doanh thu của bộ phận	60.646.074	74.135.889	15.543.151	14.492.878	76.189.225	88.628.767
Chi tiêu vốn	4.046.546	2.730.106	118.775	75.321	4.165.321	2.805.427

	Trong nước		Nước ngoài		Tổng	
	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Tài sản của bộ phận	127.349.497	113.572.466	13.993.318	12.521.005	141.342.815	126.093.471

5. HỢP NHẤT KINH DOANH

Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)

Vào ngày 28 tháng 1 năm 2022, SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã hoàn tất việc mua lại 31,0% vốn cổ phần của Phúc Long Heritage, một nhà bán lẻ thực phẩm và đồ uống, với tổng khoản thanh toán bao gồm chi phí giao dịch là 2.490.400 triệu VND. Sau giao dịch này, lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong Phúc Long Heritage đã tăng từ 20,0% lên 51,0% và Phúc Long Heritage trở thành một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty.

Việc mua lại này có ảnh hưởng tới tài sản và nợ phải trả của Tập đoàn tại ngày mua như sau:

	Giá trị ghi nhận tại thời điểm mua Triệu VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	18.224
Phải thu của khách hàng	48.504
Trả trước cho người bán	45.133
Hàng tồn kho - thuần	197.786
Tài sản ngắn hạn khác	50.111
Tài sản cố định - thuần	2.150.019
Xây dựng cơ bản dở dang	35.209
Chi phí trả trước dài hạn	311.992
Tài sản dài hạn khác	45.014
Phải trả người bán	(143.480)
Thuế phải nộp Nhà nước	(5.609)
Nợ ngắn hạn khác	(133.041)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	(445.043)
Tài sản thuần có thể xác định được	2.174.819
Tài sản thuần được hợp nhất (51%)	1.109.158
Lợi thế thương mại phát sinh từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 16)	2.403.981
Giá trị hợp lý của khoản đầu tư trước đây vào Phúc Long Heritage	(1.022.739)
Giá phí hợp nhất kinh doanh	2.490.400
Tiền và các khoản tương đương tiền thu từ hợp nhất kinh doanh	18.224
Khoản tiền thanh toán thuần	(2.472.176)

Trong giai đoạn từ ngày mua đến ngày 31 tháng 12 năm 2022, hoạt động kinh doanh được mua lại đã đóng góp 1.578.936 triệu VND doanh thu và 38.063 triệu VND lợi nhuận thuần vào kết quả hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

6. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Tiền mặt	101.525	90.468
Tiền gửi ngân hàng	1.574.013	6.772.287
Tiền đang chuyển	42.938	22.657
Các khoản tương đương tiền	12.134.624	15.419.410
Tiền và các khoản tương đương tiền trong báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất	13.853.100	22.304.822

Các khoản tương đương tiền phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với kỳ hạn gốc không quá ba tháng kể từ ngày giao dịch.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, tiền gửi ngân hàng với giá trị ghi sổ là 23.056 triệu VND (1/1/2022: 81.527 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 20).

7. ĐẦU TƯ

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Đầu tư tài chính ngắn hạn		
Chứng khoán kinh doanh (a)	3.302.172	-
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn (b)	357.003	332.753
	3.659.175	332.753
Đầu tư tài chính dài hạn		
Đầu tư vào các công ty liên kết (c)	28.480.242	24.538.803
Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác (d)	2.853.643	-
	31.333.885	24.538.803

(a) Chứng khoán kinh doanh

	31/12/2022				1/1/2022			
	Số lượng	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Số lượng	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND
Chứng chỉ tiền gửi (**)	21.000	2.100.000	-	(*)	-	-	-	-
Trái phiếu doanh nghiệp (***)	12.000.000	1.202.172	-	(*)	-	-	-	-
		3.302.172	-			-	-	

(*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của chứng khoán kinh doanh để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý bằng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của chứng khoán kinh doanh có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

(**) Tập đoàn đã mua các chứng chỉ tiền gửi với mục đích nắm giữ chúng trong thời gian ngắn (dưới 12 tháng) và hưởng lãi suất 7% một năm. Tại ngày 30 tháng 1 năm 2023, Tập đoàn đã bán các chứng chỉ tiền gửi này với giá 2.120.942 triệu VND.

(***) Tập đoàn đã mua các trái phiếu này với mục đích kinh doanh trong một khoảng thời gian ngắn. Trái phiếu có thời hạn còn lại đến ngày đáo hạn là 27 tháng kể từ ngày kết thúc kỳ kế toán năm và hưởng lãi suất 9,03% một năm cho 4 kỳ tính lãi đầu tiên và 1,8% một năm cộng với lãi suất cho vay trung và dài hạn do ngân hàng được chọn công bố, áp dụng cho các khách hàng doanh nghiệp cho các kỳ tính lãi còn lại. Các trái phiếu này được đảm bảo bởi thư bảo lãnh do Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam, một bên liên quan phát hành và bởi tài sản của một bên thứ ba. Tập đoàn có cam kết mua lại các trái phiếu doanh nghiệp này từ một bên liên quan trước ngày 29 tháng 12 năm 2023 theo yêu cầu của Tập đoàn.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(b) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn thể hiện các khoản tiền gửi có kỳ hạn bằng VND tại các ngân hàng với kỳ hạn gốc trên ba tháng và dưới 12 tháng kể từ ngày giao dịch. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, khoản tiền gửi có kỳ hạn có giá trị ghi sổ là 100.000 triệu VND được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của Tập đoàn (1/1/2022: 44.728 triệu VND) (Thuyết minh 20).

(c) Đầu tư góp vốn vào các công ty liên kết

	31/12/2022				1/1/2022			
	Tỷ lệ sở hữu trên vốn cổ phần	Tỷ lệ quyền biểu quyết trên vốn cổ phần	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Tỷ lệ sở hữu trên vốn cổ phần	Tỷ lệ quyền biểu quyết trên vốn cổ phần	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND
Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam (“Techcombank”) (**)	19,9%	19,9%	25.905.197	19.426.431	19,9%	19,9%	21.595.443	37.575.302
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex (“Cholimex”)	32,8%	32,8%	249.392	(*)	32,8%	32,8%	249.392	(*)
Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”)	24,9%	24,9%	2.135.490	(*)	24,9%	24,9%	2.135.490	(*)
Jiangwu H.C. Starck Tungsten Products Co., Ltd. (“Jiangwu”)	30,0%	30,0%	190.163	(*)	30,0%	30,0%	180.510	(*)
Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)	-	-	-		20,0%	20,0%	377.968	(*)
			28.480.242				24.538.803	

Biến động của các khoản đầu tư vào các công ty liên kết trong năm như sau:

	Techcombank Triệu VND	Cholimex Triệu VND	Vissan Triệu VND	Jiangwu Triệu VND	Phúc Long Heritage Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	21.595.443	249.392	2.135.490	180.510	377.968	24.538.803
Phân lợi nhuận phát sinh sau ngày đầu tư của công ty liên kết	4.309.754	13.296	-	13.939	2.661	4.339.650
Cổ tức đã công bố	-	(13.296)	-	-	-	(13.296)
Chuyển sang đầu tư vào công ty con (Thuyết minh 5)	-	-	-	-	(380.629)	(380.629)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(4.286)	-	(4.286)
Số dư cuối năm	25.905.197	249.392	2.135.490	190.163	-	28.480.242

(*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư vào các công ty liên kết này để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư vốn cổ phần này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

Cho mục đích thuyết minh thông tin, giá trị hợp lý của khoản đầu tư vào Techcombank tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 và ngày 1 tháng 1 năm 2022 được xác định bằng cách tham khảo giá niêm yết tại các ngày tương ứng trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh.

(**) Tập đoàn sở hữu 19,9% lợi ích kinh tế trực tiếp và 1,5% lợi ích kinh tế trong Techcombank trong một hợp đồng kỳ hạn (1/1/2022: 19,9% lợi ích kinh tế trực tiếp và 1,5% lợi ích kinh tế trong Techcombank trong một hợp đồng kỳ hạn). Giao dịch này chưa được hoàn tất và sẽ được thực hiện tùy thuộc vào các điều khoản trong hợp đồng.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(d) Đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác

Chi tiết các khoản đầu tư góp vốn của Tập đoàn vào các đơn vị khác như sau:

31/12/2022							1/1/2022				
		%					%				
		%	quyền	Giá gốc	Dự phòng	Giá trị	%	quyền	Giá gốc	Dự phòng	Giá trị
		vốn	biểu	Triệu	giảm giá	hợp lý	vốn	biểu	Triệu	giảm giá	hợp lý
		sở hữu	quyết	VND	Triệu VND	Triệu VND	sở hữu	quyết	VND	Triệu VND	Triệu VND
■	Công ty Cổ phần Trusting Social ("TSVN") (**)	25,1%	25,1%	1.511.280	-	(*)	-	-	-	-	-
■	Nyobolt Limited ("Nyobolt") (***)	15,0%	15,0%	1.342.363	-	(*)	-	-	-	-	-
					2.853.643	-			-	-	

- (*)

Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn vào các vào đơn vị khác để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất do Chuẩn mực Kế toán Việt Nam hoặc Chế độ Kế toán doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách xác định giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư góp vốn này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.
- (**)

Trong tháng 4 năm 2022, SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty đã đầu tư 65 triệu USD cho 25,1% lợi ích vốn chủ sở hữu của TSVN. Theo thỏa thuận giữa SHERPA và Trust IQ Pte. Ltd. ("TSSG") (công ty mẹ của TSVN) và TSVN, SHERPA có một số quyền nhất định đối với TSVN và TSSG.
- (***)

Vào ngày 15 tháng 7 năm 2022, H.C. Starck Tungsten GmbH (HCS), một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, đã công bố ký kết thỏa thuận đầu tư 45 triệu GBP vào Nyobolt Limited, cho 15% lợi ích vốn chủ sở hữu trên cơ sở pha loãng hoàn toàn. Khoản thanh toán đầu tư vào Nyobolt đã hoàn tất trong tháng 12 năm 2022.

Biến động của khoản đầu tư góp vốn vào các đơn vị khác trong năm như sau:

	TSVN	Nyobolt	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	-	-	-
Tăng trong năm	1.511.280	1.342.363	2.853.643
Số dư cuối năm	1.511.280	1.342.363	2.853.643

(e) Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022

(i) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần The CrownX ("CrownX")

Trong tháng 1 năm 2022, Công ty đã mua 2.418.699 cổ phiếu phổ thông, tương đương 3,24% vốn cổ phần của CrownX với tổng khoản thanh toán là 5.188.010 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong CrownX tăng từ 81,7% lên 84,9%, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán	(5.188.010)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	572.486
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(4.615.524)

(i) Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Masan MEATLife ("MML")

Lợi ích kinh tế của Công ty trong MML tăng từ 87,8% lên 94,9% do kết quả của các giao dịch sau:

- Trong tháng 3 năm 2022, MH, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty đã mua 100% vốn chủ sở hữu của Công ty TNHH Hatsun ("Hatsun") và Công ty TNHH Taivas ("Taivas") và các công ty này đang nắm giữ cổ phiếu phổ thông của MML. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong MML tăng từ 87.8% lên 94.9%, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán, bao gồm các nợ phải trả liên quan phải gánh chịu	(2.503.854)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	412.858
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(2.090.996)

- Vào ngày 24 tháng 8 năm 2022, MML đã phát hành 144.493 cổ phiếu phổ thông theo chương trình về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên theo phê duyệt của Đại hội đồng Cổ đông Thường niên vào ngày 28 tháng 4 năm 2022, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tiền thu được từ phát hành cổ phiếu không phát hành cho Tập đoàn, trừ các chi phí giao dịch	8.619
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần suy giảm	(2.762)
Chênh lệch ghi nhận tăng vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	5.857

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

(iii) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“WCM”)**

Trong tháng 3 năm 2022, WCM đã phát hành 8.305.000 cổ phiếu phổ thông cho CrownX với tổng khoản thanh toán là 749.584 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong WCM tăng từ 68,6% lên 71,5%, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại/Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(203.516)

(iv) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“MSC”)**

Lợi ích kinh tế của Công ty trong MML tăng từ 87,8% lên 94,9% do kết quả của các giao dịch sau:

- Vào tháng 8 năm 2022, Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan đã phát hành 668.061 cổ phiếu phổ thông theo chương trình về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên theo phê duyệt của Đại hội đồng Cổ đông Thường niên vào ngày 28 tháng 4 năm 2022, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tiền thu được từ phát hành cổ phiếu không phát hành cho Tập đoàn, trừ các chi phí giao dịch	57.016
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần suy giảm	(31.115)
Chênh lệch ghi nhận tăng vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	25.901

- Giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong CrownX được đề cập tại Thuyết minh 7(e)(i).

(v) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage (“Phúc Long Heritage”)**

Trong tháng 8 năm 2022, Công ty TNHH The SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty đã mua 10.837.500 cổ phiếu phổ thông, tương đương 34% vốn cổ phần của Phúc Long Heritage với tổng khoản thanh toán là 3.617.880 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích kinh tế của Công ty trong Phúc Long Heritage tăng từ 51% lên 85%, dẫn đến các ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tổng khoản thanh toán	(3.617.880)
Giá trị ghi sổ tương ứng của phần tài sản thuần mua lại	741.665
Chênh lệch ghi nhận giảm vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(2.876.215)

(f) **Các giao dịch trọng yếu với cổ đông không kiểm soát trong các công ty con trong các năm trước**

(i) **Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần The CrownX (“CrownX”)**

Liên quan đến các giao dịch phát hành 7.611.593 cổ phiếu phổ thông của CrownX trong tháng 6 và tháng 12 năm 2021, Công ty, SHERPA và CrownX đã ký thỏa thuận (“Thỏa thuận Cổ đông”) với Alibaba.Com Singapore E-Commerce Private Limited, Thunbergia Pte. Limited, Credit Suisse AG, Chi nhánh Singapore, TCX Madrid Holdings Pte.Ltd và Seatown Master Fund (sau đây được gọi chung là “Nhà đầu tư”), theo đó, Tập đoàn cam kết với Nhà đầu tư sẽ nỗ lực tối đa để thực hiện phát hành lần đầu ra công chúng (“IPO”) cổ phiếu của CrownX trước ngày 11 tháng 6 năm 2026 (có thể được gia hạn tối đa một năm theo quyết định của Tập đoàn) (“Thời hạn IPO”). Trong trường hợp CrownX không thực hiện được IPO theo các điều kiện đã thỏa thuận, mỗi Nhà đầu tư sẽ có quyền chọn được yêu cầu SHERPA, công ty mẹ của CrownX hoặc bên được chỉ định bởi SHERPA, mua cổ phiếu mà Nhà đầu tư đó đã mua trong vòng gọi vốn này với mức giá đã được đồng ý trong thỏa thuận. Quyền chọn này có thể được thực hiện sau Thời hạn IPO và tiếp tục có hiệu lực cho đến ngày tròn 9 năm 1 tháng kể từ ngày hoàn tất giao dịch - ngày 11 tháng 6 năm 2021. Quyền chọn này chỉ có thể được thực hiện một lần đối với tất cả các cổ phiếu nói trên.

SK Investment Vina Pte.Ltd (“SK”) cũng ký kết Thỏa thuận Cổ đông nêu trên và được hưởng quyền lợi như các Nhà đầu tư trên đối với 3.636.521 cổ phiếu phổ thông CrownX mà SK mua lại từ một bên thứ ba trong tháng 12 năm 2021.

Trong năm 2022, Hội đồng Quản trị của CrownX đã phê duyệt chương trình quyền chọn cổ phiếu cho nhân viên của CrownX, các công ty con của CrownX và nhân viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan và các công ty con, những người đã có đóng góp cho sự phát triển của CrownX (“Chương trình ESOP”). Tổng số cổ phiếu ESOP được phê duyệt theo Chương trình ESOP cấp cho nhân viên tối đa là 7.743.652 cổ phiếu CrownX (sẽ được điều chỉnh tương ứng trong trường hợp hợp nhất, chia tách, chia nhỏ, phát hành cổ phiếu thưởng, phân loại lại hoặc các sự kiện tương tự khác). Trong năm, sự kiện phát hành chưa xảy ra và không có cổ phiếu ESOP nào đã được phát hành.

(ii) **Giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials (“MHT”)**

Liên quan đến giao dịch phát hành 109.915.542 cổ phiếu phổ thông của MHT cho Mitsubishi Materials Corporation (“Nhà đầu tư”) vào ngày 26 tháng 10 năm 2020 với tổng khoản thanh toán là 2.094.331 triệu VND. MHT đã cấp cho Nhà đầu tư một quyền chọn bán. Các bên đã ký thỏa thuận bổ sung ngày 24 tháng 5 năm 2022 để thống nhất quyền chọn bán trong trường hợp (i) MHT và Nhà đầu tư (hoặc công ty liên kết của các công ty này) không thiết lập được nền tảng vận hành chung cho mảng kinh doanh vonfram cận sâu trong vòng 30 tháng từ ngày hoàn tất giao dịch này (tháng 5 năm 2023) hoặc (ii) khi có sự thay đổi về quyền kiểm soát trong MHT hoặc (iii) trong suốt giai đoạn đã thỏa thuận giữa các bên, Nhà đầu tư sẽ có quyền không thể hủy ngang để yêu cầu MHT hoặc bên được chỉ định bởi MHT mua toàn bộ cổ phiếu đã phát hành trên với tổng khoản thanh toán tương đương với giá phát hành là 2.094.331 triệu VND trừ đi tổng các khoản mà Nhà đầu tư nhận được từ việc chuyển nhượng cổ phiếu của MHT, cổ tức và phân phối từ MHT và điều chỉnh cho các sự kiện suy giảm vốn chủ sở hữu. Thời hạn hoàn thành quyền chọn bán là 18 tháng kể từ ngày MHT nhận được thông báo thực hiện quyền chọn bán từ Nhà đầu tư. Quyền chọn bán được thực hiện phụ thuộc vào sự phê duyệt của Hội đồng Quản trị, cổ đông và cơ quan quản lý Việt Nam.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

8. CÁC KHOẢN PHẢI THU NGẮN HẠN VÀ DÀI HẠN

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 và ngày 1 tháng 1 năm 2022, một phần của khoản phải thu ngắn hạn được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của một công ty con (Thuyết minh 20).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, trong khoản trả trước cho người bán của Tập đoàn bao gồm 650.754 triệu VND (1/1/2022: 452.976 triệu VND) liên quan đến khoản trả trước mua tài sản cố định.

(a) Phải thu về cho vay ngắn hạn

Các khoản vay ngắn hạn cấp cho các bên thứ ba tại ngày 1 tháng 1 năm 2022 không có đảm bảo và đã được thu hồi trong năm.

(b) Phải thu về cho vay dài hạn

Các khoản vay dài hạn cấp cho cổ đông sáng lập đồng thời là thành viên quản lý chủ chốt của Công ty Cổ phần Mobicast, công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, được bảo đảm bởi 7.170.640 cổ phiếu của cổ đông của công ty con này, hưởng lãi suất năm là 12% (1/1/2022: 12% một năm) và đáo hạn vào ngày 31 tháng 10 năm 2024.

