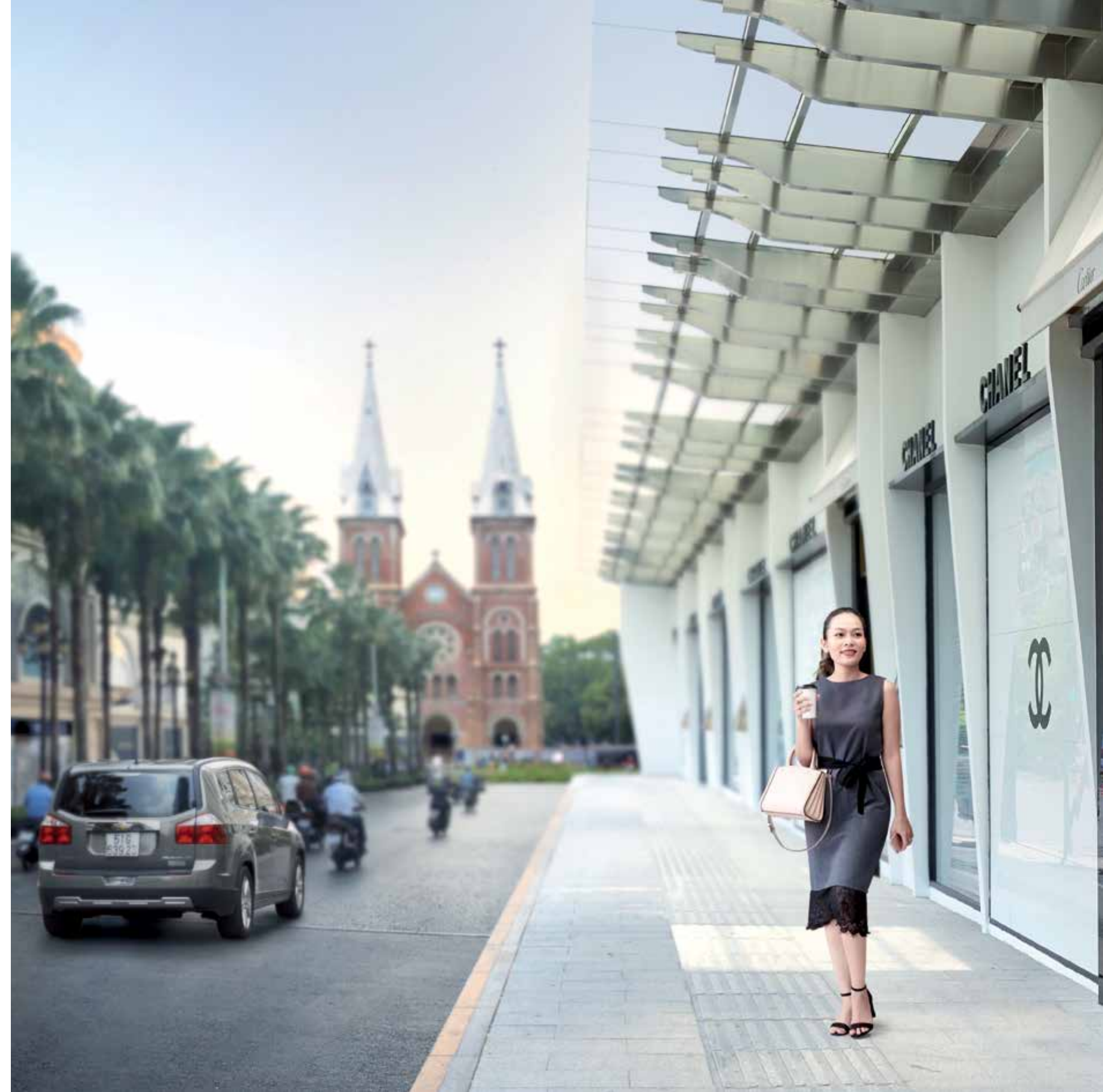




CON ĐƯỜNG CHỨNG TÀI



Báo Cáo Thường Niên 2019



Mục lục

Thư ngỏ của

Chủ tịch Hội đồng Quản trị **16**

Câu chuyện của Masan Group **20**

Báo cáo Phát triển Bền vững **36**

Báo cáo của Ban Điều Hành **52**

Báo cáo Tài chính **74**

Thông tin chung về Công ty **146**

Đến năm 2024, 50% dân số Việt Nam
sẽ sinh sống tại thành thị





**Bán lẻ hiện đại là xu hướng đang diễn ra mạnh mẽ, hứa hẹn
sẽ thay đổi hoàn toàn trải nghiệm
của người tiêu dùng Việt**



Hệ sinh thái “Tiêu Dùng – Công Nghệ” mang đến trải nghiệm mua sắm vượt trội

Với gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam,
chất lượng sản phẩm và trải nghiệm
mua sắm là những yếu tố quan trọng
hàng đầu



Người tiêu dùng tin tưởng và yêu mến
các thương hiệu truyền cảm hứng



Thanh toán tiện lợi, dễ dàng không cần tiền mặt,
đồng thời tiếp cận các giải pháp tài chính đa dạng



Thư ngỏ của Chủ tịch Hội đồng Quản trị



Kính gửi Quý cổ đông,

Từ những ngày đầu thành lập, Tập đoàn Masan luôn kiên định với sứ mệnh nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt. Năm 2002, chúng ta đã đặt ra mục tiêu đầy thử thách và mang nhiều ý nghĩa: mỗi hộ gia đình Việt Nam sẽ có ít nhất một sản phẩm Masan. Đến 2009 mục tiêu này đã trở thành hiện thực. Với nhiệt tâm phụng sự người tiêu dùng tốt hơn nữa, chúng ta đã không dừng lại và tiếp tục đặt ra mục tiêu mới cao hơn: mỗi người tiêu dùng Việt Nam sẽ có ít nhất một sản phẩm Masan. Đó vẫn là một mục tiêu đầy cảm hứng, là động lực cho chúng ta tiến lên mỗi ngày, nhưng đến thời điểm này, nó đã không còn phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới.

Một làn sóng chuyển đổi đang diễn ra mạnh mẽ và sẽ thay đổi hoàn toàn trải nghiệm tiêu dùng của chúng ta, đó là Bán lẻ hiện đại. Xu hướng này đang diễn ra nhanh chóng và đây sẽ là “trận địa” quan trọng, có quy mô lớn nhất của ngành tiêu dùng – bán lẻ trong tương lai.

Đầu tiên, phải kể đến các yếu tố vĩ mô vô cùng thuận lợi: sự xuất hiện của tầng lớp trung lưu với GDP đầu người ở mức 5.000 USD/người/năm, tỉ lệ đô thị hóa tăng nhanh dự kiến đạt mức 50% tổng dân số vào năm 2024. Đồng thời, nhu cầu đổi mới với bán lẻ hiện đại ngày càng cao; phục vụ gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam với các tiêu chí: an toàn, sản phẩm chất lượng với giá trị gia tăng, dịch vụ và trải nghiệm mua sắm là những yếu tố quan trọng hàng đầu.

Trong bối cảnh này, chúng ta có 2 lựa chọn: cố gắng trì hoãn xu hướng của thời đại và cuối cùng trở thành nhà vô địch của ngày hôm qua, hoặc chuyển đổi và củng cố vị thế là người dẫn đầu trong tương lai. Và rõ ràng chúng ta đã mạnh dạn với lựa chọn thứ hai để thực hiện bước nhảy vọt, kết hợp mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng của Masan với nền tảng bán lẻ hiện đại hàng đầu Việt Nam từ VinCommerce (VCM).

Đây không phải là một động thái phòng thủ mà là bước đi khẳng định Masan là ai. Một lần nữa,

chúng ta xác định Masan là một tổ chức có định hướng bán lẻ và đánh dấu một cột mốc mới trong hành trình người tiêu dùng. VCM là điểm khởi đầu chiến lược hoàn hảo, bởi:

- Đây là nền tảng bán lẻ hiện đại số 1 hiện nay: chiếm 30% thị phần kênh bán lẻ hiện đại trên toàn quốc
- Sở hữu dữ liệu khách hàng lớn nhất với 8 triệu khách hàng
- Là mạng lưới bán lẻ hiện đại duy nhất có độ phủ toàn quốc, quy mô lớn nhất
- Hội tụ những yếu tố cốt lõi để đạt hòa vốn vào năm nay 2020.

Xuất phát điểm rất quan trọng, và tại Masan, chúng ta luôn xuất phát với một vạch đích được xác định rõ ràng. Mục tiêu của chúng ta là dẫn đầu và đẩy nhanh quá trình chuyển đổi bán lẻ hiện đại trên toàn quốc chứ không chỉ giới hạn ở một vài địa phương. Thay vì chỉ ở mức 8% hiện nay, kênh mua sắm hiện đại dự kiến sẽ chiếm 30% toàn ngành bán lẻ vào năm 2025 và chúng ta có thể gia tăng quy mô này lên đến 50%. Yếu tố thay đổi cuộc chơi là khi chúng ta không chỉ có kênh mua sắm hiện đại cho các cư dân thành thị mà còn mang trải nghiệm tuyệt vời này đến phục vụ cả người tiêu dùng ở nông thôn. Masan đang ở vị thế sẵn sàng cho sứ mệnh này nhờ mối quan hệ mật thiết và lâu dài sẵn có với hơn 300.000 điểm bán lẻ truyền thống (GT). Từ chỗ đơn thuần bán sản phẩm của Masan như hiện nay, họ sẽ trở thành một phần trong nền tảng bán lẻ của chúng ta thông qua mô hình nhượng quyền và mối quan hệ đối tác mật thiết, giúp mang đến lợi ích cho cả hai bên và cho chính người tiêu dùng.

Bằng cách hợp nhất thành thị và nông thôn, chúng ta đặt mục tiêu phục vụ và thỏa mãn nhu cầu nhu yếu phẩm của hơn 30 triệu khách hàng trung thành mọi lúc, mọi nơi thông qua 30.000

“điểm phục vụ cuộc sống” vào năm 2025. Đây cũng chính là cách mà chúng ta đóng góp giá trị vào công cuộc hiện đại hóa nền kinh tế của đất nước.

Không phải ai cũng đồng ý với bước nhảy vọt đầy táo bạo này của Masan, nhưng con đường chúng ta đi luôn đồng hành và phụng sự người tiêu dùng. Nên, chiến lược này là sự phát triển tất yếu của Masan.

Chiến lược bán lẻ của chúng ta là gì?

Trước hết, chúng ta cần nhìn nhận rằng sự chuyển đổi này sẽ không diễn ra một lần mà là một quá trình liên tục đòi hỏi chúng ta phải thực hiện một cách nghiêm ngặt và kiên nhẫn. Chúng ta sẽ phải thử và chấp nhận thất bại, rút ra bài học rồi lại bắt đầu lại từ đầu. Tuy vậy, điều chắc chắn là Masan muốn xây dựng một nền tảng thật đặc biệt và mang lại hiệu quả dài hạn, chứ không làm một cú huych chóng vánh vì kết quả ngắn hạn chỉ để khẳng định bản thân với thị trường. Dù vậy, tốc độ vẫn là chìa khóa thành công; và chúng ta đã khởi động, bắt tay vào thúc đẩy một số mảng trọng yếu. Những kế hoạch trong năm 2020 sẽ là nền tảng để chúng ta thành công trong giai đoạn ngắn, trung và dài hạn:

- **Cải thiện hiệu suất và hiệu quả vận hành:** Trong năm 2020, chúng tôi sẽ đối sánh toàn bộ giá vốn sản phẩm và chi phí bán hàng của chúng ta với thị trường, đồng thời đưa chi phí bán hàng đạt mức tốt nhất trên thị trường.
- **Danh mục sản phẩm:** Tập trung vào các thương hiệu và sản phẩm chủ chốt để thúc đẩy 80% hiệu quả kinh doanh.

- **Thương hiệu và Định vị:** Masan sẽ tận dụng thế mạnh xây dựng định vị thương hiệu, vận dụng sự thấu hiểu người tiêu dùng vào chiến lược marketing để thu hút sự ủng hộ của khách hàng.
- **Quy mô và thị phần đứng đầu:** Khi phát huy thế mạnh này, vị thế đó sẽ giúp chúng ta có được một mô hình kinh tế bền lâu.
- **Công nghệ:** Giai đoạn 1 đang tập trung xây dựng nền tảng bán lẻ thông minh hơn, và cải thiện năng suất thông qua việc tự động hóa hệ thống dữ liệu.

Tôi muốn đề cập riêng về công nghệ, yếu tố mà tôi tin là sẽ thay đổi cuộc chơi và cần được đầu tư. Machine Learning (Máy học) và AI (Trí tuệ nhân tạo) sẽ là một lợi thế cạnh tranh đột phá. Thông qua nền tảng công nghệ chúng ta có thể biết được người tiêu dùng muốn gì trong thời gian thực (real-time) và dự đoán các xu hướng tiêu dùng trong tương lai. Công nghệ không chỉ là bệ phóng cho mô hình kinh doanh sắp tới của chúng ta, mà bản thân công nghệ cũng sẽ là một mảng kinh doanh độc lập. Chúng ta đang kết hợp kinh nghiệm phục vụ người tiêu dùng và công nghệ vào cùng 1 nền tảng. Nhiều nơi đang gọi phương pháp tiếp cận này là “Bán lẻ kiểu mới”, nhưng với Masan, chúng ta định nghĩa đây là 1 hệ sinh thái “Tiêu dùng - Công nghệ” (Consumer-Tech) vì **chúng ta luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm**.

Đây chính là công thức chiến thắng và chiến lược của tập đoàn. Năm 2020, chúng ta sẽ không mở rộng kinh doanh quá nhanh chóng, mà sẽ nỗ lực để đảm bảo mô hình hiện có tiếp tục bền vững khi tăng quy mô. Tôi tin rằng nếu cùng thực thi quyết liệt và kiên định với chiến lược, chúng ta không những sẽ trở thành nền tảng bán lẻ hàng đầu Việt Nam mà còn có thể đạt được biên lợi nhuận hai chữ số.

Tương lai của chúng ta sẽ như thế nào?

Chúng ta không phải là cửa hàng cung cấp nhu yếu phẩm thuần túy, những cửa hàng của chúng ta sẽ là những “điểm phục vụ toàn diện cuộc sống”. Tâm nhìn của chúng ta hướng về nền tảng tích hợp, nơi mà người tiêu dùng có thể:

- Mua sắm và thỏa mãn các nhu cầu về nhu yếu phẩm và chăm sóc gia đình.
- Mua sắm các mặt hàng ngoài thực phẩm.
- Thanh toán tiện lợi, dễ dàng không cần tiền

mặt, đồng thời tiếp cận các giải pháp quản lý tài sản và sản phẩm tài chính khác.

- Được tư vấn về sức khỏe và lối sống lành mạnh, tiếp cận với các giải pháp, sản phẩm và dịch vụ chăm sóc sức khỏe.
- Lên kế hoạch nghỉ mát, đặt chỗ cho kỳ nghỉ và các hoạt động giải trí cho gia đình.
- Nghe những bài hát mới nhất, xem phim vừa trình chiếu hoặc phim truyền hình nhiều tập.
- Trở thành một không gian tiếp thị hiện đại dành cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng..

Mô hình chúng ta hướng đến trong tương lai sẽ mang lại những tiện ích này thông qua một nền tảng xuyên suốt từ “online” đến “offline” (O2O: on-to-off). Người tiêu dùng sẽ được tận hưởng cùng một trải nghiệm tuyệt diệu dù họ đang ngồi tại nhà, trong văn phòng, hay mua sắm tại các cửa hàng của chúng ta.

Viễn cảnh này không quá xa vời với Việt Nam vì đã là hiện thực ở nhiều thị trường khác. Những công ty đi đầu trong làn sóng chuyển đổi hành vi tiêu dùng như Alibaba, Amazon, Facebook và Apple đều tạo dựng để chế từ các góc độ tiêu dùng khác nhau. Và họ có cùng một điểm chung: Sự thấu hiểu sâu sắc, đồng hành khách hàng thân thiết, và vị trí nhà vô địch trong từng ngành hàng tiêu dùng; để bước tiếp theo là tung thêm những dịch vụ phụ trợ. Câu chuyện của chúng ta sẽ là chinh phục người tiêu dùng với ngành hàng nhu yếu phẩm, và từ đó xây dựng nền móng cho hệ sinh thái Tiêu dùng - Công nghệ.

Lời nhắn gửi đến những Masaner

Chúng ta đang tiến vào một miền đất mới, nơi chúng ta còn chưa thông thạo hết mọi ngóc ngách. Bán lẻ tuy là ngành phục vụ người tiêu dùng nhưng lại có những chuyển động và cách thức vận hành rất khác hàng tiêu dùng. Chúng ta cần chấp nhận thay đổi, đồng thời cởi mở chào đón những nhân tài mới sẽ tham gia cùng để chung tay xây dựng tương lai, biến giấc mơ thành hiện thực. Đó chính là “Masan Way” – Phương cách Masan.

Chúng ta không ngừng phát huy văn hóa học hỏi. Tiếp tục nâng tầm bản thân, đặt nhiều câu hỏi để lớn mạnh thêm sẽ chính là cách chúng ta tìm được lời giải cho những bài toán hóc búa, và

thôi thúc cả tổ chức cùng tìm ra giải pháp thiết thực nhất để thỏa mãn những nhu cầu hàng ngày, để phụng sự người tiêu dùng tốt hơn. Chúng ta dần đã trở thành một công ty lớn hơn, phức tạp hơn, theo lẽ tự nhiên; nhưng ta lại rất cần vận hành với tốc độ cao kết hợp sự nhạy bén thì mới có thể đưa con tàu này sớm vươn xa.

Cuối cùng, chúng ta phải tiếp tục khẳng định chúng ta là công ty có định hướng kết quả và tạo ra các giá trị:

- Hoạt động vì các đối tác, các chủ sở hữu và vì tất cả các Masaner;
- Thiết lập ưu tiên khi quyết định đầu tư, để đảm bảo rằng từng đồng chúng ta bỏ ra sẽ mang lại giá trị cho người tiêu dùng và cổ đông; và
- Chinh phục người tiêu dùng, vừa kiếm tiền vừa tạo ra giá trị.

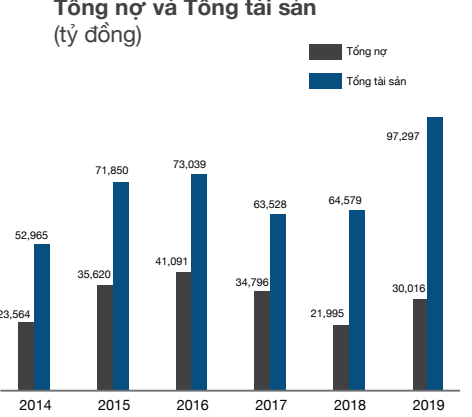
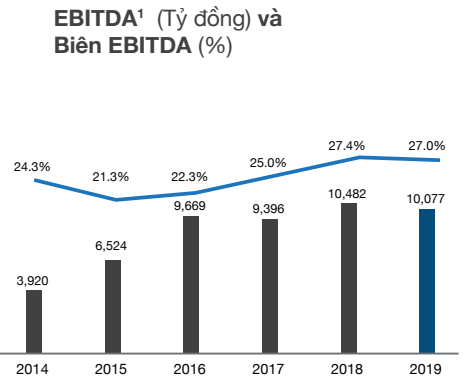
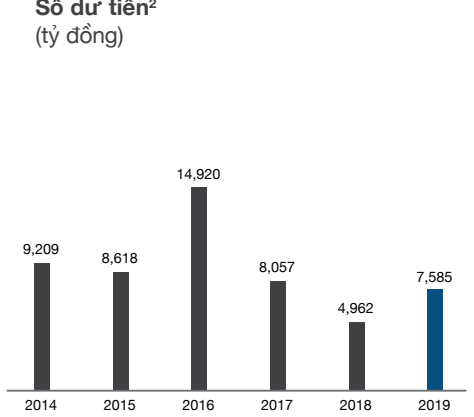
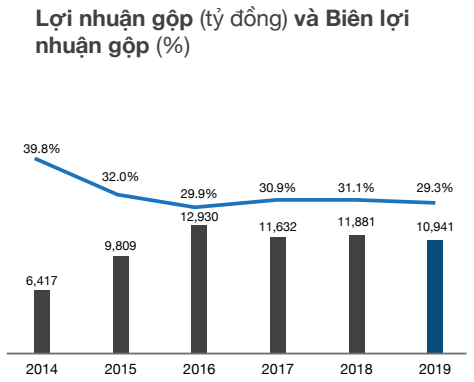
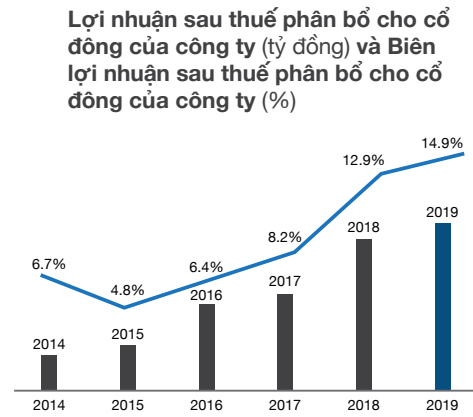
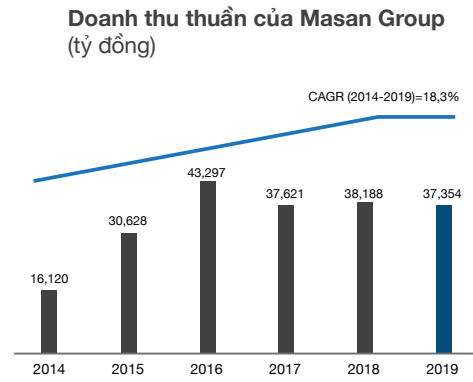
Hành trình của chúng ta là hành trình phụng sự người tiêu dùng.



Dr. Nguyễn Đăng Quang

Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Kết quả Tài Chính



1. 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. EBITDA hợp nhất của MSN thấp hơn tổng đóng góp của các công ty thành viên cộng lại do trừ đi chi phí tại công ty mẹ. 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.
2. Bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn.

Câu chuyện của Masan Group



Người tiêu dùng hiện đại tìm kiếm những trải nghiệm mua sắm thú vị, không chỉ dừng lại ở sản phẩm hoặc thương hiệu

Giới thiệu

Hệ sinh thái tiêu dùng tích hợp nhằm phụng sự những nhu cầu chưa được thỏa mãn của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam

Là một trong những công ty đặt người tiêu dùng làm trọng tâm hàng đầu tại Việt Nam, 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 gần 100 triệu người Việt Nam, đồng thời giúp họ chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày. Dù mục tiêu cốt lõi của chúng tôi không thay đổi, nhu cầu của người tiêu dùng luôn phát triển không ngừng: Người tiêu dùng cần có các trải nghiệm vượt trội, phù hợp với sở thích và phong cách sống hiện đại thay vì chỉ dừng lại ở các nhu cầu cơ bản. Do đó, bên cạnh hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm có thương hiệu, gần đây, Masan Group đã tham gia vào thị trường bán lẻ để có thể mang đến những lợi ích tốt nhất cho người tiêu dùng, từ đó nhận được sự tin yêu và ủng hộ của khách hàng. Điều này được gói gọn trong câu nói: “Our journey is the consumers’ journey”.

Hiện nay, các công ty thành viên và công ty liên kết của Tập đoàn hoạt động trong các lĩnh vực bao gồm bán lẻ và tiêu dùng, hàng tiêu dùng nhanh có thương hiệu (bao gồm thực phẩm và đồ uống đóng gói), sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (“HPC”)), thịt tươi có thương hiệu và dịch vụ tài chính. 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. Quan trọng hơn, mỗi công ty thành viên của

chúng tôi là một mảnh ghép quan trọng trong hệ sinh thái tiêu dùng để đáp ứng tốt hơn những nhu cầu luôn thay đổi của người tiêu dùng Việt Nam. Cụ thể, các công ty thành viên chính của Tập đoàn bao gồm: Masan Consumer Holdings, là công ty hàng đầu trong một số ngành hàng tiêu dùng lớn nhất Việt Nam như gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống đóng chai, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình; Masan MEATLife, công ty tích hợp hoàn chỉnh chuỗi giá trị thịt theo mô hình 3F (Feed - Farm - Food) lớn nhất Việt Nam với mục tiêu gia tăng năng suất ngành đạm động vật và mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt an toàn, có thương hiệu và truy xuất được nguồn gốc trong thị trường thịt heo giàu tiềm năng trị giá lên đến 10,2 tỷ USD; và VinCommerce, công ty bán lẻ tiêu dùng lớn nhất Việt Nam về số lượng điểm bán (hơn 3.000 điểm trên toàn quốc).

Các lĩnh vực kinh doanh khác của Tập đoàn Masan bao gồm công ty liên kết, ngân hàng Techcombank, là 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 Resources, một trong những nhà chế biến sản phẩm hóa chất vonfram và nguyên liệu chiến lược phục vụ sản xuất công nghiệp lớn nhất thế giới.

Chúng tôi tin vào chiến lược “Đặt người tiêu dùng làm trọng tâm” và hiện thực hóa bằng việc xây dựng các thương hiệu vững mạnh, giành được sự tin yêu của người tiêu dùng Việt Nam. Bên cạnh đó, chúng tôi còn thúc đẩy năng suất thông qua sáng kiến đổi mới và áp dụng công nghệ tiên tiến, nhằm đến hiệu quả của quy mô lớn

và tập trung vào một số ít cơ hội lớn có tác động đến cuộc sống một cách sâu rộng nhất. Với hoạt động bán lẻ, chúng tôi mong muốn song hành cùng người tiêu dùng và vươn xa hơn bằng cách mang đến các trải nghiệm mua sắm toàn diện, kết hợp xuyên suốt online và offline, qua đó đáp ứng các nhu cầu luôn thay đổi không ngừng của người tiêu dùng.

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: Làm ít hơn nhưng giá trị phải lớn hơn

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 như:

Đam mê sáng tạo và đáp ứng những nhu cầu lớn hằng ngày chưa được thỏa mãn



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

Xuyên suốt lịch sử của Tập đoàn, chúng tôi đã tập trung vào các ngành hàng tiêu dùng có quy mô thị trường lớn, không ngừng tái định nghĩa chúng để mở rộng thị trường. Giá trị thị trường chúng tôi có thể tiếp cận hiện nay tại Việt Nam là trên 60 tỷ USD.

Cùng với công ty liên kết là Ngân hàng Techcombank, Masan đang hoạt động trong những ngành kinh doanh bao gồm thực phẩm và đồ uống đóng gói, thực phẩm và thịt tươi sống, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình và dịch vụ tài chính. Đây là những lĩnh vực lần lượt chiếm 13%, 14%, 2% và 22% chỉ tiêu của người tiêu dùng.

Một ví dụ về “nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn” là chuỗi giá trị thịt đang vận hành kém hiệu quả tại Việt Nam. Chúng tôi tin rằng thật phi lý khi người tiêu dùng Việt Nam với thu nhập trung bình chỉ bằng một phần mười thu nhập của người Mỹ nhưng lại đang phải chi trả gần gấp đôi so với người tiêu dùng Mỹ cho các sản phẩm thịt. Bằng việc tung ra sản phẩm thịt mát với thương hiệu MEATDeli vào năm 2018, chúng tôi đã thật sự bắt đầu hành trình phục vụ các nhu cầu chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng là sản phẩm thịt ngon và an toàn.

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. Công ty liên kết của chúng tôi, ngân hàng Techcombank hoạt động trong lĩnh vực tài chính và

hiện đang trên đà giữ vị thế dẫn đầu lĩnh vực ngân hàng bán lẻ với cấu trúc tài sản mạnh và nền tảng công nghệ hàng đầu.

Thông qua giao dịch mua lại VCM, công ty sở hữu và điều hành 132 siêu thị VinMart và 2.900 siêu thị mini VinMart+, chúng tôi đã chính thức tham gia vào lĩnh vực bán lẻ. 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, VCM chỉ chiếm ~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 đứng nghĩa (với mức thu nhập bình quân đầu người từ 5.000 USD) thực sự hình thành. Các hình thức mua sắm hiện đại dự kiến sẽ chiếm 30% thị trường bán lẻ trong tương lai gần, so với mức khoảng 8% như hiện nay. Masan đặt mục tiêu phát triển cùng người tiêu dùng Việt Nam trong quá trình chuyển đổi này.

Ngay cả trong lĩnh vực không liên quan trực tiếp đến tiêu dùng, chúng tôi tin rằng Tập đoàn đang đáp

ứng một nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của thị trường. Với lĩnh vực khai thác và chế biến vonfram, chúng tôi tham gia vào thị trường lớn với nhiều cơ hội và tiềm năng chuyển đổi. Trên quy mô toàn cầu, các sản phẩm hóa chất 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 khoáng sản hiện nay là được mua khoáng sản với sản lượng lớn từ một nhà cung cấp 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. Với thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H. C. Starck, chúng tôi đã tiến thêm một bước quan trọng để trở thành nhà cung cấp vonfram trong chuỗi cung ứng tích hợp toàn cầu, phát triển chuỗi giá trị và mở rộng quy mô thị trường đầu ra lên 3,5 lần, từ 1,3 tỷ USD lên 4,6 tỷ USD.

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

MEAT Hà Nam là nhà máy chế biến thịt tươi đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam đáp ứng Tiêu chuẩn BRC về An toàn Thực phẩm

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. Chúng tôi 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). 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.

Masan MEATLife được thành lập với mục tiêu chuyển đổi chuỗi giá trị thịt ở Việt Nam thông qua việc tích hợp mô hình 3F “từ trang trại đến bàn ăn”. Hiện nay, chúng tôi đã tích hợp hoàn chỉnh mô hình 3F thông qua việc đưa vào hoạt động trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An (công suất nuôi từ 230.000 đến 250.000 heo thịt/năm) và tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam (công suất chế biến khoảng 1.400.000 con heo/năm, tương đương 140.000 tấn/

năm bằng việc sử dụng công nghệ thịt mát Châu Âu). Một Tổ hợp chế biến tương tự dự kiến sẽ được vận hành ở Long An để phục vụ thị trường thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam. Với việc ra mắt thương hiệu MEATDeli vào năm 2018, Masan MEATLife đã chuyển đổi thành công từ mô hình sản phẩm nông nghiệp sang mô hình kinh doanh hàng tiêu dùng, giúp chúng tôi chuẩn hóa hoạt động kinh doanh và đảm bảo lợi nhuận bền vững. Tháng 12/2019, doanh thu thịt mát của Masan MEATLife đạt 100 tỷ đồng, tương đương 60% doanh thu thịt tươi của VISSAN chỉ sau 1 năm ra mắt thị trường.

VinCommerce 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 30% thị phần kênh bán

lẻ hiện đại. Sự vượt trội ở danh mục sản phẩm tươi sống từ VinEco của VinCommerce là động lực thu hút khách hàng và gia tăng sự hiện diện của kênh bán lẻ hiện đại trong tương lai. Đồng thời điều này tạo ra sức mạnh hiệp lực đáng kể với các sản phẩm MEATDeli, hiện chiếm 60% thị phần thịt heo tại các siêu thị VinMart. Quan trọng nhất, VinCommerce là nhà bán lẻ tiên phong trong chiến lược đa kênh với khả năng tiếp cận 8,7 triệu khách hàng thông qua ứng dụng VinID.

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



Masan Resources trở thành một trong những công ty chế biến và cung cấp vonfram cận sâu lớn nhất thế giới



qua thẻ tín dụng visa và debit, và dịch vụ quản lý tài sản. Techcombank đang tiếp tục đầu tư vào mô hình công nghệ và thu hút được số lượng lớn khách hàng lớn trải nghiệm dịch vụ ngân hàng điện tử. Nhờ chính sách quản lý thận trọng trong giai đoạn suy thoái của ngành ngân hàng thời gian trước, hiện Techcombank đang vươn tới vị thế dẫn đầu thị trường khi ngành ngân hàng được cải thiện.

Masan Resources 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 chiếm 36% thị phần vonfram toàn cầu ngoài Trung Quốc. Masan Resources đặt mục tiêu trở thành nhà sản xuất vonfram tích hợp

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, Masan Resources 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 30-50% so với các sản

phẩm APT hiện tại. Ngoài ra, Masan Resources 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.

Với năm 2019, Tập đoàn ghi nhận EBITDA đạt 10.077 tỷ đồng với lượng tiền mặt hợp nhất đạt 7.585 tỷ đồng, bao gồm các khoản đầu tư ngắn hạn dưới hình thức tiền gửi ngắn hạn và các khoản phải thu ngắn hạn.

Phân bổ nguồn vốn cần trọng và thành tích 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 3,5 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 chưa đến 20% nguồn vốn huy động được để mua lại các doanh nghiệp mới. Cụ thể, Vinacafé Biên Hòa, nước khoáng Vĩnh Hảo, nhà máy bia, Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, Masan Nutri-Science, Nước khoáng Quảng Ninh, VISSAN, Công ty CP Bột giặt Net, và VinCommerce, là thương vụ hoán đổi cổ phần không dùng tiền mặt.

Masan đã đạt được tăng trưởng kép doanh thu thuần CAGR trong giai đoạn 2008 – 2019 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. Tuy nhiên, chúng tôi không phải mua 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 ngành hàng 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 và sản phẩm ra mắt thị trường sau khi sáp nhập đều đóng góp doanh thu lớn vào hoạt động kinh doanh của chúng tôi. Ngoài ra, chúng tôi có thể tăng biên lợi nhuận toàn doanh nghiệp sau khi sáp nhập để tạo giá trị gia tăng cho cổ đông.

“Masan Way” – Phương cách để 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, mạng lưới phân phối và quan trọng nhất là nguồn nhân lực.

Nhãn hiệu được người tiêu dùng tín nhiệm

Chúng tôi đã phát triển các nền tảng kinh doanh thực phẩm và đồ uống, chuỗi giá trị 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.

Các sản phẩm gia vị của chúng tôi là những nhãn hiệu hàng đầu thị trường trong từng ngành hàng tương ứng. Trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, chúng tôi chiếm vị trí số một ở phân khúc cao cấp.

Chúng tôi xây dựng ngành thực phẩm và đồ uống của mình thành những thương hiệu mà chúng tôi tin là giữ vị trí dẫn đầu trong hầu hết các phân khúc thị trường. Chúng tôi phát triển thương hiệu mạnh bằng cách vận dụng sự hiểu biết sâu sắc về người tiêu dùng Việt Nam và áp dụng các phương pháp thực thi tốt nhất, 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 là 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: Trong ngành hàng gia vị có Chin-Su, Nam Ngự và Tám Thái Tử; trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi (bao

gồm mì ăn liền, cháo, thịt chế biến) có Omachi, Kokomi, Ponnies và Heo Cao Bồi; trong ngành hàng đồ uống có Vinacafé, Wake-up, Wake-up 247, Compact, Lemona, Vĩnh Hảo, Vivant, Quang Hanh và Sư Tử Trắng.

Chúng tôi sở hữu cổ phần đáng kể tại công ty cổ phần Thực phẩm Cholimex vào cuối năm 2014, hiện đang có những nhãn hàng nước chấm và gia vị nổi tiếng có khả năng phân phối mạnh mẽ trên kênh hàng quán.

Trong năm 2019, Masan Consumer được công nhận trong “Top 10 Công ty Thực phẩm Uy tín” do theo báo cáo của Vietnam Report. Ngoài ra, theo báo cáo Brand Footprint khu vực châu Á năm 2019 của Kantar Worldpanel, thương hiệu Nam Ngự của Masan Consumer nằm trong Top 3 thương hiệu được chọn mua nhiều nhất ở cả thành thị và nông thôn trong năm thứ 7 liên tiếp. Trong ngành hàng cà phê, Vinacafe được Vietnam Report xếp hạng “Top 10 Công ty nhóm ngành đồ uống không cồn uy tín”. Trong năm đầu tiên được đưa ra thị trường, sản phẩm thịt mát MEATDeli thuộc Top 10 “Thương hiệu – Sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam năm 2019” theo Thời báo Kinh tế Việt Nam.

Chúng tôi áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) đối với lĩnh vực chuỗi giá trị thịt. Trong vòng 3 năm sau khi ra mắt, Bio-zeem đến nay đã chiếm tỷ trọng hơn 34% sản lượng thức ăn chăn nuôi của chúng tôi. Bio-zeem là sản phẩm có chứa enzyme độc quyền, có khả năng tăng cường hệ thống miễn dịch của heo và cải thiện tỷ lệ chuyển đổi thức ăn. Các phát kiến này được chúng tôi giới thiệu thông qua các chiến dịch quảng cáo truyền hình mạnh mẽ và đầy mạnh giới thiệu trực tiếp đến người nông dân.

Trong Quý 4/2018, chúng tôi đã giới thiệu sản phẩm thịt heo mát thương hiệu “MEATDeli” với giá hợp lý

Theo báo cáo của Nielsen Việt Nam, 97% người tiêu dùng tham gia khảo sát đồng ý sản phẩm thịt mát MEATDeli tươi ngon



và an toàn cho người tiêu dùng. Chúng tôi đã áp dụng mô hình xây dựng thương hiệu như hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) cho MEATDeli và là công ty đầu tiên trong ngành thịt tươi phát quảng cáo trên TV. Mặc dù mới gia nhập thị trường, MEATDeli được người tiêu dùng đón nhận rất tích cực, chiếm 60% thị phần thịt heo tươi trong hệ thống siêu thị của VCM. Theo báo cáo của Nielsen Việt Nam, 97% người tiêu dùng tham gia khảo sát đồng ý sản phẩm thịt mát MEATDeli tươi ngon.

Ngân hàng Techcombank, công ty liên kết của chúng tôi, cũng là một thương hiệu mạnh và được tín nhiệm cao. Techcombank được biết đến như là nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ tài chính đáng tin cậy, đặc biệt đối với khách hàng cá nhân, và doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME).

Techcombank dẫn đầu trong Top 10 Ngân hàng TMCP Tư nhân Uy tín năm 2019 theo Vietnam Report. Ngân hàng cũng nhận giải thưởng “Ngân hàng Tốt nhất Việt Nam” năm 2019 từ tạp chí uy tín Asia Risk. Đây là năm thứ hai liên tiếp Techcombank nhận được giải thưởng này nhằm ghi nhận những nỗ lực của ngân hàng trong việc phát triển các sản phẩm phái sinh tại thị trường Việt Nam.

Sau khi sáp nhập VinCommerce và mua lại Công ty Cổ phần Bột giặt NET, Masan sẽ tiếp tục phát huy khả năng xây dựng thương hiệu của mình để đạt các kết quả khả quan trong lĩnh vực bán lẻ và sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình.

Phát kiến vì tương lai

Quá trình xây dựng thương hiệu hàng đầu thị trường của Masan sẽ không thể thành công nếu thiếu các phát kiến mang lại giá trị cho người tiêu dùng. Các phát kiến 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 các ngành hàng của chúng tôi. Trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống có thương hiệu, chúng tôi sở hữu đội ngũ Nghiên cứu và Phát triển (R&D) gồm 75 nhân viên, cùng làm việc chặt chẽ với đội ngũ Marketing để phát triển các sản phẩm mới phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam. Bộ phận R&D của chúng tôi phát triển trung bình 30 sản phẩm mới mỗi năm.

Trong năm 2019, chúng tôi đã giới thiệu một số sản phẩm cao cấp trong ngành hàng gia vị như Nam Ngư Phú Quốc, Chin-Su vị Mặn Mạ và Chin-Su Cá Cơm Mùa Xuân, nhằm tiếp tục đóng góp vào sự tăng trưởng của ngành hàng gia vị cao cấp trong tương lai. Những phát kiến cao cấp không chỉ mang đến cho khách hàng những sản phẩm tốt hơn cho sức khỏe và có thành phần chất lượng hơn, đồng thời xây dựng thương hiệu để khách hàng thấy rằng nước mắm không đơn thuần là một gia vị phổ biến mà còn là một sản phẩm có uy tín và giá trị thực sự. Để tiếp tục mở rộng ngành hàng gia vị của mình, chúng tôi đã tiếp tục giới thiệu sản phẩm gia vị dạng bột, hạt nêm và đạt được nhiều thành công. Đây cũng là sản phẩm đóng góp rất nhiều vào tăng trưởng doanh thu của ngành hàng.

Trong ngành hàng thực phẩm tiện lợi, chúng tôi tiếp tục phát triển sản phẩm cao cấp chủ lực Omachi bữa ăn hoàn chỉnh. Với nhiều quy cách đóng gói và hương vị khác nhau, cùng thiết kế bao bì hiện đại hơn, sợi mì cao cấp hơn và sản phẩm thịt chế biến trong túi đựng retort cùng rau củ, mang lại bữa ăn đầy đủ dinh dưỡng và tiện lợi

Các phát kiến của chúng tôi giúp người tiêu dùng chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày

cho người tiêu dùng. Những phát kiến mới cho các sản phẩm trên sẽ không thể được hiện thực hóa nếu không có bí quyết công nghệ và kinh nghiệm trong ngành thịt chế biến, mà chúng tôi đã liên doanh với công ty Jinju Ham để tạo ra các thương hiệu mới như Ponnie và Heo Cao Bồi.

Trong ngành hàng đồ uống, nước tăng lực vị cà phê Wake-up 247 tiếp tục là một trong những thương hiệu phát triển nhanh nhất tại Việt Nam với lựa chọn tiện lợi là chai nhựa hoặc lon. Những phát kiến mới như nước tăng lực Compact hương cherry và nước tăng lực Hồ Vắn sẽ là động lực tăng trưởng cho ngành hàng này trong tương lai.

Masan MEATLife cũng tập trung sáng tạo đổi mới để mang lại những lợi ích thiết thực cho người nông dân với việc giới thiệu dòng sản phẩm thức ăn chăn nuôi dưới thương hiệu “Bio-zeem”. Masan Institute of Nutri-Scienc (“MINS”), thuộc Trung tâm Nghiên cứu & Phát triển MML có vai trò phát triển các ý tưởng đổi mới sáng tạo. Tất cả các sản phẩm Bio-zeem có chứa hệ men tiêu hóa Bio-zeem, giúp tăng cường khả năng miễn dịch và cải thiện đáng kể tỷ lệ chuyển đổi thức ăn (“FCR”). Thành quả này đến từ sự hợp tác của chúng tôi với các đối tác và nhà cung cấp hàng đầu từ châu Âu.

Thấu hiểu tác hại của việc lạm dụng thuốc kháng sinh, chúng tôi là doanh nghiệp tiên phong loại bỏ hoàn toàn thành phần kháng sinh trong các sản phẩm thức ăn chăn nuôi. Với nỗ lực của các chuyên gia MINS, chúng tôi đã thành công khi duy trì năng suất, sức khỏe vật nuôi, đảm bảo chất lượng thịt và nâng cao sức đề kháng mà không cần sử dụng kháng sinh.

Cam kết đổi mới sáng tạo và áp dụng cách tiếp cận khác biệt cũng được thể hiện trong việc phát triển trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao tại



Cuộc cách mạng về bán lẻ hiện đại đang diễn ra và sẽ bùng nổ tại Việt Nam

Nghệ An, cũng là trang trại heo lớn nhất trên địa bàn tỉnh. Chúng tôi đã ứng dụng công nghệ hiện đại nhất để quản lý hoạt động cho ăn, nhiệt độ, ánh sáng, mức tiêu thụ năng lượng và xử lý chất thải cho toàn bộ trang trại.

Chúng tôi cam kết cải thiện năng suất trong ngành protein động vật của Việt Nam bằng cách tích hợp toàn bộ chuỗi giá trị protein động vật để mang đến các sản phẩm thịt mát và thịt chế biến tươi ngon, giá cả hợp lý cho bữa ăn của người Việt. 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”). 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 trong suốt quá trình từ nhà máy đến tận tay người tiêu dùng. Trong Quý 4/2019, 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.

VinCommerce, công ty thành viên mới được sáp nhập vào tập đoàn luôn chủ động đưa ra các ý tưởng sáng tạo để mang lại nhiều giá trị hơn cho người tiêu dùng. VCM tham gia chương trình cho khách hàng thân thiết VinID với trên 8,7 triệu thành viên, mang đến cho người tiêu dùng các dịch vụ như Scan & Go, các đề xuất sản phẩm trong thời gian thực và các chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Bên cạnh đó, 14 nông trại công nghệ cao từ VinEco cung cấp những sản phẩm trái cây và rau tươi chất lượng thông qua hệ sinh thái VCM.

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 lĩnh vực khoáng sản và chế biến giá trị gia tăng, chúng tôi đã tự xác lập vị thế là công ty sản xuất sản phẩm vonfram công nghệ cao với chi phí thấp, và chúng tôi đã dành đến 1% doanh thu vonfram cho hoạt động nghiên cứu và phát triển hàng năm.

Tiếp cận người tiêu dùng

Chúng tôi sở hữu mạng lưới phân phối sâu rộng nhất Việt Nam với khả năng tiếp cận người tiêu dùng một cách nhanh chóng và hiệu quả. Điều này thật sự quan trọng vì 70% dân số Việt Nam đang sống ở nông thôn, nơi phụ thuộc phần lớn vào kênh bán hàng truyền thống. Mặc dù chưa phải là xu hướng bán lẻ chủ đạo trên thị trường, bán lẻ hiện đại được dự đoán sẽ phát triển nhanh chóng. Đây cũng là động lực dẫn đến quyết định sáp nhập VinCommerce vào năm 2019 và mở rộng kinh doanh bán lẻ theo chiến lược đa kênh tại Việt Nam, tạo nền tảng “Tiêu dùng - Công nghệ” theo mô hình kết hợp online và offline (O2O) để không chỉ giúp chúng tôi cung cấp sản phẩm, dịch vụ mà còn mang lại những trải nghiệm mới, từ đó nhận được sự tin yêu của khách hàng và gia tăng nhận diện thương hiệu.

Đối với sản phẩm đồ uống và thực phẩm, mạng lưới trên toàn quốc của chúng tôi bao gồm 300 nhà phân phối, tiếp cận khoảng 180.000 điểm bán hàng dành cho thực phẩm và 170.000 điểm bán hàng đồ uống. Hệ thống này là một trong những mạng lưới sâu rộng nhất trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh tại Việt Nam. Chúng tôi cũng tăng cường khả năng phân phối bằng cách bổ sung nhiều nhà phân phối ngành hàng đồ uống và các điểm phân phối hàng quán. Thành tích này giúp chúng tôi trở thành một trong số ít các công ty có sự hiện diện mạnh mẽ ở cả kênh phân phối hàng quán và kênh truyền thống về thực

phẩm và đồ uống. Kết quả là 98% các hộ gia đình Việt Nam đang có ít nhất một sản phẩm của Masan.

Chúng tôi cũng có giải pháp “một cửa” độc đáo cho các nhà phân phối. Với danh mục sản phẩm đa dạng, đáp ứng các nhu cầu thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng Việt Nam, chúng tôi đã xây dựng mối quan hệ lâu dài và sâu sắc với các nhà phân phối. Các trung tâm phân phối của chúng tôi được đặt ở những địa điểm chiến lược, có khả năng phân phối các sản phẩm thực phẩm và đồ uống trong ngày đến từng nhà phân phối trên toàn quốc. Hệ thống này còn mang lại nhiều thuận lợi cho chúng tôi trong thử nghiệm các sản phẩm mới một cách hiệu quả và tiết kiệm chi phí trên khắp Việt Nam. Chúng tôi thực hiện chính sách giảm hàng tồn kho tại nhà phân phối ít hơn một tháng để mang đến người tiêu dùng các sản phẩm luôn tươi mới. Với những nỗ lực mở rộng nhóm sản phẩm và phạm vi phục vụ, chúng tôi tin rằng, việc mua lại NETCO và gia nhập vào thị trường sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình sẽ mang lại sức mạnh hiệp lực đáng kể.

Tại Masan MEATLife, chúng tôi có khoảng 500 nhân viên bán hàng phục vụ hơn 2.500 đại lý trên toàn quốc. Phần lớn là các đại lý độc quyền. Mạng lưới phân phối trên toàn quốc của chúng tôi còn được tăng cường hơn nữa sau khi đầu tư cổ phần tại VISSAN, công ty có mạng lưới bán hàng toàn quốc đạt 130.000 điểm bán lẻ, hơn 1.000 siêu thị và cửa hàng tiện lợi. Đến cuối năm 2019, sản phẩm MEATDeli của chúng tôi được phân phối tại chuỗi 33 cửa hàng bán lẻ của MEATDeli, 220 cửa hàng bán lẻ hiện đại, chuỗi siêu thị và trên 370 đại lý.

Ngoài ra, VinCommerce đã tiếp cận người tiêu dùng toàn quốc thông qua các điểm bán lẻ hiện đại, gồm hơn 132 siêu thị và 2.900 siêu thị mini. Hoạt động mua bán trực tuyến đã bắt đầu phát triển tại Việt Nam; tuy nhiên, dù đã phát triển các kênh bán hàng

trực tuyến, các kênh bán hàng trực tiếp vẫn chiếm đa số thị trường bán lẻ tại Việt Nam. Điều này đặt ra nhu cầu xây dựng các chiến lược kinh doanh đa kênh và mang đến cho người tiêu dùng những trải nghiệm hoàn hảo tại tất cả các điểm bán, dù là trực tuyến hay tại cửa hàng. VinCommerce đã bắt đầu số hóa toàn bộ nền tảng bán lẻ của mình bằng cách xây dựng chuỗi giá trị hiệu quả, linh hoạt, quản lý hàng tồn kho theo thời gian thực, tại mỗi cửa hàng, tự động hóa các hoạt động và xây dựng cơ sở dữ liệu kỹ thuật để phục vụ các phân tích dự báo. Bằng việc xây dựng một nền tảng bán lẻ trực tuyến tích hợp, VCM mong muốn tìm được các cách tiếp cận mới để mang đến những trải nghiệm khác biệt cho gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam trong thời đại bán lẻ trực tuyến thông qua giải pháp mua sắm đa kênh.

Đối với mảng dịch vụ tài chính, Techcombank mang đến các giải pháp đột phá cho hàng triệu khách hàng (bán lẻ và doanh nghiệp) tại Việt Nam thông qua mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch và máy ATM. Đây là một trong những mạng lưới lớn nhất của ngân hàng thương mại cổ phần tư nhân tại Việt Nam. Là một ngân hàng ngay từ khi khởi đầu đã chú trọng sử dụng công nghệ, và trong những năm gần đây, hoạt động ứng dụng công nghệ tại Techcombank đã tạo bước đột phá giúp tăng cao lượng giao dịch hàng năm.

Các sản phẩm hóa chất từ khai thác khoáng sản của chúng tôi được cung ứng cho nhiều phân khúc người dùng cuối cùng ở nhiều châu lục khác nhau, đảm bảo đáp ứng nhu cầu khách hàng đa dạng. Chẳng hạn, tinh quặng florit được bán cho các nhà sản xuất fluoropolymer, fluorochemicals và florit nhôm trên khắp các khu vực tiêu thụ chủ yếu của châu Á, Trung Đông, Bắc Mỹ và châu Âu. Một ví dụ khác là vonfram, vốn được sử dụng trong nhiều ngành công nghiệp ô tô, hàng không vũ trụ, hàng tiêu dùng, khai thác mỏ, và thăm dò khai thác dầu khí. Sau khi mua lại nền

tảng kinh doanh vonfram toàn cầu của H. C. Starck, số lượng khách hàng của MSR dự kiến sẽ tăng hơn bốn lần, đồng thời doanh thu sẽ tăng gấp đôi.

Thúc đẩy năng suất với những nhà máy sản xuất đẳng cấp thế giới

Chúng tôi đã xây dựng 29 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. Đặc biệt, 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.

Đến cuối năm 2019, Masan có 13 nhà máy sản xuất thức ăn gia súc tiêu chuẩn quốc tế trên khắp Việt Nam. Nhờ cải thiện hiệu quả hoạt động, mở rộng quy mô và giảm chi phí mua hàng, chúng tôi có được mức lợi nhuận gộp xếp loại cao nhất ngành thức ăn chăn nuôi toàn cầu.

Hiện nay, Masan đang sở hữu trại chăn nuôi heo công nghệ cao trên quy mô lớn khoảng 223 hecta tại Nghệ An với tổng đầu tư lên đến 1.400 tỷ đồng, và dành khoảng 200 tỷ đồng để đầu tư vào các hạng mục bảo vệ môi trường như nhà máy xử lý nước thải và trạm điện khí sinh học biogas. Chúng tôi cũng đang tiến hành xây dựng một trang trại có quy mô tương tự tại phía Nam. Chúng tôi tin rằng đây sẽ là những 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. Nhà máy được vận hành theo tiêu chuẩn BRC – Tiêu chuẩn hàng đầu thế giới về an toàn thực phẩm. Nhà máy có công suất chế biến khoảng 1.400.000 con heo/năm, tương đương 140.000 tấn/năm với tổng đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng trên diện tích đất gần 4 hecta tại Hà Nam. Nhờ vậy, chúng tôi

Masan sẽ xây dựng phương thức bán hàng đa kênh (omni-channel) trong 5 năm tới nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng

Có thể đưa ra thị trường sản phẩm thịt mát thương hiệu MEATDeli. Chúng tôi hiện đang xây dựng một nhà máy chế biến thịt mát thứ hai tại phía Nam, dự kiến sẽ đưa vào vận hành vào nửa cuối năm 2020.

Với VinCommerce, chúng tôi tập trung xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật số bằng cách đối sánh những gì chúng tôi hiện có với các doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực bán lẻ. Chúng tôi đặt các trung tâm phân phối ở những vị trí chiến lược cũng như áp dụng các hệ thống công nghệ hiện đại để giảm thiểu chi phí lưu kho và logistics, bên cạnh các khoản đầu tư vào hệ thống CNTT để vận hành toàn bộ nền tảng bán lẻ dựa trên công nghệ và mang lại trải nghiệm O2O tốt nhất cho người tiêu dùng.

Trong lĩnh vực kinh doanh khoáng sản, 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. Là một nhà máy chế biến có dây chuyền sản xuất vonfram hiện đại và tiên tiến nhất thế giới, chúng tôi tin đây cũng là dự án vonfram mới đầu tiên được đưa vào vận hành sau hơn một thập niên vừa qua.

Vào tháng 9/2019, chúng tôi đã công bố thỏa thuận 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.

Mang đến trải nghiệm vượt trội cho người tiêu dùng chứ không chỉ là sản phẩm và thương hiệu

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 hay thương hiệu đáp ứng những nhu cầu cơ bản. Họ muốn có những trải nghiệm chất lượng hơn, cảm thấy tiện lợi và có nhiều lựa chọn hơn về hàng hóa, cách thức mua sắm (trực tuyến hay tại cửa hàng), cách thức thanh toán và thậm chí phương thức sử dụng hàng hóa. Với danh mục dịch vụ và sản phẩm đa dạng, khả năng xây dựng thương hiệu, sự vượt trội về khả năng tiếp cận khách hàng (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 người tiêu dùng Việt Nam được trải nghiệm, thấu hiểu và tin tưởng sản phẩm và dịch vụ phù hợp với những nhu cầu luôn thay đổi của họ tại Việt Nam.

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 phát kiến mới và phát triển sản phẩm mới. Đội ngũ quản lý của chúng tôi đóng vai trò then chốt trong việc đưa 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.

Phần lớn các nhà quản lý tại Masan Group đều có kinh nghiệm tại các công ty FMCG với phương pháp quản lý đặt người tiêu dùng làm trọng tâm. Phương pháp này được nhân rộng sang các công ty vốn không được xem là công ty hàng tiêu dùng như ngành thức ăn chăn nuôi.

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: Đặt người tiêu dùng làm trọng tâm; Khả năng lãnh đạo; Luôn tìm ra giải pháp; Tinh thần trách nhiệm cao; Minh bạch; Chuyên môn cao. Bản thân đội ngũ nhân lực của chúng tôi 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 Ngự (nước mắm phổ biến nhất tại Việt Nam) và Tam Thái Tử (nước tương phổ biến nhất tại Việt Nam).

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



Chúng tôi có tất cả các mảnh ghép cần thiết để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam

của mình. Trong vòng 1 năm sau khoản đầu tư đầu tiên của Singha, Masan đã tung ra sản phẩm nước mắm Chín-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. 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 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 năm 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 năm 2019: Masan và VinGroup đã hoàn thành thỏa thuận sáp nhập MCH và Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“VCM”), bao gồm Công ty Cổ phần

Dịch vụ Thương mại Tổng hợp VinCommerce (“VinCommerce”) và Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Vineco (“VinEco”) là một công ty con do VCM sở hữu 100% vốn. Thỏa thuận sáp nhập 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. Theo thỏa thuận, Masan đã hợp nhất và điều hành công ty mới sau sáp nhập trong khi VinGroup tham gia với vai trò cổ đông, đồng thời khách hàng vẫn tiếp tục được hưởng chính sách đặc quyền thẻ VinID.

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 (NETCO) 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.

Như trình bày trong phần này, 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

nhạnh 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 gia tăng giá trị đầu tư thêm 200 triệu USD.