(c) Phải thu khác

Phải thu khác bao gồm:

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Phải thu ngắn hạn khác		
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn (*)	9.113.136	77.946
Lãi phải thu	407.696	47.787
Tạm ứng cho nhân viên	25.475	17.917
Phải thu từ thanh lý trái phiếu hoán đổi	-	283.750
Phải thu khác (**)	460.872	456.290
	10.007.179	883.690
Phải thu dài hạn khác		
Ký quỹ, ký cược dài hạn	429.170	270.358
Phải thu khác (***)	1.603.442	1.526.970
	2.032.612	1.797.328

(*) Trong ký cược, ký quỹ ngắn hạn bao gồm 9.015.000 triệu VND liên quan đến khoản đặt cọc cho các bên thứ ba để đầu tư theo hợp đồng hợp tác kinh doanh.

(**) Trong khoản phải thu ngắn hạn khác bao gồm 241.979 triệu VND phải thu liên quan đến tiền cấp quyền khai thác khoáng sản của dự án khai thác mỏ Núi Pháo (1/1/2022: 241.979 triệu VND). Phải thu tiền cấp quyền khai thác khoáng sản ("TCQKTKS") thể hiện tiền cấp quyền khai thác khoáng sản bổ sung của Công ty TNHH Khai thác Chế biến khoáng sản Núi Pháo ("NPM") – một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty cho năm 2018 và 2019 và phí hành chính liên quan mà NPM đã trả cho cơ quan có thẩm quyền dựa trên tính toán tạm thời của Tổng cục Địa chất và Khoáng sản Việt Nam ("TCĐCKSVN") theo Công văn số 3724/ĐCKS-KTĐCKS ngày 28 tháng 12 năm 2018 ("Công văn 3724").

NPM không đồng ý với khoản tiền bổ sung này và cơ sở của Công văn 3724 vì Ban Giám đốc của NPM cho rằng công văn này là không hợp lý và không theo đúng quy định hiện hành, bởi vì giá được sử dụng để tính phí cấp quyền khai thác khoáng sản (hay tiền cấp quyền khai thác khoáng sản) ("Giá tính TCQKTKS") được dựa trên giá tính thuế tài nguyên. Theo quy định tại Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12 tháng 2 năm 2015 của Chính phủ và hướng dẫn tại Thông tư số 152/2015/TT-BTC ngày 2 tháng 10 năm 2015 của Bộ Tài chính về thuế tài nguyên, nếu doanh nghiệp khai thác tài nguyên không bán ra mà phải qua chế biến, sản xuất, giá tài nguyên sẽ không bao gồm chi phí chế biến với điều kiện là giá đó phải nằm trong bảng giá tính thuế do Ủy ban Nhân dân Tỉnh quy định. Sản phẩm của NPM là sản phẩm công nghiệp mà giá để tính thuế tài nguyên được xác định theo giá cao hơn giữa giá bán trừ (-) chi phí chế biến và giá tính thuế do Ủy ban Nhân dân Tỉnh quy định. TCĐCKSVN đã không sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp mà sử dụng giá tính thuế áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% <WO3 <0,3%).

NPM đã thanh toán TCQKTKS được ước tính sử dụng giá cho sản phẩm công nghiệp, theo Quyết định số 500/QĐ-BTNMT ("Quyết định 500") do Bộ Tài nguyên và Môi trường ("BTNMT") ban hành ngày 4 tháng 3 năm 2015.

NPM đã gửi công văn lên cơ quan quản lý các cấp để nêu rõ vấn đề và xin giải quyết phù hợp cho việc xác định TCQKTKS của NPM. Trong năm 2021, theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 978/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 2 năm 2021 và Công văn số 5987/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 8 năm 2021, vụ việc đang được Bộ Tài chính, Bộ TNMT, UBND Tỉnh Thái Nguyên và Sở Tài chính Tỉnh Thái Nguyên xem xét. Tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này, Bộ TNMT và UBND Tỉnh Thái Nguyên đang làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM.

Vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định số 1640/QĐ/BTNMT ("Quyết định 1640") để phê duyệt TCQKTKS cho mỏ Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724 mặc dù giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định. Khi ban hành Quyết định 1640, Bộ TNMT tiếp tục sử dụng tính thuế áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng: 0,1% <WO3 <0,3%) thay vì sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp, vướng mắc mà NPM đã nêu ra trước đây. Theo điểm 3 điều 15 Nghị định 67, đối với những trường hợp đang tạm thu tiền cấp quyền khai thác khoáng sản, khi giá tính thuế tài nguyên do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành đang có hiệu lực và đúng quy định về giá khoáng sản nguyên khai để tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản thì được áp dụng chính thức, thay thế giá tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản tạm thu trước đây. Vì giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định bởi Bộ TNMT và UBND Tỉnh Thái Nguyên, Giá tính TCQKTKS làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa đúng với quy định của pháp luật hiện hành.

Do đó, sau khi Quyết định 1640 được ban hành, NPM đã gửi nhiều công văn đến Thủ tướng Chính phủ, Bộ TNMT để đề xuất tạm thời chưa thực hiện thu bổ sung thu TCQKTKS theo Quyết định 1640 và xác định lại TCQKTKS.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

Ban Giám đốc của NPM tin rằng NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và số tiền NPM đã thanh toán sẽ được căn trừ với nghĩa vụ nộp tiền cấp quyền khai thác khoáng sản trong tương lai dựa theo quy định pháp luật liên quan, bao gồm các quy định về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và quy định về thuế tài nguyên, cụ thể như sử dụng giá được quy định trong Quyết định 500. Theo đó, Tập đoàn đã ghi nhận khoản tiền nộp bổ sung tiền cấp quyền khai thác khoáng sản trong năm 2019 là khoản phải thu khác và không ghi nhận thêm nghĩa vụ theo Quyết định 1640. Ban Giám đốc của NPM tin rằng khoản phải thu này sẽ được thu hồi khi giá tính thuế tài nguyên cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định.

(***) Các khoản phải thu dài hạn khác bao gồm 1.230.754 triệu VND phải thu Nhà nước về chi phí bồi thường giải phóng mặt bằng của Dự án khai thác mỏ Núi Pháo tại Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên (1/1/2022: 1.230.754 triệu VND). Số tiền này có thể được trừ vào tiền thuê đất hàng năm trong tương lai.

Biến động của dự phòng phải thu khó đòi trong năm như sau:

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Số dư đầu năm	33.369	107.856
Tăng dự phòng trong năm	17.394	22.150
Sử dụng dự phòng trong năm	(3.145)	(289)
Hoàn nhập dự phòng trong năm	(249)	(23.539)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	-	(72.809)
Số dư cuối năm	47.369	33.369

9. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2022		1/1/2022	
	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND
Hàng mua đang đi đường	266.501	-	495.299	-
Nguyên vật liệu	2.393.413	(35.241)	2.065.947	(10.658)
Công cụ và dụng cụ	1.114.789	(10.372)	974.310	(14.150)
Sản phẩm dở dang	1.631.701	(30.643)	1.618.576	(30.974)
Thành phẩm	5.131.895	(58.630)	3.791.447	(54.953)
Hàng hóa	3.947.303	(54.050)	3.837.320	(23.797)
Hàng gửi đi bán	148.679	-	165.024	-
	14.634.281	(188.936)	12.947.923	(134.532)

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 và ngày 1 tháng 1 năm 2022, một phần hàng tồn kho được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của một công ty con (Thuyết minh 20).

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 có 76.639 triệu VND (1/1/2022: 37.733 triệu VND) hàng tồn kho luân chuyển chậm.

Trong hàng tồn kho tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 có 2.081.953 triệu VND (1/1/2022: 1.945.479 triệu VND) hàng tồn kho được ghi nhận theo giá trị thuần có thể thực hiện được.

Biến động của dự phòng giảm giá hàng tồn kho trong năm như sau:

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Số dư đầu năm	134.532	232.480
Tăng dự phòng trong năm	166.848	172.176
Sử dụng dự phòng trong năm	(86.406)	(80.147)
Hoàn nhập dự phòng trong năm	(26.038)	(186.072)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	-	(3.905)
Số dư cuối năm	188.936	134.532

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

10. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Thiết bị văn phòng và khác	Máy móc và thiết bị	Tài sản khai khoáng khác	Phương tiện vận chuyển	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Nguyên giá							
Số dư đầu năm	15.982.093	93.978	217.102	26.918.241	5.095.927	166.764	48.474.105
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	44.535	-	303	61.775	-	1.131	107.744
Tăng trong năm	10.582	1.067	168.128	262.757	-	3.809	446.343
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	895.527	-	22.736	877.678	-	7.799	1.803.740
Chuyển từ/(sang) chi phí trả trước dài hạn	(17)	-	(32)	(840)	-	758	(131)
Thanh lý/Xóa sổ	(73.356)	-	(97.146)	(174.210)	-	(2.430)	(347.142)
Tăng khác	2.225	-	36.159	118.565	-	720	157.669
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(38.756)	-	-	(138.377)	-	-	(177.133)
Số dư cuối năm	16.822.833	95.045	347.250	27.925.589	5.095.927	178.551	50.465.195
Giá trị hao mòn lũy kế							
Số dư đầu năm	3.456.677	86.369	217.102	12.014.540	1.491.303	56.485	17.322.476
Khấu hao trong năm	838.988	3.387	30.960	1.835.378	153.422	21.301	2.883.436
Chuyển từ/(sang) chi phí trả trước dài hạn	(17)	-	328	(2.083)	-	2	(1.770)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	-	-	-	(4.958)	-	(383)	(5.341)
Thanh lý/Xóa sổ	(28.680)	-	(65.763)	(155.772)	-	(1.315)	(251.530)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(11.234)	-	7.330	(89.701)	-	-	(93.605)
Số dư cuối năm	4.255.734	89.756	189.957	13.597.404	1.644.725	76.090	19.853.666
Giá trị còn lại							
Số dư đầu năm	12.525.416	7.609	-	14.903.701	3.604.624	110.279	31.151.629
Số dư cuối năm	12.567.099	5.289	157.293	14.328.185	3.451.202	102.461	30.611.529

Trong tài sản cố định hữu hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 có các tài sản có nguyên giá 3.315.662 triệu VND (1/1/2022: 2.062.829 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, tài sản cố định hữu hình với giá trị còn lại là 14.739.139 triệu VND (1/1/2022: 14.806.212 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20).

11. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm vi tính	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Quyền khai thác mỏ	Tài nguyên khai thác nước	Quyền khai thác khoáng	Công nghệ	Chi phí triển khai	Khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Nguyên giá											
Số dư đầu năm	3.763.977	960.551	2.326.350	3.721.417	792.657	412.698	73.010	1.439.172	726.624	146.015	14.362.471
Tăng trong năm/Tăng từ hợp nhất kinh doanh	56.675	9.808	1.284.116	-	-	-	6.570	696.959	-	-	2.054.128
Chuyển từ xây dựng cơ bản dở dang	-	43.247	-	-	-	-	-	-	-	-	43.247
Xóa sổ	(52)	(777)	-	-	-	-	(209)	-	-	-	(1.038)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(733)	(6.598)	(22.828)	(4.688)	-	-	(2.414)	(31.489)	(13.972)	(886)	(83.608)
Số dư cuối năm	3.819.867	1.006.231	3.587.638	3.716.729	792.657	412.698	76.957	2.104.642	712.652	145.129	16.375.200

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm vi tính	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Quyền khai thác mỏ	Tài nguyên nước	Quyền khai thác nước khoáng	Công nghệ	Chi phí triển khai	Khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Giá trị hao mòn lũy kế											
Số dư đầu năm	296.007	735.440	750.190	617.366	235.733	139.203	27.294	133.704	126.622	8.152	3.069.711
Khấu hao trong năm	138.611	103.978	131.574	124.997	47.064	121.934	3.157	127.034	34.660	11.381	744.390
Xóa số	-	(576)	-	-	-	-	(209)	-	-	-	(785)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	(6.325)	(1.117)	(192)	-	-	-	(2.234)	(2.625)	(139)	(12.632)
Số dư cuối năm	434.618	832.517	880.647	742.171	282.797	161.137	30.242	258.504	158.657	19.394	3.800.684
Giá trị còn lại											
Số dư đầu năm	3.467.970	225.111	1.576.160	3.104.051	556.924	273.495	45.716	1.305.468	600.002	137.863	11.292.760
Số dư cuối năm	3.385.249	173.714	2.706.991	2.974.558	509.860	251.561	46.715	1.846.138	553.995	125.735	12.574.516

Trong tài sản cố định vô hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 có các tài sản có nguyên giá 1.032.579 triệu VND (1/1/2022: 62.493 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, tài sản cố định vô hình với giá trị còn lại là 585.151 triệu VND (1/1/2022: 591.246 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20).

12. BẤT ĐỘNG SẢN ĐẦU TƯ

	Quyền sử dụng đất	Nhà cửa và cơ sở hạ tầng	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Nguyên giá			
Số dư đầu năm	34.049	1.140.753	1.174.802
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(764)	(25.790)	(26.554)
Số dư cuối năm	33.285	1.114.963	1.148.248
Giá trị hao mòn lũy kế			
Số dư đầu năm	-	364.745	364.745
Khấu hao trong năm	-	61.952	61.952
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	(8.212)	(8.212)
Số dư cuối năm	-	418.485	418.485
Giá trị còn lại			
Số dư đầu năm	34.049	776.008	810.057
Số dư cuối năm	33.285	696.478	729.763

Trong bất động sản đầu tư tại ngày 31 tháng 12 năm 2022 có các tài sản có nguyên giá 6.854 triệu VND (1/1/2022: không) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, bất động sản đầu tư với giá trị còn lại là 648.733 triệu VND (1/1/2022: không) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 20).

Giá trị hợp lý của bất động sản đầu tư được nắm giữ để cho thuê chưa được xác định do Tập đoàn chưa thực hiện việc xác định giá trị hợp lý.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

13. XÂY DỰNG CƠ BẢN DỒ DANG

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Số dư đầu năm	2.021.827	2.274.759
Tăng trong năm	3.500.260	2.315.665
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	35.209	2.827
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(1.809.081)	(1.707.110)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(43.247)	(16.146)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(346.919)	(646.171)
Chuyển sang khoản phải thu dài hạn	-	(120.701)
Thanh lý	(31.258)	(14.089)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(1.943)	(4.470)
Giảm do ngừng hợp nhất MNS Feed và các công ty con	-	(62.737)
Số dư cuối năm	3.324.848	2.021.827

Các công trình xây dựng cơ bản dở dang lớn như sau:

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Nhà cửa và vật kiến trúc	404.356	353.777
Chi phí bồi thường đất	376.944	337.970
Máy móc, thiết bị	1.816.335	938.564
Phần mềm vi tính	36.110	13.160
Tài sản khác	691.103	378.356
	3.324.848	2.021.827

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, xây dựng cơ bản dở dang với giá trị ghi sổ là 1.947.552 triệu VND (1/1/2022: 1.446.340 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay và trái phiếu phát hành của các công ty con (Thuyết minh 20).

Trong năm, chi phí đi vay với giá trị là 69.717 triệu VND được vốn hóa vào xây dựng cơ bản dở dang (2021: 29.435 triệu VND).

14. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Tài sản khai khoáng khác Triệu VND	Chi phí đất trả trước Triệu VND	Chi phí bồi thường đất Triệu VND	Công cụ và dụng cụ Triệu VND	Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa Triệu VND	Heo giống Triệu VND	Chi phí khác Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	1.710.586	1.496.619	1.424.986	823.936	12.539	35.744	1.089.272	6.593.682
Tăng từ hợp nhất kinh doanh	-	-	-	141.588	-	-	-	141.588
Tăng trong năm	180.106	1.500	-	649.411	-	-	504.800	1.335.817
Chuyển từ/(sang) chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	-	978	-	-	(63)	915
Chuyển từ/(sang) xây dựng cơ bản dở dang	-	(7.669)	-	311.364	-	43.359	(135)	346.919
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	-	-	-	(1.639)	-	-	-	(1.639)
Phân bổ trong năm	(168.965)	(35.559)	(81.323)	(342.204)	(3.135)	(21.468)	(379.753)	(1.032.407)
Thanh lý/ Xóa sổ	-	(13.587)	-	(41.588)	-	(14.728)	(55.091)	(124.994)
Số dư cuối năm	1.710.586	1.441.304	1.343.663	1.541.846	9.404	42.907	1.159.030	7.259.881

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, chi phí trả trước dài hạn với tổng giá trị ghi sổ là 554.470 triệu VND (1/1/2022: 569.350 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 20).

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

15. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI PHẢI TRẢ

(a) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và thuế thu nhập hoãn lại phải trả được ghi nhận

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại:		
Chi phí phải trả và dự phòng (*)	211.488	312.216
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	225.807	653.730
Lãi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	70.370	32.003
Lỗ tính thuế mang sang	279.542	185.644
Tài sản cố định hữu hình	408	762
Cấn trừ (*)	(536.209)	(590.702)
Khác	50.814	16.037
Tổng tài sản thuế thu nhập hoãn lại	302.220	609.690
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả:		
Tài sản cố định hữu hình (*)	(663.481)	(1.248.701)
Tài sản cố định vô hình	(3.039.978)	(2.167.063)
Lỗ chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	(36.154)	(11.439)
Dự phòng và các khoản khác	(15.008)	(105.633)
Đầu tư vào công ty liên kết	(346.477)	(297.477)
Cấn trừ (*)	559.427	615.032
Khác	-	(114)
Tổng thuế thu nhập hoãn lại phải trả	(3.541.671)	(3.215.395)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả thuần	(3.239.451)	(2.605.705)

(b) Biến động của các chênh lệch tạm thời trong năm

	1/1/2022 Triệu VND	Tăng từ hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Ghi nhận trong báo cáo lãi lỗ Triệu VND	Ghi nhận trong vốn chủ sở hữu Triệu VND	31/12/2022 Triệu VND
Chi phí phải trả, dự phòng và các khoản khác	206.583	-	(13.895)	6.781	199.469
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (**)	653.730	-	32.990	(460.913)	225.807
Lãi/(lỗ) chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	20.564	-	13.151	501	34.216
Lỗ tính thuế mang sang	185.644	-	97.678	(3.780)	279.542
Tài sản cố định hữu hình	(1.247.939)	-	638.119	14.747	(595.073)
Tài sản cố định vô hình	(2.167.063)	(445.043)	(447.850)	19.978	(3.039.978)
Đầu tư vào công ty liên kết	(297.477)	-	-	-	(297.477)
Khác	40.253	-	(86.210)	-	(45.957)
	(2.605.705)	(445.043)	233.983	(422.686)	(3.239.451)

(*) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và nợ thuế thu nhập hoãn lại phải trả phát sinh từ HCS và các công ty con được trình bày trên cơ sở thuần bởi vì các công ty con có quyền hợp pháp để cấn trừ tài sản thuế thu nhập hoãn lại và nợ thuế thu nhập hoãn lại phải trả do cùng một cơ quan thuế quản lý và trên cùng một đơn vị chịu thuế.