Năm 2014 đánh dấu năm hoạt động đầu tiên của Masan Resources với việc khánh thành nhà máy chế biến khoáng sản Núi Pháo. Khi đạt được cột mốc này, Masan trở thành công ty đầu tiên trên thế giới trong hơn một thập kỷ vừa qua đưa một dự án vonfram mới vào vận hành. Masan Resources được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán UPCoM vào tháng 9 năm 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. Masan Nutri-Science (hiện nay là Masan MEATLife) là công ty sản xuất thức ăn gia súc lớn nhất Việt Nam sở hữu thương hiệu Bio-zeem.

Vào tháng 12 năm 2015, Singha, nhà sản xuất bia đầu tiên và lớn nhất Thái Lan, đã ký kết thỏa thuận hợp tác với Masan, và trở thành cổ đông lớn trong lĩnh vực kinh doanh thực phẩm và đồ uống của Tập đoàn. 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

Masan không ngừng phát triển theo quá trình tăng trưởng của nền kinh tế và các nhu cầu luôn thay đổi của người tiêu dùng

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



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

Tập đoàn Masan là một trong những doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam tập trung vào các lĩnh vực bán lẻ, hàng tiêu dùng nhanh có thương hiệu (thực phẩm, đồ uống đóng gói, các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình), các sản phẩm nông nghiệp có thương hiệu, dịch vụ tài chính và vật liệu công nghiệp công nghệ cao.

Mục tiêu của chúng tôi là “trở thành niềm tự hào Việt Nam thông qua 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 gần 100 triệu người Việt Nam chi trả ít hơn cho các nhu cầu thiết yếu hàng ngày, đồng thời mang đến trải nghiệm tiêu dùng vượt trội với nhiều dịch vụ tiện ích và sản phẩm cao cấp hơn. Đó chính là ý nghĩa của triết lý “Doing well by doing good”.

Tuy nhiên, phục vụ người tiêu dùng với các sản phẩm vượt trội chưa đủ để trở thành “Niềm tự hào của Việt Nam”. Câu chuyện về phát triển bền vững không thể thiếu sự song hành của phát triển, mang lại giá trị cho đời sống xã hội, đóng góp vào cộng đồng địa phương và chung tay bảo vệ môi trường. Chúng tôi phụng sự người tiêu dùng với lý tưởng thật sự và mang đến những đóng góp ý nghĩa cho sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, chứ không chỉ là quan tâm đến tài chính. Để làm được điều đó, chúng tôi phải có chiến lược để tăng trưởng bền vững.

Phát triển bền vững

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. Cụ thể, chúng tôi ưu tiên tập trung vào những lĩnh vực sau:

- Phát triển sản phẩm và quy trình sáng tạo;
- Bền vững về nhân lực;
- Bền vững về môi trường;
- Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; và
- Quản trị doanh nghiệp.

Ở những phần tiếp theo, chúng tôi sẽ đề cập chi tiết hơn về việc hiện thực hóa những ưu tiên làm nền tảng vững chắc cho các cam kết phát triển bền vững của Tập đoàn.

Phát triển sản phẩm và Quy trình sáng tạo

Phát kiến mới

Chúng tôi thể hiện vai trò và đóng góp tích cực vào sự phát triển của đất nước 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 tốt hơn. 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.

Mua hàng có trách nhiệm

Trong lĩnh vực sản xuất thực phẩm và đồ uống, nguyên liệu sản xuất chính của chúng tôi là những nguyên liệu thực phẩm và vật liệu đóng gói. Các nguyên liệu chính được sử dụng trong sản xuất của chúng tôi gồm bột mì, dầu cọ, cà phê, đường, cá cơm, nước mắm cốt, rau củ khô, đậu nành, ớt, nước khoáng, thịt, các hương liệu và các loại gia vị khác.

Trong lĩnh vực sản xuất thức ăn chăn nuôi, các nguyên liệu chủ yếu trong thành phẩm gồm có ngô, cám gạo, cám mì, bánh dầu đậu nành, khô dầu cải ép, bột thịt và bột cá được mua cả trong lẫn ngoài nước. Trong đó, cám gạo, cám mì chủ yếu sử dụng nguồn từ các nhà máy xay xát trong nước. Bánh dầu đậu nành và bắp được nhập khẩu từ nhiều nước trên thế giới dựa trên cơ sở đánh giá chất lượng và giá cả của các nhà cung cấp uy tín hàng đầu thế giới.

Ngoài ra, các vật liệu đóng gói như nhãn giấy, nhựa, thủy tinh, hộp các-tông, tờ/cổc giấy và túi nhựa là các thành phần quan trọng trong chi phí sản xuất sản phẩm của chúng tôi.

Để đảm bảo truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, chúng tôi yêu cầu các nhà cung cấp nước ngoài cung cấp cho chúng tôi giấy chứng nhận xuất xứ, phân tích, kiểm dịch không có biến đổi gen; các nhà cung cấp trong nước thì cần có 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 được coi là “nhà cung cấp có bảo đảm” và sẽ tiếp tục được tham gia theo hợp đồng hàng năm. Đối với các loại nguyên liệu có mức giá biến động mạnh, chúng tôi thường xuyên theo dõi thị trường và chọn thời điểm mở thầu thích hợp để có thể chốt mua với mức giá tốt. Các

Đối với việc thu mua nước mắm cốt, chúng tôi hợp tác kinh doanh với khoảng 60% sản lượng vùng nguyên liệu tại Việt Nam



nguồn nguyên liệu của chúng tôi được kiểm soát chặt chẽ về số lượng lẫn chất lượng. Các nhà kho được vệ sinh, kiểm tra thường xuyên và các sản phẩm được quản lý chất lượng nghiêm ngặt bởi đội ngũ QA, QC giàu kinh nghiệm.

Đối với việc thu mua nước mắm cốt – nguyên liệu chủ chốt cho một trong những sản phẩm được yêu thích nhất của Masan, chúng tôi đã làm việc sát sao với các ngư dân để nâng cao nhận thức về việc đánh bắt cá quá mức. Đây không chỉ đơn giản là việc đảm bảo nguồn cung vì việc sản xuất phải phụ thuộc vào nguồn cá cơm, chúng tôi còn hiểu rằng việc đánh bắt quá mức sẽ ảnh hưởng đến hệ môi trường sinh thái và khả năng tái tạo nguồn tài nguyên. Là một doanh nghiệp lớn và có hợp tác kinh doanh với khoảng 60% sản lượng vùng nguyên liệu tại Việt Nam, chúng tôi quan tâm đến vấn đề bảo vệ nguồn lợi thủy sản thông qua việc hợp tác với các viện nghiên cứu về phát triển bền vững nguồn lợi cá cơm trên vùng biển Tây Nam Bộ, các hợp tác nghiên cứu với các viện, trường đại học tại Việt Nam, Đại học Seoul (Hàn quốc), Đại học Bangkok (Thailand) về tăng cường hiệu quả sử dụng cá, hợp tác, chuyển giao công nghệ với các nhà thùng về vấn đề đảm bảo chất lượng cá không bị ươn thối trong quá trình vận chuyển đến cơ sở ủ chượp. Qua đó đã tạo ra công ăn việc làm cho hàng chục ngàn lao động trực tiếp hoặc gián tiếp trong nhà thùng, công nhân đánh bắt cá, ổn định sản xuất, an cư lạc nghiệp và đảm bảo an sinh xã hội.

Tại Masan Resources, nguyên liệu thô cần thiết cho hoạt động sản xuất bao gồm nguyên liệu thô cơ bản và hóa chất chuyên dùng trong hoạt động chế biến. Thông thường, mỏ Núi Pháo thu mua nguồn nguyên liệu thô cơ bản và một phần hóa chất từ các nhà cung cấp trong nước. Các

hóa chất chuyên dụng còn lại được mua từ các nhà cung cấp quốc tế.

Ở lĩnh vực chuỗi giá trị thịt, 2019 cũng là năm đầu tiên Masan MEATLife tập trung triển khai mô hình hợp tác chiến lược toàn diện với các trang trại nuôi heo lớn trên toàn quốc, bên cạnh nguồn cung heo hơi từ trang trại công nghệ cao của chúng tôi tại Nghệ An. Với quy mô và kinh nghiệm trong lĩnh vực chăn nuôi, Masan MEATLife là đối tác tin cậy của bà con nông dân, hỗ trợ chia sẻ kiến thức chăn nuôi, nhân rộng mô hình kiểu mẫu của trang trại nuôi heo công nghệ cao cho các trang trại đối tác để đảm bảo nguồn cung heo hơi ổn định, đáp ứng tiêu chuẩn đầu vào khắt khe của Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam. Đồng thời, nguồn heo được chăn nuôi theo tiêu chuẩn kiểm soát dịch bệnh khắt khe, đảm bảo an toàn sinh học với nguồn thức ăn chất lượng cao không có hormone tăng trưởng và chất kháng sinh. Mục tiêu cuối cùng chính là phát triển ngành nông nghiệp theo hướng bền vững, giúp tháo gỡ khó khăn của nông dân và hoàn thành sứ mệnh mang đến sản phẩm thịt sạch, tươi ngon, giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam. Ngoài ra, mô hình trang trại hợp tác còn giúp bao tiêu sản phẩm đầu ra cho người nông dân, góp phần hỗ trợ bà con ngành chăn nuôi trong bối cảnh giá thịt heo nhiều biến động.

Đảm bảo về chất lượng

Người tiêu dùng Việt Nam ngày càng quan tâm đến chất lượng và an toàn của thực phẩm mà họ sử dụng. Tại Masan Consumer Holdings, chúng tôi đã thành lập một đội ngũ quản lý chất lượng bao gồm gần 300 chuyên gia có trách nhiệm kiểm tra chất lượng nguyên vật liệu sử

dụng tại nhà máy sản xuất cũng như chất lượng thành phẩm.

Đội ngũ quản lý chất lượng của chúng tôi đã phát triển một quá trình kiểm tra bốn bước để đảm bảo rằng các sản phẩm luôn đồng nhất và đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng. Bốn bước này bao gồm 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 thu mua của chúng tôi và các phòng ban có liên quan, chẳng hạn như đội bảo đảm chất lượng, kho vận, tài chính, và đội ngũ marketing, cùng nhau đánh giá từng hạng mục kiểm soát chất lượng, bao gồm cả giá cả, năng lực sản xuất, độ tin cậy giao hàng và khả năng đáp ứng.

Trong tình hình Dịch tả heo châu Phi chưa kết thúc, thịt mát MEATDeli đã áp dụng hệ thống **“3 tuyến kiểm dịch”** theo hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn và Cục An toàn thực phẩm - Bộ Y tế:

■ Tuyến kiểm dịch số 1: Heo khỏe mới được xuất trại đưa về nhà máy. Chúng tôi chỉ thu mua heo khỏe từ các trang trại đã được kiểm nghiệm âm tính với dịch tả heo châu Phi và được cấp Giấy chứng nhận của Chi cục Thú y.

■ Tuyến kiểm dịch số 2: Heo khỏe mới được đưa vào sản xuất ở Nhà máy MEAT Hà Nam, phòng xét nghiệm với thiết bị châu Âu được lắp đặt và vận hành 24/24 giờ ngay tại Nhà máy Meat Hà Nam tiến hành rà soát

và bảo đảm thêm 1 lần nữa không có heo bệnh hoặc đang mang mầm bệnh đưa vào nhà máy.

■ Tuyến kiểm dịch số 3: Thịt heo an toàn mới được xuất bán khỏi nhà máy, kiểm tra lần cuối chắc chắn thịt mát MEATDeli đưa ra thị trường không bị nhiễm mầm bệnh.

An toàn lao động

Nhân viên là tài sản quý giá nhất của chúng tôi. Với nhiều thành tích trong công tác tuân thủ an toàn lao động, chúng tôi đặt sức khỏe và an toàn của con người là ưu tiên hàng đầu trong mọi hoạt động. 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. Chúng tôi cũng thường xuyên thực hiện huấn luyện đội ngũ nhân viên về các hành vi phù hợp an toàn lao động cho bản thân và cho người khác, và áp dụng kiến thức này trong cuộc sống hàng ngày.

Masan Resources là một trong những công ty thành viên có cường độ vận hành cao nhất với nhiều trang thiết bị và máy móc đặc thù. Với niềm tin “Mọi thương tích, tai nạn và bệnh nghề nghiệp đều có thể ngăn chặn được”, tất cả nhân viên và nhà thầu của chúng tôi đều được đào tạo an toàn chung và các khóa an toàn khác theo yêu cầu phù hợp với từng vị trí chuyên môn trước khi bắt đầu công việc. Năm 2019, công ty đã tổ chức 5 khóa đào tạo theo yêu cầu của luật với số lượng lớn nhân viên được tham gia như An toàn bức xạ, An toàn vệ sinh lao động, Kỹ thuật an toàn hóa chất, Nghiệp vụ phòng cháy chữa cháy và Đào tạo cứu hộ. Bên cạnh đó, chúng tôi đã áp dụng hệ thống quản lý hợp nhất Masan Tài nguyên (MIMS). Hệ thống gồm có 17 tiêu chuẩn quản lý hệ thống và 24 tiêu chuẩn quản lý kết quả công việc nhằm đảm bảo MSR

Chúng tôi quy tụ đội ngũ nhân sự gồm các nhân tài trong và ngoài nước

tuân thủ các cam kết về sức khỏe và an toàn trong mọi hoạt động sản xuất kinh doanh. Năm 2019, có tổng cộng 7.761 người đã được đào tạo an toàn, với số giờ đào tạo là 11.802 giờ. Qua các cuộc kiểm tra bởi Cơ quan chức năng, Công ty đã được đánh giá cao hiệu quả của công tác đảm bảo an toàn sức khỏe.

Bên cạnh tham gia huấn luyện, chúng tôi cũng liên tục bảo trì máy móc thiết bị nhằm đảm bảo an toàn cho cán bộ công nhân viên. Các nhà máy của chúng tôi đạt các tiêu chuẩn về sản xuất HACCP, ISO 9001 (hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm) và OHSAS 18001 (chứng nhận hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe người lao động). Năm 2019, Masan Consumer đã chuyển đổi và cập nhật thành công hệ thống quản lý An toàn và Sức khỏe từ tiêu chuẩn ISO 18000 lên phiên bản mới ISO 45001.

Bền vững về nhân lực

Tại Masan, chúng tôi tin rằng nguồn nhân lực là ưu thế cạnh tranh lớn nhất và giúp công ty 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 và cả tổ chức. Chúng tôi tin vào việc tạo ra quan hệ đối tác có lợi cho đối 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 đất nước.

Chúng tôi thu hút đội ngũ nhân sự phù hợp với giá trị chung của mình và nhiệt huyết theo đuổi lý tưởng phụng sự người tiêu dùng. Không đơn thuần chỉ là một công việc, đây còn là cả một sự nghiệp và là cơ hội để chúng tôi cùng nhau

phát triển, song hành cùng sự phát triển vượt bậc của công ty để từ đó mang đến những lợi ích lớn hơn cho cộng đồng. Chúng tôi tin rằng các cơ hội lớn và cách tiếp cận linh hoạt sẽ giúp mình thu hút được nhân tài với chuyên môn khác nhau.

Đa dạng và tập trung

Chúng tôi tự hào có nguồn nhân lực đa dạng, tuy có những khác biệt nhưng đều cùng chung một khát vọng – phụng sự người tiêu dùng. 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.

Với khát vọng không chỉ là một doanh nghiệp nội hàng đầu Việt Nam mà còn vươn lên sánh cùng các công ty đa quốc gia hàng đầu thế giới, chúng tôi quy tụ đội ngũ nhân sự gồm các nhân tài trong và ngoài nước. Bên cạnh ưu tiên tuyển dụng nguồn nhân lực trong nước với lợi thế am hiểu địa phương và thị hiếu người tiêu dùng, Masan còn thu hút các chuyên gia và đội ngũ quản lý giàu kinh nghiệm từ nhiều nơi trên thế giới để cùng đóng góp tạo ra giá trị vượt trội cho người tiêu dùng và cổ đông.

Tính đến cuối năm 2019, Masan đã có 29 nhà máy tại 18 tỉnh thành Việt Nam, gồm có Phú Quốc, Cần Thơ, Vĩnh Long, Hậu Giang, Tiền Giang, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, Bình Định, Bình Thuận, Phú Yên, Ninh Thuận, Nghệ An, Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng, Hà Nam và Thái Nguyên. Chúng tôi đang trong quá trình xây dựng Tổ hợp chế biến thịt mát tại Long An và dự kiến sẽ đưa nhà máy đi vào hoạt động trong năm 2020. Để tạo điều kiện cho địa phương phát triển và tận dụng nhân lực

địa phương, chúng tôi ưu tiên tuyển dụng từ chính cộng đồng địa phương và tập huấn nhân viên của mình đáp ứng được các yêu cầu kinh doanh luôn thay đổi. Tại Masan Resources, trọng tâm nguồn nhân lực của Công ty chính là các lao động địa phương: 79% lao động là người tỉnh Thái Nguyên, 14% lao động đến từ các tỉnh khác và 7% là lao động nước ngoài. Trong quá trình xây dựng mỏ và thực hiện việc vận hành nhà máy chế biến, Masan Resources và các nhà thầu của dự án đã sử dụng, tạo việc làm, thu nhập cho khoảng 3.000 lao động địa phương.

- Chương trình Doanh nhân trẻ Masan - Masan Young Entrepreneurs (“MYE”) mang đến nhiều cơ hội đặc biệt nhằm phát triển các tài năng trẻ vì chúng tôi tin vào lý tưởng phát triển lớp thế hệ kế tiếp giữ vai trò là nhà lãnh đạo tương lai. Chúng tôi tạo điều kiện cho các tài năng trẻ gặt hái kinh nghiệm kinh doanh thực tế từ lãnh đạo có thâm niên và chuyên gia trong ngành, giúp họ thể hiện đam mê và theo đuổi mục tiêu nhằm viết nên câu chuyện thành công của chính mình, và từ đó có những ảnh hưởng tích cực đến cuộc sống của gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam. Được trải nghiệm cơ hội làm việc qua các phòng ban và các dự án khác nhau, những thành viên MYE sẽ được trang bị các kĩ năng và năng lực cần thiết để bắt đầu sự nghiệp, trong khi đó vẫn tập trung phát triển bản thân nhờ vào các lớp đào tạo kỹ năng lãnh đạo giao tiếp và nhiều kỹ năng khác.

- Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019, Masan Group và các công ty thành viên có tổng cộng 39.253 nhân viên, trong đó 57% là nữ giới. Nguồn nhân lực của chúng tôi được đào tạo tốt với trình độ học vấn cao, cụ thể như sau:

Trình độ ¹	Tỷ lệ
Sau đại học	1%
Cử nhân	35%
Cao đẳng	17%
Trung cấp nghề	10%
Trung học phổ thông	28%
Trung học cơ sở	8%
Khác	1%
Total	100%

Phát triển tài năng và gìn giữ nhân tài

Tại Masan, chúng tôi tạo mọi điều kiện cho nhân viên học hỏi, trau dồi kinh nghiệm và thể hiện năng lực, từ đó phát triển nghề nghiệp của bản thân trong dài hạn để đóng góp vào sự phát triển của công ty và đất nước.

Chúng tôi giữ chân những người giỏi nhất bằng việc trao đổi rõ ràng những công cụ quản lý hiệu suất, và tài nguyên đủ để hỗ trợ quá trình phát

triển của họ, cùng những buổi đào tạo kỹ năng lãnh đạo nâng cao. Những nỗ lực này được thúc đẩy nhờ vào hiểu biết sâu sắc của chúng tôi về các yêu cầu năng lực và ta cần nguồn tài trí như thế nào trong tương lai, cụ thể là kế hoạch xây dựng đội ngũ kế nhiệm. Quá trình đánh giá tài năng của chúng tôi trên quy mô toàn tập đoàn 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 thưởng 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.

Các chương trình phúc lợi và đào tạo cho nhân viên

Chúng tôi khuyến khích nhân viên và quản lý trực tiếp chia sẻ trách nhiệm với nhau để đảm bảo mỗi cá nhân đều có thể có cơ hội được đào tạo, phát triển tiềm năng tối đa của mình. Chúng tôi tạo nhiều cơ hội đào tạo cho mọi nhân viên và có kế hoạch cụ thể để họ học hỏi và phát triển tốt năng lực của mình. Mọi kết quả của quá trình học tập, bao gồm số lượng các khóa học và giờ đào tạo đã hoàn thành luôn được chúng tôi theo dõi sát sao nhằm duy trì quá trình đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong tương lai.

Chúng tôi liên tục đầu tư vào các chương trình giáo dục và đào tạo 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.

Nhân viên trực tiếp tham gia sản xuất trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống cũng được tham gia các khóa đào tạo về vệ sinh an toàn thực phẩm và nhận chứng chỉ của Cục An toàn Thực phẩm.

1. Ghi chú: Phần lớn nhân viên có bằng trung cấp hoặc thấp hơn đang làm việc tại các nhà máy, nhà kho hoặc các điểm bán hàng, là tài xế hoặc nhân viên tạp vụ.

Cam kết về môi trường được khởi nguồn từ những điều gần gũi nhất, trước hết là quan tâm đến môi trường xung quanh



Không chỉ tuân thủ quy định của cơ quan chức năng, chúng tôi còn làm tốt hơn những gì pháp luật yêu cầu. Một ví dụ điển hình cho việc đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực là Masan Resources. Đây là một trong các công ty dẫn đầu trong việc cung cấp các khóa đào tạo, huấn luyện và tạo cơ hội phát triển kỹ năng và chuyên môn cho nhân viên. Ngoài 5 khóa đào tạo theo yêu cầu của luật, Masan Resources đã triển khai 2 khóa học bên ngoài nổi bật khác là “Đào tạo giảng viên nội bộ” và “Kaizen-5S”. Kết quả sau khóa học có 87 nhân viên được chứng nhận để trở thành giảng viên nội bộ. Học viên có thể áp dụng những kiến thức và kỹ năng đã học vào công việc đào tạo của mình bằng cách thay đổi tư duy, áp dụng phương pháp phù hợp với nội dung đào tạo cụ thể hoặc hiểu sâu sắc phong cách học tập của người trưởng thành, nguyên tắc đào tạo và quản lý lớp học. Đặc biệt

là bộ phận Bảo trì và Sản xuất, những người có chứng chỉ giảng viên nội bộ sẽ là người phụ trách các hoạt động đào tạo của bộ phận trong những năm tới. Tính đến hết năm 2019, Masan Resources ghi nhận tổng 72.539 giờ đào tạo với 23.473 lượt nhân viên tham gia ở cả hoạt động đào tạo nội bộ và đào tạo bên ngoài.

Bền vững về môi trường

Tại Masan, chúng tôi luôn nghiêm túc đánh giá các tác động lên môi trường. Chúng tôi đảm bảo các nhà máy sản xuất đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường, áp dụng các biện pháp xử lý chất thải và sử dụng tài nguyên bền vững. Khi chúng tôi lên kế hoạch cho bất kỳ dự án mới nào, chúng tôi luôn tính toán trước các ảnh hưởng đến môi trường xung quanh, từ đó lên các

phương án bảo vệ môi trường phù hợp trước khi thực hiện dự án.

Nước thải cũng như các chất thải công nghiệp khác tạo ra từ quá trình sản xuất của chúng tôi được xử lý và lưu giữ theo cả quy chuẩn trong nước và quốc tế. Để đảm bảo tuân thủ các quy định hiện hành, tại tất cả các nhà máy, chúng tôi đã lắp đặt thiết bị quan trắc môi trường và thực hiện tái chế một số loại chất thải (bao gồm cả chất thải rắn, lỏng và khí). Một trong những nhà máy có hệ thống thủy phân nước tương của chúng tôi đặt tại Bình Dương là nơi có các hệ thống kiểm soát ô nhiễm công nghệ cao tiên tiến nhất Đông Nam Á. Tiêu chí khí thải sau khi phân giải nước tương của chúng tôi cũng cao hơn tiêu chuẩn khí thải tại Việt Nam hiện nay rất nhiều.

Bộ phận Luật 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.

Ngoài ra, bộ phận kỹ thuật của từng công ty con còn tiến hành thử nghiệm mẫu chất thải định kỳ để giám sát tuân thủ pháp luật và các quy định môi trường liên quan.

Chúng tôi tin rằng mình là doanh nghiệp tiên phong trong việc áp dụng các nguyên tắc bảo vệ môi trường trong hoạt động sản xuất tại Việt Nam.

Nâng cao ý thức về môi trường

Cam kết về môi trường của chúng tôi được khởi nguồn từ những điều gần gũi nhất, trước hết là quan tâm đến môi trường xung quanh nơi làm việc. Các nhà máy của Masan và khu vực lân cận được phủ xanh và cung cấp không khí trong lành.

100% các nông trường VinEco được trang bị hệ thống tưới hiện đại và tiên tiến từ Israel



Trong những năm qua, nhân viên Masan Resources đã và đang là đầu tàu cùng người dân địa phương tham gia vào phong trào phủ xanh đồi trọc và phát triển diện tích đất rừng và trồng các loại cây có giá trị kinh tế, góp phần giúp cân bằng môi trường sinh thái xung quanh nhà máy. Từ khi đi vào hoạt động cho đến cuối năm 2019, Masan Resources đã phủ xanh 60,5 ha đất sườn dốc, bãi đất đá thải, tạo cảnh quan môi trường xanh, sạch, đẹp không chỉ cho Công ty mà cả các vùng phụ cận. Ngoài ra, các nhà máy của chúng tôi tại Bình Dương, Hậu Giang, Long An, Nghệ An...đều tuân thủ diện tích cây xanh 20% tổng diện tích khuôn viên để luôn đảm bảo nơi làm việc Xanh – Thân thiện môi trường

Masan cũng ý thức được việc phải nâng cao nhận thức của chính cán bộ nhân viên và người dân địa phương về thay đổi khí hậu và môi trường. Trong năm qua, Masan Resources đã phối hợp với Quỹ Bảo vệ môi trường, Phòng Tài nguyên Môi trường và Hội Phụ nữ tổ chức 20 chương trình truyền thông về tiết kiệm năng lượng, quản lý rác thải nông thôn, giảm thiểu rác thải nhựa cho hơn 2.000 tại 4 trường trung học trên địa bàn và hơn 1.500 hộ gia đình. Nhờ vậy, chúng tôi có thể giảm thiểu rủi ro bằng cách minh bạch hóa thông tin về quản lý môi trường tốt nhất, đồng thời khuyến khích người dân gìn giữ môi trường, đặc biệt là nguồn nước.

Nguồn nước

Tại Masan, bảo vệ tài nguyên nước là một trong những vấn đề được ưu tiên. Với sự trợ giúp của thiết bị giám sát tiên tiến, chúng tôi có thể theo dõi việc sử dụng nước tốt hơn.

Masan Resources tiếp tục duy trì chương trình quan trắc lưu lượng và chất lượng nước toàn diện để đảm bảo Công ty đáp ứng các yêu cầu về luật tài nguyên nước. Trong kế hoạch bao gồm các điều kiện số liệu nền và quy định đối với việc lấy mẫu và phân tích nước đang thực hiện. Kết quả giám sát nước thải hàng ngày được tự động gửi email đến nhân sự phụ trách của phòng ban liên quan để tăng hiệu quả việc kiểm soát chất lượng nước. Trong năm 2019, Masan Resources đã hoàn thành phân tích hơn 7.941 mẫu nước, bao gồm mẫu kiểm soát nội bộ và mẫu bên ngoài được lấy bởi các phòng thí nghiệm độc lập. MSR đã đầu tư 4,2 triệu USD để xây dựng Trạm xử lý nước thải và 800.000 USD để lắp các trạm quan trắc nước thải tự động. Trong năm qua, MSR đã tái sử dụng đến 76% tổng lượng nước.

Hướng tới sự bền vững và sử dụng hiệu quả tài nguyên, 100% các nông trường của VinEco được trang bị hệ thống tưới hiện đại & tiên tiến từ Israel sử dụng các trang thiết bị từ những công ty hàng đầu thế giới như Netafim hay Rivulis. Trong đó, việc ứng dụng tưới nhỏ giọt & tưới văng giúp giảm mức tiêu thụ tài nguyên nước lên tới 80% so với phương pháp tưới tràn thủ công truyền thống, không chỉ tối ưu về hiệu suất khai thác vận hành mà còn giảm tối đa áp lực tác động đến môi trường. Hệ thống tưới nhỏ giọt hiện đại kết hợp với các máy pha chế và phối trộn dưỡng chất giúp phân phối nước & phân bón hòa tan đến cây trồng tập trung ở vùng rễ cây, qua đó không chỉ tối ưu hóa khả năng hấp thụ dưỡng chất cho cây trồng mà còn gần như triệt tiêu sự phát sinh nước thải cũng

Masan đóng góp 6.088 tỷ đồng vào ngân sách Nhà nước năm 2019

như dư lượng phân bón trong đất đến từ quá trình sản xuất.