(**) Thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận vào vốn chủ sở hữu bao gồm thuế thu nhập hoãn lại liên quan đến tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí - dự phòng trợ cấp hưu trí. Như đã đề cập ở Thuyết minh 3(n), các khoản mục này được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

16. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	Triệu VND
<i>Nguyên giá</i>	
Số dư đầu năm	5.052.685
Hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	2.403.981
Biến động khác	(10.052)
Số dư cuối năm	7.446.614
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	
Số dư đầu năm	1.695.866
Phân bổ trong năm	682.271
Số dư cuối năm	2.378.137
<i>Giá trị còn lại</i>	
Số dư đầu năm	3.356.819
Số dư cuối năm	5.068.477

17. THUẾ

(a) Thuế phải thu Nhà nước

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Thuế thu nhập doanh nghiệp	109.676	41.898
Thuế thu nhập cá nhân	370	15
Các loại thuế khác	49.329	12.207
	159.375	54.120

(b) Thuế phải nộp Nhà nước

	1/1/2021 Triệu VND	Số phát sinh trong năm Triệu VND	Hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Số đã nộp trong năm Triệu VND	Số cần trừ/ phân loại lại Triệu VND	31/12/2021 Triệu VND
Thuế giá trị gia tăng	144.375	8.256.417	530	(1.439.496)	(6.867.546)	94.280
Thuế tiêu thụ đặc biệt	91.078	674.019	-	(682.139)	-	82.958
Thuế xuất nhập khẩu	-	287.081	-	(287.014)	(67)	-
Thuế thu nhập doanh nghiệp	462.581	627.364	3.711	(919.791)	78.403	252.268
Thuế thu nhập cá nhân	27.092	480.517	1.368	(470.924)	(5.732)	32.321
Các loại thuế khác	76.773	1.072.804	-	(1.075.090)	(4)	74.483
	801.899	11.398.202	5.609	(4.874.454)	(6.794.946)	536.310

18. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	735.517	1.020.912
Thưởng và lương tháng 13	616.526	907.902
Chi phí lãi vay	967.960	710.036
Chi phí hoạt động	372.440	440.674
Mua hàng chưa nhận hóa đơn	141.341	316.383
Chi phí kho vận	168.625	312.945
Phải trả công trình xây dựng	335.539	264.051
Chi phí tư vấn	20.058	172.704
Thuế và lệ phí tài nguyên môi trường	138.873	159.702
Chi phí trưng bày và nghiên cứu thị trường	44.713	65.764
Chiết khấu thương mại và chi phí hỗ trợ khách hàng	71.727	64.299
Chi phí công nghệ thông tin	23.663	44.464
Chi phí khác	547.369	516.855
	4.184.351	4.996.691

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

19. PHẢI TRẢ KHÁC

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Ngắn hạn		
Ký quỹ đầu tư ngắn hạn nhận từ bên thứ ba (*)	10.271.238	-
Phải trả cho các ngân hàng trong nước theo thỏa thuận thư tín dụng (**)	936.287	1.404.689
Lãi phải trả (*)	178.119	-
Cổ tức phải trả	10.744	29.757
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	15.841	19.148
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn nhận được	16.209	13.452
Phải trả khác	243.497	46.320
	11.671.935	1.513.366
Dài hạn		
Phí ký kết hợp đồng mua hàng hoãn lại	478.193	-
Ký quỹ, ký cược dài hạn nhận được	38.228	38.823
Phải trả khác	235.957	188.752
	752.378	227.575

- (*)

Theo các hợp đồng hợp tác kinh doanh, Tập đoàn cam kết cung cấp lợi tức đầu tư trên số tiền đặt cọc nhận được cho bên thứ ba theo mức được quy định trong hợp đồng hợp tác kinh doanh.
- (**)

Khoản này phản ánh các khoản phải trả cho các ngân hàng trong nước theo các thỏa thuận thư tín dụng. Khoản chưa thanh toán chịu mức phí cố định từ 4,3% đến 13,2% một năm (1/1/2022: 4,7% đến 6,5% một năm) trên số dư chưa thanh toán trong thời gian trả chậm từ 4 đến 9 tháng và được đảm bảo bằng 110 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2022: 110 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp). Trong trường hợp Tập đoàn chậm thanh toán khi đến hạn, các khoản phải trả này sẽ được chuyển thành các khoản vay. Biến động của khoản phải trả này trong năm như sau:

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Số dư đầu năm	1.404.689	-
Tăng trong năm	2.659.533	4.313.935
Thanh toán trong năm	(3.127.935)	(2.909.246)
Số dư cuối năm	936.287	1.404.689

20. VAY, TRÁI PHIẾU PHÁT HÀNH VÀ NỢ THUÊ TÀI CHÍNH

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn (a)		
Vay ngắn hạn	17.047.074	14.947.096
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả	23.520.305	3.858.631
	40.567.379	18.805.727
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn (b)		
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn	53.945.930	43.230.549
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(23.520.305)	(3.858.631)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	30.425.625	39.371.918

(a) Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính ngắn hạn

	1/1/2022	Biến động trong năm			31/12/2022
	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ Triệu VND	Tăng Triệu VND	Hoàn trả Triệu VND	Đánh giá lại Triệu VND	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ Triệu VND
Vay ngắn hạn	14.947.096	47.681.072	(45.590.255)	9.161	17.047.074
Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn đến hạn trả	3.858.631	27.485.313	(8.205.638)	381.999	23.520.305
	18.805.727	75.166.385	(53.795.893)	391.160	40.567.379

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay ngắn hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	3,7% – 13,3%	2.123.280	5.033.775
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	3,0% – 10,2%	2.407.234	1.845.380
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	EUR	3,2%	779.220	-
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	CNY	4,4%	35.299	-
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	3% – 11,4%	11.559.264	6.554.942
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	USD	1,5% – 3,1%	142.777	1.512.999
			17.047.074	14.947.096

Các khoản vay ngân hàng được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i)

271.6 triệu cổ phiếu của các công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2022: 224 triệu cổ phiếu);
- (ii)

Tài sản cố định của các công ty con với giá trị ghi sổ là 710.600 triệu VND (1/1/2022: 14.846 triệu VND);
- (iii)

Một phần hàng tồn kho và phải thu ngắn hạn của một công ty con;
- (iv)

Tiền gửi ngân hàng không kỳ hạn với giá trị ghi sổ là 23.056 triệu VND (1/1/2022: 81.527 triệu VND); và
- (v)

Bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

(b) Vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Vay dài hạn	18.444.260	8.088.738
Trái phiếu thường	35.142.828	34.931.580
Nợ thuê tài chính	358.842	210.231
	53.945.930	43.230.549
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(23.520.305)	(3.858.631)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	30.425.625	39.371.918

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay, trái phiếu phát hành và nợ thuê tài chính dài hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Vay dài hạn (*)					
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	3,9% – 11,0%	2023 – 2028	3.761.651	3.500.738
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	5,1% – 7,0%	2027	14.256.000	4.588.000
Khoản vay ngân hàng không có đảm bảo	VND	6,5% – 7,5%	2023 – 2027	426.609	-
				18.444.260	8.088.738
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(1.317.816)	(2.346.597)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				17.126.444	5.742.141
Trái phiếu thường (**)	VND	8,7% – 12,1%	2023 – 2027	35.413.775	35.401.629
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ				(270.947)	(470.049)
				35.142.828	34.931.580
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(22.187.234)	(1.500.000)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				12.955.594	33.431.580
Nợ thuê tài chính (***)	VND	8,6% - 11,2%	2035	358.842	210.231
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng				(15.255)	(12.034)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng				343.587	198.197

(*) Vay dài hạn

Các khoản vay dài hạn được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i)

Tài sản cố định của các công ty con với giá trị ghi sổ là 4.296.129 triệu VND (1/1/2022: 4.488.713 triệu VND);
- (ii)

Xây dựng cơ bản dở dang của các công ty con với giá trị ghi sổ là 73.552 triệu VND (1/1/2022: 435.411 triệu VND)
- (iii)

Chi phí trả trước dài hạn của các công ty con với giá trị ghi sổ là 554.470 triệu VND (1/1/2022: 558.990 triệu VND);
- (iv)

9,6 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2022: 9,6 triệu cổ phiếu);
- (v)

22% vốn cổ phần đã phát hành của một công ty con sở hữu gián tiếp và toàn bộ các lợi ích liên quan (1/1/2022: 15%); và
- (vi)

Bảo lãnh bởi Công ty và một số công ty con.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các hợp đồng vay trên.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(**) Trái phiếu thường

Bảo lãnh phát hành	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND	Ngày đáo hạn	Lãi suất	Tài sản thế chấp
Công ty Cổ phần Chứng khoán Kỹ thương					
■ Trái phiếu được đảm bảo	11.261.434	12.400.000	Từ 2023 đến 2027	Từ 9,2% đến 10,2% một năm trong năm đầu tiên, và từ 2,5% đến 4,0% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại.	(i), (iv), (v), (vi)
■ Trái phiếu không đảm bảo	17.452.341	18.501.629	Từ 2023 đến 2026	Từ 9,3% đến 10,0% một năm trong năm đầu tiên, và từ 2,5% đến 4,0% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
Công ty Cổ phần Chứng khoán VPS					
■ Trái phiếu được đảm bảo	3.000.000	3.000.000	2025	9,9% một năm trong năm đầu tiên, 10,9% một năm trong năm thứ 2 và 3,9% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(ii), (vi)
Công ty Cổ phần Chứng khoán MB					
■ Trái phiếu được đảm bảo	1.500.000	1.500.000	2026	9,2% một năm trong năm đầu tiên và 3,2% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	(iii), (vi)
Công ty TNHH Chứng khoán Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam					
■ Trái phiếu không đảm bảo	1.700.000	-	2027	4,1% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không
Công ty Cổ phần Chứng khoán VPBank					
■ Trái phiếu được đảm bảo	500.000	-	2027	9,3% một năm trong năm đầu tiên và 4,24% một năm cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại	Không

Bảo lãnh phát hành	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND	Ngày đáo hạn	Lãi suất	Tài sản thế chấp
Tổng trái phiếu thường dài hạn theo mệnh giá	35.413.775	35.401.629			
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(22.187.234)	(1.500.000)			
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	(270.947)	(470.049)			
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	12.955.594	33.431.580			

- Các khoản trái phiếu được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:
- (i) 356 triệu cổ phiếu của các công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2022: 408 triệu cổ phiếu);
 - (ii) 181 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2022: 181 triệu);
 - (iii) 38 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu trực tiếp (1/1/2022: 38 triệu cổ phiếu) và 150 triệu cổ phiếu của một công ty con sở hữu gián tiếp (1/1/2022: 150 triệu cổ phiếu);
 - (iv) Một số tài sản dài hạn của các công ty con;
 - (v) Tiền gửi có kỳ hạn của một công ty con;
 - (vi) Bảo lãnh bởi Credit Guarantee and Investment Facility; và
 - (vii) Bảo lãnh bởi Công ty;
- Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, các công ty liên kết của Tập đoàn sở hữu 1.270.359 triệu VND (1/1/2022: 318.780 triệu VND) trái phiếu đã phát hành của Tập đoàn.
- Tại ngày 31 tháng 12 năm 2022, 2.986.205 triệu VND (1/1/2022: 2.998.351 triệu VND) trái phiếu phát hành được sở hữu bởi Công ty và các công ty con và được loại trừ trong báo cáo tài chính hợp nhất.
- Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản trong các thỏa thuận phát hành trái phiếu trên.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(***) Nợ thuê tài chính

Các khoản thanh toán tiền thuê tối thiểu trong tương lai, bao gồm cả tiền gốc và lãi, theo các hợp đồng thuê tài chính không được hủy ngang như sau:

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Trong vòng một năm	47.886	32.553
Từ hai đến năm năm	187.267	114.736
Sau năm năm	388.009	225.620
	623.162	372.909

21. DỰ PHÒNG PHẢI TRẢ DÀI HẠN

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Trợ cấp hưu trí	4.138.629	5.708.907
Quyền khai thác mỏ	370.321	533.117
Chi phí phục hồi môi trường mỏ	113.831	108.700
Trợ cấp thôi việc	18.420	18.357
	4.641.201	6.369.081

Biến động của các khoản dự phòng trong năm như sau:

	Trợ cấp hưu trí Triệu VND	Quyền khai thác mỏ Triệu VND	Chi phí phục hồi môi trường mỏ Triệu VND	Trợ cấp thôi việc Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư đầu năm	5.708.907	533.117	108.700	18.357	6.369.081
Dự phòng lập trong năm	68.449	10.350	5.131	63	83.993
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí (*)	(1.241.558)	-	-	-	(1.241.558)
Dự phòng sử dụng trong năm	(215.736)	(173.146)	-	-	(388.882)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	(181.433)	-	-	-	(181.433)
Số dư cuối năm	4.138.629	370.321	113.831	18.420	4.641.201

(*) Như đã đề cập ở Thuyết minh 3(n), tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí – dự phòng trợ cấp hưu trí và thuế thu nhập hoãn lại liên quan, được ghi nhận trong chỉ tiêu “Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu” theo một công văn trả lời của Bộ Tài chính.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

22. THAY ĐỔI VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần Triệu VND	Thặng dư vốn cổ phần Triệu VND	Vốn khác của chủ sở hữu Triệu VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái Triệu VND	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu Triệu VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối Triệu VND	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông Triệu VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2021	11.689.464	11.084.297	(8.563.690)	(226.972)	(284.952)	2.182.124	15.937.639	9.092.640	25.030.279
Phát hành cổ phiếu mới	58.515	(50)	-	-	-	-	58.465	-	58.465
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	9.400.022	9.400.022	1.890.763	11.290.785
Hợp nhất kinh doanh	-	-	-	-	-	-	-	116.553	116.553
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	8.562.882	8.562.882	1.538.499	10.101.381
Cổ tức đã phân phối của Công ty (Thuyết minh 25)	-	-	-	-	-	(1.416.642)	(1.416.642)	-	(1.416.642)
Cổ tức đã phân phối của các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(2.015.242)	(2.015.242)
Phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi	-	-	-	-	-	(3.041)	(3.041)	(4.964)	(8.005)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	137.865	-	137.865	21.713	159.578
Ảnh hưởng do ngừng hợp nhất Công ty Cổ phần MNS Feed và các công ty con	-	-	175.543	-	-	-	175.543	(1.012.351)	(836.808)
Phát hành cổ phiếu mới	58.515	(50)	-	-	-	-	58.465	-	58.465
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(112.283)	-	-	(112.283)	(30.767)	(143.050)
Khác	-	-	-	-	-	70.532	70.532	(71.174)	(642)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2021	11.805.347	11.084.247	(8.388.147)	(339.255)	(147.087)	18.795.877	32.810.982	9.525.670	42.336.652

	Vốn cổ phần Triệu VND	Thặng dư vốn cổ phần Triệu VND	Vốn khác của chủ sở hữu Triệu VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái Triệu VND	Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu Triệu VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối Triệu VND	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông Triệu VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát Triệu VND	Tổng Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2022	11.805.347	11.084.247	(8.388.147)	(339.255)	(147.087)	18.795.877	32.810.982	9.525.670	42.336.652
Phát hành cổ phiếu mới	2.431.901	(2.361.119)	-	-	-	-	70.782	-	70.782
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	(9.847.835)	(9.847.835)	(1.309.493)	(11.157.328)
Hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	-	-	-	-	-	-	-	1.065.661	1.065.661
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	3.566.996	3.566.996	1.187.388	4.754.384
Cổ tức đã phân phối của Công ty (Thuyết minh 25)	-	-	-	-	-	(1.138.980)	(1.138.980)	-	(1.138.980)
Cổ tức đã phân phối của các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(95.089)	(95.089)
Tái đánh giá nợ phải trả phúc lợi hưu trí, trừ đi ảnh hưởng thuế	-	-	-	-	730.712	-	730.712	115.526	846.238
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	(45.903)	-	-	(45.903)	1.644	(44.259)
Khác	-	-	-	-	-	5.882	5.882	(7.204)	(1.322)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2022	14.237.248	8.723.128	(8.388.147)	(385.158)	583.625	11.381.940	26.152.636	10.484.103	36.636.739

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

23. VỐN CỔ PHẦN VÀ THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN

Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành của Công ty là:

	31/12/2022		1/1/2022	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Vốn cổ phần được duyệt				
Cổ phiếu phổ thông	1.423.724.783	14.237.248	1.180.534.692	11.805.347
Vốn cổ phần đã phát hành				
Cổ phiếu phổ thông	1.423.724.783	14.237.248	1.180.534.692	11.805.347
Thặng dư vốn cổ phần	-	8.723.128	-	11.084.247

Cổ phiếu phổ thông có mệnh giá là 10.000 VND. Mỗi cổ phiếu phổ thông tương ứng với một phiếu biểu quyết tại các cuộc họp cổ đông của Công ty. Các cổ đông được nhận cổ tức mà Công ty công bố vào từng thời điểm. Tất cả cổ phiếu phổ thông đều có thứ tự ưu tiên như nhau đối với tài sản còn lại của Công ty.

Trong năm 2018, Công ty đã ký một thỏa thuận cấp cho SK Investment Vina I Pte. Ltd. (“SK”), một cổ đông, một quyền chọn bán. Trong trường hợp Công ty và SK không thực hiện được việc tạo ra giá trị và sự cộng hưởng từ mối quan hệ đối tác hoặc không đồng ý với các định hướng chiến lược của Công ty, SK có một quyền chọn không thể hủy ngang để yêu cầu Công ty hoặc bên được chỉ định bởi Công ty mua lại toàn bộ 109.899.932 cổ phiếu của Công ty đã mua vào ngày 2 tháng 10 năm 2018 (“Ngày Hoàn Tất”) với giá mỗi cổ phiếu là 100.000 VND, giá này sẽ được điều chỉnh cho các khoản chi trả cổ tức bằng cổ phiếu và các khoản phân phối bằng cổ phiếu mà Công ty đã trả cũng như các sự kiện gộp hay chia tách cổ phiếu và các sự kiện tương tự. Quyền chọn này sẽ được thực hiện sau năm thứ 5 kể từ Ngày Hoàn Tất và trong năm thứ 6 kể từ Ngày Hoàn Tất. Quyền chọn này chỉ có thể được thực hiện một lần đối với toàn bộ số cổ phiếu trên và sẽ vô hiệu nếu SK bán bất kỳ cổ phiếu nào trong số đó.

Biến động của vốn cổ phần trong năm như sau:

	2022		2021	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Số dư đầu năm	1.180.534.692	11.805.347	1.174.683.246	11.746.832
Phát hành cổ phiếu mới bằng tiền (Thuyết minh 24)	7.083.207	70.832	5.851.446	58.515
Phát hành cổ phiếu mới từ nguồn vốn chủ sở hữu	236.106.884	2.361.069		
Số dư cuối năm	1.423.724.783	14.237.248	1.180.534.692	11.805.347

24. Chương trình về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên

Công ty có chương trình về quyền chọn mua cổ phần cho nhân viên dựa trên đánh giá thành tích của nhân viên. Việc phát hành cổ phiếu trong tương lai theo chương trình này phải được các cổ đông phê duyệt tại cuộc họp Đại hội Cổ đông Thường niên Công ty.

Trong tháng 6 năm 2022, Công ty đã phát hành 7.083.207 cổ phiếu (2021: 5.851.446 cổ phiếu) cho nhân viên theo giá đã được phê duyệt theo Nghị quyết của Hội đồng Quản trị.

25. CỔ TỨC

Đại hội đồng cổ đông thường niên của Công ty ngày 28 tháng 4 năm 2022 và Nghị quyết của Hội đồng quản trị ngày 20 tháng 6 năm 2022 đã quyết định phân phối cổ tức bằng tiền mặt với tỷ lệ 8% mệnh giá mỗi cổ phiếu. Vào tháng 7 năm 2022, Công ty đã phân phối cổ tức bằng tiền mặt với tổng trị giá 1.138.980 triệu VND cho các cổ đông (2021: 1.416.642 triệu VND).

26. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

(a) Cam kết thuê hoạt động

Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê hoạt động không được hủy ngang như sau:

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Trong vòng 1 năm	2.190.574	1.588.922
Từ 2 đến 5 năm	4.286.169	2.999.839
Sau 5 năm	1.477.263	1.409.901
	7.954.006	5.998.662

(b) Cam kết chi tiêu vốn

Tại ngày lập báo cáo, Tập đoàn có các cam kết vốn sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hợp nhất:

	31/12/2022 Triệu VND	1/1/2022 Triệu VND
Đã được duyệt và đã ký hợp đồng	4.030.749	855.617
Đã được duyệt nhưng chưa ký hợp đồng	1.327.625	1.378.147
	5.358.374	2.233.764

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(c) Ngoại tệ

	31/12/2022		1/1/2022	
	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND
USD	36.733.406	859.859	14.416.772	326.544
EUR	9.992.304	248.768	8.071.934	205.576
JPY	463.833.343	81.653	341.132.473	66.309
THB	45.255.027	29.823	47.731.914	31.742
CNY	13.688.957	41.614	8.405.767	28.496
CAD	1.058.111	18.117	451.970	7.970
		1.279.834		666.637

27. DOANH THU BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán và dịch vụ cung cấp không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Tổng doanh thu		
■ Doanh thu bán hàng và doanh thu khác	76.380.750	89.791.619
Trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu		
■ Chiết khấu thương mại	73.279	1.078.350
■ Hàng bán bị trả lại	118.246	84.502
	191.525	1.162.852
Doanh thu thuần	76.189.225	88.628.767

28. GIÁ VỐN HÀNG BÁN VÀ DỊCH VỤ CUNG CẤP

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Tổng giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp		
■ Hàng hóa đã bán và dịch vụ đã cung cấp	55.013.391	66.507.862
■ Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	140.810	(13.896)
	55.154.201	66.493.966

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

29. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Thu nhập lãi từ	878.418	629.639
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	512.939	410.280
Lãi từ đánh giá lại khoản đầu tư trước đây tại ngày đạt được quyền kiểm soát công ty con (Thuyết minh 5)	642.110	-
Lãi từ việc bán trái phiếu hoán đổi và mất quyền kiểm soát trong các công ty con	-	5.699.147
Doanh thu hoạt động tài chính khác	542.096	60.512
	2.575.563	6.799.578

30. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Chi phí lãi vay	4.847.702	4.669.426
Chi phí phát hành trái phiếu, chi phí đi vay và chi phí thanh lý trái phiếu hoán đổi	498.245	590.271
Phí thư tín dụng UPAS	29.844	81.596
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	799.985	202.118
Chi phí tài chính khác	185.866	163.120
	6.361.642	5.706.531

31. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Chi phí nhân viên	3.394.255	3.024.634
Chi phí dịch vụ mua ngoài	2.961.911	2.605.008
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	2.940.360	3.308.859
Chi phí kho vận	1.430.307	1.340.098
Chi phí trưng bày	179.289	49.400
Chi phí bán hàng khác	1.605.417	1.458.339
	12.511.539	11.786.338

32. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Chi phí nhân viên	1.683.232	1.402.043
Phân bổ giá trị hợp lý của tài sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	87.851	380.498
Phân bổ lợi thế thương mại	682.271	499.840
Chi phí khấu hao và phân bổ	215.070	255.004
Chi phí thuê văn phòng	84.900	108.566
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	105.152	115.577
Chi phí nghiên cứu phát triển	86.180	50.222
Chi phí dịch vụ mua ngoài	392.407	392.906
Chi phí quản lý doanh nghiệp khác	517.251	860.313
	3.854.314	4.064.969

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

33. THU NHẬP KHÁC

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Thu nhập hỗ trợ từ nhà cung cấp	-	190.629
Thu nhập từ bồi thường bảo hiểm	42.720	87.326
Lãi từ thanh lý tài sản cố định	1.598	8.284
Thu nhập khác	235.389	214.911
	279.707	501.150

34. CHI PHÍ KHÁC

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Lỗ từ thanh lý tài sản cố định	84.463	30.611
Hoạt động xã hội	-	65.000
Các chi phí khác	270.836	189.937
	355.299	285.548

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

35. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

(a) Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Chi phí thuế thu nhập hiện hành		
Năm hiện hành	746.651	1.499.473
Dự phòng thừa trong những năm trước	(119.901)	(224)
	626.750	1.499.249
Lợi ích thuế thu nhập hoãn lại		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(170.402)	(95.426)
Ghi giảm tài sản thuế thu nhập hoãn lại	(63.582)	(16.420)
	(233.984)	(111.846)
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	392.766	1.387.403

(b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2022		2021	
	%	Triệu VND	%	Triệu VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	100,0%	5.147.152	100,0%	11.488.784
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	20,0%	1.029.430	20,0%	2.297.757
Ảnh hưởng của các mức thuế suất khác nhau áp dụng cho các công ty con	(12,6%)	(648.870)	(7,3%)	(835.165)
Ảnh hưởng của các giao dịch hợp nhất	(0,4%)	(19.646)	0,0%	(3.087)
Chi phí không được khấu trừ thuế	1,6%	81.619	0,5%	61.431
Ảnh hưởng của phần lãi trong các công ty liên kết	(16,8%)	(865.142)	(6,8%)	(779.328)
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận	19,7%	1.015.248	9,5%	1.090.641
Dự phòng thừa trong những năm trước	(2,3%)	(119.901)	0,0%	(224)
Lỗ tính thuế đã sử dụng	(0,3%)	(16.390)	(3,7%)	(428.202)
Hoàn nhập tài sản thuế thu nhập hoãn lại	(1,2%)	(63.582)	(0,1%)	(16.420)
	7,6%	392.766	12,1%	1.387.403

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

(c) Thuế suất áp dụng

Theo Luật thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành, Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp bằng 20% trên lợi nhuận tính thuế.

Một số công ty con của Công ty hưởng các mức ưu đãi miễn giảm thuế suất khác nhau.

(d) Các khoản thuế tiềm tàng

Luật thuế và việc áp dụng các luật này tại các quốc gia nơi Công ty và các công ty con phụ thuộc vào diễn giải và thay đổi theo thời gian, từ cục thuế này đến cục thuế khác. Tình hình quyết toán thuế có thể phụ thuộc vào việc thanh tra của các cơ quan có thẩm quyền khác nhau và các cơ quan này có thẩm quyền phạt, đánh thuế và tính lãi chậm nộp. Điều này có thể làm phát sinh rủi ro về thuế cho Công ty và các công ty con. Ban Tổng Giám đốc cho rằng Tập đoàn đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải về luật thuế của Ban Tổng Giám đốc, bao gồm các yêu cầu về chuyển giá, ưu đãi thuế và cách tính thuế thu nhập doanh nghiệp. Tuy nhiên, các cơ quan có thẩm quyền liên quan có thể có những cách hiểu khác nhau và ảnh hưởng có thể đáng kể.

36. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Ngoài số dư và giao dịch với các bên liên quan được trình bày trong các thuyết minh khác của báo cáo tài chính hợp nhất này, trong năm Tập đoàn có các giao dịch chủ yếu sau với các bên liên quan theo các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam:

Bên liên quan	Tính chất giao dịch	Giá trị giao dịch	
		2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Công ty liên kết			
Ngân hàng Thương mại	Khoản vay đã nhận	4.423.179	3.400.628
Cổ phần Kỹ thương	Khoản vay đã trả	3.730.817	2.710.840
Việt Nam và các công ty con	Trái phiếu phát hành (đại lý phát hành) (*)	2.000.000	4.399.980
	Trái phiếu mua lại (đại lý thanh toán)	4.200.000	109.198
	Phí phát hành trái phiếu	39.262	105.208
	Mua chứng khoán kinh doanh	6.710.550	6.567.146
	Bán chứng khoán kinh doanh	7.710.854	4.571.678
	Chi phí lãi vay	525.611	284.365
Các bên liên quan khác			
Thành viên quản lý chủ chốt	Thù lao (**)	178.968	185.652

Tại ngày và cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 và 2021, Công ty và các công ty con có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn, chứng chỉ tiền gửi, vay và phải trả với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam và các công ty con theo các điều khoản giao dịch thông thường.

(*) Các trái phiếu này đã được bán cho các nhà đầu tư theo các thỏa thuận phát hành.
(**) Thành viên Hội đồng quản trị của Công ty không hưởng thù lao trong các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 và 2021.

Bao gồm trong thù lao cho các nhân sự quản lý chủ chốt, thù lao, lương và thưởng thực tế của từng thành viên Hội đồng quản trị và Tổng Giám đốc của Công ty trong các năm như sau:

Tên	Vị trí	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Hội đồng Quản trị			
Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	-	-
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	-	-
Ông Nguyễn Thiều Nam	Thành viên	-	-
Ông Woncheol Park	Thành viên	-	-
	(đến ngày 27 tháng 4 năm 2022)		
Ông Nguyễn Đoan Hùng	Thành viên	-	-
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên	-	-
Ông Ji Han Yoo	Thành viên	-	-
	(từ ngày 28 tháng 4 năm 2022)		
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	-	-

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Tổng Giám đốc		
Ông Danny Le		
Lương, thưởng và các phúc lợi khác	11.899	12.247

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 (tiếp theo)

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

37. LÃI TRÊN CỔ PHIẾU

Lãi cơ bản trên cổ phiếu

Việc tính toán lãi cơ bản trên cổ phiếu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022 được dựa trên lợi nhuận thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty là 3.566.996 triệu VND (2021: 8.562.882 triệu VND) và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm là 1.420.425.755 cổ phiếu (2021: 1.413.621.268 cổ phiếu), được tính như sau:

(i) Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	3.566.996	8.562.882

(ii) Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền

	2022	2021 (đã điều chỉnh)
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm	1.180.534.692	1.174.683.246
Ảnh hưởng của số cổ phiếu phổ thông phát hành từ nguồn vốn chủ sở hữu	236.106.884	234.936.595
Ảnh hưởng của số cổ phiếu phổ thông phát hành bằng tiền	3.784.179	4.001.427
Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm	1.420.425.755	1.413.621.268

(*) Trong tháng 4 năm 2022, 236.106.884 cổ phiếu phổ thông đã được phát hành từ nguồn vốn chủ sở hữu cho cổ đông hiện hữu với tỷ lệ 20%. Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2021 đã được điều chỉnh để phản ánh ảnh hưởng từ giao dịch phát hành cổ phiếu này trong năm 2022.

38. CÁC HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ VÀ TÀI CHÍNH PHI TIỀN TỆ

	2022 Triệu VND	2021 Triệu VND
Mua khoản đầu tư vào công con chưa thanh toán	-	5.214
Tất toán một phần trái phiếu được phát hành bởi một công ty con thông qua việc hoán đổi với khoản đầu tư vào Công ty Cổ phần MNS Feed	-	2.876.572
Phải thu từ chuyển nhượng trái phiếu chuyển đổi	-	283.750

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022
(tiếp theo)

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

39. NỢ TIỀM TÀNG

Như được trình bày ở Thuyết minh 8(c), vào ngày 23 tháng 8 năm 2021, Bộ TNMT ban hành Quyết định số 1640/QĐ/BTNMT ("Quyết định 1640") để phê duyệt TCQKTKS cho mỏ Núi Pháo, thay thế phê duyệt tạm thu TCQKTKS theo Quyết định 500 và Công văn 3724. Bộ TNMT tiếp tục sử dụng tính thuế áp dụng cho quặng vonfram (hàm lượng: $0,1\% < WO_3 < 0,3\%$) thay vì sử dụng giá tính thuế được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp. Giá tính TCQKTKS chính thức theo Quyết định 1640 là 1.831.085 VND/tấn, trong khi Giá tính TCQKTKS tạm thu theo Quyết định 500 là 775.026 VND/tấn. Theo đó, số TCQKTKS phải nộp thêm do chênh lệch Giá tính TCQKTKS trong giai đoạn từ 2015 đến 2021 là 394,5 tỷ VND.

Sau khi Quyết định 1640 được ban hành, NPM – công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty, đã gửi nhiều công văn đến Thủ tướng Chính phủ, Bộ TNMT để đề xuất tạm thời chưa thực hiện thu bổ sung thu TCQKTKS theo Quyết định 1640 và xác định lại TCQKTKS áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM.

Vào ngày 6 tháng 10 năm 2021, NPM đã nhận được Thông báo nộp TCQKTKS từ Cục thuế tỉnh Thái Nguyên căn cứ theo Quyết định 1640. Ngày 8 tháng 12 năm 2021, Cục thuế tỉnh Thái Nguyên ban hành Công văn số 4883/CTTNG-QLN yêu cầu NPM nộp bổ sung 125,8 tỷ VND TCQKTKS cho giai đoạn 2018 đến 2021, và 4,1 tỷ VND tiền chậm nộp tương ứng.

Ban Giám đốc của NPM tin rằng NPM đã trích lập dự phòng đầy đủ cho các khoản nợ phải trả về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản từ năm 2015 đến nay dựa trên diễn giải của NPM về quy định pháp luật liên quan, bao gồm các quy định về tiền cấp quyền khai thác khoáng sản và quy định về thuế tài nguyên. Do đó, NPM đã gửi công văn lên cơ quan quản lý các cấp để nêu rõ vấn đề và xin giải quyết phù hợp cho việc xác định TCQKTKS của NPM.

Trong năm 2021, theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công văn số 978/VPCP-KTTH ngày 8 tháng 2 năm 2021 và Công văn số 5987/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 8 năm 2021, vụ việc đang được xem xét bởi Bộ Tài chính, Bộ TNMT, UBND tỉnh Thái Nguyên và Sở Tài chính tỉnh Thái Nguyên và sẽ được báo cáo cho Thủ tướng Chính phủ và Ủy ban Kinh tế của Quốc hội. Trong năm 2022, các cơ quan ban ngành có liên quan cấp Trung ương và địa phương thông qua buổi họp do TCĐCKS chủ trì đã nhất trí có bất cập về giá tính thuế tài nguyên đối với quặng vonfram đa kim dùng để tính tiền cấp quyền khai thác khoáng sản cho dự án Núi Pháo. Trên cơ sở đó, UBND tỉnh Thái Nguyên đã triển khai làm việc với Bộ Tài chính, Bộ TNMT về chuyên gia tư vấn, đồng thời chỉ đạo Sở Tài chính tỉnh Thái Nguyên phối hợp cùng các sở ban ngành địa phương có liên quan hoàn thành thủ tục lựa chọn đơn vị tư vấn phù hợp để xây dựng cơ chế xác định giá tính thuế tài nguyên cho các sản phẩm công nghiệp của NPM. Tại ngày báo cáo, UBND tỉnh Thái Nguyên và Sở Tài chính cùng các cơ quan ban ngành chức năng các cấp đang tích cực làm việc để xác định giá tính thuế tài nguyên được áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM.

Ban Giám đốc của NPM đánh giá vì giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM chưa được xác định bởi Bộ TNMT và UBND tỉnh Thái Nguyên, Giá tính TCQKTKS - G làm căn cứ xác định TCQKTKS theo Quyết định 1640 chưa đúng với quy định của pháp luật hiện hành. Do đó, Tập đoàn tin rằng khi giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM được xác định, TCQKTKS chính thức của mỏ Núi Pháo cho giai đoạn từ 2015 trở đi sẽ được xác định, và thay thế TCQKTKS như đã phê duyệt tại Quyết định 1640.

Kết quả cuối cùng hiện nay vẫn chưa có và phụ thuộc vào giá tính thuế tài nguyên áp dụng cho sản phẩm công nghiệp của NPM cuối cùng được xác định và khả năng NPM kiến nghị Bộ TNMT xác định lại TCQKTKS tại Quyết định 1640. Do đó, nghĩa vụ cho TCQKTKS bổ sung cho giai đoạn từ 2015 đến 2021 theo Quyết định 1640 chưa được ghi nhận trong báo cáo tài chính hợp nhất.

40. CÁC SỰ KIỆN SAU NGÀY LẬP BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

- (i) Nghị quyết ngày 8 tháng 2 năm 2023 của Hội đồng Quản trị Công ty đã phê duyệt việc ký kết Thỏa thuận Tín dụng với các ngân hàng cho khoản vay hợp vốn trị giá 83 triệu USD, cùng với quyền chọn gia tăng khoản vay thêm 225 triệu USD.
- (ii) Nghị quyết ngày 8 tháng 2 năm 2023 của Hội đồng Thành viên Công ty TNHH The SHERPA, một công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã phê duyệt việc ký kết Thỏa thuận Tín dụng với các ngân hàng cho khoản vay hợp vốn trị giá 292 triệu USD, cùng với quyền chọn gia tăng khoản vay thêm 50 triệu USD.

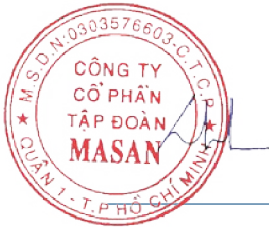
Ngày 1 tháng 3 năm 2023

Người lập:

Nguyễn Huy Hùng
Kế toán trưởng

Người duyệt:

Đỗ Thị Quỳnh Trang
Giám đốc Tài chính



Danny Le
Tổng Giám đốc

Thông tin chung về Công ty



Lịch sử và Cấu trúc của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan



Lịch sử Công ty

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan (“Công ty”, “Tập đoàn Masan” hay “Masan Group”, “MSN”) được thành lập vào tháng 11 năm 2004 dưới tên gọi Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San. Tháng 8 năm 2009, Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (tên tiếng Anh là Ma San Group Corporation) và niêm yết thành công tại Sở Giao dịch chứng khoán Tp. HCM vào ngày 05 tháng 11 năm 2009, với mã chứng khoán là MSN. Tháng 7 năm 2015, Công ty chính thức sử dụng tên gọi như hiện nay là Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan. Dù theo các giấy đăng ký kinh doanh, Công ty được thành lập từ năm 2004 nhưng tính thời điểm thành lập và hoạt động của các cổ đông lớn, công ty con và các công ty tiền nhiệm của chúng tôi thì Masan Group đã hoạt động được hơn 27 năm.

Masan Group là công ty mẹ giữ lợi ích kinh tế kiểm soát tại các công ty The CrownX (“TCX”), Masan Consumer Holdings (“MCH”), Masan MEATLife (“MML”), Masan High-Tech Materials (“MHT”) và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (sở hữu 99,99% Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce; với “WCM” và “WinCommerce” được sử dụng thay thế cho nhau trong báo cáo này), với lợi ích kinh tế tương ứng là 84,9%, 72,8%, 94,8%, 86,4% và 71,5% tại thời điểm 31/12/2022. Tỷ lệ sở hữu hợp nhất của chúng tôi trong vốn điều lệ ở Techcombank là 19,9% vào ngày 31/12/2022 (không bao gồm tỷ lệ lợi ích kinh tế theo hợp đồng kỳ hạn).

Các sự kiện quan trọng trong lịch sử Công ty bao gồm:

- Tiền thân của Tập đoàn Masan là công ty Công Nghệ - Kỹ Thuật - Thương Mại Việt Tiến được thành lập vào năm 1996, là nhà máy sản xuất gia vị tại Thành phố Hồ Chí Minh.
- Từ năm 2000 đến năm 2002, Tập đoàn Masan đã phát triển thành công ty thực phẩm bằng việc thành lập thêm các công ty như Công ty Xuất nhập khẩu Minh Việt và Công ty Cổ phần Công Nghiệp Masan.
- Năm 2002, Tập đoàn Masan đã chuyển hướng từ thị trường xuất khẩu sang tập trung vào thị trường nội địa, qua việc giới thiệu thương hiệu “CHIN-SU”. Sau thành công CHIN-SU, Công ty cũng đã gặt hái những thành công tiếp theo khi giới thiệu thương hiệu “Nam Ngư” và “Tam Thái Tử” trong năm 2007.
- Tháng 11/2004, Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San được thành lập, sau này được đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San, là nền tảng để tái cấu trúc hoạt động kinh doanh của toàn Tập đoàn Masan.
- Năm 2008, Công ty Cổ phần Công nghệ - Thương mại Ma San (Masan Trading và sau này trở thành Masan Consumer), công ty sở hữu các cổ phần của công ty con trong ngành hàng thực phẩm của Tập đoàn lần đầu tiên đạt doanh thu 2.000 tỷ đồng.

- Năm 2008, với tầm nhìn hiện thực hóa chiến lược ngành và chiến lược thực thi để thiết lập nền tảng quy mô hơn và chuyên nghiệp hơn, các cổ đông của chúng tôi đã tuyển dụng đội ngũ quản lý chuyên nghiệp, bao gồm đội ngũ điều hành với kinh nghiệm đa quốc gia và thành tích xây dựng các doanh nghiệp trong các thị trường mới nổi, trong đó phải nhắc đến việc bổ nhiệm ông Madhur Maini là Tổng Giám đốc trong tháng 8/2008.
- Tháng 8/2009, Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San nắm giữ 19,9% cổ phần tại Techcombank và 54,8% cổ phần tại Masan Consumer.
- Tháng 9 và 10/2009, TPG thông qua quỹ đầu tư vốn tăng trưởng (TPG Growth) đã đầu tư 630 tỷ đồng vào Công ty dưới hình thức trái phiếu chuyển đổi, được chuyển đổi hoàn toàn thành cổ phần công ty trong tháng 06/2012.
- Tháng 10/2009, BankInvest thông qua Quỹ Private Equity New Markets đầu tư vào Công ty và tham gia vào Hội đồng Quản trị.
- Tháng 10/2009, Công ty đã tăng quyền sở hữu trong Masan Consumer lên 76,6%.
- Ngày 05/11/2009, chúng tôi chính thức niêm yết trên Sàn Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh với giá niêm yết là 36.000 đồng một cổ phiếu và bắt đầu giao dịch với mã chứng khoán “MSN”.

Với giá cuối phiên giao dịch 43.200 đồng một cổ phiếu vào ngày niêm yết, Công ty đã trở thành công ty lớn thứ sáu tại Việt Nam xét theo mức vốn hóa thị trường. - Tháng 4/2010, Công ty Cổ phần Tài Nguyên Masan (Masan Resources, nay đổi tên thành Masan High-Tech Materials) được thành lập. - Tháng 7/2010, Công ty mua 85% vốn điều lệ Công ty Liên doanh Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“Nuiphaovica”) và đổi tên công ty thành Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo. - Tháng 12/2010, Công ty đã tăng sở hữu tại Masan Consumer lên 86,6%. - Tháng 12/2010 và 01/2011, Công ty tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank lên 30,6% sau khi mua trái phiếu chuyển đổi của Techcombank. - Tháng 4/2011, KKR đầu tư 159 triệu USD vào Masan Consumer để mua 10% cổ phần. - Tháng 10/2011, Masan Consumer thâm nhập vào thị trường đồ uống thông qua thương vụ mua 50,3% cổ phần của Vinacafe Biên Hòa, nhà sản xuất cà phê hòa tan lớn nhất tại Việt Nam. - Tháng 02/2012, Masan Consumer tăng tỷ lệ sở hữu tại Vinacafé lên 53,2%. - Tháng 5/2012, Công ty thu hút đầu tư	thêm 50 triệu USD thông qua việc cấp khoản vay chuyển đổi bắt buộc, chuyển đổi thành cổ phiếu Công ty, cho Kairos Capital Limited, một công ty đầu tư thuộc Richard Chandler Corporation. - Tháng 01/2013, Công ty bán 8,7% cổ phần tại Masan Consumer cho KKR với trị giá 200 triệu USD, giảm tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn tại Masan Consumer xuống 77,7%. - Tháng 02/2013, Masan Consumer mua 24,9% cổ phần tại Vĩnh Hảo. - Tháng 4/2013, Masan Consumer tăng tỷ lệ sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 63,5%. - Tháng 7/2013, Công ty Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (chủ sở hữu mỏ đa kim vonfram Núi Pháo) liên doanh với H. C. Starck và thành lập công ty TNHH Tinh Luyện Vonfram Núi Pháo - H. C. Starck để sản xuất các sản phẩm chế biến sâu Vonfram có giá trị cao hơn. Việc hợp tác với H. C. Starck đánh dấu một bước phát triển mới của dự án và minh chứng cho chất lượng sản phẩm mỏ và giảm thiểu rủi ro cho dự án khi hợp tác với khách hàng có tiếng tăm trên thế giới cho sản phẩm Vonfram của chúng tôi. - Tháng 12/2013, Công ty TNHH Hoa Bằng Lăng, đã đổi tên thành Công ty TNHH MasanConsumerHoldings (“Masan Consumer Holdings” hoặc “MCH”). MCH được tái cấu trúc hướng tới tập trung vào ngành hàng thực phẩm và đồ uống.	- Tháng 3/2014, Nhà máy chế biến khoáng sản của Mỏ Núi Pháo thực hiện chạy thử thành công. - Tháng 5/2014, Masan Consumer thành lập công ty con Masan Beverage. Theo đó sở hữu của Masan Consumer tại Vinacafe Biên Hòa và Vĩnh Hảo được chuyển sang công ty này. - Tháng 9/2014, Tập đoàn mua công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên để sản xuất sản phẩm bia có nhãn hiệu “Sư Tử Trắng”. Công ty TNHH Masan Brewery (trước đây là một công ty con nắm giữ các khoản đầu tư) được tái cấu trúc để sở hữu cổ phần của công ty bia này và được chuyển thành công ty con của MCH. Dưới sự quản lý của chúng tôi, nhà máy bia đã hoạt động hết công suất sau khi tung hàng thử nghiệm tại miền Tây. Năm 2015, Công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên đổi tên gọi mới là Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY. - Cuối năm 2014, Masan Consumer đã thành lập một số công ty con để mở rộng sự hiện diện của chúng tôi tại các khu vực chiến lược nhằm tăng công suất và tiếp cận gần hơn đến người tiêu dùng. Chúng tôi đã bắt đầu xây dựng tại nhà máy tại Nghệ An và bắt đầu xin giấy phép cho nhà máy tại Hậu Giang - Tháng 12/2014, Masan Consumer Holdings đã phát hành thành công trái phiếu kỳ hạn 10 năm, huy động 2.100 tỷ đồng với lãi suất cố định 8%.	Trái phiếu được tổ chức Credit Guarantee and Investment Facility (“CGIF”), một quỹ ủy thác của Ngân hàng Phát triển Châu Á (“ADB”) bảo lãnh, và đây là thương vụ đầu tiên của CGIF tại Việt Nam. - Tháng 12/2014, Masan Consumer đã mua 32,8% cổ phần của Công ty Thực phẩm Cholimex. Masan Group cũng chấm dứt đầu tư vào các công ty không thuộc ngành cốt lõi như bao bì thực phẩm thông qua việc bán công ty TNHH MTV Bao bì Minh Việt và các đơn vị khác mà Tập đoàn không sở hữu cổ phần kiểm soát. - Tháng 01/2015, Masan Consumer đã mua 99,99% cổ phần của Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, một công ty sản xuất thịt chế biến, nhằm tiến tới thâm nhập vào chuỗi giá trị thịt. - Tháng 4/2015, Tập đoàn Masan mua lại Công ty TNHH Sam Kim, cổ đông kiểm soát hai công ty Proconco và ANCO. Công ty Sam Kim sau đó được đổi tên thành Masan Nutri-Science. Việc mua lại Masan Nutri-Science ngay lập tức biến Tập đoàn Masan trở thành một trong những công ty thức ăn chăn nuôi lớn nhất Việt Nam. Mục tiêu của Masan Nutri-Science là chuyển đổi ngành đạm động vật của Việt Nam nhằm cung cấp cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có thương hiệu. - Tháng 6/2015, MCH phát hành trái phiếu kỳ hạn 5 năm trị giá 9.000 tỷ đồng do Vietcombank thu xếp với sự	tham gia của 9 ngân hàng trong nước. Giao dịch này là một phần trong nỗ lực của chúng tôi nhằm đơn giản hóa cấu trúc tài sản, thanh toán các khoản nợ lãi suất cao, gia hạn ngày đáo hạn, giảm nợ tiền USD, và tăng số dư tiền mặt để dành cho các khoản đầu tư tiếp theo trong lĩnh vực tiêu dùng. Đây là đợt phát hành trái phiếu lớn nhất từ trước đến nay tại Việt Nam. - Tháng 07/2015, Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San chính thức được đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan. - Tháng 9/2015, sau khi đã khẳng định thành công của việc vận hành thử nghiệm và gia tăng công suất sản xuất của nhà máy Công ty Núi Pháo, cổ phiếu của Masan Resources đã đăng ký giao dịch trên hệ thống giao dịch UPCoM thuộc Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội và trở thành một trong những công ty đại chúng có giá trị vốn hóa lớn nhất được đăng ký giao dịch trên Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội. - Tháng 11/2015, Masan MB khánh thành trung tâm sản xuất nước mắm và mì ăn liền ở tỉnh Nghệ An để nâng cao công suất sản xuất đáp ứng nhu cầu tăng trưởng và tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng. - Tháng 12/2015, Masan Beverage mua lại cổ phần kiểm soát của Công ty Nước khoáng Thiên nhiên Quảng Ninh, chủ sở hữu thương hiệu Quang	Hanh, để cùng với việc kiểm soát Vĩnh Hảo, trở thành nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nước khoáng trong nước có quy mô đáng kể tại Việt Nam và củng cố nền tảng đồ uống đóng chai của Tập đoàn. - Tháng 12/2015, MCH và Singha ký thỏa thuận đối tác chiến lược để phục vụ tốt hơn cho 250 triệu người tiêu dùng tại thị trường “Inland ASEAN”. Ngay lập tức, thị trường thực phẩm và đồ uống mà Masan có thể tiếp cận tăng gấp nhiều lần. Theo thỏa thuận, Singha sẽ đầu tư 1,1 tỷ USD vào MCH và mảng kinh doanh bia của Masan, và đây sẽ là thỏa thuận M&A lớn nhất trong lịch sử các doanh nghiệp Việt Nam. Đợt góp vốn đầu tiên diễn ra trong tháng 1/2016 với khoản tiền 650 triệu USD. - Tháng 12/2015, một ngày sau khi ký kết thỏa thuận với Singha, Masan Brewery HG khánh thành nhà máy bia mới tại tỉnh Hậu Giang với công suất tăng hơn 4 lần công suất hiện tại. - Tháng 01/2016, MCH tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Masan Consumer lên 96,7%, Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp tại Nước khoáng Vĩnh Hảo lên 84,2% và Masan tăng tỷ lệ sở hữu gián tiếp tại Proconco lên 75,2%. - Tháng 02/2016, Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%. - Tháng 3/2016, ANCO đã mua 14% cổ
---	---	---	--	--	--

phần của VISSAN và trở thành đối tác chiến lược.	lợi ích kinh tế sở hữu gián tiếp tại Masan Resources từ 72,7% lên 93,8%, tạo điều kiện cho cơ hội tăng trưởng và kế hoạch huy động vốn chiến lược cho giai đoạn tiếp theo.	■ Tháng 12/2017, Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage, công ty con của Masan Consumer đã chào mua công khai cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa từ 68,5% lên 100%. Sau khi thương vụ chào mua công khai hoàn tất vào ngày 5/2/2018, Masan Beverage đã tăng tỷ lệ sở hữu lên 98,49%.	■ Tháng 6/2018, Công ty Jinju Ham, một công ty sản xuất thịt chế biến hàng đầu tại Hàn Quốc, đã đầu tư mua 25% cổ phần phát hành mới của Saigon Nutri Food. Saigon Nutri Food sau đó được đổi tên thành Masan Jinju.	nền tảng kinh doanh Vonfram của Tập đoàn H. C Starck (Cộng hoà Liên bang Đức). Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR: trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao dựa trên nền tảng chuỗi giá trị tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới.	Holdings ("MCH") - công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh và Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại VinCommerce ("VCM") - nền tảng bán lẻ hiện đại ("MT") đứng số 1 Việt Nam về thị phần. The CrownX nắm giữ 85,71% cổ phần của MCH và 83,74% cổ phần của VCM.
■ Tháng 4/2016, Masan Beverage mua thêm 4,32% cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 88,56%.	■ Tháng 01/2017, Masan Group thực hiện việc chia cổ tức bằng tiền cho toàn bộ cổ đông của Công ty với tỷ lệ cổ tức được chia là 30% (mỗi cổ phần nhận được 3.000 đồng).	■ Tháng 12/2017, Masan Horizon, công ty con của Masan Group đã mua lại cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết tại Masan Resources với trị giá 22,9 triệu USD. Như vậy, tỷ lệ lợi ích kinh tế sở hữu của Masan Group tại Masan Resources (bao gồm cả cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết) tăng từ 93,8% lên 96,0% sau khi mua lại. Việc thoái vốn của nhà đầu tư tư nhân tại Masan Resources sẽ mang lại cho Masan Resources khả năng linh động hơn để có thể huy động vốn tăng trưởng chiến lược sau này.	■ Tháng 8/2018, Núi Pháo, công ty con của Masan Resources, đã mua 49% phần vốn góp trong Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H.C. Starck từ H.C. Starck với giá trị 29,1 triệu USD. Sau giao dịch này, công ty liên doanh hiện nay trở thành một công ty con do Masan Resources sở hữu 100% và được đổi tên thành Công ty TNHH Vonfram Masan.	■ Tháng 12/2019, Masan Group và VinGroup đã thỏa thuận nguyên tắc về việc sáp nhập MCH và VinCommerce và VinEco thông qua hoán đổi cổ phần. Thoả thuận nhằm tối ưu hóa thể mạnh hoạt động của mỗi bên, đồng thời tạo nên một Tập đoàn Hàng tiêu dùng - Bán lẻ mới có sức cạnh tranh vượt trội và quy mô hàng đầu Việt Nam. Masan Group là cổ đông sở hữu đa số cổ phần (nắm 70% cổ phần) của công ty mới. Công ty mới sẽ nắm giữ 85,7% cổ phần MCH và 83,7% cổ phần VinCommerce.	■ Tháng 6/2020, Vonfram Masan hoàn tất giao dịch mua lại nền tảng kinh doanh vonfram từ H.C. Starck Group GmbH.
■ Tháng 7/2016, Masan Consumer Thailand được thành lập, vài tháng sau, Masan và đối tác chiến lược Singha giới thiệu sản phẩm gia vị đầu tiên tại Thái Lan, nước mắm CHIN-SU Yod Thong. Đây là bước chân nhỏ đầu tiên của chúng tôi trong hành trình chinh phục thị trường In-land ASEAN để có thể phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng của khu vực.	■ Tháng 01/2017, Masan Group thực hiện việc phát hành cổ phiếu thưởng cho toàn bộ cổ đông của Công ty (cổ đông sở hữu 02 cổ phiếu được nhận 01 cổ phiếu thưởng).	■ Tháng 01/2017, cổ phần của Masan Consumer được đăng ký giao dịch trên sàn UpCoM, một sàn chứng khoán do Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội quản lý.	■ Tháng 10/2018, SK Group đầu tư khoảng 470 triệu USD để trở thành cổ đông nước ngoài lớn nhất của Công ty.	■ Tháng 12/2018, Masan Nutri-Science khánh thành Tổ hợp chế biến thịt mát tại Hà Nam và giới thiệu thành công ra thị trường thương hiệu thịt mát "MEATDeli".	■ Tháng 6/2020, Đại Hội đồng Cổ đông thường niên năm 2020 của Masan Resources đã thông qua nghị quyết phê duyệt việc đổi tên công ty thành Masan High-Tech Materials.
■ Tháng 11/2016, Masan Nutri-Farm (NA) khởi công trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An, đánh dấu hoàn tất việc thực hiện mô hình 3F.	■ Tháng 4/2017, KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần, và đầu tư 100 triệu USD để mua lại cổ phần Masan Group từ PENM Partners, công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân của Đan Mạch. Đây là khoản đầu tư thứ hai của KKR vào Masan, sau khoản đầu tư vào Masan Consumer Corporation với tổng giá trị 359 triệu USD.	■ Tháng 12/2017, Masan Group cũng đã tất toán khoản vay chuyển đổi trị giá 30 triệu USD với Goldman Sachs, tránh việc phải phát hành thêm 13,6 triệu cổ phiếu để chuyển đổi.	■ Tháng 12/2018, Masan Nutri-Science đặt trọng tâm vào ngành thịt, công bố đổi tên thành Masan MEATLife. Mục tiêu cuối cùng của Masan MEATLife là cung cấp các sản phẩm thịt ngon, an toàn và giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.	■ Tháng 12/2019, hơn 324,3 triệu cổ phiếu của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (MML) đã được đăng ký giao dịch tập trung trên UPCoM.	■ Tháng 10/2020, Công ty Cổ phần Masan MEATLife ("MML") – một công ty thành viên của Công ty công bố hai bước tiến chiến lược trong hành trình mang đến các sản phẩm thịt tươi ngon, dinh dưỡng cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam: (i) khánh thành Tổ hợp chế biến thịt MEATDeli Sài Gòn trị giá 1.800 tỷ đồng tại Long An; và (ii) mở rộng hoạt động sang thị trường thịt gia cầm thông qua việc rót vốn 613 tỷ đồng để sở hữu 51% Công ty Cổ phần 3F VIỆT - doanh nghiệp nội địa có nền tảng sản xuất thịt gia cầm hàng đầu.
■ Tháng 12/2016, Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.	■ Tháng 11/2017, Masan Group hoàn thành việc mua lại cổ phiếu quỹ là 100.665.722 cổ phiếu, tăng tổng số cổ phiếu quỹ lên 109.899.932 hoặc 9,5% vốn điều lệ Công ty.	■ Tháng 01/2018, PENM Partners đầu tư 16 triệu USD để mua lại 0,8% vốn điều lệ của Masan Nutri-Science từ Masan Group.	■ Tháng 9/2019, Công ty TNHH Vonfram Masan, một công ty con thuộc sở hữu của Công ty cổ phần Tài nguyên Masan (MSR), đã ký thỏa thuận mua lại	■ Tháng 6/2020, Công ty Cổ phần The CrownX ("The CrownX") chính thức đi vào hoạt động. Đây là công ty sở hữu Công ty Cổ phần Masan Consumer	■ Tháng 10/2020, Công ty Cổ phần Masan High-Tech Materials ("MHT") và Mitsubishi Materials Corporation ("MMC") đã ký cam kết thiết lập liên

minh chiến lược hướng đến mục tiêu phát triển nền tảng vật liệu vonfram công nghệ cao hàng đầu. Như một phần của hợp tác này, MMC đăng ký mua 109.915.542 cổ phần phổ thông phát hành mới theo phương thức chào bán riêng lẻ với tổng giá trị tiền mặt là 90 triệu USD. Sau khi hoàn tất phát hành, MMC nắm giữ 10,0% vốn cổ phần pha loãng hoàn toàn của MHT, qua đó trở thành cổ đông lớn thứ hai của MHT.