Masan Consumer Holdings đã đầu tư xây dựng hệ thống xử lý nước thải hiện đại do đối tác Hà Lan thiết kế tại các nhà máy ở Bình Dương, Hải Dương và Nghệ An. Tất cả các kết quả kiểm ra chất lượng xử lý nước thải đầu ra đều đạt tiêu chuẩn loại A – Tiêu chuẩn cao nhất Việt Nam và đạt tiêu chuẩn ISO 14001 về quản lý môi trường. Masan Consumer cũng là một trong những đơn vị tiên phong trong minh bạch hóa quy trình xử lý nước thải thông qua việc lắp đặt hệ thống quan trắc nước thải tự động, báo cáo trực tiếp và liên tục với Sở Tài nguyên và Môi trường Bình Dương, Hậu Giang và Phú Yên. Năm 2019, Masan Consumer đã sử dụng hơn 2 triệu m3 nước cho công nghiệp và dân sinh, toàn bộ nước thải được xử lý bằng hệ thống xử lý nước thải công nghệ cao, trong đó, khoảng 7.4% lượng nước thải của chúng tôi được tái sử dụng để tưới cây và vệ sinh nhà máy.

Masan Resources tiếp tục duy trì chương trình quan trắc lưu lượng và chất lượng nước toàn diện để đảm bảo Công ty đáp ứng các yêu cầu về luật tài nguyên nước. Trong kế hoạch bao gồm các điều kiện số liệu nền và quy định đối với việc lấy mẫu và phân tích nước đang thực hiện. Kết quả giám sát nước thải hàng ngày được tự động gửi email đến nhân sự phụ trách của phòng ban liên quan để tăng hiệu quả việc kiểm soát chất lượng nước. Trong năm 2019, Masan Resources đã hoàn thành phân tích hơn 7.941 mẫu nước, bao gồm mẫu kiểm soát nội bộ và mẫu bên ngoài được lấy bởi các phòng thí nghiệm độc lập. MSR đã đầu tư 4,2 triệu USD để xây dựng Trạm xử lý nước thải và 800.000 USD để lắp các trạm quan trắc nước thải tự động.

Trên đây là những ví dụ để chứng minh việc thực hiện các cam kết của chúng tôi về sử dụng nguồn nước hiệu quả theo khuyến cáo của Ngân

hàng Thế giới. Trong đó bao gồm: Giảm phụ thuộc vào khai thác nước, tăng tỷ lệ nước tái sử dụng và không ngừng cải thiện khả năng xử lý nước thải.

Năng lượng sạch và tái tạo

Việt Nam là một đất nước có đường biển dài, do đó, chúng tôi hiểu rất rõ tầm quan trọng của việc giảm lượng chất thải carbon nhằm đối phó với biến đổi khí hậu. Do đó, yêu cầu về tiết kiệm hoặc sử dụng năng lượng hiệu quả trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết đối với các doanh nghiệp mong muốn phát triển bền vững.

Tại Masan Consumer Holdings, chúng tôi áp dụng công nghệ biogas từ trấu và mùn cưa để tạo năng lượng cho các nhà máy. Đây là một nguồn năng lượng không những thân thiện với môi trường, chi phí thấp mà còn giúp tạo việc làm và tăng thu nhập cho người dân địa phương. Chúng tôi tin rằng những sáng kiến trên giúp cho các nhà máy nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và bảo vệ môi trường. Trong năm 2019 chúng tôi đã sử dụng hơn 313.300 Kw điện và 648.197 tấn hơi, trong đó có nguồn hơi từ nhiên liệu sinh khối Biomass (mùn cưa, vỏ trấu...).

Tại Masan MEATLife, nhằm tiết kiệm năng lượng, chúng tôi tăng hiệu suất lò hơi và máy nghiền và chuyển sang sử dụng bóng đèn LED. Trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao của Masan ở Nghệ An được xem là tiên tiến nhất Việt Nam trong bảo vệ môi trường vì có khả năng tự sản xuất biogas từ quá trình sản xuất và tự cung cấp điện cho vận hành trại. Đầu năm 2019, MNS Farm Nghệ An đã được chứng nhận đạt chuẩn GLOBAL G.A.P do đã đáp ứng bộ tiêu chuẩn trang trại được quốc tế công nhận dành riêng cho Thực hành Nông nghiệp tốt.

Chúng tôi cũng thúc đẩy mô hình kinh tế tuần hoàn thông qua việc vận dụng cách tiếp cận “Giảm thiểu, Tái sử dụng và Tái chế”. Tại Masan Resources, chúng tôi tập trung vào việc nâng cao khả năng tái chế vonfram, xem đây là nguồn bổ sung nguyên liệu vonfram thô mang tính bền vững. Năm 2019, hơn 1.000 tấn phế liệu đã được thu gom và tái chế, cao hơn gần 20% so với năm 2017 và 2% so với năm 2018. Tháng 9/2019, Công ty TNHH Vonfram Masan (công ty con do Công ty Cổ phần Tài nguyên Masan sở hữu 100% vốn) đã ký hợp đồng mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của H.C. Starck GmbH (“HCS”). HCS là nhà tái chế phế liệu vonfram cứng và mềm hàng đầu thế giới. Hàng năm HCS tái chế một lượng vonfram tương tự với lượng vonfram sản xuất hàng năm của mỏ Núi Pháo.

Ở mảng nông nghiệp, tính đến hết 30/11/2019, VinEco đã hoàn thành xây dựng khu vực xử lý chất thải, phế phụ phẩm nông nghiệp thành phân hữu cơ compost tại 11/14 nông trường. Tổng lượng phân hữu cơ vi sinh tự ủ tại các nông trường VinEco tính đến hết tháng 11/2019 là 7176,5 tấn, đáp ứng đến 60% nhu cầu của VinEco. Hoạt động ủ phân hữu cơ đã góp phần tái sử dụng toàn bộ phần phế phụ phẩm từ hoạt động sản xuất nông nghiệp. Các phế phụ phẩm này không phát thải ra môi trường, mà được ủ thành phân hữu cơ hoai mục, tuần hoàn khép kín vòng vật chất hữu cơ, vi sinh, dinh dưỡng khoáng quay lại quy trình sản xuất, giảm phát thải khí nhà kính, giảm ô nhiễm môi trường. Ngoài ra, việc ủ phân hữu cơ cũng đã góp phần xử lý một lượng lớn chất thải chăn nuôi từ các trang trại chăn nuôi nơi có các nông trường VinEco hoạt động; góp phần giảm thiểu ô nhiễm môi trường từ hoạt động chăn nuôi. Hiệu quả tiết kiệm về kinh tế và môi trường khoảng 10 tỷ đồng năm 2019.

Bên cạnh đó, VinCommerce là một trong những thành viên của liên minh chống rác thải nhựa Việt Nam trong cuộc vận động quốc gia về phòng chống rác thải nhựa do Thủ tướng Chính phủ và Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường phát động. Tháng 8/2019, Hệ thống bán lẻ VinMart & VinMart+ đã khởi động chương trình “Đồng hành bảo vệ môi trường” bằng hàng loạt giải pháp tổng thể “3 xanh”, gồm: VinMart Xanh, Khách hàng Xanh và Nhà cung cấp Xanh. Cụ thể:

- VinMart Xanh: Toàn bộ điểm bán lẻ VinMart & VinMart+ đồng loạt giảm thiểu hoặc thay thế các vật liệu nhựa sử dụng 1 lần bằng các vật phẩm thân thiện với môi trường trong hoạt động vận hành của mình. Các sản phẩm này bao gồm: Toàn bộ túi siêu thị là túi tự hủy sinh học đạt tiêu chuẩn của Bộ Tài nguyên Môi trường Việt Nam; các quây phục vụ ăn uống – giải khát sử dụng ống hút giấy, cốc giấy thay thế cho các vật dụng nilon và nhựa trước đây; gang tay dùng trong sản xuất, vận hành cũng là loại tự hủy sinh học. Đặc biệt, các loại khay xếp đang sử dụng cho sản phẩm tươi sống sẽ được thay thế từng bước bằng khay bã mía với màng bọc thực phẩm tự huỷ sinh học.
- Khách hàng Xanh: VinMart & VinMart+ sẽ tặng ngay 1.000 đồng vào hóa đơn mua hàng với mỗi giao dịch mua sắm mà khách hàng tự sử dụng túi đựng nhiều lần của mình nhằm hình thành thói quen tiêu dùng xanh khi mua sắm. Đặc biệt, toàn bộ các điểm bán VinMart & VinMart+ cũng sẽ trở thành những địa điểm thu hồi pin đã qua sử dụng.
- Nhà cung cấp Xanh: VinMart & VinMart+ sẽ hỗ trợ tối đa cho những đối tác Xanh cung ứng các sản phẩm thân thiện với môi

trường bằng nhiều chính sách đặc biệt như bán hàng không lợi nhuận, quyền lợi ưu tiên trưng bày tại các điểm bán lẻ, quyền lợi về quảng cáo, nhận diện thương hiệu tại siêu thị, cửa hàng...

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Masan tin vào việc cải thiện đời sống cộng đồng tại những nơi mà chúng tôi đặt nhà máy và hợp tác với người dân địa phương.

Là một đơn vị hàng đầu trong khu vực kinh tế tư nhân, chúng tôi đã đóng góp hơn 6.088 tỷ đồng thuế vào ngân sách nhà nước trong năm 2019. Ngoài 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.

Chăm sóc sức khỏe cộng đồng

Chúng tôi dành sự quan tâm đặc biệt đối với sức khỏe của cộng đồng, đặc biệt là những bệnh nhân nghèo không có đủ điều kiện để trang trải chi phí chăm sóc sức khỏe cho bản thân.

Trong năm 2019, phối hợp với Hội bảo trợ bệnh nhân nghèo TP.HCM, Masan Consumer đã tài trợ 500 triệu đồng để giúp các trẻ em nghèo bị bệnh tim bẩm sinh được phẫu thuật miễn phí. Đồng thời, Masan Consumer Holdings đã tài trợ cho hơn 200 ca phẫu thuật đục thủy tinh thể,

tặng 200 phần quà cho bà con nghèo ở Tp. Hồ Chí Minh và vùng Tây Nam Bộ với tổng giá trị tài trợ lên đến 600 triệu đồng.

Masan Resources đã thực hiện nhiều chương trình nâng cao nhận thức phòng chống dịch bệnh. Năm ngoái, Masan Resources đã tổ chức kiểm tra sức khỏe miễn phí cho 200 người dân thuộc đối tượng dễ bị tổn thương và cung cấp nước sạch cho 100 hộ gia đình.

Hoạt động khuyến học

Giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc giảm nghèo và Masan vẫn luôn đồng hành, tài trợ học bổng cho các chương trình giáo dục. Để đạt được mục đích này, năm 2019, chúng ta đã thực hiện các hoạt động sau:

- Masan Resources đã đầu tư trên 300 triệu đồng để xây dựng 01 khu nhà vệ sinh đạt chuẩn và cải tạo nâng cấp 01 nhà vệ sinh khác của trường Trung học Hà Thượng, thuộc địa bàn xã Hà Thượng, cách mỏ Núi Pháo khoảng 1 km. Trường có 498 học sinh, trong đó tỉ lệ học sinh là con em cán bộ công nhân viên Công ty chiếm 31%.
- Chúng tôi cũng đã đóng góp vào việc cải thiện các lớp học và cơ sở hạ tầng giáo dục trên khắp Việt Nam.



Phát triển cộng đồng

Masan tin rằng phát triển các dự án và cơ sở hạ tầng sẽ hỗ trợ những người kém may mắn trong dài hạn. Vì lẽ đó, chúng tôi đầu tư vào nâng cấp cơ sở hạ tầng xã hội bao gồm cơ sở vật chất y tế, trường học và đào tạo nghề. Chúng tôi cũng muốn điểm lại những thành tựu đã đạt được trong năm qua:

- Masan Consumer Holdings đã cùng chương trình “Kiến tạo nhịp cầu” của quỹ Nam Phương xây dựng và đưa vào hoạt động cầu Khang Thịnh và Khang Phúc lần lượt tại tỉnh Hậu Giang và Tiền Giang, giúp người dân và các em học sinh đi lại an toàn và thuận tiện, đặc biệt trong mùa mưa bão. Tổng giá trị tài trợ từ Masan Consumer cho 2 dự án là 1,8 tỷ đồng.

Ngày 23/3/2019, Masan Consumer và quỹ Nam Phương tổ chức buổi lễ khánh thành cầu Khang Thịnh tại xã Đông Phú, huyện Châu Thành, tỉnh Hậu Giang. Cầu có chiều rộng 2.5m, chiều dài 34m dự kiến sẽ đón hơn 164.000 lượt lưu thông mỗi năm.

Ngày 11/1/2020, tại xã Hậu Thành, huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang, cầu dây văng Khang Phúc đã hoàn thành với tổng chiều dài 87m, chiều

rộng 2,5m, tải trọng 1 tấn, giúp hơn 144.000 người qua lại an toàn mỗi năm. Là cây cầu nằm trên tuyến Kênh 28 trong xã Hậu Thành, cầu Khang Phúc sẽ thông tuyến kết nối gần hơn đến các xã như xã Mỹ Hội, xã Hậu Thành, xã Hòa Khánh thuộc Huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang. Ngoài việc phục vụ đi lại của bà con, cây cầu còn có vai trò quan trọng trong việc đến trường của các em học sinh trường tiểu học Hậu Thành, khi các em thường phải chờ đò đưa qua sông. Dự án cầu Khang Phúc chính là dự án cầu dây văng lớn nhất từ trước đến nay mà công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan tài trợ xây dựng.

- Trong năm 2019, Masan Resources đã tích cực tham gia vào các chương trình an sinh xã hội do các cơ quan, tổ chức phát động như tài trợ xe đạp, tặng quà cho trẻ em nghèo nhân dịp tháng hành động vì trẻ em; tết trung thu; khám và tư vấn miễn phí sức khỏe cho 200 đối tượng chính sách nhân dịp ngày Thương binh Liệt sỹ; tặng 250 quả Tết cho người nghèo nhân dịp “Tháng cao điểm vì người nghèo”; hỗ trợ xây dựng, sửa chữa 06 căn nhà cho hộ nghèo; hỗ trợ 21 mô hình phát triển kinh tế hộ gia đình giúp phụ nữ đơn thân vươn lên thoát nghèo; cho vay vốn ưu đãi ủy thác qua Ngân hàng chính sách giúp các hộ dân phát triển mô hình sinh kế; hỗ trợ trang thiết bị vệ sinh môi trường. Tổng kinh phí dành cho các hoạt động cộng đồng và an sinh

Masan Consumer Holdings cùng chương trình “Kiến tạo nhịp cầu” của quỹ Nam Phương xây dựng cầu Khang Thịnh và Khang Phúc



xã hội trong năm 2019 là hơn 3,9 tỷ đồng, tác động trực tiếp và gián tiếp đến khoảng 2.000 hộ gia đình.

Phát triển kinh tế

Bước sang năm thứ 6, Quỹ vốn vay Phục hồi Kinh tế của Masan Resources có thêm 45 hộ dân được tiếp cận nguồn vốn ưu đãi với hạn mức vay trung bình là 50 triệu/ hộ để thực hiện các mô hình phát triển kinh tế hộ gia đình như chăn nuôi gia súc gia cầm, trồng cây ăn quả, đổi mới giống chè và mở rộng diện tích canh tác. Tới nay đã có tổng cộng 302 hộ được vay vốn với tổng giá trị gần 12 tỷ đồng. Đợt đánh giá hiệu quả Quỹ vốn vay thực hiện tại 4 xã vào tháng 11/2019 đã cho thấy 95% mô hình được đánh giá đã mang lại tác động tích cực với nhiều mô hình hiệu quả trong sử dụng vốn vay để cải thiện điều kiện kinh tế các hộ gia đình.

Diện tích chè VietGAP tại các xã ảnh hưởng tiếp tục được mở rộng thêm 3,4 ha tại khu vực tổ dân phố An Long, thị trấn Hùng Sơn với 19 hộ được chứng nhận. Tính tới nay, tổng diện tích chè VietGAP do MSR hỗ trợ là 90,9 ha với 375 hộ thuộc 14 tổ hợp tác.

Tuy thực hành nông nghiệp theo hướng an toàn VietGAP vẫn tiếp tục nhận được nhiều nguồn lực của chính quyền và các ngành chức năng, các sản phẩm nông nghiệp VietGAP đã có phần trở nên kém ưu thế cạnh tranh trong mắt khách hàng, những người đang ngày càng trở nên khắt khe hơn về thực phẩm sạch. Do vậy, thay vì tiếp tục đầu tư hỗ trợ địa phương mở rộng diện tích chè VietGAP, Công ty đã nỗ lực kết nối các đơn vị nhà nước, tư nhân, nông dân và các nhà khoa học để đạt được một cam kết chung về phát triển mô hình chè hữu cơ tại xóm 10 xã Tân Linh. Các bên tham gia gồm có Trường ĐH Nông Lâm Thái Nguyên, Chính quyền xã Tân Linh, Công ty cổ phần chè Hà Thái, Công ty cổ phần chè



NTEA Thái Nguyên, Công ty Tài Nguyên Masan và 50 hộ dân ở xóm 10 Tân Linh. Các bên cam kết đóng góp nguồn lực, kiến thức, khoa học kỹ thuật để chuyển đổi 10 ha trang trại chè thành vùng chè hữu cơ. MSR không chỉ kết nối các bên mà còn thực hiện các cuộc họp tham vấn, khảo sát thực địa, đánh giá nhu cầu và thăm quan thực tế các mô hình thành công tại huyện Đồng Hỷ và huyện Phú Lương. Dự án sẽ được triển khai trong 3 năm (2019-2021) và không chỉ tạo ra vùng nguyên liệu chè hữu cơ lớn nhất tỉnh Thái Nguyên mà còn góp phần cải thiện môi trường sinh thái, thay đổi tập quán canh tác nông nghiệp theo hướng bền vững và an toàn hơn cho cả người sản xuất và người tiêu dùng.

Thúc đẩy bình đẳng giới

“Không để ai bị bỏ lại phía sau” là một trong những mục tiêu của chương trình giảm nghèo của chính phủ Việt Nam cũng như của mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc. Tại Masan Tài Nguyên, chúng tôi luôn dành nguồn lực đáng kể đối cho các nhóm dễ bị tổn thương để giúp họ tiếp cận và phát triển các mô hình sinh kế phù hợp với khả năng và điều kiện của họ.

Câu chuyện của Công ty Bao bì Anh Dương

Vốn là một hộ bị ảnh hưởng bởi dự án Núi Pháo, năm 2013, chị Đinh Thị Hải Thủy đã thành lập xưởng may túi đựng sản phẩm Anh Dương nhờ sự hỗ trợ của gia đình và sự động viên, tạo điều kiện từ Công ty Masan Tài nguyên với chương trình Phục hồi kinh tế. Trước đó, chị đã có 3 năm làm việc tại Núi Pháo. Sau 6 năm thành lập, Công ty Anh Dương đã giảm dần sự phụ thuộc vào đơn hàng của Núi Pháo và phát triển các đơn hàng với khách hàng nội địa cũng như quốc tế. Hiện tại, công ty có hơn 60 nhân viên với mức lương trung bình 6,5 triệu đồng mỗi tháng. Năm 2018, Công ty được Ủy ban Nhân dân huyện Đại Từ (Thái Nguyên) khen thưởng là doanh nghiệp có nhiều thành tích trong hoạt động sản xuất - kinh doanh và đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của huyện.

Quản trị doanh nghiệp

Tập đoàn Masan cam kết áp dụng các hệ thống quản lý tốt nhất, các quy trình, chính sách và minh bạch thông tin ở mức cao nhất. Ngoài sự giám sát của các nhà đầu tư lớn ở nước ngoài và các cơ chế giám sát bắt buộc theo luật pháp Việt Nam như Hội đồng quản trị, Hội đồng giám sát và Ban Giám đốc. Đồng thời, chúng tôi có các ủy ban sau nhằm đạt những tiêu chuẩn quản trị cao cấp hơn, bao gồm:

- **Ủy ban Quản lý và Tuân thủ:** Đứng đầu là Thành viên Hội đồng Quản trị độc lập và bao gồm nhân sự từ bộ phận Pháp chế và Giám đốc Tài chính của Tập đoàn. Ủy ban này định kỳ thuê bên thứ ba để đánh giá hoạt động doanh nghiệp nhằm xác định và giám sát việc tuân thủ các quy định của Tập đoàn, đồng thời đưa ra các kiến nghị để nâng cao hoạt động và chính sách quản trị doanh nghiệp.
- **Ủy ban Phát triển và Chiến lược:** Đứng đầu là Tổng Giám đốc Tập đoàn, cơ cấu thành viên bao gồm Tổng Giám đốc và quản lý cấp cao từ các Công ty con, Giám đốc Tài chính của Tập đoàn, Giám đốc Phát triển và Chiến lược, và Giám đốc Nhân sự của Tập đoàn. Ủy ban này phát triển và thông qua các chiến lược ngắn hạn lẫn dài hạn của các công ty con và của cả Tập đoàn, bao gồm đặt các chỉ tiêu và giám sát việc thực hiện các chỉ tiêu đó. Ủy ban này có nhiệm vụ thúc đẩy tinh thần trách nhiệm trong Tập đoàn và đảm bảo các chỉ tiêu của các công ty con và đánh giá nhân sự một cách khách quan nhất.
- **Ủy Ban Phát triển Bền Vững:** Ủy ban này báo cáo lên Hội đồng quản trị và bao gồm Tổng Giám đốc và các quản lý cấp cao từ các công ty con chủ chốt của Masan. Vai trò của Ủy ban là xem xét, đưa ra khuyến

ngợi, và thông qua mục tiêu, chính sách các chương trình liên quan đến phát triển bền vững và bảo vệ môi trường. Để thực hiện vai trò của mình, Ủy ban hỗ trợ các công ty con đạt được mục tiêu phát triển bền vững, đồng thời tận dụng các hoạt động này để nâng cao hình ảnh, thương hiệu của Công ty trên thị trường.

- Masan hiện đang phát triển Bộ phận Kiểm toán nội bộ chặt chẽ với sự trợ giúp từ các cố vấn quốc tế nhằm xây dựng mô hình quản trị rủi ro.

Giải thưởng trong năm 2019

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

Masan Group

- Bằng Khen của Thủ tướng Chính phủ - Thành tích đóng góp vào tăng trưởng của ngành Nông Nghiệp & Phát triển Nông thôn
- Top 200 công ty tỷ USD tại châu Á do Forbes Asia bình chọn
- Top 50 công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam do Forbes Vietnam bình chọn
- Top 50 công ty Kinh doanh Hiệu quả nhất Việt Nam & Top 17 doanh nghiệp có giá trị vốn hóa thị trường trên 1 tỷ USD do tạp chí Nhịp Cầu Đầu Tư bình chọn
- Top 3 doanh nghiệp được nhà đầu tư yêu thích nhất nhóm Large Cap do Vietstock bình chọn
- “Top 10 Doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam” và “Top 10 Doanh nghiệp tư nhân có lợi nhuận tốt nhất Việt Nam” theo xếp hạng của Vietnam Report.



Masan Consumer

- Masan Consumer đứng vị trí số 1 trong “Top 10 Công ty thực phẩm uy tín” năm 2019, nhóm ngành Thực phẩm đóng gói, gia vị, dầu ăn... theo xếp hạng của Vietnam Report.
- Theo báo cáo Brand Footprint 2019 của Kantar Worldpanel, Masan Consumer trong Top 3 nhà sản xuất sở hữu các thương hiệu được chọn mua nhiều nhất tại Thành thị (4 thành phố lớn) và nông thôn trong 7 năm liên tiếp.

Masan MEATLife

- MEATDeli – Sản phẩm thịt mát của Masan nằm trong Top 10 “Thương hiệu và sản phẩm được tin dùng nhất Việt Nam” trong năm đầu tiên có mặt trên thị trường.

Masan Resources

- Bằng Khen do Cục An toàn Lao động trao tặng Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo vì có thành tích xuất sắc trong công tác an toàn vệ sinh lao động
- Masan Resources nằm trong Top 16/75 Công ty bền vững tại Việt Nam trong lĩnh

vực sản xuất do VCCI phối hợp với Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội và Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam bình chọn.

Vinacafe Biên Hòa

- Top 10 Công ty uy tín ngành thực phẩm đồ uống theo báo cáo của Vietnam Report
- Giải Vàng – Giải thưởng Chất lượng của tỉnh Đồng Nai.

VinCommerce

- VinCommerce đã liên tục đạt được những giải thưởng lớn trong nước và quốc tế như Top 10 nhà bán lẻ uy tín nhất Việt Nam trong năm 2017, 2018, 2019; Nhà bán lẻ xanh Châu Á 2019; Doanh nghiệp Trách nhiệm châu Á 2019.
- VinEco lọt Top 10 công ty uy tín ngành thực phẩm – đồ uống theo công bố của Vietnam Report hai năm liền 2018, 2019
- VinEco đạt danh hiệu “Thương hiệu vàng nông nghiệp Việt Nam” do Tổng hội Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam bình chọn

Techcombank

- Techcombank dẫn đầu trong danh sách Top 10 ngân hàng TMCP tư nhân uy tín năm 2019 theo báo cáo của Vietnam Report.
- Techcombank đã được tạp chí danh tiếng Asia Risk vinh danh “Ngân hàng xuất sắc nhất Việt Nam” năm 2019. Đây là lần thứ hai Techcombank được trao giải thưởng này, ghi nhận các nỗ lực của Techcombank trong việc phát triển các sản phẩm phái sinh tại thị trường Việt Nam.

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 dừng lại ở những con số biết nói mà niềm hạnh phúc lớn nhất là nhìn thấy và cảm nhận những đổi thay tích cực trong đời sống hằng ngày. 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 với con người và cộng đồng, và vững bước cùng sự phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam.

Báo cáo của Ban Điều Hành



Khái quát về kinh tế vĩ mô

Năm 2019, GDP của Việt Nam đạt tăng trưởng 7,02%, vượt chỉ tiêu 6,8% mà chính phủ đã đề ra (theo số liệu của Tổng cục Thống kê). Thành tựu tăng trưởng kinh tế ấn tượng này có được là nhờ sự phát triển mạnh mẽ của ngành dịch vụ, và công nghiệp/ xây dựng, góp phần bù đắp cho một năm suy thoái về nông nghiệp do dịch tả heo Châu Phi (ASF) bùng phát vào tháng 2/2019. Năm 2019 khép lại với những thành tựu đáng chú ý của kinh tế Việt Nam bao gồm thặng dư thương mại đạt kỷ lục 9,9 tỷ USD, tổng vốn đầu tư nước ngoài đăng ký là 38 tỷ USD – mức cao nhất trong 10 năm qua, bội chi ngân sách thấp và lạm phát được kiểm soát ở mức dưới 3%.

Động lực kinh tế vĩ mô tích cực này cũng được phản ánh qua niềm tin của người tiêu dùng và củng cố hơn nữa triển vọng của Việt Nam khi nhu cầu tiêu dùng chiếm 2/3 GDP. Được thúc đẩy bởi sức mua ngày càng tăng của người tiêu dùng trong nước, tổng doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tại Việt Nam đạt 214,8 tỷ USD trong năm 2019, tăng 11,8% so với năm trước (theo Tổng cục Thống kê). Đây cũng là mức tăng trưởng cao nhất trong 4 năm qua. Tầng lớp trung lưu ngày càng phát triển, cùng với lực lượng lao động đông đảo dự kiến sẽ là nhân tố thúc đẩy chi tiêu của người tiêu dùng, do thu nhập tăng và mức sống được nâng cao. Ngoài ra, các tác động kết hợp của tăng trưởng kinh tế liên tục, đô thị hóa nhanh chóng và mạng lưới bán lẻ hiện đại đang mở rộng dự kiến sẽ đẩy mạnh tiêu thụ thực phẩm nói chung trong trung và dài hạn. Theo Euromonitor, thu nhập bình quân đầu người

trong năm qua đạt hơn 40 triệu đồng và dự kiến sẽ tăng bình quân 6% hàng năm trong giai đoạn 2020-2030, dẫn đến tăng trưởng tương ứng trong chi tiêu tiêu dùng.

Những thay đổi liên tục về cơ cấu với làn sóng dịch chuyển cơ sở sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam trước những bất định trong chiến tranh thương mại Mỹ-Trung, và việc ký kết Hiệp định Thương mại Tự do EU-Việt Nam vào tháng 6 năm 2019 cũng đã mang lại những cú huých cho nền kinh tế Việt Nam và cải thiện hơn nữa triển vọng kinh tế. Thêm vào đó, ngày 9 tháng 10 năm 2019, trong một báo cáo công bố bởi Diễn đàn Kinh tế Thế giới, Việt Nam đã tăng 10 bậc về chỉ số Năng lực Cạnh tranh Toàn Cầu (Global Competitiveness Index), từ vị trí thứ 77 năm 2018 lên thứ 67 năm 2019, trở thành quốc gia có nhiều tiến bộ nhất trong bảng xếp hạng.

Xét về triển vọng năm 2020, sự bùng phát dịch bệnh do virus corona (“COVID-19”) và giảm mạnh giá dầu đã làm ảnh hưởng đến những chỉ số chính trong kết quả kinh doanh, nhưng dự kiến sẽ phục hồi trong 6 tháng cuối năm 2020. Mặc dù dữ liệu vĩ mô trong 2 tháng đầu năm 2020 cho thấy tăng trưởng đang chậm lại rõ rệt nhưng câu chuyện tăng trưởng theo cơ cấu của Việt Nam vẫn gần như không bị ảnh hưởng. Chính phủ cũng đã công bố gói kích thích kinh tế để giúp các doanh nghiệp bị ảnh hưởng dưới hình thức giảm thuế, gia hạn thời gian nộp thuế cùng các biện pháp khác.

Nhìn chung, trong vai trò doanh nghiệp dẫn đầu thị trường với danh mục các thương hiệu hàng tiêu dùng bao gồm thực phẩm, đồ uống, thịt, bán lẻ hiện đại và tài chính tiêu dùng (thông qua phần lợi ích kinh tế nắm giữ trong Techcombank), Masan

đang hội tụ đủ các yếu tố để hưởng lợi từ triển vọng kinh tế vĩ mô đang dần được cải thiện tại Việt Nam, đặc biệt là từ nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng cao. Nếu đại dịch COVID-19 tiếp tục kéo dài, Masan Resources dự kiến sẽ bị ảnh hưởng nặng nề nhất (do biến động giá cả hàng hóa và mức độ hoạt động công nghiệp toàn cầu), tiếp đó sẽ là Techcombank. Với việc người tiêu dùng phải ở nhà nhiều hơn, doanh số bán lẻ và nhu cầu đối với các sản phẩm tiêu dùng của chúng tôi dự kiến sẽ tăng cao. Tuy nhiên, tác động trong dài hạn nếu đại dịch COVID-19 kéo dài vẫn cần được tiếp tục xem xét, đánh giá do thu nhập khả dụng của người tiêu dùng bị sụt giảm và do đó ảnh hưởng đến doanh số.

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

Năm 2019, Tập đoàn Masan (“MSN”) đạt doanh thu thuần 37.354 tỷ đồng, giảm 2,2% so với doanh thu thuần năm 2018 là 38.188 tỷ đồng. Masan Consumer Holdings (“MCH”) có mức tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ 8,6% nhờ chiến lược cao cấp hóa và ra mắt sản phẩm mới; trong khi đó doanh thu thuần của Masan Resources (“MSR”) giảm 31,4% do giá vonfram giảm và việc bán đồng bị trì hoãn. Masan MEATLife (“MML”), trước đây là Masan Nutri-Science (“MNS”), bị ảnh hưởng trầm trọng từ sự sụt giảm doanh số thức ăn chăn nuôi heo do dịch ASF, nên doanh thu giảm 1,3%. Trong năm 2019, EBITDA hợp nhất giảm 3,9% xuống



Thương mại điện tử và các kênh bán lẻ số là một trong những xu thế cần nắm bắt trong tương lai

còn 10.077 tỷ đồng, so với 10.482 tỷ đồng của năm 2018, chủ yếu do việc biên lợi nhuận hợp nhất giảm 180 điểm cơ bản, được bù đắp bởi tỉ lệ SG&A trên doanh thu hợp nhất giảm 30 điểm cơ bản. Biên EBITDA hợp nhất cho năm 2019 là 27,0%, giảm 40 điểm cơ bản so với 2018.

Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty trong hoạt động kinh doanh chính năm 2019 (không bao gồm lợi nhuận một lần) đạt 3.907 tỷ đồng, tăng 12,4% so với mức 3.477 tỷ đồng năm 2018. Biên lợi nhuận sau thuế của hoạt động kinh doanh chính đạt mức 10,5% trong năm 2019 so với mức 9,1% năm 2018. MCH và MML cùng việc giảm chi phí tài chính hợp nhất là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng lợi nhuận. EBITDA của MCH tăng 12,7% khi doanh thu tăng 8,6% và biên EBITDA tăng thêm 89 điểm cơ bản. Mặc dù doanh thu giảm 1,3%, EBITDA của MML tăng 25,6% do cải thiện 240 điểm cơ bản trong biên EBITDA. Thêm vào đó, chi phí tài chính hợp nhất giảm 28,8% cũng góp phần thúc đẩy tăng trưởng lợi nhuận. Lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty năm 2019 tăng 13% lên 5.558 tỷ đồng, so với mức 4.916 tỷ đồng trong năm 2018. Lợi nhuận sau thuế bao gồm khoản thu nhập một lần 1.651 tỷ đồng trong Quý 3/2019 do dàn xếp vụ kiện trọng tài quốc tế với Jacob's E&C Australia và khoản thu nhập một lần là 1.472 tỷ đồng trong Quý 2/2018 chủ yếu đến từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank.

Doanh thu thuần của MCH tăng 8,6% lên 18.845 tỷ đồng trong năm 2019 so với mức 17.346 tỷ đồng

năm 2018, nhờ vào chiến lược xây dựng thương hiệu dựa trên sản phẩm đột phá. Động lực chính đến từ sự tăng trưởng một chữ số của ngành hàng thực phẩm nhờ chiến lược cao cấp hóa và ra mắt sản phẩm mới, được hỗ trợ bởi mức tăng trưởng hai chữ số của danh mục đồ uống cũng như mức tăng trưởng gần gấp đôi của ngành hàng thịt chế biến, bù lại cho sự sụt giảm của ngành bia và cà phê. EBITDA năm 2019 tăng 12,7% lên 4.695 tỷ đồng so với 4.167 tỷ đồng năm 2018.

2019 đánh dấu năm thứ hai liên tiếp công ty có sự tăng trưởng ấn tượng từ kinh doanh thực phẩm và đồ uống nhờ chiến lược tập trung vào xây dựng thương hiệu. Doanh thu ngành gia vị trong năm 2019 tăng 4,2% nhờ tăng trưởng của danh mục nước mắm và tăng trưởng gấp 4 lần của doanh số hạt nêm. Hạt nêm tiếp tục vươn lên trở thành nhân tố đóng góp mạnh mẽ vào tăng trưởng doanh thu, chiếm 4,4% tổng doanh thu ngành gia vị trong năm 2019. Các sản phẩm cao cấp mới được giới thiệu ra thị trường như Nam Ngự Phú Quốc, Chín Su Mặn Mài, Chín-Su Cá Cơm Mùa Xuân tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng của danh mục gia vị cao cấp trong năm 2020. Thực phẩm tiện lợi tăng trưởng doanh thu 7,2% trong năm 2019 so với 2018, nhờ dòng sản phẩm cao cấp tăng 25,2%. Giải pháp bữa ăn hoàn chỉnh tiếp tục dẫn dắt tăng trưởng cho cả ngành hàng, với doanh thu thuần tăng lên gần 80% so với năm 2018. Doanh thu thuần của ngành đồ uống tăng 27,2% trong năm 2019 với động lực chính là mức tăng trưởng 32,5% của nước tăng lực và 15,2% của nước đóng chai. Nước tăng lực được thúc đẩy bởi tăng trưởng doanh số xấp

xi 30% của thương hiệu Wake-up 247, đồng thời thương hiệu Compact mới xuất hiện cũng đang dẫn khẳng định vai trò là một động lực tăng trưởng, chiếm khoảng 7% tổng doanh thu mặt hàng nước tăng lực của MCH. Thịt chế biến đạt tăng trưởng doanh thu thuần 96,1% trong năm 2019 nhờ đóng góp từ các sản phẩm mới tung, ví dụ như Heo Cao Bồi. Tăng trưởng của mảng cà phê là mối lo ngại khi doanh thu từ cà phê giảm 12,8% trong năm 2019 và Công ty đang xem xét các dạng thức sản phẩm mới như cà phê rang xay và cà phê uống liền bởi đây có thể là động lực tăng trưởng tiềm năng. Ngành bia có doanh thu thuần giảm 7,7% so với năm 2018. Thương hiệu bia mới “Red Ruby” được tung vào cuối năm 2019 và Ban điều hành đang tiếp tục theo dõi tiềm năng của sản phẩm này.

Năm 2020, MCH sẽ tập trung xây dựng nhiều thương hiệu cao cấp hơn nữa trong các danh mục để thúc đẩy tăng trưởng bền vững cho doanh thu và lợi nhuận. MCH cũng sẽ chú trọng xây dựng một danh mục sản phẩm vượt trội cho ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình qua việc tập trung vào hoạt động Nghiên cứu & Phát triển, cũng như cải thiện mạng lưới phân phối cho Công ty Cổ phần Bột giặt NET mà MCH vừa mua lại.

Doanh thu của MML năm 2019 giảm 1,3% còn 13.799 tỷ đồng, so với 13.977 tỷ đồng năm 2018. Mảng thức ăn cho heo bị ảnh hưởng trầm trọng bởi dịch ASF khi dịch bệnh đã làm chết 6 triệu con heo trong năm 2019 khiến tổng đàn heo trong nước giảm 9%. Năm 2019, doanh thu thức ăn gia súc giảm 25%, được bù đắp nhờ thức ăn gia

cầm tăng trưởng 13% và thức ăn thủy sản tăng trưởng 18%. Mảng kinh doanh thịt có thương hiệu MEATDeli của MML tiếp tục mở rộng quy mô đúng như mong đợi. Doanh số của MEATDeli trong tháng 12/2019 tăng gấp đôi so với tháng 6/2019 khi thương hiệu này cán mốc 102 tỷ đồng doanh thu trong tháng 12/2019, tương đương doanh thu cả năm (ARR) đạt khoảng 1.200 tỷ đồng. Tính đến tháng 12/2019, MML đã mở thành công 624 điểm bán có bảo quản lạnh tại Hà Nội và Tp.Hồ Chí Minh ở cả 3 mô hình – cửa hàng do công ty sở hữu, tại đối tác là kênh thương mại hiện đại và đại lý. MML cũng đã mở rộng danh mục sản phẩm thịt với việc tung phát kiến mới - sản phẩm thịt mát chế biến trong Quý 4/2019. Thịt mát chế biến sẽ trở thành động lực tăng trưởng chính không chỉ cho doanh thu mà còn giúp cải thiện biên lợi nhuận.

Biên lợi nhuận gộp của MML trong năm 2019 là 16,4%, tăng 140 điểm cơ bản so với mức 15,0% của năm 2018 nhờ giá cả hàng hóa thấp hơn. Biên EBITDA năm 2019 là 11,3%, tăng 240 điểm cơ bản so với 2018 nhờ biên lợi nhuận gộp cao hơn và tỷ lệ chi phí SG&A trên doanh thu giảm 30 điểm cơ bản. Ban Điều Hành sẽ tiếp tục hợp lý hóa chi phí để mang lại lợi nhuận hoạt động bền vững ở mức hai chữ số. Dự kiến lợi nhuận hoạt động sẽ cải thiện hơn nữa khi đóng góp từ danh mục thịt mát có thương hiệu tăng lên. Cùng với việc mở rộng mạng lưới phân phối của MEATDeli trong năm 2019 cộng hưởng với hơn 3.000 điểm bán lẻ hiện đại của VinCommerce (“VCM”), MEATDeli được kỳ vọng sẽ là động lực tăng trưởng chính trong tương lai gần.

Trong năm 2019, công ty liên kết của chúng tôi là Techcombank (TCB) có báo cáo lợi nhuận trước thuế (PBT) tăng 20,4% đạt 12.838 tỷ đồng trong năm 2019 so với mức 10.661 tỷ đồng trong năm 2018. Để biết thêm chi tiết, vui lòng tham khảo báo cáo thường niên của TCB.

Kết quả tài chính năm 2019 của Masan Resources bị ảnh hưởng do giá cả hàng hóa giảm và hoãn bán đồng tồn kho. MSR đạt doanh thu thuần 4.706 tỷ đồng năm 2019, giảm 31,4% so với mức 6.865 tỷ đồng năm 2018. Sản lượng vonfram giảm do sản xuất giảm, được bù đắp một phần nhờ tăng thu mua từ bên thứ ba. Sản lượng đồng giảm do hàm lượng đồng trong quặng thấp hơn, được bù đắp một phần nhờ tỷ lệ thu hồi cao hơn. Trong khi đó, sản lượng florit vẫn tương đương với năm 2018. Sản lượng bismut bị ảnh hưởng do dây chuyền sản xuất tạm ngừng hoạt động để bảo trì. Doanh thu cũng bị ảnh hưởng bởi các yếu tố: (1) giá bán vonfram thực tế thấp hơn dự kiến, (2) vonfram tồn kho do giá thị trường giảm, (3) lượng đồng tồn kho. MSR đang tiếp tục tìm kiếm các giải pháp xây dựng nhà máy tinh luyện để bán sản phẩm tại thị trường địa phương và đợi sự chấp thuận của cơ quan chức năng về việc xuất khẩu. Giá bán thực tế của florit cao hơn đã góp phần gia tăng doanh thu của florit và bù đắp phần nào cho các sản phẩm còn lại. Năm 2019, MSR đạt EBITDA 1.881 tỷ đồng, giảm 44% chủ yếu do giá vonfram thấp và sản lượng Đồng bán ra hạn chế. Mục tiêu tiếp theo của MSR là kiểm soát chi phí, ước tính sẽ giúp tiết kiệm gần 14 triệu USD, bù đắp phần nào cho ảnh hưởng của giá hàng hóa thấp hơn. Biên EBITDA duy trì ở mức

tích cực 40% so với mức EBITDA 49% của năm 2018, dù giá của sản phẩm vonfram giảm đáng kể và sản lượng đồng bán ra hạn chế. Như đã đề cập, với thương vụ mua lại mảng kinh doanh vonfram của H. C. Starck (thương vụ đang trong giai đoạn chờ phê duyệt của cơ quan quản lý), trong 5 năm tới đây, tầm nhìn của MSR là tăng trưởng và tạo ra dòng tiền ổn định qua các chu kỳ thị trường nhờ xây dựng chuỗi giá trị tích hợp trong thị trường vật liệu công nghiệp công nghệ cao.

Trong tháng 12 năm 2019, tập đoàn Masan đã đặt nền móng cho nền tảng tiêu dùng tích hợp với việc hoàn tất thương vụ sáp nhập của MCH và VCM để thành lập đoàn tiêu dùng lớn nhất Việt Nam. MSN 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 and 83,7% cổ phần VCM. Tính đến ngày 31/12/2019, VCM hiện đang vận hành 132 siêu thị VinMart, 2.900 cửa hàng VinMart+ và 14 nông trại công nghệ cao VinEco cung cấp rau củ quả tươi. VCM là nền tảng bán lẻ lớn nhất về số lượng điểm bán và chiếm gần 30% thị phần kênh bán lẻ hiện đại. Trong đó, sự vượt trội ở danh mục sản phẩm tươi sống là động lực thu hút khách hàng và gia tăng sự hiện diện của kênh bán lẻ hiện đại trong tương lai. Định vị giá trị “tươi ngon và chất lượng” của VCM sẽ có cộng hưởng tích cực với thương hiệu MEATDeli vốn đang có 60% thị phần trong VinMart và hiện đã được bán thử nghiệm thành công tại VinMart+. VCM cũng đang tiên phong trong chiến lược đa kênh với khả năng tiếp cận 8,7 triệu khách hàng thông qua siêu ứng dụng VinID.

Masan sẽ xây dựng phương thức bán hàng đa kênh (omni-channel) trong 5 năm tới nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng

Trong năm 2020, trọng tâm của VCM là vạch ra lộ trình cụ thể để đạt lợi nhuận và số hóa toàn bộ nền tảng. Chuỗi bán lẻ này cũng sẽ tiếp tục gia tăng sự hiện diện tại Hà Nội để củng cố thị phần, mở cửa hàng một cách có chọn lọc ở các tỉnh thành ngoài Hà Nội để thúc đẩy lợi nhuận; song song với việc đóng cửa các cửa hàng không có khả năng hòa vốn. VCM cũng sẽ chú trọng phát triển mô hình thành công tại Tp. Hồ Chí Minh và các đô thị loại 2 bằng cách địa phương hóa danh mục sản phẩm phù hợp hơn với nhu cầu của người tiêu dùng và tạo sự khác biệt cho định vị thương hiệu. Ngoài ra, đóng góp ngày càng tăng từ các thương hiệu riêng cũng sẽ giúp cải thiện lợi nhuận, song song với việc phát triển nền tảng công nghệ giúp theo dõi tồn kho theo thời gian thực và giúp cải thiện hiệu quả chuỗi cung ứng đồng thời giảm chi phí vận hành.

Tại thời điểm cuối năm 2019, tỷ lệ Tổng nợ/EBITDA của tập đoàn là 2,5x (không bao gồm tác động của việc mua lại VinCommerce), so với mức 2,1x vào cuối năm 2018, do nợ cao hơn và EBITDA thấp hơn chủ yếu do sụt giảm từ MSR. Tổng nợ tăng 36,5% lên 30.016 tỷ đồng vào cuối năm 2019 so với 21.995 tỷ đồng vào cuối năm 2018, chủ yếu là do việc xây dựng mảng kinh doanh thịt của MML, và khoản nợ 4,7 nghìn tỷ đồng do mua lại VinCommerce theo bảng cân đối kế toán vào ngày 31 tháng 12 năm 2019.

Xét về triển vọng dài hạn, chúng tôi tin rằng 2019 là năm bản lề cho sự chuyển đổi của Masan trong 5 năm tới. Trong giai đoạn này, Masan tin rằng các sản phẩm và thương hiệu hiện tại là chưa đủ để

đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về các sản phẩm độc đáo, mới lạ và những trải nghiệm tiêu dùng phù hợp với sở thích cá nhân. Với việc gia nhập lĩnh vực bán lẻ, chúng tôi hiện đã sở hữu hầu hết các yếu tố cần thiết để xây dựng một nền tảng “Tiêu dùng - Công nghệ” thực thụ. Nhờ vào công nghệ và hàng loạt điểm tương tác, chúng tôi và người tiêu dùng có thể kết nối liền mạch và hiệu quả từ đó rút ngắn khoảng cách giữa người tiêu dùng và nhà tiếp thị. Masan sẽ xây dựng phương thức bán hàng đa kênh (omni-channel) trong 5 năm tới để kích cầu tiêu dùng lớn bằng cách cung cấp danh mục sản phẩm và dịch vụ đa dạng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng để góp phần nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người Việt.

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.

Trong năm 2020, kinh tế Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng (dù dịch bệnh COVID-19 sẽ gây ra ảnh hưởng tiêu cực tới nền kinh tế trong 6 tháng đầu năm), nhờ vào kỳ vọng sức tiêu dùng trong nước được cải thiện do thu nhập khả dụng ngày càng cao, tầng lớp trung lưu gia tăng, tốc độ đô thị hóa cao và hệ thống ngân hàng có nhiều cải thiện.

Bất kỳ biến động nào trong giá cả hàng hóa trong năm 2020 đều có thể làm ảnh hưởng đến biên lợi nhuận của các mảng kinh doanh tập trung vào người tiêu dùng của Masan. Tăng trưởng GDP toàn cầu chậm lại, đặc biệt là ở Trung Quốc, các diễn biến chính trị, khả năng xảy ra chiến tranh thương mại và bảo hộ thương mại có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam, dẫn đến tăng trưởng kinh tế bị chậm lại. Ngoài ra, tình hình thiên tai có thể ảnh hưởng đến nông nghiệp Việt Nam, làm giảm sức mua của người tiêu dùng và ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế nói chung. Áp lực về nhu cầu ngoại tệ cũng như những yếu tố làm giảm giá trị tiền Đồng so với USD cũng có thể làm cho hàng nhập khẩu đắt hơn và đẩy giá cả hàng hóa và dịch vụ lên cao.

Thương mại điện tử và các kênh bán lẻ số là một trong những xu thế cần nắm bắt trong tương lai

Chuỗi giá trị thịt của Việt Nam

Là quốc gia đông dân thứ 15 thế giới với dân số gần 100 triệu người, lượng tiêu thụ thịt tại Việt Nam đang gia tăng khi thu nhập và dân số ngày một tăng. Mặc dù sản lượng chăn nuôi có tăng đều đặn trong các năm vừa qua, nhu cầu về thịt ngày càng tăng của người tiêu dùng vẫn chưa được đáp ứng đầy đủ. Toàn ngành đang bị tụt hậu bởi nhiều vấn đề từ kém vệ sinh đến sản xuất nhỏ lẻ, năng suất thấp và thiếu sản phẩm đột phá. Dịch bệnh như ASF, cúm gia cầm và các bệnh khác tiếp tục gây ra khó khăn, khủng hoảng cho chăn nuôi, dẫn đến chất lượng thấp và giá cả biến động.

Vì nhiều lý do mang tính lịch sử và thực tiễn, thịt heo là loại thịt được ưa chuộng tại Việt Nam. Gần 63% tổng lượng thịt tiêu thụ trong nước là thịt heo, do đó, chăn nuôi heo đóng vai trò then chốt trong ngành thịt của Việt Nam. Từ năm 2013 đến 2016, đàn heo ở Việt Nam tăng dần đều đặn ở mức 11% hàng năm, dẫn đến nguồn cung dư thừa. Cùng với nhu cầu bị giảm từ phía Trung Quốc nên đến giữa năm 2016, giá heo bắt đầu xuống thấp, chạm mức dưới 1 USD/kg heo hơi, khiến cho nhiều nông dân quy mô nhỏ phải giảm đàn. Đến khi thiếu nguồn cung năm 2018, giá heo bắt đầu tăng lại, nhưng lại gặp phải dịch ASF bùng phát vào đầu năm 2019, làm cho giá heo hơi một lần nữa biến động mạnh.

Việt Nam đã phải tiêu hủy gần 9% đàn heo trong năm 2019, dẫn đến tình trạng thiếu thịt heo toàn quốc, làm giá heo tăng mạnh vào nửa cuối của năm 2019.

Nhằm giải quyết những vấn đề kém hiệu quả của chuỗi cung ứng thịt heo, Masan tập trung xây dựng mô hình 3F – Feed (thức ăn chăn nuôi), Farm (trang trại giống heo và chăn nuôi heo), và Food (chế biến thịt) – kết hợp với việc xây dựng thương hiệu “MEATDeli” cho thị trường bán lẻ. Vào cuối năm 2018, Masan đưa vào vận hành trang trại heo đầu tiên của công ty ở Nghệ An và xây dựng tổ hợp chế biến thịt Hà Nam với công nghệ tiên tiến bậc nhất. Tháng 12 năm 2018, Masan thực hiện bước ngoặt đúng chỉ tiêu đề ra: Tung thương hiệu MEATDeli ra thị trường Hà Nội, xây dựng điểm bán là các cửa hàng do công ty sở hữu, tại hệ thống siêu thị VinMart và hợp tác với các cửa hàng bán lẻ. Trong năm 2019, Masan đã tiến hành xây dựng nhà máy chế biến thịt thứ 2 đặt ở miền Nam, và giới thiệu sản phẩm MEATDeli tại thị trường Tp. HCM và các tỉnh lân cận để phục vụ người tiêu dùng. Với thương hiệu MEATDeli, MML trở thành một công ty kinh doanh ngành hàng tiêu dùng với tiềm năng tăng trưởng bền vững dài hạn và biên lợi nhuận cao hơn đáng kể so với ngành thức ăn chăn nuôi từ trước đến nay. Nhưng trên hết, Masan hướng đến mục tiêu cung cấp cho người tiêu dùng sản phẩm thịt tươi ngon, an toàn, có thể truy xuất nguồn gốc với mức giá hợp lý.

Ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam

Là nước có tầng lớp trung lưu phát triển nhanh nhất Đông Nam Á, Việt Nam đang ghi nhận tỉ lệ tăng trưởng ấn tượng trong ngành hàng tiêu dùng và bán lẻ. Xu hướng này nhiều khả năng sẽ tiếp tục

trong tương lai, nhờ vào dân số trẻ và hành vi chi tiêu ngày càng mạnh của người tiêu dùng. Thương mại điện tử và các kênh bán lẻ số đang lên ngôi cũng là một trong những xu thế cần nắm bắt trong thời gian tới. Đặc điểm dân số học của Việt Nam cũng mở ra nhiều cơ hội màu mỡ cho nhu cầu tiêu dùng trong nước ngày càng tăng, và định hình một xu hướng tăng dần trong vài thập niên tới. Các xu hướng mới và đặc điểm nhân khẩu học sẽ làm ảnh hưởng đến thói quen tiêu dùng gồm: (i) Số lượng nhân viên nữ trong lực lượng lao động cao hơn, (ii) tỷ lệ đô thị hoá cao, (iii) lối sống bận rộn hơn và (iv) tăng cường đầu tư vào các hoạt động marketing. Các xu hướng này sẽ làm thay đổi lớn đến thị trường tiêu dùng như: (i) Nhu cầu cao cho thực phẩm tiện lợi, (ii) mối quan tâm lớn hơn cho sản phẩm chất lượng và an toàn, (iii) các sản phẩm có thương hiệu được ưu tiên lựa chọn và (iv) nhu cầu cho các sản phẩm mới và đa dạng.

Gia vị

Nước mắm đến nay vẫn là dòng sản phẩm chiếm tỷ trọng lớn nhất trong ngành gia vị, tiếp theo là nước tương và tương ớt. Trong những năm gần đây, xu hướng cao cấp hóa dựa trên chất lượng tốt hơn và thành phần tốt cho sức khỏe hơn 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 khởi xướng xu thế và dẫn đầu thị trường trong ngành Gia vị, nhờ luôn chú trọng vào năng lực Nghiên cứu & Phát triển vượt trội, có lộ trình cụ thể để ra mắt các phát kiến

đột phá, mang lại nhiều sản phẩm cao cấp tốt cho sức khỏe được hậu thuẫn bởi quy mô sản xuất, công nghệ, và mạng lưới phân phối vươn rộng khắp cả nước. Khả năng xây dựng thương hiệu của Masan, kết hợp với các sản phẩm mới đột phá đã mang lại thành công cho những nỗ lực ra mắt thương hiệu cao cấp trong 2 năm vừa qua, mà điển hình có thể kể đến Nam Ngư Phú Quốc, Chin-Su vị Mận Mả và Chin-Su Cá Cơm Mùa Xuân.

Thực phẩm tiện lợi

Việt Nam hiện đứng thứ 5 thế giới về tiêu thụ mì ăn liền, chỉ sau Trung Quốc, Indonesia, Ấn Độ và Nhật. Vì vậy, ngành thực phẩm tiện lợi ở Việt Nam luôn là một thị trường cạnh tranh khốc liệt, với nhiều doanh nghiệp, vô số thương hiệu cùng cạnh tranh dựa vào giá, mùi vị, thành phần và chất lượng. Hiện có đến hơn 50 nhà sản xuất mì ăn liền tại Việt Nam, trong đó Acecook đang dẫn đầu, theo sát là Masan với sản lượng lớn thứ 2 trên thị trường.

Trong vòng 3 năm qua, Masan đã tập trung vào chiến lược cao cấp hóa ngành hàng qua các dòng sản phẩm ăn liền của thương hiệu Omachi. Bằng cách kết hợp thương hiệu dẫn đầu về gia vị “Chin-Su” với các phát kiến mì ăn liền cao cấp mới và nền tảng dinh dưỡng vững mạnh (từ Ponnies, Heo Cao Bồi), Masan đã tung ra nhiều sản phẩm ăn liền phục vụ nhiều khẩu vị khác nhau. Nhờ vậy, danh mục thực phẩm tiện lợi của Masan tiếp tục tăng trưởng nhanh hơn nhiều so với dòng sản phẩm mì gói truyền thống tại Việt Nam.

Đồ uống

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. Các quảng cáo thường tập trung vào câu chuyện nước tăng lực có thể mang lại một cú hích năng lượng, giúp cho người tiêu dùng vượt qua lịch làm việc quay cuồng. 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” năm 2018, Masan tiến thêm một bước vào phân khúc nước tăng lực vị trái cây. Với sự hậu thuẫn của các chương trình marketing chiến lược và hệ thống phân phối rộng lớn nhất cả nước, chúng tôi hiện đang tập trung xây dựng một danh mục sản phẩm hoàn chỉnh cho ngành hàng này.