- Tháng 4/2021, Tập đoàn Masan và SK Group (“SK”) công bố về việc ký kết thỏa thuận SK mua lại 16,26% cổ phần của VinCommerce với tổng giá trị tiền mặt là 410 triệu USD. Với Giao dịch này, VCM được định giá 2,5 tỷ USD cho 100% vốn chủ sở hữu.

- Tháng 5/2021, Tập đoàn Masan và nhóm các nhà đầu tư trong đó có Tập đoàn Alibaba và Baring Private Equity Asia đã công bố ký kết thỏa thuận mua cổ phần phát hành mới của The CrownX với tổng giá trị tiền mặt là 400 triệu USD tương đương với 5,5% tỷ lệ sở hữu sau phát hành. Thông qua Giao dịch này, The CrownX được định giá 6,9 tỷ USD (trước phát hành) cho 100% vốn chủ sở hữu. Sau đợt phát hành này, tỉ lệ sở hữu của Tập đoàn Masan tại The CrownX là 80,2%.

- Tháng 5/2021, Công ty TNHH The Sherpa – một công ty thành viên của Tập đoàn Masan công bố ký kết thỏa thuận mua 20% Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage – công ty sở hữu thương

hiệu Phúc Long, một trong những thương hiệu chuỗi bán lẻ trà và cà phê hàng đầu Việt Nam. Giá trị Giao dịch là 15 triệu USD.

- Tháng 7/2021, Tập đoàn Masan (“Masan”) và The CrownX (“TCX”), một công ty thành viên của Masan, công bố về việc mua lại cổ phần của TCX từ các cổ đông thiểu số. Sau Giao dịch, tỉ lệ sở hữu trực tiếp và gián tiếp của Tập đoàn Masan tại The CrownX tăng từ 80,2% lên 84,9%.

- Tháng 9/2021, Công ty Cổ phần Masan MEATLife và Công ty TNHH De Heus đã ký kết Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác Đối tác. Sự kết hợp giữa De Heus - chuyên gia, nhà cung cấp hàng đầu các sản phẩm dinh dưỡng cho động vật và Masan Group – Tập đoàn Tiêu dùng - Bán lẻ hàng đầu Việt Nam, được xem là một sự kết hợp đầy triển vọng, có thể đẩy nhanh quá trình hiện đại hóa chuỗi giá trị đạm động vật. Các bên đều cam kết xúc tiến phát triển một hoặc nhiều thỏa thuận hợp tác trước quý đầu tiên của năm 2022.

- Tháng 9/2021, Công ty TNHH The Sherpa – một thành viên của Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan đã công bố hoàn tất mua 70% cổ phần của Công ty Cổ phần Mobicast với tổng giá trị tiền mặt là 297 tỷ đồng, bước đầu mở rộng sang lĩnh vực viễn thông. Là công ty start-up trong lĩnh vực mạng di động, Mobicast sở hữu thương hiệu mạng Reddi (nay đã đổi tên thành Wintel) tích hợp hoàn chỉnh các dịch

vụ viễn thông. Việc mở rộng sang lĩnh vực viễn thông là bước đầu để Masan số hóa hệ sinh thái tiêu dùng “Point of Life” và mang đến trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ tích hợp xuyên suốt từ offline đến online.

- Tháng 11/2021, Tập đoàn Masan công bố hợp tác chiến lược với De Heus Việt Nam (công ty con của Royal De Heus Group của Hà Lan). Theo đó, De Heus Việt Nam sẽ tiếp quản mảng kinh doanh thức ăn chăn nuôi (“Giao dịch”) và đầu tư từ 600 - 700 triệu USD vào chuỗi cung ứng đạm động vật tại Việt Nam. Giao dịch là một phần của Bản ghi nhớ về Quan hệ Hợp tác được hai bên ký kết vào tháng 9/2021: Masan MEATLife sẽ tập trung nguồn lực phát triển các sản phẩm thịt có thương hiệu còn De Heus sẽ ưu tiên cung cấp các giải pháp dinh dưỡng, con giống và chăn nuôi.

- Tháng 11/2021, Tập đoàn Masan và SK Group đã công bố ký kết thỏa thuận mua lại cổ phần của The CrownX với tổng giá trị tiền mặt là 345 triệu USD, trong đó SK Group đầu tư 340 triệu USD. Sau giao dịch, tỉ lệ sở hữu của Masan và SK tại The CrownX lần lượt là 84,9% và 4,9%.

- Tháng 12/2021, Tập đoàn Masan công bố ký kết Giao dịch với nhóm các nhà đầu tư bao gồm TPG, Platinum Orchid (thuộc sở hữu của Quỹ đầu tư Quốc gia Abu Dhabi) và SeaTown Master Fund (do công ty con của Temasek Holdings quản lý) cho khoản đầu tư



350 triệu USD vào Công ty Cổ phần The CrownX. Giao dịch khép lại vòng huy động vốn cuối cùng vào hệ sinh thái TCX. Được thành lập vào nửa đầu năm 2020, đến cuối năm 2021 hệ sinh thái này đã thu hút nguồn vốn hơn 1,5 tỷ USD từ các nhà đầu tư hàng đầu thế giới.

- Tháng 01/2022, Tập đoàn Masan tiến hành mua thêm 31% cổ phần Phúc Long Heritage với giá trị đầu tư 110 triệu USD, nâng tỷ lệ sở hữu của Masan Group tại Phúc Long Heritage lên 51%, qua đó nắm quyền chi phối thương hiệu đồ uống này.

- Tháng 3/2022, Tập đoàn Masan đã tăng tỷ lệ sở hữu lợi ích kinh tế vào

MML từ 87,8% lên 94,9% thông qua việc mua lại 2 công ty Công ty TNHH Taivas và Công ty TNHH Hatsun.

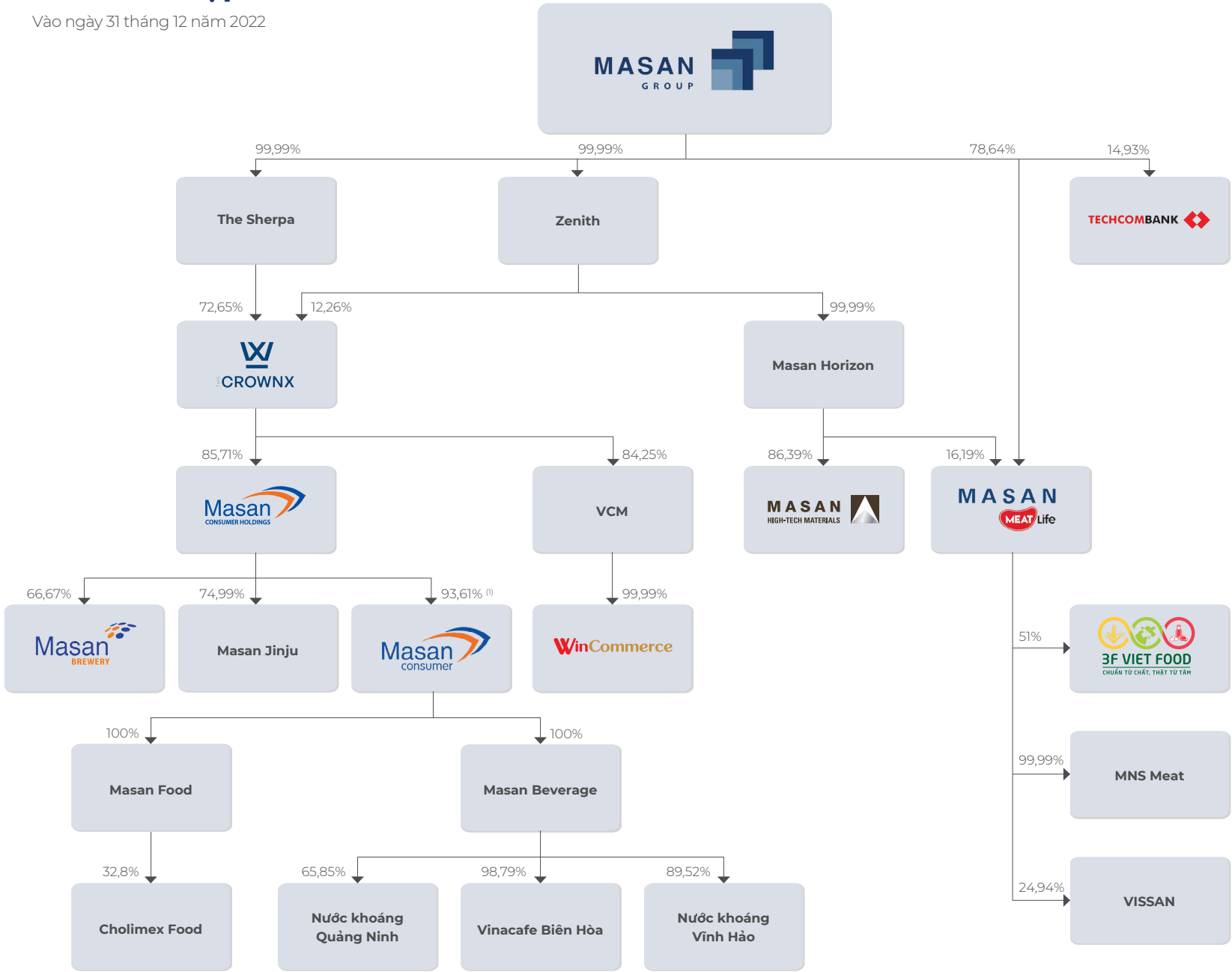
- Tháng 4/2022, Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 65 triệu USD để mua 25,1% cổ phần Công ty Cổ phần Trusting Social (“Trusting Social”), công ty con của Trust IQ Pte. Ltd. có trụ sở tại Singapore. Theo đó, thỏa thuận hợp tác với Trusing Social sẽ giúp thúc đẩy quá trình chuyển đổi của hệ sinh thái tiêu dùng – công nghệ tích hợp từ offline đến online mà Tập đoàn Masan đang hướng đến và cung cấp các giải pháp ứng dụng trí tuệ nhân tạo và fintech để mang đến các trải nghiệm vượt trội nhất cho khách hàng.

- Tháng 7/2022, Tập đoàn Masan công bố giao dịch đầu tư 45 triệu GBP để sở hữu 15% cổ phần của Nyobolt Limited, có trụ sở tại Anh Quốc, trên cơ sở pha loãng. Nyobolt Limited là một công ty chuyên cung cấp giải pháp pin Li-on sạc Nhanh và thỏa thuận chiến lược này sẽ giúp MHT dẫn tiến gần hơn với người dùng cũng như góp phần đẩy mạnh bước phát triển nền kinh tế tuần hoàn.

- Tháng 8/2022, Tập đoàn Masan tiến hành mua thêm 34% cổ phần Phúc Long Heritage với giá trị đầu tư 155 triệu USD, nâng tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn Masan tại Phúc Long lên 85%.

Cấu trúc Tập đoàn

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2022



1. Tỷ lệ này chưa tính đến số cổ phiếu quỹ MSC gồm 10.915.388 cổ phần
2. Tỷ lệ này chưa tính đến số cổ phiếu quỹ của Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh gồm 20.600 cổ phiếu.

THE CROWN X

The CrownX là nền tảng tiêu dùng bán lẻ hợp nhất lợi ích của Tập đoàn Masan tại Masan Consumer Holdings và WinCommerce. The CrownX được thiết lập nhằm hiện thực hóa tầm nhìn trở thành một “Point of Life” tích hợp xuyên suốt từ offline đến online để phục vụ đa dạng nhu cầu sản phẩm và dịch vụ của người tiêu dùng Việt Nam.

Masan Consumer Holdings

Masan Consumer Holdings được thành lập với vai trò là nền tảng chính để Tập đoàn đầu tư thêm vào các ngành thực phẩm và đồ uống và các ngành hàng liên quan khác. Các công ty chính trong danh mục của MCH bao gồm Masan Consumer và Masan Brewery.

Masan Consumer Holdings là một trong những công ty hàng tiêu dùng hàng đầu Việt Nam. Công ty sản xuất và phân phối nhiều loại sản phẩm thực phẩm và đồ uống, bao gồm nước tương, nước mắm, nước chấm, tương ớt, hạt nêm, mì ăn liền, cháo ăn liền, thực phẩm chế biến, cà phê hòa tan, ngũ cốc ăn liền, đồ uống đóng chai, bia và các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình. Công ty đã phát triển danh mục sản phẩm, đội ngũ bán hàng và các kênh phân phối trong nước để thiết lập vị trí hàng đầu trong thị trường thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Việt Nam. Những thương hiệu chủ chốt của Masan Consumer Holdings bao gồm CHIN-SU, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Kokomi, Tiễn Vua, Heo Cao Bồi, Ponnies, Vinacafé, Wake-up 247, Compact, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, Vivant, Faith, Red Ruby, Sư Tử Trắng. Với việc hoàn tất đề nghị chào mua công khai Công ty Cổ phần Bột giặt Net, Masan Consumer đã

chính thức tiến vào ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình bao gồm các sản phẩm bột giặt Joins, Super Net, nước giặt Chante', Sopa, nước rửa chén Homey, sữa tắm La'Petal.

WinCommerce

WinCommerce là nền tảng bán lẻ hiện đại có độ phủ lớn nhất Việt Nam với hơn 130 siêu thị WinMart và 3.268 cửa hàng bán lẻ WinMart+ và 102 cửa hàng WIN tính đến cuối năm 2022. Đồng thời, thông qua hợp tác chiến lược với một công ty liên quan, WinEco, Wincommerce cũng có được nguồn cung cấp ổn định các loại cây rau củ quả ngắn ngày có giá trị cao và đạt tiêu chuẩn quốc tế được cung cấp từ hệ thống 14 nông trường sản xuất nông nghiệp công nghệ cao của WinEco.

MASAN MEATLIFE

Masan MEATLife được thành lập với sứ mệnh mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt truy xuất được nguồn gốc, chất lượng và giá cả hợp lý. Masan MEATLife đã ra mắt thành công thương hiệu thịt mát “MEATDeli” theo công nghệ chế biến đáp ứng tiêu chuẩn châu Âu, góp phần chuẩn hóa ngành thịt. Tầm nhìn của Masan MEATLife là trở thành công ty hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) hàng đầu trong lĩnh vực thịt có thương hiệu với danh mục thịt mát và thịt mát chế biến đa dạng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại của người Việt Nam.

MASAN HIGH-TECH MATERIALS

Masan High-Tech Materials là nhà cung cấp vật liệu Vonfram tiên tiến công nghệ cao hàng đầu thế giới được sử dụng trong các ngành công nghiệp then chốt như điện tử, hóa chất, ô tô, hàng không vũ trụ,

năng lượng và dược phẩm, với các cơ sở sản xuất tại Việt Nam, Đức, Canada và Trung Quốc, phục vụ các khách hàng trên toàn thế giới. Là nhà sản xuất các sản phẩm vonfram cận sâu lớn nhất thế giới ngoài Trung Quốc, Công ty có 2 trung tâm nghiên cứu và phát triển tại Đức và Việt Nam và hiện đang vận hành mỏ đa kim Núi Pháo và một nhà máy chế biến vonfram hiện đại tại tỉnh Thái Nguyên. Masan High-Tech Materials cũng là nhà sản xuất Florit và Bismut lớn hàng đầu thế giới.

Trong năm 2022 vừa qua, H.C. Starck Tungsten Powders, công ty con của MHT đã đầu tư để sở hữu 15% cổ phần của Nyobolt Limited, một công ty chuyên cung cấp giải pháp pin Li-on sạc nhanh để dẫn tiến gần hơn với người dùng cũng như góp phần đẩy mạnh bước phát triển nền kinh tế tuần hoàn.

TECHCOMBANK

Techcombank hiện là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam xét trên thu nhập hoạt động, quy mô tổng tài sản, tín dụng, huy động, số lượng khách hàng và hệ thống mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch với chiến lược đặt người tiêu dùng làm trọng tâm thông qua hệ sinh thái các sản phẩm. Techcombank đã xây dựng mạng lưới kinh doanh dẫn đầu ngành về huy động tiền gửi cá nhân và tín dụng dành cho cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong gần 30 năm qua kể từ ngày thành lập, Ngân hàng đã phát triển nhiều sản phẩm và dịch vụ tài chính đa dạng để đáp ứng nhu cầu tài chính của tầng lớp người tiêu dùng mới nổi và các doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam.

Cấu trúc vốn¹

■ 2022 EBITDA ² (tỷ đồng)	14.437
■ Số dư tiền (tỷ đồng) ³	17.512
■ Tổng nợ (tỷ đồng)	70.993
■ Nợ thuần (tỷ đồng)	53.481
■ Số cổ phiếu đã phát hành	1.423.724.783
■ Vốn điều lệ (tỷ đồng)	14.237
■ Vốn chủ sở hữu ⁴ (tỷ đồng)	26.153

1. Số liệu theo Bảng cân đối kế toán vào ngày 31/12/2022.
2. EBITDA là lợi nhuận thuần sau thuế của MSN, cộng lại chi phí tài chính thuần, thuế, khấu hao và phân bổ lợi thế thương mại. Đóng góp của công ty liên kết Techcombank (“TCB”) được đưa vào do tầm quan trọng của TCB trong kết quả hoạt động của MSN.
3. Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn.
4. Không bao gồm lợi ích cổ đông không kiểm soát.

Quản trị doanh nghiệp

Cơ cấu Tổ chức

Chấp thuận	Đại Hội Đồng Cổ Đông	
Phê duyệt	Hội đồng Quản trị	■ Ủy ban Kiểm toán (trực thuộc Hội đồng Quản trị)
Quản trị chiến lược	Ban Điều hành ■ Tổng Giám đốc ■ Các Phó Tổng Giám đốc ■ Giám đốc Tài chính ■ Kế toán Trưởng	
Thực thi	Bộ phận Chiến lược và Phát triển	Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Nguồn Nhân lực, Quan hệ đối ngoại

Tập đoàn Masan cam kết quản trị doanh nghiệp hiệu quả, thực hiện quy trình, chính sách theo thông lệ tốt nhất và minh bạch. Ngoài việc được giám sát từ các nhà đầu tư, tổ chức lớn, các quy định về quản trị doanh nghiệp theo pháp luật Việt Nam, chúng tôi đã thành lập Hội đồng Chiến lược và Phát triển. Hoạt động quản trị doanh nghiệp được hỗ trợ và tư vấn bởi thành viên độc lập Hội đồng Quản trị và các bên tư vấn khác.

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị được cổ đông bầu ra để điều hành hoạt động của Tập đoàn Masan. Các thành viên Hội đồng Quản trị họp định kỳ hoặc thảo luận riêng về các quyết định chiến lược do Ban Điều hành đệ trình. Chi tiết về trách nhiệm của Hội đồng Quản trị được trình bày trong phần Hội đồng Quản trị.

ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy ban Kiểm toán là cơ quan chuyên môn thuộc Hội đồng Quản trị. Ủy ban Kiểm toán, ngoài các quyền và nhĩa vụ khác, rà soát hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro, giám sát tính trung thực của báo cáo tài chính của Công ty và thực hiện các hoạt động giám sát khác nhằm bảo đảm Công ty tuân thủ quy định của pháp luật, yêu cầu của cơ quan quản lý và quy định nội bộ khác của Công ty.