Nước đóng chai

Thị trường nước đóng chai ở Việt Nam 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, trình trạng này sẽ vẫn làm cho nhu cầu nước đóng chai 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. Trong 2 năm qua, thương hiệu mới “Vivant” – Nước khoáng cao cấp đã nhận được phản hồi tích cực từ người tiêu dùng và đạt tăng trưởng hai chữ số trong danh mục nước đóng chai của công ty năm 2019.

Cà phê

Việt Nam là nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới, sau Brazil. 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 “Vinacafe” 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. Masan liên tục phân tích và đánh giá các mô hình kinh doanh mới, đồng thời hoạch định

lộ trình cho các các phát kiến mới để phát triển thêm nhiều loại hình và hương vị cà phê mới.

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. Mặc dù vậy, các mặt hàng thịt chế biến và hải sản được bày bán trong kênh bán lẻ ở Việt Nam vẫn chưa đa dạng bằng thực phẩm được phục vụ tại các nhà hàng, quán ăn. Do đó, người tiêu dùng sẽ mong chờ các sản phẩm thịt và hải sản chế biến với hương vị và cách thức nấu đa dạng.

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 và phân phối rộng khắp trên thị trường. Kết quả kinh doanh cho thấy danh mục thịt chế biến có doanh số tăng gần gấp đôi trong năm 2019, và kỳ vọng tiếp tục tăng trưởng nhờ lộ trình tung sản phẩm mới được hoạch định bài bản, nắm bắt thị hiếu và khẩu vị của người tiêu dùng Việt Nam.

Bia

Giai đoạn 2017-2019, các doanh nghiệp kinh doanh bia ở Việt Nam đều gặp phải nhiều khó khăn và trở ngại trong việc phát triển doanh số và mở rộng thị trường. Trước hết là thuế tiêu thụ đặc biệt áp dụng cho bia tiếp tục gây áp lực cho các nhà sản xuất, trong khi giá bán không thể tăng thêm vì sẽ khó bán được hàng. Thêm nữa, chính sách khắt khe hơn đối với tiêu thụ đồ uống có cồn, đặc biệt là mức phạt cao hơn cho người lái xe sau khi uống



bia rượu cũng ảnh hưởng đáng kể đến thị trường bia. Mặc dù vậy, ngành hàng này vẫn được kỳ vọng sẽ có kết quả khá tốt trong trung hạn nhờ vào văn hóa uống bia tại quán, tốc độ đô thị hóa nhanh, dân số trẻ và thu nhập khả dụng ngày càng cao.

Sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình

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 hơn 4 tỷ USD, hiện đang bị chi phối bởi các sản phẩm và doanh nghiệp nước ngoài. 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. Masan Consumer đã mua lại đa số cổ phần của CTCP Bột giặt NET (“NET”) trong Quý 1/2020. NET là điểm khởi đầu chiến lược để Masan xây dựng nền tảng đa dạng hóa các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình. Masan và NET sẽ hợp tác cùng nhau để thúc đẩy tăng trưởng đáng kể thông qua việc xây dựng danh mục sản phẩm đột phá, đồng thời tích hợp NET với hệ thống phân phối của Masan để khai thác tối đa sức mạnh cộng hưởng.

Ngành bán lẻ tại Việt Nam

Các cửa hàng bán lẻ truyền thống hoặc chợ thực phẩm tươi sống chiếm gần 90% thị phần ngành bán lẻ tại Việt Nam. Quy mô ngành bán lẻ còn hạn chế và thiếu các dịch vụ chất lượng khi có đến hơn 1,5 triệu cửa hàng bán lẻ tại Việt Nam. Vì lí do này, kênh thương mại hiện đại đã có bước phát triển ấn tượng ở Việt Nam nhờ tầng lớp trung lưu tăng nhanh thuộc hàng cao nhất ở Đông Nam Á, cơ cấu dân số trẻ và tăng trưởng tiêu dùng mạnh mẽ. Trên thực tế, sự phát triển của các kênh bán lẻ kỹ thuật số và thương mại điện tử tại Việt Nam là một trong những xu hướng nổi bật cần nắm bắt trong tương lai.

Dù tiềm năng phát triển rất hấp dẫn, mức độ cạnh tranh trong ngành này tại Việt Nam cũng vô cùng khốc liệt. Ở tất cả các hình thức bán lẻ khác nhau như siêu thị, cửa hàng tiện lợi và siêu thị mini, các ông lớn trong ngành bán lẻ trong và ngoài nước đã và đang cạnh tranh gay gắt với chiến lược mở rộng thị phần mạnh mẽ.

Tháng 12/2019, Masan Group đã thiết lập nền tảng tiêu dùng tích hợp thông qua thỏa thuận sáp nhập MCH và VCM để thành lập tập đoàn hàng tiêu dùng - bán lẻ hàng đầu Việt Nam. VCM có mạng lưới bán lẻ hiện đại lớn nhất về số lượng điểm bán và danh mục hàng tươi sống có chất lượng vượt trội. Đây là yếu tố then chốt giúp thu hút khách hàng, cũng như thâm nhập thị trường bán lẻ hiện đại trong tương lai. Đồng thời, định vị giá trị sản phẩm tươi sống và chất lượng của VCM mang đến sức

ạnh hiệp lực đáng kể khi kết hợp cùng thương hiệu thịt mát MEATDeli. Tiếp đến, VCM là đơn vị tiên phong trong chiến lược đa kênh với khả năng tiếp cận 8,7 triệu khách hàng thông qua siêu ứng dụng VinID. Trong tương lai gần, ưu tiên của VCM sẽ là vạch ra lộ trình rõ ràng để đạt lợi nhuận, số hóa toàn bộ nền tảng với chiến lược tích hợp xuyên suốt từ offline đến online. Ngoài ra, VCM cũng sẽ tiếp tục gia tăng sự hiện diện thông qua việc mở cửa hàng một cách có chọn lọc, địa phương hóa danh mục sản phẩm phù hợp hơn với nhu cầu của người tiêu dùng và thúc đẩy xây dựng danh mục nhãn hàng riêng để góp phần đưa Masan thành doanh nghiệp bán lẻ hiện đại có sức cạnh tranh vượt trội tại Việt Nam.

Ngành ngân hàng tại Việt Nam

Kinh tế Việt Nam đã không ngừng tăng trưởng cao kể từ năm 2014 và 2019 tiếp tục là một năm thuận lợi khi tăng trưởng GDP đạt trên 7%. Tăng trưởng tín dụng trong năm 2019 ước tính khoảng 13,6% cho toàn ngành, với lạm phát trong mức kiểm soát được là 3,6%. Tính đến cuối năm 2019, đã có 19 ngân hàng công bố tuân thủ các tiêu chuẩn theo Basel II, đồng thời tỷ lệ nợ xấu được quản lý tốt tại hầu hết các ngân hàng. Năm 2019 là một năm đặc trưng với thanh khoản dồi dào trong hệ thống, cho phép lãi suất được giữ ở mức tương đối thấp. Mức lãi suất tương đối thấp chủ yếu do các yếu tố sau: Dự trữ ngoại hối cao hơn (~80 tỷ USD) và lập trường ủng hộ tăng trưởng của chính phủ thông qua 2 lần cắt giảm lãi suất theo chính sách vào tháng 9 và tháng 12 năm 2019.

Xét về triển vọng năm 2020, sự giám sát chặt chẽ sẽ mang lại rất nhiều lợi thế cho các ngân hàng tuân thủ Basel II như Techcombank. Tăng trưởng tín dụng sẽ gặp phải nhiều thách thức do các quy định mới thắt chặt, song song với sự phát triển của thị trường trái phiếu doanh nghiệp khi các đợt phát hành trái phiếu ra công chúng đang gia tăng mạnh mẽ. Sự bùng phát của dịch bệnh do virus Corona và các động thái chính sách từ chính phủ để hỗ trợ các doanh nghiệp cũng có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngành ngân hàng trong năm nay.

Thị trường vonfram toàn cầu

Căng thẳng thương mại Mỹ-Trung tiếp tục tác động lên thị trường vonfram trong năm 2019. Giá vonfram vốn bị ảnh hưởng bởi nhu cầu cho các sản phẩm chế biến sâu giảm (chủ yếu trong ngành sản xuất ô-tô) càng trầm trọng hơn do sự bất định việc bán kho dự trữ vonfram trên sàn giao dịch kim loại Fanya tại Trung Quốc. Giá bị giảm đáng kể khi kho dự trữ này bắt đầu được đấu giá vào Quý 3/2019 nhưng sau đó phục hồi nhanh chóng khi kho dự trữ được tập đoàn Molybdenum của Trung Quốc mua lại. Giá vào khoảng cuối năm 2019 đã trở lại mức 230-240 USD/MTU, nhưng triển vọng trong năm 2020 vẫn không chắc chắn do giá dầu giảm mạnh gần đây, và sự bùng phát của virus Corona với hàng loạt ca nhiễm trên toàn thế giới cũng đang làm ảnh hưởng đến nhu cầu vonfram từ những nơi tiêu thụ cuối vốn có quy mô lớn nhất.

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) Masan Consumer Holdings (“MCH”), hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế trong các mảng kinh doanh thực phẩm, đồ uống có thương hiệu, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình như: Masan Consumer (“MSC”) và Masan Brewery (“MB”); ii) Masan MEATLife (“MML”), công ty chế biến thịt có thương hiệu (“MEATDeli”) hiện đang nắm giữ lợi ích kinh tế tại các công ty sản xuất thức ăn gia súc gồm Proconco, ANCO, trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An, tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam và công ty liên kết VISSAN iii) Masan Resources (“MSR”); iv) Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“VCM”); và v) công ty liên kết Ngân hàng Techcombank. 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 31/12/2019, chúng tôi nắm giữ 60% lợi ích kinh tế tại MCH, phần còn lại thuộc sở hữu của Tập đoàn Singha và chủ sở hữu trước đây của VCM, đối tác hoán đổi cổ phần trong thương vụ

sáp nhập năm 2019. 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 31/12/2019, chúng tôi nắm giữ 58,6% lợi ích kinh tế tại VCM, phần còn lại thuộc sở hữu của Tập đoàn VinGroup và 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 VCM 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 31/12/2019, chúng tôi nắm giữ 95,99% cổ phần tại MSR, phần còn lại thuộc sở hữu của Ban Điều Hành 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 MSR 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 31/12/2019, chúng tôi nắm giữ 87,27% lợi ích kinh tế tại MML, phần còn lại thuộc sở hữu của Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (“KKR”), Ban Điều Hành và các nhà đầu tư bên thứ ba. 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 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.

Masan Consumer Holdings cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như 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 thực hiện 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

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

Masan MEATLife hiện đã tích hợp mô hình 3F và sẽ tiếp tục mở rộng hệ thống này trong tương lai. Giá heo hơi và heo thịt là yếu tố quan trọng để đảm bảo lợi nhuận của chúng tôi. Ngoài ra, ngành thức ăn chăn nuôi hiện nay khá phân mảnh, nên chưa có sự đảm bảo rằng chúng tôi có thể cạnh tranh hiệu quả với các đối thủ cạnh tranh hiện tại hoặc tiềm năng. MML vận hành trang trại heo và tổ hợp chế biến thịt quy mô lớn cũng như không ngừng mở rộng hệ thống bán lẻ để tiêu thụ thịt mát và các sản phẩm thịt chế biến có thương hiệu trên thị trường. Do vậy, giá heo hơi, heo thịt và các yếu tố khác sẽ ảnh hưởng tới thị trường heo nói chung của Việt Nam cũng như tác động đến hoạt động kinh doanh của chúng tôi.

VinCommerce 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

các danh mục sản phẩm. Với sự gia nhập của nhiều thương hiệu và công ty thực phẩm quốc tế nổi tiếng, thị trường bán lẻ tại Việt Nam sẽ ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn. 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. VCM 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 của chúng tôi giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động kinh doanh.

Masan Resources đang vận hành mỏ vonfram lớn nhất thế giới và các sản phẩm hóa chất chế biến sâu, mà phần lớn doanh thu và dòng tiền sẽ đến từ hoạt động xuất khẩu. Tỷ lệ doanh thu từ ngoại tệ sẽ tiếp tục tăng sau khi thương vụ sáp nhập với H. C. Starck được hoàn tất. Công ty sẽ cạnh tranh với những nhà sản xuất vonfram, florit, bismut và đồng trên các thị trường khoáng

sản thế giới bao gồm các nhà sản xuất từ Trung Quốc, chủ yếu dựa vào chất lượng, giá cả, chi phí vận chuyển và độ tin cậy của nguồn cung. Không thể bảo đảm rằng các đối thủ cạnh tranh với MSR sẽ không tìm cách bán khoáng sản có phẩm cấp cao hơn cũng như giảm giá mạnh để giành thị phần hay thăm dò thêm các khu mỏ để tiếp cận hơn hoặc tạo nguồn cung đáng tin cậy hơn.

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 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 số lượng 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 phụ thuộc trực tiếp vào triển vọng kinh tế Việt Nam và thế giới. Do đó, nếu các nền kinh tế trải qua một cuộc suy thoái kinh tế, điều này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến công ty chúng tôi.

Kết quả tài chính của Masan Resources 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 tài nguyên của chúng tôi.

Tác động của đại dịch COVID-19 vẫn còn rất khó lường.

COVID-19 dự kiến sẽ làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến triển vọng kinh tế thế giới và hiện vẫn chưa có dấu hiệu nào cho thấy đại dịch có thể được kiểm soát. Việc gián đoạn kinh doanh trên nhiều lĩnh vực dự kiến sẽ tác động mạnh tới nhiều hoạt động của chúng tôi, tuy nhiên những hệ quả cụ thể vẫn đang được xem xét.



Báo cáo Tài chính

Báo cáo Kết quả Kinh doanh Hợp nhất

	2019	2018
Đơn vị triệu đồng	Kiểm toán	Kiểm toán
Doanh thu gộp	38.818.747	39.378.747
Các khoản giảm trừ	(1.464.660)	(1.191.130)
Doanh thu thuần	37.354.087	38.187.617
Giá vốn hàng bán	(26.412.939)	(26.306.208)
Lợi nhuận gộp	10.941.148	11.881.409
Chi phí bán hàng	(3.994.895)	(4.314.253)
Chi phí quản lý doanh nghiệp	(2.103.408)	(2.015.388)
Thu nhập tài chính	1.188.183	1.901.793
Chi phí tài chính	(2.200.562)	(3.090.914)
Lợi nhuận từ Công ty liên kết	2.182.410	1.914.340
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	6.012.876	6.276.987
Các hoạt động khác	1.092.214	(33.163)
Lợi nhuận trước thuế	7.105.090	6.243.824
Thuế	(740.475)	(622.319)
Lợi nhuận thuần	6.364.615	5.621.505
Phân bổ cho		
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	807.044	705.008
Chủ sở hữu của Công ty	5.557.571	4.916.497

Bảng Cân đối Kế toán Hợp nhất

	31/12/2019	31/12/2018
Đơn vị triệu đồng	Kiểm toán	Kiểm toán
TÀI SẢN NGẮN HẠN	24.261.892	12.499.618
Tiền và các khoản tương đương tiền	6.800.528	4.585.889
Đầu tư ngắn hạn	784.454	375.848
Phải thu thuần từ hoạt động kinh doanh	1.134.787	1.417.250
Phải thu khác	4.282.989	995.305
Hàng tồn kho	9.621.821	4.333.191
Tài sản ngắn hạn khác	1.637.313	792.135
TÀI SẢN DÀI HẠN	73.035.359	52.078.995
Các khoản phải thu dài hạn	1.599.646	1.377.124
Tài sản cố định	40.791.699	29.203.764
TSCĐ hữu hình	29.170.881	23.798.207
TSCĐ vô hình	11.620.818	5.405.557
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	3.278.972	2.171.342
Đầu tư dài hạn	17.505.857	15.347.915
Tài sản dài hạn khác	9.859.185	3.978.850
TỔNG TÀI SẢN	97.297.251	64.578.613

Đơn vị triệu đồng	31/12/2019 Kiểm toán	31/12/2018 Kiểm toán
NỢ NGẮN HẠN	30.492.191	15.795.515
Vay và nợ ngắn hạn	18.340.185	9.243.779
Phải trả người bán	5.635.395	2.668.610
Người mua trả tiền trước	1.178.905	334.553
Thuế & các khoản phải nộp Nhà nước	770.004	429.861
Phải trả người lao động	291.683	300
Chi phí phải trả	4.110.502	2.791.050
Các khoản phải trả, phải nộp khác	165.517	327.362
NỢ DÀI HẠN	14.916.653	14.703.420
Vay và nợ dài hạn	11.675.842	12.751.649
Nợ dài hạn khác	3.240.811	1.951.771
NỢ PHẢI TRẢ	45.408.844	30.498.935
VỐN CHỦ SỞ HỮU	51.888.407	34.079.678
Vốn cổ phần	11.689.464	11.631.495
Thặng dư vốn cổ phần	11.084.357	11.084.417
Vốn khác của chủ sở hữu	(8.563.690)	(9.426.958)
Cổ phiếu quỹ	-	-
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	11.033	4.402
Lợi nhuận giữ lại	28.558.952	16.193.388
Lợi ích của cổ đông không kiểm soát	9.108.291	4.592.934
TỔNG NGUỒN VỐN	97.297.291	64.578.613

Các Chỉ số Tài chính

	31/12/2019	31/12/2018
Hệ số thanh toán hiện thời	0.8x	0.8x
Hệ số thanh toán nhanh	0.5x	0.5x
Tổng Nợ/EBITDA*	2.5x	2.1x
Tổng Nợ/Tổng tài sản	0.3x	0.3x
Vòng quay hàng tồn kho	4.5x	6.1x
Số ngày tồn kho (ngày)	82	60
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROAE)*	18.0%	22.2%
Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân (ROAA)*	9.0%	8.8%
Doanh thu thuần/Tổng tài sản*	49.0%	59.1%
Biên EBIT	18.8%	19.6%
Biên EBITDA	27.0%	27.4%
Biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty	14.9%	12.9%
Biên lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty của các hoạt động kinh doanh chính	10.4%	9.1%

* Loại trừ tác động của việc mua lại VCM

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

Phần này là phân tích về kết quả tài chính cả năm 2019 của Ban Điều hành. 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.

Doanh thu

	2019	2018
Đơn vị triệu đồng	Kiểm toán	Kiểm toán
Doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh		
Masan Consumer Holdings (“MCH”)	18.845.240	17.345.752
Masan MEATLife (“MML”)	13.798.751	13.976.854
Masan Resources (“MSR”)	4.706.130	6.865.011
Tổng cộng	37.354.087	38.187.617

Doanh thu thuần giảm 2,2% còn 37.354 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 38.188 tỷ đồng trong năm 2018. Nguyên nhân của sự sụt giảm này đến từ mức giảm 31,4% doanh thu của MSR còn 4.706 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 6.865 tỷ đồng trong năm 2018 do giá vonfram giảm 22% cũng như trì hoãn việc bán đồng. Doanh thu của MML giảm nhẹ xuống còn 13.799 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 13.977 tỷ đồng của năm 2018 do tác động của dịch tả heo châu Phi dẫn đến việc tiêu hủy gần

9% tổng đàn heo Việt Nam. Tuy nhiên, trong năm 2019, MML tiếp tục xây dựng chuỗi giá trị thương hiệu “MEATDeli” và tăng quy mô mạng lưới bán lẻ lên hơn 600 điểm bán hàng nhằm đáp ứng nhu cầu chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng về sản phẩm thịt truy xuất được nguồn gốc, ngon và an toàn cho sức khỏe.

Năm 2019, MCH đã có thêm một năm kinh doanh thành công khi doanh thu thuần tăng

8,6% lên 18.845 tỷ đồng từ mức 17.346 tỷ đồng trong năm 2018. Trọng tâm của MCH trong việc xây dựng các thương hiệu tiêu dùng đột phá đã giúp tái cấu trúc thành công mô hình kinh doanh từ “bán hàng hoá” sang “xây dựng thương hiệu”. Chiến lược “cao cấp hóa” tiếp tục có kết quả tốt nhờ vào áp dụng các phát kiến mới trong ngành hàng gia vị và thực phẩm tiện lợi, thêm vào đó, ngành hàng đồ uống và thịt chế biến cũng đạt tăng trưởng cao.

Lợi nhuận gộp

	2019	2018
Đơn vị triệu đồng	Kiểm toán	Kiểm toán
Lợi nhuận gộp theo lĩnh vực kinh doanh		
Masan Consumer Holdings	7.890.155	7.571.676
Masan MEATLife	2.266.603	2.096.950
Masan Resources	734.985	2.161.462
Tổng cộng	10.941.148	11.881.409

Lợi nhuận gộp hợp nhất giảm 7,9% xuống còn 10.941 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 11.881 tỷ đồng năm 2018. Vì lí do đó, biên lợi nhuận gộp của Masan Group giảm còn 29,3% trong năm 2019 từ mức 31,1% của năm 2018. Nhìn chung, MCH đóng góp 72% lợi nhuận gộp hợp nhất trong năm 2019, đứng thứ 2 là MML với 21% và MSR với 7%.

Lợi nhuận gộp của MSR giảm 66,0% xuống còn 735 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 2.161 tỷ đồng năm 2018, chủ yếu do giá hàng hóa giảm và việc hoãn bán sản phẩm đồng, do đó biên lợi nhuận gộp của MSR giảm xuống còn 15,6% trong năm 2019 so với 31,5% năm 2018. Lợi nhuận gộp của MCH tăng lên 7.890 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 7.572 tỷ đồng năm 2018 chủ yếu nhờ tăng trưởng doanh thu ròng 8,6% mặc dù biên lợi nhuận gộp có giảm từ 43,7% năm 2018 xuống còn 41,9% năm 2019. Nguyên nhân suy giảm biên lợi nhuận gộp là do tỷ suất lợi nhuận thấp hơn từ sản phẩm hạt nêm trong phân khúc gia vị, thay đổi chính sách kế toán cho thực phẩm tiện lợi,

được bù đắp bằng tỷ suất lợi nhuận cao hơn ở ngành hàng nước tăng lực. Lợi nhuận gộp của MML đã tăng từ 2.097 tỷ đồng trong năm 2018 lên 2.266 tỷ đồng vào năm 2019, mặc dù doanh thu thấp hơn. Biên lợi nhuận gộp tăng từ 15,0% năm 2018 lên 16,4% trong năm 2019 nhờ giá cả hàng hóa thấp hơn.

Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng trong năm 2019 giảm 7,4% xuống còn 3.995 tỷ đồng từ mức 4.314 tỷ đồng năm 2018. Nhờ vậy, chi phí bán hàng tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần trong năm 2019 giảm xuống 10,7% từ mức 11,3% trong năm 2018. Tỷ lệ chi phí phí bán hàng trên doanh thu thuần của MCH giảm từ 19,8% trong năm 2018 xuống còn 19% trong năm 2019. Tại MML, việc chuẩn hóa chính sách bán hàng và tối ưu hóa nhân sự bán hàng giúp giảm chi phí bán hàng, vì vậy, tỉ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu thuần giảm nhẹ từ mức 5,5% trong năm 2018 xuống còn 5,4% trong năm 2019. Còn đối với MSR, chi phí bán hàng gần như

không đổi, duy trì ở mức 116 tỷ đồng trong năm 2019 so với 104 tỷ đồng năm 2018.
Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí quản lý doanh nghiệp trong năm 2019 tăng 4,4% lên 2.103 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 2.015 tỷ đồng năm 2018. Chi phí quản lý doanh nghiệp tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần tăng từ mức 5,3% năm 2018 lên 5,6% trong năm 2019.

Thu nhập tài chính

Thu nhập tài chính giảm 37,5% xuống còn 1.188 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 1.902 tỷ đồng năm 2018. Thu nhập tài chính trong năm 2019 bao gồm 809 tỷ đồng từ dàn xếp vụ kiện trọng tài quốc tế với Jacob’s Australia và khoản thu nhập một lần (không phải kinh doanh chính) trị giá 1.472 tỷ đồng chủ yếu đến từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu của MSN trong Techcombank do kết quả của việc phát hành cổ phiếu cho cổ đông mới với giá trị lớn hơn giá trị cổ đông hiện tại đang sở hữu.

Chi phí tài chính

Chi phí tài chính giảm 28,8% xuống còn 2.201 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 3.091 tỷ đồng trong năm 2018, chủ yếu do tiền lãi phải trả cho trái chủ giảm. Trong Quý 4/2018, tổng dư nợ của MSN đã giảm gần 13 nghìn tỷ đồng bằng việc trả nợ trái phiếu đang lưu hành tại MSN và MCH cũng như hoàn trả khoản vay ngắn hạn tại MML.

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 14,0% lên 2.182 tỷ đồng trong năm 2019 từ mức 1.914 tỷ đồng năm 2018, do lợi nhuận cao hơn từ Techcombank trong năm 2019.

Lợi nhuận sau thuế

Trong năm 2019, Tập đoàn đã báo cáo lợi nhuận sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty cho hoạt động kinh doanh chính (không bao gồm lợi nhuận 1 lần) đạt mức 3.907 tỷ đồng, tăng 12,4% so với mức 3.477 tỷ đồng trong năm 2018. Lợi nhuận biên cho hoạt động kinh doanh chính tăng lên 10,5% trong năm 2019 so với mức 9,1% cùng kỳ năm ngoái. Kết quả kinh doanh thành công của MCH, MML cũng như giảm chi phí tài chính hợp nhất là những động lực chính thúc đẩy tăng trưởng

lợi nhuận. EBITDA của MCH đã tăng 12,7% khi doanh thu tăng 8,6% và biên EBITDA tăng thêm 89 điểm cơ bản. EBITDA của MML tăng 25,6%, do biên EBITDA cải thiện 240 điểm cơ bản mặc dù doanh thu giảm 1,3%. Theo đó, chi phí tài chính hợp nhất giảm 28,8% cũng góp phần thúc đẩy tăng trưởng lợi nhuận.

Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông của Công ty tăng 13,0% đạt 5.558 tỷ đồng so với mức 4.916 tỷ đồng của năm 2018. Lợi nhuận thuần bao gồm khoản lợi nhuận một lần thuần trị giá 1.651 tỷ đồng từ MSR vào Quý 3/2019 do dàn xếp vụ kiện trọng tài quốc tế giữa NPMC với Jacobs và khoản thu nhập một lần là 1.472 tỷ đồng trong Quý 2/2018 chủ yếu đến từ giả định bán một phần tỷ lệ sở hữu trong Techcombank

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, tăng lên 7.585 tỷ đồng tại ngày 31/12/2019 so với mức 4.962 tỷ đồng tại ngày 31/12/2018.

Dòng tiền chi chủ yếu là cho chi phí lãi thuần 1.600 tỷ đồng, vốn đầu tư TSCĐ 4.200 tỷ đồng, chia cổ tức bằng tiền mặt 400 tỷ đồng cho cổ đông của công ty con. Dòng tiền thu được chủ yếu đến từ 7.000 tỷ đồng từ hoạt động kinh doanh, 3.200 tỷ đồng vay ròng và 644 tỷ đồng tiền mặt do ảnh hưởng từ thương vụ mua lại VCM.

Hàng tồn kho

Hàng tồn kho tăng lên 9.622 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2019 so với mức 4.333 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2018, chủ yếu do ảnh hưởng của việc sáp nhập VinCommerce (3.700 tỷ đồng) tính đến ngày 31/12/2019. Nếu không bao gồm việc hợp nhất VCM, tồn kho của MSN đã tăng lên thành 82 ngày so với 60 ngày trong năm 2018, do trì hoãn việc bán đồng tại MSR.

Tài sản cố định

Vào ngày 31/12/2019, tài sản cố định đạt mức 40.792 tỷ đồng so với mức 29.203 tỷ đồng vào ngày 31/12/2018. Nguyên nhân tăng chủ yếu là do ảnh hưởng của việc hợp nhất VCM (12 nghìn tỷ đồng) và chi đầu tư TSCĐ trong năm 2019. Chi đầu tư TSCĐ năm 2019 phần lớn dành cho việc xây dựng chuỗi giá trị thịt của chúng tôi tại MML, thịt chế biến, nước mắm cốt, tăng công suất nước tăng lực tại MCH cũng như bảo trì và mở rộng đập thải đuôi quặng bên cạnh các hoạt động nâng cấp khác.

Đầu tư vào Công ty liên kết

Đầu tư vào công ty liên kết thể hiện ở lợi ích kinh tế của MSN tại Techcombank, VISSAN và Cholimex tại ngày 31/12/2019. Đầu tư vào công ty liên kết cũng bao gồm các khoản đầu tư vào công ty liên kết khác của Proconco – một công ty con gián tiếp của MSN.

Tổng tài sản

Tổng tài sản tăng 50,1% lên 97.297 tỷ đồng vào ngày 31/12/2019 so với mức 64.579 tỷ đồng tại ngày 31/12/2018. Nguyên nhân chủ yếu là do việc gia tăng tài sản cố định từ thương vụ mua lại VCM (21 nghìn tỷ đồng), qua đó làm tăng số dư tiền mặt và hàng tồn kho như đã phân tích ở trên.

Các khoản vay

Vào ngày 31/12/2019, các khoản vay ngắn hạn và dài hạn tăng 36,5% lên 30.016 tỷ đồng từ mức 21.995 tỷ đồng tại ngày 31/12/2018. Nguyên nhân tăng chủ yếu là do hợp nhất khoản nợ 4.715 tỷ đồng từ việc mua lại VCM và trang trải chi phí đầu tư TSCĐ trị giá 4,2 nghìn tỷ đồng trong năm 2019.

Vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu tại thời điểm ngày 31/12/2019 đạt 51.888 tỷ đồng, tăng 52,2% so với mức 34.080 tỷ đồng tại ngày 31/12/2018. Mức tăng này chủ yếu là do phần đóng góp của lợi nhuận thuần trong năm 2019 tăng 6.364 tỷ đồng và khoản lợi nhuận 9.063 tỷ đồng do ảnh hưởng ròng của việc mua lại VCM.



Triển vọng Tài chính năm 2020

Triển vọng tương lai của MSN được thể hiện theo bối cảnh kinh doanh hiện nay và có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố rủi ro đã nêu trong báo cáo này. Có nhiều yếu tố chúng tôi không dự đoán được nhưng có thể ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh như tỉ giá hối đoái, những thay đổi trong tình hình kinh tế trong nước và quốc tế, các sự kiện thể giới và tăng trưởng chi tiêu của người tiêu dùng. Chúng tôi vẫn đang tiếp tục theo dõi những tác động của COVID-19 và chưa thể đánh giá đầy đủ ảnh hưởng của đại dịch này trong những dự báo ở thời điểm hiện tại của chúng tôi.

Dựa vào hoạt động kinh doanh 3 tháng đầu năm 2020, chúng tôi kỳ vọng doanh thu thuần hợp nhất của Masan Group năm 2020 tăng trưởng mạnh mẽ ở mức hai chữ số, đồng thời lợi nhuận sẽ khởi sắc trong nửa cuối năm. Nhìn chung, chúng tôi tin rằng tác động của đại dịch sẽ ở mức tối thiểu đối với Công ty vì phần lớn hoạt động kinh doanh của Masan hướng đến những nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng. Cụ thể hơn, xin vui lòng tham khảo định hướng và quan điểm chiến lược của từng công ty thành viên dưới đây:

VCM: Biên EBITDA năm 2020 của VCM sẽ từ -3% đến 0, có được mô hình hòa vốn vào nửa cuối của năm 2020.

- Ưu tiên hàng đầu là hợp lý hóa hiệu quả hoạt động, bao gồm giá vốn hàng bán, kho vận và chi phí phi thương mại.
- Phát triển một danh mục hàng hóa chủ chốt và đảm bảo các sản phẩm trong danh mục có mặt tại tất cả các cửa hàng, đồng thời bổ sung thêm danh mục sản phẩm phù hợp với từng vùng miền.

- Hợp lý hóa vận hành và tối ưu hóa các cửa hàng dựa trên các chỉ số và chỉ tiêu về lợi nhuận.
- Xây dựng định vị thương hiệu rõ nét cho chuỗi siêu thị và siêu thị mini.

MCH: dự kiến MCH sẽ đạt tăng trưởng doanh thu trên 15% và tăng trưởng lợi nhuận hai chữ số nhờ sự đóng góp của các ngành hàng sau:

- Gia vị: gia tăng tỷ trọng đóng góp của các sản phẩm cao cấp và điều chỉnh danh mục hạt nêm của chúng tôi cho phù hợp với mô hình tài chính tổng thể của ngành hàng gia vị.
- Thực phẩm tiện lợi (bao gồm các loại thịt chế biến): tiếp tục tập trung vào chiến lược cao cấp hóa sản phẩm và dẫn đầu về danh mục bữa ăn hoàn chỉnh. Chúng tôi tin rằng sau khi dịch bệnh COVID-19 qua đi, người tiêu dùng sẽ tiếp tục chuyển sang sử dụng các sản phẩm đóng gói chế biến sẵn và ăn tại hàng quán ít hơn trước.
- Đồ uống: tập trung tăng cường danh mục nước tăng lực và tiếp tục mở rộng thị phần bằng nhiều thương hiệu ở các phân khúc khác nhau. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng sẽ tiếp tục mở rộng mạng lưới phân phối trên toàn quốc.
- Chăm sóc cá nhân và gia đình: tích hợp thành công sau khi mua lại CTCP Bột giặt NET vào tháng 2/2020 và tạo ra giá trị cộng hưởng bằng cách tận dụng các điểm bán hàng của chúng tôi để đưa thương hiệu và sản phẩm của NET có mặt ở khắp nơi.
- Sáng kiến chiến lược: tăng cường hiện diện của các thương hiệu và sản phẩm của

chúng tôi trong kênh bán hàng hiện đại với mục tiêu tăng gấp đôi doanh thu thuần so với năm 2019.

MML: Phấn đấu doanh thu từ thịt đóng góp 20% trong tổng doanh thu thuần hợp nhất và xây dựng nền tảng sản phẩm thịt chế biến để tạo ra giá trị gia tăng. Thức ăn chăn nuôi dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ vừa phải và có tiềm năng tăng mạnh nếu việc tái đàn được đẩy nhanh để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước.

- Giá gia súc: Do thâm hụt nguồn cung từ chăn nuôi, giá lợn hơi đã tăng lên khoảng 80.000 đến 90.000 đồng/kg. Điều này dẫn đến một số áp lực ngắn hạn lên biên lợi nhuận của hoạt động kinh doanh thịt. Tuy nhìn nhận khó khăn này là ngắn hạn, chúng tôi vẫn đang chủ động phát triển mô hình chuỗi cung ứng để giảm thiểu tác động của chu kỳ giá lợn hơi.

MSR: Tập trung hoàn thành việc tích hợp HCS để trở thành nhà chế biến sản phẩm vonfram cận sâu (midstream) giá trị gia tăng trên toàn cầu, qua đó giảm bớt rủi ro biến động giá vonfram trong chu kỳ hàng hóa.

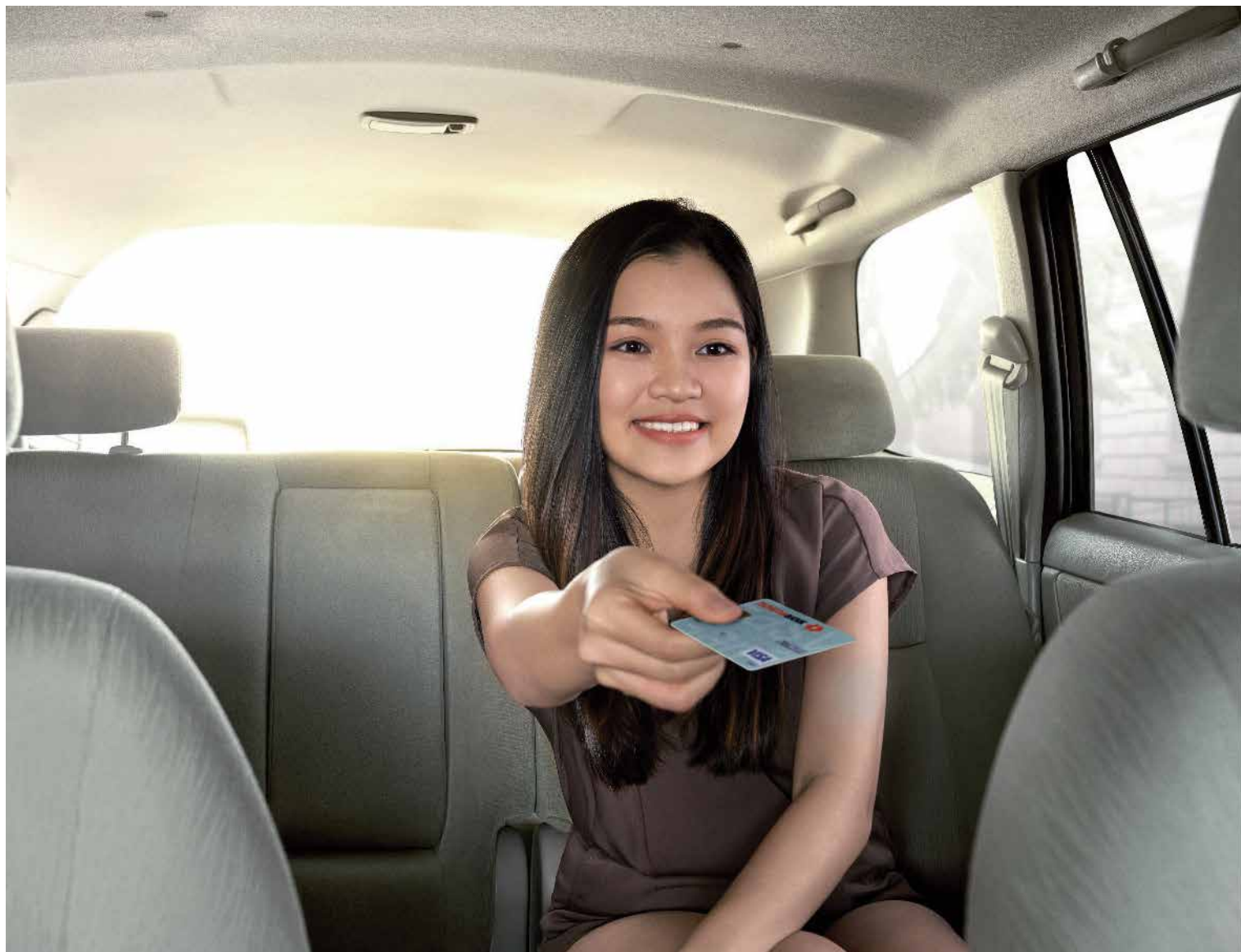
- Xin lưu ý rằng hiệu quả hoạt động của MSR sẽ phụ thuộc vào mức độ mở cửa của nền kinh tế toàn cầu và tốc độ phục hồi sau khi dịch bệnh COVID-19 được kiểm soát. Điều này sẽ quyết định giá cả hàng hóa và nhu cầu của khách hàng đối với các sản phẩm công nghệ cao của chúng tôi.

TRIỂN VỌNG BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN 2020

Về Bảng cân đối kế toán, tại thời điểm cuối năm 2019, tỷ lệ tổng nợ trên EBITDA hợp nhất của tập đoàn là 2,5 lần (không bao gồm tác động của việc mua lại VinCommerce), so với 2,1 lần vào cuối năm 2018, do nợ cao hơn và EBITDA thấp hơn chủ yếu từ kết quả kinh doanh sụt giảm của MSR.

Trong năm 2020, chúng tôi đang và sẽ tiếp tục tối đa hóa vị thế thanh khoản nhằm đảm bảo nguồn tiền mặt sẵn có đủ để vượt qua khó khăn nếu đại dịch COVID-19 kéo dài lâu hơn dự kiến, và giữ vị thế sẵn sàng đầu tư vào các hoạt động kinh doanh chiến lược của tập đoàn, hoặc thông qua M&A. Điều này có thể khiến dư nợ của chúng tôi vượt quá mức dự kiến trong ngắn hạn, và đòi hỏi phải điều chỉnh lại bảng cân đối kế toán để tối ưu hóa trong 12 – 18 tháng tới.

Báo cáo Tài chính



Báo cáo này là Báo cáo tài chính hợp nhất, để xem Báo cáo Tài chính riêng lẻ vui lòng cập nhật vào website của Công ty theo đường link sau:

<https://masangroup-cms-production.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/iblock/ca0/ca00aad07015ea164f0cf2970b47afa6/8a17e3ed8900ac33ac-3cd16427bf2981.pdf>

Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan

Thông tin về công ty

**Giấy Chứng nhận Đăng ký
Kinh doanh số**

0303576603 ngày 17 tháng 7 năm 2019

Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh của Công ty đã được điều chỉnh nhiều lần, lần điều chỉnh gần nhất là vào ngày 17 tháng 7 năm 2019. Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp. Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh lần đầu số 4103002877

Hội đồng Quản trị

Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên
Ông Nguyễn Thiếu Nam	Thành viên
Ông Woncheol Park	Thành viên
	(từ ngày 24 tháng 4 năm 2019)
Ông Nguyễn Đoàn Hùng	Thành viên
	(từ ngày 24 tháng 4 năm 2019)
Ông David Tan Wei Ming	Thành viên
	(từ ngày 24 tháng 4 năm 2019)
Ông Lars Kjaer	Thành viên
	(đến ngày 23 tháng 4 năm 2019)
Ông Dominic Edward Salter Price	Thành viên
	(đến ngày 23 tháng 4 năm 2019)

Ban Tổng Giám đốc

Dr Nguyễn Đăng Quang	Tổng Giám đốc
Ông Nguyễn Thiếu Nam	Phó Tổng Giám đốc
Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc
Ông Nguyễn Anh Nguyên	Phó Tổng Giám đốc

Đại diện pháp lý

Dr Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	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 2019.

Ban Tổng Giám đốc 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 2019 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 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 phù hợp 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; 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 cũng chịu trách nhiệm bảo đảm các sổ sách kế toán thích hợp được lưu giữ để phản ánh tình hình tài chính của Tập đoàn, với mức độ chính xác hợp lý tại bất kỳ thời điểm nào, 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 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 cam kết rằng họ 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 2019, 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


Dr Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch
Tổng Giám đốc

Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
Ngày 20 tháng 3 năm 2020

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 2019, 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 20 tháng 3 năm 2020, được trình bày từ trang 82 đến trang 146.

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 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 Tập đoàn. 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 2019, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất 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: 19-01-00258-20-4



Hà Vũ Đình
Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề
Kiểm toán số 0414-2018-007-1
Phó Tổng Giám đốc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 3 năm 2020

Chang Hung Chun
Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề
Kiểm toán số 0863-2018-007-1

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019

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	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
TÀI SẢN				
Tài sản ngắn hạn (100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)	100		24.261.892	12.499.618
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	6	6.800.528	4.585.889
Tiền	111		1.928.070	513.597
Các khoản tương đương tiền	112		4.872.458	4.072.292
Đầu tư tài chính ngắn hạn	120	7	784.454	375.848
Chứng khoán kinh doanh	121		472.134	-
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123		312.320	375.848
Các khoản phải thu ngắn hạn	130	8	5.417.776	2.412.555
Phải thu của khách hàng	131		1.240.531	1.523.385
Trả trước cho người bán	132		1.528.648	707.242
Phải thu ngắn hạn khác	136		2.754.341	288.063
Dự phòng phải thu khó đòi	137		(105.744)	(106.135)
Hàng tồn kho	140	9	9.621.821	4.333.191
Hàng tồn kho	141		9.690.631	4.389.589
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(68.810)	(56.398)
Tài sản ngắn hạn khác	150		1.637.313	792.135
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		261.425	94.291
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		1.352.367	674.894
Thuế phải thu Nhà nước	153	16(a)	23.521	22.950

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Tài sản dài hạn (200 = 210 + 220 + 240 + 250 + 260)	200		73.035.359	52.078.995
Các khoản phải thu dài hạn	210	8	1.599.646	1.377.124
Phải thu dài hạn khác	216		1.599.646	1.377.124
Tài sản cố định	220		40.791.699	29.203.764
Tài sản cố định hữu hình	221	10	29.170.881	23.798.207
Nguyên giá	222		39.248.028	31.906.656
Giá trị hao mòn lũy kế	223		(10.077.147)	(8.108.449)
Tài sản cố định hữu hình thuê tài chính	224		-	-
Nguyên giá	225		67.300	67.300
Giá trị hao mòn lũy kế	226		(67.300)	(67.300)
Tài sản cố định vô hình	227	11	11.620.818	5.405.557
Nguyên giá	228		14.777.843	8.015.798
Giá trị hao mòn lũy kế	229		(3.157.025)	(2.610.241)
Tài sản dở dang dài hạn	240		3.278.972	2.171.342
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242	12	3.278.972	2.171.342
Đầu tư tài chính dài hạn	250	7	17.505.857	15.347.915
Đầu tư vào các công ty liên kết	252		17.492.653	15.328.811
Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	253		21.646	21.646
Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn	254		(8.442)	(8.442)
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	255		-	5.900
Tài sản dài hạn khác	260		9.859.185	3.978.850
Chi phí trả trước dài hạn	261	13	5.633.114	3.164.050
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	14	240.643	295.261
Lợi thế thương mại	269	15	3.985.428	519.539
TOTAL ASSETS (270 = 100 + 200)	270		97.297.251	64.578.613

Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 (tiếp theo)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
NGUỒN VỐN				
NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 330)	300		45.408.844	30.498.935
Nợ ngắn hạn	310		30.492.191	15.795.515
Phải trả người bán	311		5.635.395	2.668.610
Người mua trả tiền trước	312		1.178.905	334.553
Thuế phải nộp Nhà nước	313	16(b)	770.004	429.861
Phải trả người lao động	314		291.683	300
Chi phí phải trả	315	17	4.110.502	2.791.050
Doanh thu chưa thực hiện ngắn hạn	318		12.050	-
Phải trả ngắn hạn khác	319	18	122.557	296.413
Vay và trái phiếu ngắn hạn	320	19	18.340.185	9.243.779
Quỹ khen thưởng và phúc lợi	322		30.910	30.949
Nợ dài hạn	330		14.916.653	14.703.420
Phải trả người bán	331		31.013	36.330
Phải trả dài hạn khác	337	18	180.939	23.804
Vay và trái phiếu dài hạn	338	19	11.675.842	12.751.649
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	14	2.455.415	1.351.446
Dự phòng phải trả	342	20	573.444	540.191

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	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410)	400		51.888.407	34.079.678
Vốn chủ sở hữu	410	21	51.888.407	34.079.678
Vốn cổ phần	411	22	11.689.464	11.631.495
Thặng dư vốn cổ phần	412	22	11.084.357	11.084.417
Vốn khác của chủ sở hữu	414		(8.563.690)	(9.426.958)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		11.033	4.402
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		28.558.952	16.193.388
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kế đến cuối năm trước	421a		15.330.120	12.350.048
Lợi nhuận sau thuế năm nay	421b		13.228.832	3.843.340
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		9.108.291	4.592.934
TỔNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)	440		97.297.251	64.578.613

Ngày 20 tháng 3 năm 2020

Người lập:



Đoàn Thị Mỹ Duyên
Kế toán trưởng

Người duyệt



Michael Hung Nguyen
Phó Tổng Giám đốc
Giám đốc Tài chính



Dr Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch
Tổng Giám đốc

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019

	Mã số	Thuyết minh	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Doanh thu bán hàng	01	25	38.818.747	39,378,747
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	25	1.464.660	1,191,130
Doanh thu thuần (10 = 01 - 02)	10	25	37.354.087	38,187,617
Giá vốn hàng bán	11	26	26.412.939	26,306,208
Lợi nhuận gộp (20 = 10 - 11)	20		10.941.148	11,881,409
Doanh thu hoạt động tài chính	21	27	1.188.183	1.901.793
Chi phí tài chính	22	28	2.200.562	3.090.914
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		1.866.015	2.667.531
Phần lãi trong các công ty liên kết	24		2.182.410	1.914.340
Chi phí bán hàng	25	29	3.994.895	4.314.253
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	30	2.103.408	2.015.388
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 - 22) + 24 - (25 + 26)}	30		6.012.876	6.276.987
Thu nhập khác	31	31	1.325.350	14.708
Chi phí khác	32		233.136	47.871
Kết quả từ các hoạt động khác (40 = 31 - 32)	40		1.092.214	(33.163)
Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40) (mang sang trang sau)	50		7.105.090	6.243.824

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	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40) (mang sang từ trang trước)	50		7.105.090	6.243.824
Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	32	790.583	726.692
Lợi ích thuế TNDN hoãn lại	52	32	(50.108)	(104.373)
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52)	60		6.364.615	5.621.505
Phân bổ: Cổ đông của Công ty	61		5.557.571	4.916.497
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	62		807.044	705.008
Lãi trên cổ phiếu Lãi cơ bản trên cổ phiếu (VND)	70	34	4.766	4.561

Ngày 20 tháng 3 năm 2020

Người lập:

Đoàn Thị Mỹ Duyên
Kế toán trưởng

Người duyệt

Michael Hung Nguyen
Phó Tổng Giám đốc
Giám đốc Tài chính


Dr Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch
Tổng Giám đốc

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(Phương pháp gián tiếp)

	Mã số	Thuyết minh	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH				
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01		7.105.090	6.243.824
Điều chỉnh cho các khoản				
Khấu hao	02		2.748.584	2.705.218
Các khoản dự phòng	03		109.550	123.092
(Lãi)/lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	04		(6.566)	8.859
Lãi từ các hoạt động đầu tư	05		(2.404.958)	(3.738.917)
Chi phí lãi vay và chi phí tài chính khác	06		2.010.975	2.888.368
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động	08		9.562.675	8.230.444
Tăng các khoản phải thu và tài sản khác	09		(74.463)	(734.186)
Tăng hàng tồn kho	10		(1.629.376)	(76.765)
Tăng các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11		195.972	610.042
Giảm/(tăng) chi phí trả trước	12		15.002	(86.037)
Tăng chứng khoán kinh doanh	13		(472.134)	-
			7.597.676	7.943.498
Tiền lãi vay đã trả	14		(1.887.876)	(2.869.402)
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15		(600.760)	(675.981)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17		(4.915)	(6.986)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20		5.104.125	4.391.129
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ				
Tiền chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21		(4.162.595)	(2.638.466)
Tiền thu từ giải quyết tranh chấp	21		984.162	-
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22		38.533	10.232
Tiền chi cho vay và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	23		(1.164.820)	(1.659.260)
Tiền thu từ các khoản cho vay và tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	24		1.234.248	2.013.981
Tiền chi đầu tư	25	5	(4.109.212)	(2.308.579)
Hợp nhất kinh doanh, đã trừ đi số dư tiền của công ty con được hợp nhất	25		644.123	-
Tiền thu từ thanh lý các khoản đầu tư	26		212.130	379.736
Tiền thu lãi tiền gửi, lãi trái phiếu, lãi cho vay, cổ tức và thu nhập khác	27		311.989	335.756
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30		(6.011.442)	(3.866.600)

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	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH				
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu, phát hành lại cổ phiếu quỹ và góp vốn từ cổ đông không kiểm soát	31		271.362	10.927.861
Tiền thu từ đi vay và trái phiếu	33		30.211.372	23.643.380
Tiền chi trả nợ gốc vay và trái phiếu	34		(26.975.387)	(36.614.844)
Tiền chi trả nợ thuê tài chính	35		-	(9.026)
Tiền chi trả cổ tức cho cổ đông không kiểm soát của các công ty con	36		(390.445)	(1.304.374)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính	40		3.116.902	(3.357.003)
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20 + 30 + 40)	50		2.209.585	(2.832.474)
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm	60		4.585.889	7.417.111
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái	61		5.054	1.252
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60 + 61)	70	6	6.800.528	4.585.889

Ngày 20 tháng 3 năm 2020

Người lập:



Đoàn Thị Mỹ Duyên
Kế toán trưởng

Người duyệt



Michael Hung Nguyen
Phó Tổng Giám đốc
Giám đốc Tài chính





Dr Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch
Tổng Giám đốc

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019

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 là tư vấn quản lý đầu tư.

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

Công ty con

STT	Tên công ty	Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2019	1/1/2019
Công ty con sở hữu trực tiếp					
1	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	60,0%	85,7%
2	Công ty TNHH Tầm nhìn Masan (“MH”)	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%
3	Công ty Cổ phần Masan MEATLife (trước đây là Công ty Cổ phần Masan Nutri-Science) (“MML”)	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	87,3%	80,8%
4	Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM (“VCM”) (a)	Tư vấn quản lý đầu tư	7 Đường Bằng Lăng 1, Khu Đô thị Sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	58,6%	-

STT	Tên công ty		Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
					31/12/2019	1/1/2019
Công ty con sở hữu gián tiếp						
1	Công ty TNHH Masan Brewery (“MB”)	(i)	Tư vấn quản lý	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	40,0%	57,1%
2	Công ty TNHH Masan Master Brewer (“MMBr”)	(i)	Kinh doanh bia và nước giải khát	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	40,0%	57,1%
3	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	40,0%	57,1%
4	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	40,0%	57,1%
5	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	40,0%	57,1%
6	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, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	40,0%	57,1%
7	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	56,8%	81,5%
8	Masan Consumer (Thailand) Limited (“MTH”)	(i)	Kinh doanh và phân phối	Lầu 4, Số 83, Đường Amnuay Songkhram, Tiểu khu Tanon Nakornchaisri, Quận Dusit, Bangkok, Thái Lan	56,8%	81,5%
9	Công ty TNHH Một Thành viên 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	56,8%	81,5%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019

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		Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
					31/12/2019	1/1/2019
10	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, Thị xã Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	56,8%	81,5%
11	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến (“VTF”)	(i)	Sản xuất gia vị	Lô III-10-Nhóm Công nghiệp III, Khu Công nghiệp Tân Bình, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	56,8%	81,5%
12	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD (“MHD”)	(i)	Sản xuất thực phẩm tiện lợi	Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Phường Tứ Minh, Thành phố Hải Dương, Việt Nam	56,8%	81,5%
13	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	56,8%	81,5%
14	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	56,8%	81,5%
15	Công ty TNHH Masan Long An (“MLA”) (b)	(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	56,8%	-
16	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Khu Công nghiệp Biên Hòa 1, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	55,9%	80,3%
17	Công ty Cổ phần Café De Nam (“CDN”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Lô C I.III-3+5+7, Khu Công nghiệp Long Thành, Xã Tâm An, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	47,5%	68,3%
18	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo (“VHC”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	Thôn Vĩnh Sơn, Xã Vĩnh Hảo, Huyện Tuy Phong, Tỉnh Bình Thuận, Việt Nam	50,3%	72,2%

STT	Tên công ty		Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
					31/12/2019	1/1/2019
19	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	50,3%	72,2%
20	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage (“MSB”)	(i)	Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	56,8%	81,5%
21	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB (“MMB”)	(i)	Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi 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	56,8%	81,5%
22	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	56,8%	81,5%
23	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, Thị xã Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam	42,6%	61,2%
24	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	37,4%	53,7%
25	Công ty TNHH Masan HPC (“HPC”) (c)	(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	56,8%	-
26	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%
27	Công ty Cổ phần Masan Blue (“MBL”) (d)	(ii)	Kinh doanh và phân phối	Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	99,8%	-
28	Công ty Cổ phần Tài nguyên Masan (“MSR”)	(ii)	Tư vấn quản lý	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	96,0%	96,0%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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		Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
					31/12/2019	1/1/2019
29	Công ty TNHH Một Thành viên Tài nguyên Masan Thái Nguyên (“MRTN”)	(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	96,0%	96,0%
30	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	96,0%	96,0%
31	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo (“NPM”)	(ii)	Khai thác và chế biến quặng	Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	96,0%	96,0%
32	Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”)	(ii)	Khai thác sâu kim loại màu và kim loại quý (tungsten)	Thôn 11, Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	96,0%	96,0%
33	Công ty TNHH MNS Feed (“MNS Feed”)	(iii)	Đạm động vật	Lô A4, Đường số 2, Khu Công nghiệp Sông Mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	87,3%	80,8%
34	Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế (“ANCO”)	(iii)	Đạm động vật	Lô A4, Đường số 2, Khu Công nghiệp Sông Mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	87,3%	80,8%
35	Công ty TNHH MNS Feed Vĩnh Long (“MNS Feed Vĩnh Long”)	(iii)	Đạm động vật	Khu 4, Tuyến Công nghiệp Cổ Chiên, Huyện Long Hồ, Tỉnh Vĩnh Long, Việt Nam	87,3%	80,8%
36	Công ty TNHH Một Thành viên Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế Bình Định (“ANCO Bình Định”)	(iii)	Đạm động vật	Lô B4.06, Khu Công nghiệp Nhơn Hội (Khu A), Huyện Nhơn Hội, Thành phố Quy Nhơn, Tỉnh Bình Định, Việt Nam	87,3%	80,8%
37	Công ty TNHH MNS Feed Thái Nguyên (“MNS Feed Thái Nguyên”)	(iii)	Đạm động vật	Lô B5-B6, Khu Công nghiệp Trung Thành, Huyện Trung Thành, Thị xã Phổ Yên, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam	87,3%	80,8%