BAN ĐIỀU HÀNH

Được dẫn dắt bởi Tổng Giám đốc, Ban Điều hành có nhiệm vụ chính là quản lý chiến lược, phân bổ nguồn lực ở cấp quản lý cấp cao, kế toán tài chính và kiểm soát, phân bổ vốn, quản trị, và kiểm soát nội bộ. Tổng Giám đốc và thành viên Ban Điều hành được hỗ trợ và tư vấn bởi Hội đồng Chiến lược và Phát triển.

BỘ PHẬN CHIẾN LƯỢC VÀ PHÁT TRIỂN

Bộ phận Chiến lược và Phát triển làm việc sát sao với các Tổng Giám đốc và đội ngũ lãnh đạo của các công ty con để phát triển chiến lược phục vụ cho tăng trưởng bền vững và tạo giá trị gia tăng. Bộ phận Chiến lược và Phát triển chịu trách nhiệm phối hợp với các phòng ban khác để thực hiện các giao dịch lớn như M&A, hợp tác chiến lược. Từ những thương thảo ban đầu cho đến ký kết hợp đồng, Bộ phận Chiến lược và Phát triển đều áp dụng qui trình chặt chẽ nhằm bảo đảm có được các chấp thuận từ cấp lãnh đạo khi thực hiện giao dịch. Một giao dịch được đánh giá dựa trên các phân tích chiến lược, những điều khoản thương mại, ảnh hưởng của chính sách kế toán, cấu trúc công ty, tính hợp pháp và phù hợp với các thỏa thuận hiện tại và tiềm năng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trong tương lai.

BỘ PHẬN TÀI CHÍNH & KẾ TOÁN, LUẬT & TUÂN THỦ, QUAN HỆ ĐỐI NGOẠI VÀ NGUỒN NHÂN LỰC

Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực chịu trách nhiệm thực hiện các báo cáo tài chính, tuân thủ luật pháp, xây dựng thương hiệu và quan hệ đối ngoại, và quản lý các công việc hành chính hàng ngày trong Công ty. Những vị trí quản lý cấp cao của bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Quan hệ Đối ngoại và Nguồn Nhân lực giữ vai trò quan trọng trong việc thực thi và theo dõi các giao dịch sau khi hoàn tất.

Hội đồng quản trị

TRÁCH NHIỆM VÀ THẨM QUYỀN CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị có một thành viên điều hành và sáu thành viên không điều hành. 2/7 thành viên của Hội đồng Quản trị là thành viên độc lập. Hoạt động của Hội đồng Quản trị được tổ chức bởi Chủ tịch Hội đồng Quản trị.

Thành viên của Hội đồng Quản trị bao gồm:

■ **TS. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch**

Ông Nguyễn Đăng Quang là Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Masan Group. Ông hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, gồm Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation), Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Mobicast, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Techcombank.

Ông Quang đã góp phần quan trọng trong quá trình thành lập và phát triển nhiều hoạt động kinh doanh và công ty con của chúng tôi. Ông là người có tầm nhìn chiến lược, đã hỗ trợ quá trình chuyên môn hóa Masan Group trong giai đoạn phát triển đầu tiên đồng thời vẫn giữ được bản sắc văn hóa cũng như các giá trị Việt Nam.

Ông Quang có học vị Tiến sĩ Khoa học Kỹ thuật của Đại học Vật lý Ứng dụng thuộc Viện Hàn Lâm Khoa Học Belarus và bằng Thạc sĩ Quản lý và Quản trị Kinh doanh của Đại học Kinh tế Nga Plekhanov.

■ **Ông Nguyễn Thiệu Nam, Thành viên**

Ông Nguyễn Thiệu Nam là Phó Tổng Giám đốc và là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty. Ông đã từng giữ vai trò điều hành cấp cao tại các công ty con và công ty liên kết của chúng tôi như Masan Consumer và Techcombank. Ông hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, cụ thể: ông là thành viên HĐQT của Công ty Cổ phần Masan, Công ty Cổ phần Tập đoàn Baltic Titan và Công ty Cổ phần The CrownX, Chủ tịch HĐQT của Công ty Cổ phần Nước Khoáng Quảng Ninh, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Masan High-Tech Materials.

Ông Nguyễn Thiệu Nam còn nắm các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

1.	Công ty Cổ phần Masan	Phó Tổng Giám đốc
2.	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Chủ tịch Hội đồng Thành viên (HĐTV)
3.	Công ty TNHH MTV Xây dựng Hoa Hướng Dương	Chủ tịch Công ty và Giám đốc
4.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery Distribution	Chủ tịch công ty
5.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY	Chủ tịch công ty
6.	Công ty TNHH MTV Masan Brewery HG	Chủ tịch công ty
7.	Công ty TNHH Masan Master Brewer	Chủ tịch công ty
8.	Công ty TNHH Masan Brewery MB	Chủ tịch công ty
9.	Công ty TNHH Masan Consumer Holdings	Thành viên HĐTV
10.	Công ty TNHH Masan Brewery	Thành viên HĐTV
11.	Công ty TNHH Vonfram Masan	Thành viên HĐTV
12.	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp WinEco	Chủ tịch công ty và Tổng Giám đốc
13.	Công ty TNHH Nông Nghiệp Đồng Nai - WinEco	Chủ tịch HĐTV và Giám đốc
14.	Công ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất và Phát Triển Nông Nghiệp WinEco - Tam Đảo	Chủ tịch HĐTV và Giám đốc

Tại Masan Group, ông Nam quản lý mảng quan hệ với các đối tác quan trọng và lãnh đạo công tác thực thi trong nước. Ông đã góp phần thúc đẩy quá trình bồi thường và tái định cư Dự án Núi Pháo, tạo điều kiện cho quá trình thu hồi đất lên tới 91% diện tích đất cần thiết cho dự án tính đến tháng 6/2011, so với mức thu hồi chỉ đạt 2% diện tích đất trước khi Masan Group tiếp nhận. Gần đây, ông Nam giữ vai trò quan trọng trong chiến lược tham gia ngành thịt mát có thương hiệu của Tập đoàn.

Ông tốt nghiệp trường Đại học Thương mại Hà Nội với bằng Cử nhân Thương mại.

■ **Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên**

Bà Nguyễn Hoàng Yến cũng là Phó Tổng Giám đốc của Masan Consumer. Bà là một nhà quản lý điều hành chủ chốt từ những năm đầu thành lập khi Masan Consumer còn là một công ty kinh doanh thực phẩm. Bà đã đóng góp vào sự thay đổi Masan Consumer một cách toàn diện, trở thành mảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống có thương hiệu lớn trong nước.

Bà hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của 5 công ty khác, cụ thể Chủ tịch Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Masan PQ, thành viên Hội đồng Quản trị của Masan Corporation, Masan Consumer, Công ty Cổ phần Bột giặt NET, và Công ty Cổ phần Vinacafe Biên Hòa.

Bà Nguyễn Hoàng Yến còn nắm các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

1.	Công ty TNHH Cát Trắng	Chủ tịch HĐTV và TGD
2.	Công ty TNHH MTV Nam Ngư Phú Quốc	Chủ tịch công ty
3.	Công ty TNHH Masan Long An	Chủ tịch công ty
4.	Công ty TNHH Masan Consumer Holdings	Phó Tổng Giám đốc

Bà Nguyễn Hoàng Yến tốt nghiệp Đại học Ngoại ngữ Hà Nội, chuyên ngành Tiếng Nga.

■ **Ông Ji Han Yoo, Thành viên**

Ông Ji Han Yoo là Phó Chủ tịch (Vice President), Giám đốc Nhóm đầu tư số 2 (Head of Investment Team 2) của SK Supex Council. Trước đó ông Yoo là Phó Chủ tịch (Vice President), Giám đốc Phát triển Kinh doanh Tập đoàn (Head of Business Development Group) của SK Siltron. Ông Yoo tốt nghiệp Thạc sỹ Quản trị Kinh doanh (MBA), Đại học Quốc gia Seoul (Seoul National University).

Ông Yoo cũng đang là thành viên HĐQT của SK Investment Vina I Pte Ltd và SK Investment Vina II Pte Ltd.

Ông Yoo còn nắm các chức danh quản lý tại các công ty khác như sau:

- | | | |
|----|--------------------------------|----------|
| 1. | SK Investment Vina I Pte Ltd | Giám đốc |
| 2. | SK Investment Vina II Pte. Ltd | Giám đốc |

■ **Ông Nguyễn Đoàn Hùng, Thành viên độc lập**

Ông Nguyễn Đoàn Hùng cũng là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Chứng khoán Phú Hưng. Trước đó ông từng giữ nhiều chức vụ cấp cao khi làm việc cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam như Trưởng ban Nghiên cứu, Xây dựng và Phát triển thị trường vốn; Chánh văn phòng Thống đốc NHNN, Vụ trưởng Vụ Quản lý Ngoại hối. Ông Hùng cũng từng là Phó chủ tịch Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, và là thành viên độc lập trong Hội đồng Quản trị Ngân hàng Techcombank. Ông Nguyễn Đoàn Hùng có bằng Cử nhân tiếng Anh từ ĐH Ngoại Ngữ Hà Nội, và bằng Thạc sĩ Quản trị Tài chính của ĐH London.

■ **Ông David Tan Wei Ming, Thành viên độc lập**

David Tan hiện là Giám đốc Điều hành tại TPG Capital Asia. Trước đó ông là Giám đốc của KKR Châu Á. Ông từng giữ vị trí thành viên Hội đồng Quản trị tại Masan Consumer và Masan MEATLife. Với 12 năm hoạt động trong lĩnh vực quỹ đầu tư tư nhân, David có nhiều kinh nghiệm trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp đa ngành ở Đông Nam Á phát triển thành các công ty hàng đầu thị trường. Ông David Tan có bằng Cử nhân Khoa học chuyên ngành Kinh tế và bằng Cử nhân Xã hội.

■ **Bà Nguyễn Thị Thu Hà, Thành viên**

Bà Nguyễn Thị Thu Hà hiện là thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty Cổ phần Masan và Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan. Trước đó bà từng làm việc tại Cơ quan Hợp tác Quốc Tế Nhật Bản (JICA). Bà Hà có bằng Cử nhân Luật, Khoa luật, Đại học Quốc gia (Hà Nội); Cử nhân Kinh tế, chuyên ngành Kinh tế Đối ngoại, Đại học Ngoại thương Hà Nội; Cử nhân Ngoại ngữ tiếng Anh và tiếng Nga, Đại học Ngoại ngữ - Đại học Quốc gia Hà Nội.

Chủ tịch Hội đồng Quản trị đóng vai trò lãnh đạo quan trọng và tham gia:

- Chủ trì các cuộc họp của Hội đồng Quản trị và đóng vai trò lãnh đạo hiệu quả;
- Duy trì đối thoại với Ban Điều hành và chỉ đạo chiến lược phù hợp;
- Giám sát hiệu quả hoạt động của Hội đồng Quản trị; và
- Là đại sứ cho Tập đoàn, bao gồm chủ trì Đại Hội Đồng Cổ Đông và xử lý các vấn đề liên quan đến cộng đồng và giữ quan hệ với những cổ đông lớn.

Hội đồng Quản trị có trách nhiệm vạch ra phương hướng, chiến lược và mục tiêu tài chính của Tập đoàn, và giám sát sự tiến triển của những vấn đề này. Hiện HĐQT chưa thành lập các tiểu ban trực thuộc.

Các thành viên không điều hành thường xuyên trao đổi với Ban Điều hành để nắm được diễn biến và hiệu quả hoạt động của Tập đoàn.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2022, chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu Masan Group của các thành viên Hội đồng Quản trị như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
TS. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	18	0,00
Ông Nguyễn Thiếu Nam	Thành viên	721.567	0,05
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	50.898.280	3,58
Ông Ji Han Yoo	Thành viên	0	0
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên độc lập	0	0
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên độc lập	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	0	0

Họp hội đồng Quản trị

Hội đồng Quản trị thường xuyên họp để thảo luận về phương hướng, chiến lược và tiến độ phát triển kinh doanh. Thông thường, các chủ đề tại cuộc họp Hội đồng Quản trị bao gồm:

- Báo cáo về những dự án lớn và những vấn đề trong hoạt động kinh doanh hiện tại;
- Báo cáo kết quả kinh doanh và quản trị doanh nghiệp;
- Trình bày những dự án kinh doanh cụ thể; và
- Các vấn đề của các cuộc họp trước và những vấn đề còn tồn đọng.

Hoạt động của hội đồng Quản trị

Trong năm 2022, Hội đồng Quản trị đã ban hành 29 Nghị quyết thuộc thẩm quyền theo hình thức họp và lấy ý kiến bằng văn bản. Những vấn đề chính trong năm 2022 được các thành viên Hội đồng Quản trị thảo luận và thông qua gồm:

- Phê duyệt tăng vốn điều lệ của Công ty do phát hành cổ phiếu từ nguồn vốn chủ sở hữu;
- Triệu tập Đại hội đồng Cổ đông thường niên;
- Phê duyệt kế hoạch kiểm toán nội bộ năm 2022;
- Triển khai thực hiện phát hành cổ phiếu ESOP;
- Phê duyệt việc tạm ứng cổ tức năm 2022 với tỷ lệ 8%;
- Phê duyệt các nội dung liên quan đến khoản vay hợp vốn với các bên cho vay nước ngoài của Công ty;
- Tăng vốn và thành lập các công ty con;
- Triển khai các giao dịch khác của Masan Group và các công ty con.

Trong năm qua không có cuộc họp riêng biệt nào dành cho các thành viên không điều hành. Các phê chuẩn của Hội đồng Quản trị có sự tham gia của tất cả các thành viên.

Đa số thành viên HĐQT, các cán bộ quản lý khác và Thư ký công ty đã hoàn thành chương trình đào tạo về quản trị công ty cho các công ty đại chúng do Trung tâm Nghiên cứu khoa học và Đào tạo Chứng khoán thuộc Ủy ban Chứng khoán Nhà nước tổ chức và cấp chứng chỉ hoàn thành. Ngoài ra, các cán bộ quản lý cũng được cập nhật các quy định được ban hành liên quan đến quản trị doanh nghiệp áp dụng đối với công ty đại chúng.

BAN ĐIỀU HÀNH

Ban Điều hành chịu trách nhiệm thực thi kế hoạch phát triển kinh doanh của Masan Group và báo cáo kết quả kinh doanh. Tổng Giám đốc lãnh đạo Ban Điều hành

Hiện nay, Ban Điều hành có các thành viên điều hành cao cấp nhất của Masan Group, gồm Tổng Giám đốc, hai Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng. Thành viên của Ban Điều hành bao gồm:

- **Ông Danny Le - Tổng Giám đốc**
Ngày 19/6/2020, Hội đồng Quản trị đã thông qua Nghị quyết bổ nhiệm ông Danny Le làm Tổng Giám đốc Masan Group với nhiệm kỳ 5 năm. Trước khi gia nhập Masan, ông Danny Le từng là chuyên viên phân tích, bộ phận Ngân hàng Đầu tư tại Morgan Stanley trong giai đoạn 2006-2010. Khoảng thời gian này, ông Danny Le đã tham gia nhiều thương vụ M&A và các giao dịch trên thị trường vốn và tư nhân hoá cho nhiều khách hàng trên toàn cầu. Gia nhập Masan Group từ năm 2010, ông Danny Le có vai trò quan trọng trong việc xây dựng chiến lược tăng trưởng của Masan Group, cũng như trực tiếp tổ chức các giao dịch M&A tạo dựng Nền tảng Chiến lược của Tập đoàn.

Ông Danny Le tốt nghiệp Đại học Bowdoin, Mỹ.

- **Ông Nguyễn Thiều Nam - Phó Tổng Giám đốc**
Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

- **Ông Michael Hung Nguyen - Phó Tổng Giám đốc**
Ông Michael Hung Nguyen phụ trách các dự án chiến lược (bao gồm các cơ hội kinh doanh mới), thị trường vốn (cổ phiếu, trái phiếu, các công cụ tài chính khác), quản trị quan hệ với các nhà đầu tư chiến lược, và các nhiệm vụ quản trị khác. Ông đã xây dựng nền tảng thực hiện giao dịch và hoạt động kinh doanh của Công ty để hỗ trợ các công ty con và sự phát triển của Công ty trong các lĩnh vực mới. Ông đã tham gia từ đầu quá trình chuyển đổi Masan từ một công ty thực phẩm thành một Tập đoàn tư nhân hàng đầu qua việc huy động hơn 2 tỷ USD vốn cho công ty và lãnh đạo một số thương vụ mua bán doanh nghiệp quan trọng.

Trước khi gia nhập Masan Group, ông Michael đã hỗ trợ xây dựng nhóm thực thi ngân hàng đầu tư tại Việt Nam của J.P. Morgan và làm việc trong lĩnh vực M&A, thị trường vốn và các giao dịch tư nhân với các khách hàng tài chính, bất động sản và tiêu dùng. Trước khi đến Việt Nam, ông Michael đã tư vấn và cung cấp các giải pháp cho nhiều khách hàng quốc tế tại J.P. Morgan ở New York.

Ông Michael tốt nghiệp Đại học Harvard, Mỹ.

- **Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang - Giám đốc Tài chính**
Trước khi gia nhập Masan, bà Trang có 17 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán và từng giữ nhiều vị trí quan trọng như CFO, Giám đốc Bộ phận Kiểm toán và Tư vấn tài chính của các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp niêm yết và nhóm 4 công ty kiểm toán lớn nhất toàn cầu.

Bà Trang có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và tốt nghiệp Đại học Kinh tế Quốc Dân, Việt Nam.

- **Ông Nguyễn Huy Hùng - Kế toán trưởng**
Ông Hùng có 15 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính kế toán. Trước khi gia nhập Tập đoàn Masan, ông từng giữ vị trí Giám đốc Kiểm toán của KPMG, Việt Nam. Ông Hùng có chứng chỉ Kế toán viên Công chứng Anh (ACCA) và tốt nghiệp Đại Học Kinh tế - Luật - Đại Học Quốc Gia Thành Phố Hồ Chí Minh.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2022, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan Group của các thành viên Ban Điều hành như sau:

Ban Điều hành	Vị trí	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Danny Le	Tổng Giám đốc	3.244.459	0,23
Ông Nguyễn Thiều Nam	Phó Tổng Giám đốc	721.567	0,05
Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc	3.438.299	0,24
Bà Đỗ Thị Quỳnh Trang	Giám đốc Tài chính	0	0
Ông Nguyễn Huy Hùng	Kế toán trưởng	28.784	0,00

ỦY BAN KIỂM TOÁN

Ủy ban Kiểm toán bao gồm các thành viên sau đây:

- **Ông Nguyễn Đoàn Hùng - Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán**
Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

- **Bà Nguyễn Thị Thu Hà - Thành viên Ủy ban Kiểm toán**
Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2022, chi tiết về sở hữu cổ phiếu Công ty của các thành viên Ủy ban Kiểm toán như sau:

Thành viên Ủy ban Kiểm toán	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	0	0
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	0	0

Hoạt động của ủy Ban Kiểm toán

Trong năm 2022, Ủy ban Kiểm toán đã tổ chức 2 cuộc họp nhằm xem xét, đánh giá tình hình tài chính, hệ thống kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro của Công ty. Một số kết quả chính từ hoạt động giám sát của Ủy ban Kiểm toán trong năm:

- Ban Điều hành thực hiện đúng và đầy đủ trách nhiệm điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty tuân thủ đúng Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, các Nghị quyết của Hội đồng Quản trị, các quy chế nội bộ và các quy định khác của pháp luật;
- Các báo cáo tài chính và các công bố kết quả kinh doanh hàng quý của Công ty được lập phản ánh trung thực về kết quả tài chính, tình hình hoạt động của Công ty;
- Các nghị quyết của HĐQT đã được ban hành phù hợp với thẩm quyền của HĐQT và nội dung của các nghị quyết này tuân thủ nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, và các quy định khác của pháp luật.



Thù lao của Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc

Trong năm 2022, các thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty không hưởng thù lao (trừ thành viên Nguyễn Đoàn Hùng nhận một khoản thanh toán cho các chi phí điện thoại, chi phí đi lại là 1.080.000.000 đồng). Tiền lương và tiền thưởng của Tổng Giám đốc phát sinh cho cả năm 2022 được thể hiện trong báo cáo tài chính năm 2022 của Công ty.

Hợp đồng hoặc giao dịch với người nội bộ và người có liên quan của người nội bộ

Danh sách người có liên quan của Công ty, người nội bộ và người có liên quan của người nội bộ được liệt kê tại Báo cáo tình hình quản trị năm 2022 và được công bố trên website của Công ty.

Trong năm 2022, Công ty thực hiện các giao dịch trọng yếu với người có liên quan của Công ty; hoặc với cổ đông lớn, người nội bộ, người có liên quan của người nội bộ như sau:

STT	Tên tổ chức	Mối quan hệ liên quan với Công ty	Nội dung giao dịch
1.	Công ty TNHH The Sherpa	Công ty con	- Góp vốn. - Cho vay nội bộ - Hoàn trả khoản vay - Chi phí lãi vay
2.	Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Khoản vay - Hoàn trả khoản vay - Thanh toán lãi trái phiếu - Chia sẻ chi phí
3.	Công ty TNHH Zenith Investment	Công ty con	- Cho vay - Góp vốn - Chuyển nhượng cổ phần
4.	Công ty Cổ phần Hàng Tiêu Dùng Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Chia sẻ chi phí dịch vụ - Mua hàng
5.	Công ty Cổ phần Tầm nhìn Masan	Công ty con	- Cho vay, thu hồi khoản cho vay - Hoàn trả khoản vay - Thanh toán lãi trái phiếu
6.	Công ty TNHH Khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Cho vay - Thu hồi khoản cho vay - Chia sẻ chi phí
7.	Công ty TNHH Vonfram Masan	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Cho vay
8.	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Vay, hoàn trả khoản vay - Thanh toán lãi trái phiếu - Chi phí mua hàng - Chia sẻ chi phí
9.	Công ty Cổ phần Mobicast	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Cho vay - Thu hồi khoản cho vay - Mua hàng
10.	Công ty Cổ phần The CrownX	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Chia sẻ chi phí
11.	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Chia sẻ chi phí
12.	Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam (Techcombank)	Tổ chức liên quan của người nội bộ	- Phát hành trái phiếu (Đại lý phát hành) - Mua chứng khoán kinh doanh

Quản trị doanh nghiệp

Tại thời điểm 31 tháng 12 năm 2022, vốn điều lệ của Masan Group là 14.237.247.830.000 đồng.

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG TÍNH ĐẾN NGÀY 31 THÁNG 12 NĂM 2022

Cổ phần

Tổng số cổ phần đã phát hành và loại cổ phần của Masan Group: 1.423.724.783 cổ phần phổ thông.
Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần
Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 1.423.724.783 cổ phần; trong đó:

- Số lượng cổ phần bị hạn chế chuyển nhượng: 7.083.207 cổ phần (là số lượng cổ phần được phát hành theo chương trình ESOP trong năm 2022); và
- Số lượng cổ phần tự do chuyển nhượng: 1.416.641.576 cổ phần.

Cơ cấu cổ đông

Tính theo tỷ lệ sở hữu:

- Cổ đông lớn bao gồm:

STT	Cổ đông	Cổ phần	Tỷ lệ (%)
1.	Công ty Cổ phần Masan	446.278.464	31,35%
2.	Cty TNHH Một thành viên xây dựng Hoa Hướng Dương	189.081.487	13,28%
3.	SK Investment Vina I Pte. Ltd.	131.879.918	9,26%
Tổng cộng		767.239.869	53,89

Công ty Cổ phần Masan

Công ty Cổ phần Masan (Masan Corporation) được thành lập vào ngày 13 tháng 9 năm 2000. Hoạt động đăng ký kinh doanh chính gồm nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, tư vấn đầu tư, tư vấn quản lý, chuyển giao công nghệ, xây dựng và quản lý các dự án đầu tư, cho thuê văn phòng và kinh doanh bất động sản.

Công ty TNHH Một thành viên Xây dựng Hoa Hướng Dương

Công ty TNHH Một thành viên Xây dựng Hoa Hướng Dương được thành lập vào ngày 10 tháng 8 năm 2009. Hoạt động đăng ký kinh doanh chính gồm: xây dựng công trình dân dụng, mua bán vật liệu xây dựng, máy móc thiết bị ngành xây dựng, khai khoáng, đại lý kỹ gởi hàng hóa, nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, hoạt động tư vấn quản lý và tư vấn đầu tư (trừ tư vấn kế toán, tài chính).

Các cổ đông nước ngoài lớn

Cổ đông lớn là tổ chức nước ngoài là SK Investment Vina I Pte. Ltd.

SK Investment Vina I Pte. Ltd.
SK Group là một trong những tập đoàn hàng đầu của Hàn Quốc hoạt động trong các lĩnh vực năng lượng, hóa chất, viễn thông, lĩnh kiện công nghệ cao, logistics và dịch vụ. SK Group hiện đã có mặt tại hơn 40 quốc gia với doanh thu hợp nhất đạt 141 tỷ USD tính đến cuối năm 2017.

Tính trên cơ sở cổ đông tổ chức và cổ đông cá nhân: Tại thời điểm ngày 30/12/2022, Masan Group có 8.404 cổ đông, trong đó có 8.134 cổ đông cá nhân nắm giữ 349.247.046 cổ phần tương ứng với 24,53%; và 270 cổ đông tổ chức nắm giữ 1.074.477.737 cổ phần tương ứng với 75,47%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Tại thời điểm ngày 30/12/2022, Masan Group có 6.965 cổ đông trong nước nắm giữ 990.078.336 cổ phần tương ứng với 69,54%; và 1.439 cổ đông nước ngoài nắm giữ 433.646.397 cổ phần, tương ứng với 30,46%. Từ ngày 24/01/2022, tỷ lệ sở hữu nước ngoài tối đa tại Công ty là 49% vốn điều lệ.

THAY ĐỔI VỐN ĐIỀU LỆ

Trong năm 2022, Công ty đã tăng vốn điều lệ từ 11.805.346.920.000 đồng lên 14.237.247.830.000 đồng. Việc tăng vốn là từ (i) phát hành cổ phần mới theo chương trình phát hành cổ phần cho người lao động (ESOP); và (ii) phát hành cổ phần mới từ nguồn vốn chủ sở hữu.

Trong năm 2022, Công ty không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

Trong năm 2022, Công ty đã thực hiện phát hành trái phiếu với tổng giá trị phát hành là 3.200 tỷ đồng.



SỮA TẮM KHÁNG KHUẨN & MỀM MỊN



TỶ LỆ SỞ HỮU VÀ SỰ THAY ĐỔI TỶ LỆ SỞ HỮU CỦA CÁC THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

	31/12/2022	31/12/2021	Tăng/ Giảm
TS. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch	0,00%	0,00%	0%
Ông Nguyễn Thiều Nam, Thành viên	0,05%	0,05%	0%
Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên	3,58%	3,59%	(0,01%)
Ông Ji Han Yoo, Thành viên	0%	0%	0%
Ông Nguyễn Đoan Hùng, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Ông David Tan Wei Ming, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Bà Nguyễn Thị Thu Hà, Thành viên	0%	0%	0%

THÔNG TIN VỀ GIAO DỊCH CỔ PHIẾU CỦA NHỮNG NGƯỜI NỘI BỘ VÀ NGƯỜI CÓ LIÊN QUAN

Trong năm 2022 không có giao dịch cổ phiếu Masan Group được thực hiện bởi người có liên quan của người nội bộ.

XÁC NHẬN CỦA ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CÔNG TY
CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ



NGUYỄN ĐĂNG QUANG

Thông tin cổ phiếu

	Vào ngày 31/12/2022
Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	14,237
Giá cổ phiếu (đồng)	93.000
Giá cao nhất 52 tuần (đồng)	136.063
Giá thấp nhất 52 tuần (đồng)	72.800
Số lượng cổ phiếu đã phát hành (cổ phiếu)	1.423.724.783
Số lượng cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu)	1.423.724.783
Số lượng cổ phiếu ưu đãi (cổ phiếu)	0
Số cổ phiếu quỹ (cổ phiếu)	0
Thị giá vốn (Tỷ đồng)	132.406
Tỷ lệ cổ tức / thị giá (%)	0,86%

Khuyến cáo sử dụng báo cáo

Tất cả các nhận định hoặc phát biểu trong quyển báo cáo này không phải là những dữ liệu ghi lại các sự kiện đã xảy ra, mà trong đó có bao hàm những “nhận định về tương lai”. Những nhận định này có thể có những từ ngữ như “dự đoán”, “tin tưởng”, “có thể”, “ước tính”, “dự kiến”, “dự phóng”, “kỳ vọng”, “dự định”, “kế hoạch”, “nhắm đến”, “sẽ” hoặc những từ ngữ tương tự. Tuy nhiên, đây không phải là những dấu hiệu duy nhất để xác định và nhận biết chúng. Toàn bộ các bài viết dự đoán về tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh, kế hoạch và triển vọng đều được xem là những nhận định về tương lai. Ngoài ra, chúng còn bao gồm cả những bài viết về chiến lược kinh doanh, triển vọng doanh thu và lợi nhuận (bao gồm, nhưng không giới hạn những dự phóng hoặc dự báo về tài chính hoặc hoạt động kinh doanh), dự án đã lên kế hoạch và các vấn đề khác trong tài liệu này mà không phải là những dữ kiện đã xảy ra. Những nhận định về tương lai và dự báo được trình bày trong báo cáo cũng tùy thuộc vào những rủi ro xác định và không xác định, những bất trắc nhất định và các yếu tố khác vốn có thể khiến kết quả tài chính, hiệu quả kinh doanh hoặc thành tích thực tế hoàn toàn khác biệt so với những nhận định về tương lai hoặc dự báo đó.

Những nhận định về tương lai này dựa trên niềm tin và giả định được chúng tôi xây dựng từ những thông tin có sẵn. Chúng tôi hoạt động tích cực trong lĩnh vực xây dựng, mua lại và quản lý các doanh nghiệp hàng đầu trong một số lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất của nền kinh tế Việt Nam. Triển vọng của Masan Group chủ yếu dựa trên diễn giải của chúng tôi về các yếu tố kinh tế quan trọng có ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam, đến lĩnh vực hoạt động kinh doanh và các doanh nghiệp của chúng tôi. Mặc dù chúng tôi tin rằng các giả định nền tảng của những nhận định về tương lai là hợp lý trong thời điểm hiện tại, nhưng bất kỳ giả định nào cũng đều có thể sai lệch trong thực tế khiến cho những nhận định về tương lai dựa trên giả định đó trở nên thiếu chính xác. Kết quả thực tế có thể sai biệt đáng kể so với những thông tin trong nhận định về tương lai do nhiều yếu tố, đa phần nằm ngoài tầm kiểm soát của chúng tôi. Do đó, các nhà đầu tư cần lưu ý không phụ thuộc quá nhiều vào những nhận định về tương lai được trình bày trong báo cáo này. Chúng chỉ có hiệu lực vào ngày lập báo cáo hoặc ngày tương ứng được nêu trong báo cáo, và Masan Group không có nghĩa vụ cập nhật hoặc sửa đổi công khai đối với bất kỳ nhận định nào, cho dù có xuất hiện những thông tin mới hoặc những sự kiện tương lai.

Định nghĩa thuật ngữ/ từ viết tắt

3F	Thức ăn chăn nuôi - Trang trại - Thực phẩm (Feed - Farm - Food, từ trang trại đến bàn ăn)
AI	Trí tuệ nhân tạo
ANCO	Công Ty Cổ Phần Dinh Dưỡng Nông Nghiệp Quốc Tế là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến, gia công các sản phẩm thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản từng thuộc sở hữu của Tập Đoàn Masan, hoặc thương hiệu “ANCO”, tùy từng trường hợp áp dụng
APT	Ammonium Paratungstate
B2C	Business to Consumer (giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng)
B2B2C	Business to Business to Customer (mô hình kinh doanh phản ánh sự hợp tác giữa các chủ thể doanh nghiệp để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng)
BRC	Là tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm do Hiệp hội bán lẻ Anh quốc (British Retailer Consortium) thiết lập
CAGR	Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm
Công ty/Masan/Masan Group/MSN	Công Ty Cổ Phần Tập Đoàn Masan
Công Ty Núi Pháo	Công Ty TNHH Khai Thác Chế Biến Khoáng Sản Núi Pháo, một công ty do MRTN và TNTI sở hữu toàn bộ
CTCP	Công ty cổ phần
Dự Án Núi Pháo	Dự án mang tên “Dự án khai thác, chế biến khoáng sản Núi Pháo” theo Giấy Chứng Nhận Đầu Tư số 1712100026 do UBND Tỉnh Thái Nguyên cấp ngày 21 tháng 7 năm 2010, như được sửa đổi bổ sung vào từng thời điểm
Đại Hội Đồng Cổ Đông/ ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông của Tổ Chức Phát Hành
ESOP	Phát hành cổ phần theo chương trình lựa chọn cho người lao động
GCNĐKDN	Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp
H.C. Starck / HCS	H.C. Starck GmbH
HĐQT/ Hội Đồng Quản Trị	Hội đồng quản trị của Tổ Chức Phát Hành
Inland ASEAN	Khu vực Đông Nam Á lục địa, bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Lào và Campuchia
KKR	Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., một công ty đầu tư toàn cầu

Masan Beverage	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Beverage, một công ty do Masan Consumer sở hữu toàn bộ
Masan Brewery	Công Ty TNHH Masan Brewery, một công ty do MCH sở hữu phần vốn góp chi phối
Masan Brewery Distribution	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery Distribution, một công ty do Masan Brewery sở hữu toàn bộ
Masan Brewery HG	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery HG, một công ty do Masan Master Brewer sở hữu toàn bộ
Masan Brewery PY	Công Ty TNHH Một Thành Viên Masan Brewery PY (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Bia Và Nước Giải Khát Phú Yên), một công ty do Masan Master Brewer sở hữu toàn bộ
Masan Corporation	Công Ty Cổ Phần Masan
Masan Consumer/ MSC	Công Ty Cổ Phần Hàng Tiêu Dùng Masan, một công ty do Masan Consumer Holdings sở hữu cổ phần chi phối
Masan Consumer Holdings/ MCH	Công Ty TNHH MasanConsumerHoldings, một công ty do The CrownX sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống có thương hiệu của Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng
Masan Food	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thực Phẩm Masan, một công ty do Masan Consumer sở hữu toàn bộ
Masan High-Tech Materials/ MHT	Công Ty Cổ Phần Masan High-Tech Materials (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Tài Nguyên Masan), một công ty do Masan Horizon sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực khai thác và chế biến khoáng sản thuộc Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng
Masan Jinju	Công Ty Cổ Phần Masan Jinju (trước đây có tên là Công Ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Sài Gòn), một công ty do Masan Food sở hữu cổ phần chi phối
Masan Master Brewer	Công Ty TNHH Masan Master Brewer, một công ty do Masan Brewery sở hữu toàn bộ
Masan MEATLife/ MML	Công Ty Cổ Phần Masan MEATLife (tên trước đây có là Công Ty Cổ Phần Masan Nutri-Science), một công ty do Tập đoàn Masan sở hữu cổ phần chi phối, hoặc nhóm công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh sản phẩm tiêu dùng thuộc chuỗi giá trị “MEATLife” của Tập Đoàn Masan, tùy từng trường hợp áp dụng
ML	Machine Learning (công nghệ máy học)
Nam Ngư Phú Quốc	Công Ty TNHH Một Thành Viên Nam Ngư Phú Quốc, một công ty do Masan Food sở hữu toàn bộ

NetCo	Công Ty Cổ Phần Bột Giặt Net
Nước Khoáng Quảng Ninh	Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Quảng Ninh, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối
O ²	Từ offline đến online
Phúc Long	Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage, một công ty do The Sherpa (thông qua sở hữu trực tiếp và gián tiếp) sở hữu cổ phần chi phối
Proconco	Công Ty Cổ Phần Việt – Pháp Sản Xuất Thức Ăn Gia Súc là công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất thức ăn gia súc, gia cầm và thủy sản từng thuộc sở hữu của Tập đoàn Masan, hoặc thương hiệu “Proconco”, tùy từng trường hợp áp dụng.
R&D	Nghiên cứu & Phát triển
SGDCK	Sở giao dịch chứng khoán
SGDCK TP.HCM/ HOSE	Sở Giao Dịch Chứng Khoán Thành Phố Hồ Chí Minh
Singha	Singha Asia Holdings Pte. Ltd, một công ty thành viên của Singha Asia – một trong những công ty sản xuất bia, thức uống và thực phẩm tại khu vực Đông Nam Á
SKU	Đơn vị lưu kho
Techcombank/ TCB	Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Kỹ Thương Việt Nam
The CrownX	Công Ty Cổ Phần The CrownX, một công ty do The Sherpa sở hữu cổ phần chi phối
The Sherpa	Công Ty TNHH The Sherpa, một công ty do MSN sở hữu phần vốn góp chi phối
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
UBCKNN	Ủy Ban Chứng Khoán Nhà Nước
USD/ Đô La Mỹ	Đô la Mỹ, đơn vị tiền hợp pháp của Hợp Chúng Quốc Hoa Kỳ
Vinacafé	Công Ty Cổ Phần Vinacafé Biên Hòa, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối, hoặc thương hiệu “Vinacafé”, tùy từng trường hợp áp dụng
Vinh Hào	Công Ty Cổ Phần Nước Khoáng Vinh Hào, một công ty do Masan Beverage sở hữu cổ phần chi phối, hoặc thương hiệu “Vinh Hào”, tùy từng trường hợp áp dụng
Vissan	Công Ty Cổ Phần Việt Nam Kỹ Nghệ Súc Sản, một công ty liên kết của Masan MEATLife

VND/ Đồng/ Đồng Việt Nam	Đơn vị tiền tệ hợp pháp của Việt Nam
WCM	Công Ty CP Phát Triển Thương Mại Và Dịch Vụ VCM, một công ty do The CrownX sở hữu cổ phần chi phối
WinCommerce (trước đây là VinCommerce)	Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp Wincommerce (tên trước đây là Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp VinCommerce), một công ty do WCM sở hữu cổ phần chi phối
WinEco (trước đây là VinEco)	Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Phát Triển Nông Nghiệp WinEco (trước đây là Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Phát Triển Nông Nghiệp VinEco), một công ty do WinCommerce sở hữu toàn bộ
Zenith Investment	Công Ty TNHH Zenith Investment, một công ty do Tổ Chức Phát Hành sở hữu phần vốn góp chi phối

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Phòng 802, Central Plaza
17 Lê Duẩn, Quận 1
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Điện thoại: +84 28 6256 3862
Fax: +84 28 3827 4115

masangroup.com