STT	Tên công ty		Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
					31/12/2019	1/1/2019
38	Công ty TNHH MNS Feed Tiền Giang (“MNS Feed Tiền Giang”)	(iii)	Đạm động vật	Lô 22-23B, Khu Công nghiệp Long Giang, Xã Tân Lập 1, Huyện Tân Phước, Tỉnh Tiền Giang, Việt Nam	87,3%	80,8%
39	Công ty TNHH MNS Feed Nghệ An (“MNS Feed Nghệ An”)	(iii)	Đạm động vật	Khu C, Khu Công nghiệp Nam Cẩm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Xá, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	87,3%	80,8%
40	Công ty TNHH MNS Feed Hậu Giang (“MNS Feed Hậu Giang”)	(iii)	Đạm động vật	Đường số 4, Khu Công nghiệp Tân Phú Thạnh – Giai đoạn 1, Xã Tân Phú Thạnh, Huyện Châu Thành A, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam	87,3%	80,8%
41	Công ty TNHH MNS Meat (“MNS Meat”)	(iii)	Đạm động vật	Lô A4, Đường số 2, Khu Công nghiệp Sông Mây, Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	87,3%	80,8%
42	Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An (“MNF (NA)”)	(iii)	Chăn nuôi lợn	Làng Côn Sơn, Xã Hạ Sơn, Huyện Quỳnh Hợp, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam	87,3%	80,8%
43	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	87,3%	80,8%
44	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	87,3%	80,8%
45	Công ty TNHH MNS Meat Hà Nam (“MNS Meat Hà Nam”)	(iii)	Chế biến thịt	Lô CN-02, Khu Công nghiệp Đồng Văn IV, Thôn Đại Cường, Huyện Kim Bảng, Tỉnh Hà Nam, Việt Nam	87,3%	80,8%
46	Công ty TNHH MNS Meat Sài Gòn (“MNS Meat Sài Gòn”) (e)	(iii)	Chế biến thịt	Lô 2 Đường 15, Lô 3-5-7 Đường 17, Lô 2 Đường 17, Lô 9 Đường 19, Khu Công nghiệp Tân Đức, Xã Hựu Thạnh, Huyện Đức Hòa, Tỉnh Long An, Việt Nam	87,3%	-
47	Công ty Cổ phần Việt – Pháp Sản xuất Thức ăn Gia súc (“Proconco”)	(iii)	Đạm động vật	Khu Công nghiệp Biên Hòa I, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	65,6%	60,7%

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(tiếp theo)

STT	Tên công ty		Hoạt động chính	Trụ sở	Tỷ lệ lợi ích tại	
					31/12/2019	1/1/2019
48	Công ty TNHH Một Thành viên Proconco Cần Thơ (“Proconco Cần Thơ”)	(iii)	Đạm động vật	Lô 13 và Lô 14, Khu Công nghiệp Trà Nóc 1, Xã Trà Nóc, Huyện Bình Thủy, Thành phố Cần Thơ, Việt Nam	65,6%	60,7%
49	Công ty TNHH Một Thành viên Con Cò Bình Định (“Proconco Bình Định”)	(iii)	Đạm động vật	Lô A-2-5 và Lô A-2-6, Khu Công nghiệp Nhơn Hòa, Xã Nhơn Hòa, Thị xã An Nhơn, Tỉnh Bình Định, Việt Nam	65,6%	60,7%
50	Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Proconco Hưng Yên (“Proconco Hưng Yên”)	(iii)	Đạm động vật	Thôn Yên Phú, Xã Giai Phạm, Huyện Yên Mỹ, Tỉnh Hưng Yên, Việt Nam	65,6%	60,7%
51	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp Vincommerce (“VinCommerce”)	(iv)	Kinh doanh và phân phối	72 Lê Thánh Tôn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	58,6%	-
52	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Vineco (“VinEco”)	(iv)	Nông nghiệp	7 Đường Bằng Lăng 1, Khu Đô thị Sinh thái Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội, Việt Nam	58,6%	-
53	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất và Phát triển Nông nghiệp VinEco – Tam Đảo (“VinEco Tam Đảo”)	(iv)	Nông nghiệp	Thôn Cơ Quan, Thị trấn Gia Khánh, Huyện Bình Xuyên, Tỉnh Vĩnh Phúc, Việt Nam	52,2%	-
54	Công ty TNHH Nông nghiệp Đồng Nai – VinEco (“VinEco Đồng Nai”)	(iv)	Nông nghiệp	Km số 13, Quốc Lộ 51, Ấp Long Khánh 3, Xã Tam Phước, Thành phố Biên Hoà, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam	45,4%	-

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)

Công ty liên kết

STT	Tên công ty		Hoạt động chính	Tỷ lệ lợi ích tại	
				31/12/2019	1/1/2019
Công ty liên kết sở hữu trực tiếp					
1	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam (“Techcombank”)		Ngân hàng	(f)	(f)
Công ty liên kết sở hữu gián tiếp					
1	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex (“Cholimex”)	(v)	Sản xuất và kinh doanh gia vị	32,8%	32,8%
2	Công ty Cổ phần Bao bì Thuận Phát (“Thuận Phát”)	(vi)	Sản xuất bao bì	25,0%	25,0%
3	Công ty Cổ phần Chế biến Súc sản Long Bình (“Abattoir”)	(vi)	Đạm động vật	25,0%	25,0%
4	Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại Dịch vụ Đồng Nai (“Donatraco”)	(vi)	Đạm động vật	21,3%	21,3%
5	Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (“Vissan”)	(vi)	Sản xuất thực phẩm và bán lẻ	24,9%	24,9%

- (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 MH.
- (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 VCM.
- (v) Công ty này là một công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MCH.
- (vi) Các công ty này là các công ty liên kết sở hữu gián tiếp của MML
- Tỷ lệ lợi ích trong các công ty con phản ánh tỷ lệ lợi ích thực tế trực tiếp và gián tiếp của Công ty trong các công ty con. Tỷ lệ lợi ích trong các công ty liên kết phản ánh tỷ lệ lợi ích thực tế của Công ty, của các công ty con sở hữu trực tiếp hoặc gián tiếp trong các công ty liên kết.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(tiếp theo)

- (a) Đối với VCM, xem Thuyết minh 5.
- (b) Công ty TNHH Masan Long An (“MLA”) được thành lập theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 1101905952 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Long An cấp ngày 23 tháng 1 năm 2019. Tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này, MLA vẫn chưa đi vào hoạt động.
- (c) Công ty TNHH Masan HPC (“HPC”) được thành lập theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0316076125 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 20 tháng 12 năm 2019. Tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này, HPC vẫn chưa đi vào hoạt động.
- (d) Công ty Cổ phần Masan Blue (“MBL”) được thành lập theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0315864557 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 23 tháng 8 năm 2019.
- (e) Công ty TNHH MNS Meat Sài Gòn (“MNS Meat Sài Gòn”) được thành lập vào ngày 26 tháng 3 năm 2019 theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0315583531 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Tỉnh Long An cấp. Tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này, MNS Meat Sài Gòn vẫn chưa đi vào hoạt động.
- (f) Đối với Techcombank, xem Thuyết minh 7(c).

(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.

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 là từ ngày 1 tháng 1 đến ngày 31 tháng 12.

(d) Đơn vị tiền tệ kế toán và đơn vị tiền tệ 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”).

(e) Số liệu so sánh

Các số liệu so sánh tại ngày 1 tháng 1 năm 2019 được mang sang từ số liệu đã được kiểm toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2018.

3. TÓM TẮT NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

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

(a) Cơ sở hợp nhất

(i) Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung

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

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

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)

Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung này nằm ngoài phạm vi của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 11 Hợp nhất kinh doanh và trong sự chọn lựa chính sách kế toán liên quan đến các giao dịch này, Tập đoàn đã cân nhắc Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 01 Chuẩn mực chung và Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 21 Trình bày báo cáo tài chính. Dựa trên các chuẩn mực này, Tập đoàn đã áp dụng cơ sở kế toán sáp nhập (“nguyên tắc mang sang toàn bộ”). Tài sản và nợ phải trả của các công ty được hợp nhất theo giá trị sổ sách hiện tại dưới khía cạnh nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát. Bất kỳ chênh lệch nào giữa chi phí mua và giá trị thuần của tài sản thuần được sáp nhập được xem như là sự phân bổ vốn hoặc góp vốn giả định 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 như thể cấu trúc hiện tại của Tập đoàn đã tồn tại xuyên suốt trong toàn bộ giai đoạn được đề cập trong báo cáo này dưới góc độ của Cổ đông Kiểm soát hoặc từ lúc các công ty được thành lập vào ngày sau ngày bắt đầu của kỳ báo cáo gần nhất, cho giai đoạn từ ngày thành lập đến hết ngày kết thúc kỳ báo cáo tương ứng.

(ii) Hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung

Hợp nhất kinh doanh không chịu kiểm soát chung được hạch toán bằng cách áp dụng phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà sự kiểm soát đã được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát là quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của 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.

Theo phương pháp mua, các tài sản và nợ phải trả của công ty được mua được đánh giá theo giá trị hợp lý khi hợp nhất. Giá mua bao gồm tổng giá trị hợp lý của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận và các công cụ vốn chủ sở hữu phát hành bởi Tập đoàn tại ngày trao đổi. Lợi thế thương mại là phần chênh lệch giữa giá mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của công ty được mua. Khoản chênh lệch âm, được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(tiếp theo)

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 phát sinh trong năm.

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 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 (“NCI”)

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 thanh toán hoặc nhận được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu, ngoại trừ trong trường hợp chênh lệch phát sinh từ các giao dịch liên đới ràng buộc bởi việc phải phát hành cổ phiếu hoặc tăng vốn góp có thể đứng dư thì khoản chênh lệch được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu.

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. 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

Các tài sản và nợ phải trả của cơ sở hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND theo tỷ giá tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm của ngân hàng thương mại nơi Công ty thường xuyên có giao dịch.

Vốn góp của chủ sở hữu được quy đổi ra VND theo tỷ giá giao dịch thực tế tại ngày góp vốn. Lỗ lũy kế được tính toán từ lỗ thuần đã được quy đổi. 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.

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.

(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. 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 giá thị trường của chứng khoán giảm xuống thấp hơn giá trị ghi sổ của chúng. Sau khi khoản dự phòng được lập, nếu giá thị trường của chứng khoán tăng lên thì khoản dự phòng sẽ được hoàn nhập. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của chứng khoán kinh doanh không vượt quá giá trị ghi sổ của các chứng khoán này khi giá định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(ii) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn

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

(iii) Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác

Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác là những đơn vị mà Công ty hoặc các công ty con không có quyền kiểm soát hoặc ảnh hưởng đáng kể được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua và các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, các khoản đầu tư này được xác định theo giá gốc trừ đi dự phòng giảm giá khoản đầu tư. Dự phòng giảm giá đầu tư được lập khi đơn vị nhận đầu tư phát sinh lỗ, ngoại trừ trường hợp khoản lỗ đó đã nằm trong dự kiến của Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con khi quyết định đầu tư. Dự phòng giảm giá đầu tư được hoàn nhập khi đơn vị nhận đầu tư sau đó tạo ra lợi nhuận để bù trừ cho các khoản lỗ đã được lập dự phòng trước kia. Khoản dự phòng chỉ được hoàn nhập trong phạm vi sao cho giá trị ghi sổ của khoản đầu tư không vượt quá giá trị ghi sổ của chúng khi giá định không có khoản dự phòng nào đã được ghi nhận.

(e) **Các khoản phải thu**

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

(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 bán hàng trực tiếp.

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

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

(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, thuế nhập khẩu, 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 tự xây dựng 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 khai khoáng bao gồm chi phí phục hồi mỏ và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh.									
(ii)	Khấu hao <i>Máy móc, thiết bị và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh liên quan trực tiếp đến hoạt động khai thác khoáng sản</i> Máy móc, thiết bị và giá trị hợp lý của trữ lượng khoáng sản phát sinh từ hợp nhất kinh doanh liên quan trực tiếp đến hoạt động thăm dò, khai thác khoáng sản được khấu hao dựa trên trữ lượng theo phương pháp khối lượng sản phẩm. Trữ lượng khoáng sản là lượng sản phẩm ước tính có thể được khai thác có lãi và hợp pháp từ tài sản khai khoáng của Tập đoàn. Trữ lượng sản phẩm ước tính được sử dụng để khấu hao tài sản cố định theo phương pháp đơn vị sản phẩm là như sau: <table><tr><th></th><th>Tại ngày 31/12/2019</th><th>Tại ngày 1/1/2019</th></tr><tr><td>Nhà máy ST</td><td>171.865 tấn vonfram</td><td>125.140 tấn vonfram</td></tr><tr><td>Nhà máy APT</td><td>166.990 tấn vonfram</td><td>120.265 tấn vonfram</td></tr></table>		Tại ngày 31/12/2019	Tại ngày 1/1/2019	Nhà máy ST	171.865 tấn vonfram	125.140 tấn vonfram	Nhà máy APT	166.990 tấn vonfram	120.265 tấn vonfram
	Tại ngày 31/12/2019	Tại ngày 1/1/2019								
Nhà máy ST	171.865 tấn vonfram	125.140 tấn vonfram								
Nhà máy APT	166.990 tấn vonfram	120.265 tấn vonfram								

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:	
Tài sản khai khoáng	15 – 20 năm
Nhà cửa và vật kiến trúc	4 – 50 năm
Nâng cấp tài sản thuê	3 – 5 năm
Thiết bị văn phòng	3 – 15 năm
Máy móc và thiết bị	2 – 25 năm
Phương tiện vận chuyển	3 – 15 năm

Trong năm, MTC, một công ty con của Công ty, đã thay đổi trữ lượng khoáng sản ước tính cho nhà máy ST và APT và thời gian hữu dụng ước tính của các tài sản cố định liên quan để phản ánh chính xác hơn trữ lượng khoáng sản ước tính và thời gian hữu dụng của các tài sản này.

Ảnh hưởng đối với giá trị chi phí khấu hao trong năm là đã làm giảm chi phí khấu hao 33.123 triệu VND.

Tài sản cố định tự xây dựng 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 gồm có:

- Quyền sử dụng đất được nhà nước giao đã thanh toán tiền sử dụng đất;
- Quyền sử dụng đất nhận chuyển nhượng hợp pháp; và
- Quyền sử dụng đất thuê trước ngày có hiệu lực của Luật Đất đai năm 2003 mà tiền thuê đất đã được trả trước cho thời hạn dài hơn 5 năm và được cơ quan có thẩm quyền cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất.

(v)	Tài nguyên nước khoáng Tài nguyên nước khoáng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính là từ 10 đến 37 năm. Giá trị hợp lý của mỗi quan hệ khách hàng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.
(ii)	Phần mềm vi tính Giá mua của phần mềm vi tính mới mà phần mềm vi tính này không phải là một bộ phận gắn kết với phần cứng có liên quan thì được vốn hóa và hạch toán là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của phần mềm vi tính được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính từ 3 đến 10 năm.
(iii)	Thương hiệu Giá mua của thương hiệu được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. 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 10 đến 20 năm. Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng việc chiết khấu các 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 đến 20 năm. Giá trị hợp lý của mối quan hệ khách hàng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.

(vi)	Quyền khai thác mỏ Quyền khai thác mỏ được tính dựa trên trữ lượng khai thác còn lại nhân với giá do Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh công bố theo Nghị định số 203/2013/NĐ/CP ngày 28 tháng 11 năm 2013 có hiệu lực từ ngày 20 tháng 1 năm 2014. Nguyên giá của quyền khai thác mỏ được phản ánh theo giá trị hiện tại của tiền cấp quyền khai thác mỏ và được vốn hóa và hạch toán là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của quyền khai thác mỏ được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên vòng đời kinh tế 15 năm của trữ lượng mỏ.
(vii)	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 5 năm. Giá trị hợp lý của công nghệ có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó.
(viii)	Quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng Chi phí để có được quyền khai thác nguồn tài nguyên nước khoáng được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng trong thời gian hữu dụng ước tính là từ 9 đến 30 năm.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

(i) Chi phí xây dựng cơ bản dở dang

Chi phí xây dựng cơ bản dở dang phản ánh các khoản chi phí xây dựng và máy móc chưa được hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong. Không tính khấu hao cho chi phí xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình xây dựng, lắp đặt và thử nghiệm.

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

(j) Chi phí trả trước dài hạn

(i) Tài sản khai khoáng khác

Căn cứ hướng dẫn tại Công văn số 12727/BTC-TCDN ngày 14 tháng 9 năm 2015 của Bộ Tài chính về việc ghi nhận các chi phí liên quan đến hoạt động khai thác khoáng sản là chi phí trả trước dài hạn thuộc tài sản dài hạn.

Chi phí khai thác khoáng sản khác bao gồm:

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

Chi phí bóc đất đá chờ phân bổ

Hoạt động khai thác mỏ lộ thiên đòi hỏi phải bóc lớp đất đá phủ bên trên và các loại phế liệu khác để tiếp cận thân quặng cần khai thác. Chi phí bóc đất đá phát sinh trong

quá trình phát triển mỏ (chi phí bóc đất đá phát triển mỏ) được ghi nhận vào chi phí xây dựng mỏ. Toàn bộ chi phí bóc đất đá phát triển mỏ phát sinh trong giai đoạn xây dựng được kết chuyển vào tài sản 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 trong quá trình sản xuất dựa trên tỷ lệ bóc đất đá trong vòng đời của mỏ.

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 của mỏ. 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 trong suốt giai đoạn khai thác trữ lượng của các thành phần khoáng sản liên quan đã được chứng minh chắc chắn.

(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 Thông tư số 45/2013/TT-BTC do Bộ Tài chính ban hành ngày 25 tháng 4 năm 2013 hướng dẫn chế độ quản lý, sử dụng và trích khấu hao tài sản cố định, và các chi phí phát sinh khác liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường

thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất là từ 35 đến 50 năm.

(iii) Chi phí bồi thường đất

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

(iv) Trục in, công cụ và dụng cụ

Trục in, công cụ và dụng cụ được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn sử dụng là từ trên 1 đến 3 năm.

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. Nguyên giá của công cụ và dụng cụ được phân bổ theo phương pháp đường thẳng không quá 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 tính 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

Chi phí heo giống được ghi nhận là chi phí trả trước dài hạn và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ 2 đến 3 năm. Chi phí phân bổ heo giống có liên quan trực tiếp đến việc chăn nuôi được ghi nhận vào sản phẩm dở dang.

(vii) Chi phí trả trước dài hạn khác

Chi phí trả trước dài hạn khác bao gồm chi phí trước hoạt động và các chi phí trả trước khác được phản ánh theo nguyên giá và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ trên 1 đến 23 năm.

(k) Lợi thế thương mại

Lợi thế thương mại phát sinh từ việc hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung do mua lại công ty con và công ty liên kết.

Lợi thế thương mại được phản ánh theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá của lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa chi phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua. Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm. Giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được ghi giảm xuống bằng giá trị có thể thu hồi khi Ban Tổng Giám đốc xác định khoản lợi thế thương mại không thể thu hồi toàn bộ.

Đối với các 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.

(l) Các khoản phải trả người bán và phải trả khác

Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được phản ánh theo giá gốc.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

(m)	Dự phòng		(n)	Trái phiếu đã phát hành		(p)	Vốn chủ sở hữu
	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 được sự đánh giá hiện tại của thị trường về giá trị thời gian của đồng tiền và những rủi ro cụ thể với khoản nợ phải trả đó. Quyền khai thác mỏ Theo quy định của Luật khoáng sản năm 2010, một công ty con của Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước tiền cấp quyền khai thác mỏ. Tiền cấp quyền khai thác mỏ được tính dựa trên trữ lượng khai thác còn lại và giá tính tiền cấp quyền khai thác mỏ được quy định trong: ■ Nghị định số 203/2013/NĐ-CP ngày 28 tháng 11 năm 2013 (“Nghị định 203”), Nghị định số 158/2016/NĐ-CP ngày 29 tháng 11 năm 2016 (“Nghị định 158”) và Thông tư số 38/2017/TT-BTNMT ngày 16 tháng 10 năm 2017 (“Thông tư 38”) cho tới ngày 15 tháng 9 năm 2019; và ■ Nghị định số 67/2019/NĐ-CP ngày 31 tháng 7 năm 2019 (“Nghị định 67”) từ ngày 15 tháng 9 năm 2019. Quyền khai thác mỏ được tính dựa trên trữ lượng khai thác còn lại và giá tính tiền cấp quyền khai thác, trong đó giá tính tiền cấp quyền khai thác được xác định trên cơ sở quy đổi từ giá tính thuế tài nguyên theo quy định của pháp luật về thuế tài nguyên tại thời điểm tính tiền cấp quyền khai thác. Giá tính tiền cấp quyền khai thác được thông báo bởi Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh. Phương pháp quy đổi dựa vào các thông số khác nhau của hệ số quy đổi theo hướng dẫn của Thông tư 38 và/hoặc Nghị định 67. 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. Thời gian đóng cửa mỏ thực tế và chi phí phục hồi môi trường mỏ phụ thuộc vào vòng đời và bản chất của mỏ. 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 theo đó được khấu hao. Giá trị của khoản dự phòng tăng lên theo thời gian do ảnh hưởng của việc chiết khấu đến giá trị hiện tại, từ đó dẫn đến một phần chi phí được ghi nhận là chi phí tài chính. Dự phòng đóng cửa và phục hồi môi trường mỏ được điều chỉnh theo các thay đổi về ước tính. Các điều chỉnh này được hạch toán như một thay đổi về chi phí được vốn hóa tương ứng, trừ trường hợp số giảm dự phòng cao hơn chi phí được vốn hóa bị trích khấu hao thiếu của các tài sản liên quan, trong đó chi phí được vốn hóa được giảm xuống bằng không và số điều chỉnh còn lại được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất. Dự phòng trợ cấp thôi việc Theo Bộ luật Lao động Việt Nam, khi nhân viên làm việc cho công ty từ 12 tháng trở lên (“nhân viên đủ điều kiện”) tự nguyện chấm dứt hợp đồng lao động của mình thì bên sử dụng lao động phải thanh toán tiền trợ cấp thôi việc cho nhân viên đó tính dựa trên số năm làm việc và mức lương tại thời điểm thôi việc của nhân viên đó. Dự phòng trợ cấp thôi việc được lập trên cơ sở số năm nhân viên làm 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.	Trái phiếu thường Tại thời điểm ghi nhận ban đầu, trái phiếu được xác định theo giá gốc bao gồm khoản tiền thu được từ việc phát hành trái phiếu trừ đi chi phí phát hành. Các khoản chiết khấu, phụ trội và chi phí phát hành được phân bổ dần theo phương pháp đường thẳng trong suốt kỳ hạn của trái phiếu. 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.	(i) Vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần Cổ phiếu phổ thông được ghi nhận theo giá phát hành trừ đi các chi phí phát sinh liên quan trực tiếp đến việc phát hành cổ phiếu, trừ đi ảnh hưởng thuế. Các chi phí đó được ghi giảm vào thặng dư vốn cổ phần. Phần chênh lệch tăng do phát hành cổ phiếu cao hơn mệnh giá được ghi nhận 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 một ngày ấn định trong tương lai, được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý tại ngày của các thỏa thuận và được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu nếu không tồn tại các thỏa thuận thay thế nào khác. (iii) Mua lại và phát hành lại cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu quỹ) Khi mua lại cổ phiếu đã được ghi nhận là vốn chủ sở hữu, giá trị khoản thanh toán bao gồm các chi phí liên quan trực tiếp được ghi giảm vào vốn chủ sở hữu. Cổ phiếu đã mua lại được phân loại là cổ phiếu quỹ trong phần vốn chủ sở hữu. Khi cổ phiếu quỹ được bán ra sau đó (phát hành lại), giá vốn của cổ phiếu phát hành lại được xác định theo phương pháp bình quân gia quyền. Chênh lệch giữa giá trị khoản nhận được và giá vốn của cổ phiếu phát hành lại được trình bày trong thặng dư vốn cổ phần. (q) Doanh thu 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 đến 60 ngày, tuy			

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

	nhiên một số trường hợp có thể lên đến 90 ngày. Doanh thu ghi nhận sơ bộ được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý ước tính của tổng giá trị các khoản phải thu. Trong trường hợp các điều kiện trong hợp đồng mua bán cho phép điều chỉnh giá bán dựa trên bản khảo sát hàng hóa của khách hàng, kết quả phân tích được kiểm tra bởi một bên thứ ba sẽ được sử dụng, trừ khi bản khảo sát của khách hàng nằm trong phạm vi sai sót đã được chấp nhận, 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.
(r) (i)	Doanh thu hoạt động tài chính và chi phí tài chính 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 và lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái. 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, chi phí đi vay được phân bổ và lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái. 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.
(s)	Các khoản thanh toán cho thuê hoạt động Các khoản thanh toán cho 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.

(t)	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 báo cáo) 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.
(u)	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.
(v)	Các bên liên quan Các bên được coi là bên liên quan của Tập đoàn nếu một bên có khả năng, trực tiếp hoặc gián tiếp, kiểm soát bên kia hoặc gây ảnh hưởng đáng kể tới bên kia trong việc ra các quyết định tài chính và hoạt động, hoặc khi Tập đoàn và bên kia cùng chịu sự kiểm soát chung hoặc ảnh hưởng đáng kể chung. Các bên liên quan có thể là các công ty hoặc các cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được coi là liên quan.
(w)	Chi trả bằng cổ phần Cổ phiếu phát hành cho nhân viên theo mệnh giá được ghi nhận theo mệnh giá.

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

Tập đoàn có năm bộ phận, như được trình bày dưới đây, là các hoạt động kinh doanh chiến lược của Tập đoàn. Các hoạt động kinh doanh chiến lược này cung cấp các dịch vụ và sản phẩm khác nhau, và được quản lý theo phương pháp riêng vì các hoạt động này đòi hỏi các chiến lược tiếp thị và công nghệ khác nhau. Đối với từng bộ phận, Ban Tổng Giám đốc của Công ty hoặc các công ty con soát xét các báo cáo quản lý nội bộ định kỳ. Tập đoàn nắm giữ các bộ phận kinh doanh sau đây thông qua các nhóm công ty con riêng: ■ Thực phẩm và đồ uống ■ Chuỗi giá trị thịt: chăn nuôi lợn, sản xuất đạm động vật và thực phẩm ■ Khai thác mỏ và chế biến khoáng sản ■ Bán lẻ tiêu dùng ■ Khác: Dịch vụ tài chính và các dịch vụ khác												
(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.												
	Thực phẩm và đồ uống		Chuỗi giá trị thịt		Khai thác mỏ và chế biến khoáng sản		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Tổng	
	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Doanh thu của bộ phận	18.845.240	17.345.752	13.798.751	13.976.854	4.710.096	6.865.011	-	-	-	-	37.354.087	38.187.617
Lợi nhuận gộp của bộ phận	7.890.154	7.571.676	2.265.603	2.096.950	785.391	2.212.783	-	-	-	-	10.941.148	11.881.409
Kết quả kinh doanh của bộ phận	3.209.262	2.720.425	330.157	182.733	626.056	879.607	-	-	2.164.742	1.895.025	6.330.217	5.677.790
Thu nhập/ (chi phí) không phân bổ											34.398	(56.285)
Lợi nhuận thuần											6.364.615	5.621.505

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 (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)

	Thực phẩm và đồ uống		Chuỗi giá trị thịt		Khai thác mỏ và chế biến khoáng sản		Bán lẻ tiêu dùng		Khác		Tổng	
	31/12/2019	1/1/2019	31/12/2019	1/1/2019	31/12/2019	1/1/2019	31/12/2019	1/1/2019	31/12/2019	1/1/2019	31/12/2019	1/1/2019
	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	11.219.229	10.673.223	15.004.817	13.121.985	28.080.203	26.804.958	24.652.861	-	15.083.325	12.918.583	94.040.435	63.518.749
Tài sản không phân bổ											3.256.816	1.059.864
Tổng tài sản											97.297.251	64.578.613
Nợ phải trả của bộ phận	8.243.672	6.343.517	7.207.140	5.629.300	14.910.485	13.174.819	11.177.887	-	-	-	41.539.184	25.147.636
Nợ phải trả không phân bổ											3.869.660	5.351.299
Tổng nợ phải trả											45.408.844	30.498.935
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
	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	1.150.203	477.605	2.117.084	1.075.988	890.587	1.076.471	-	-	-	-	4.157.874	2.630.064
Chi tiêu vốn không phân bổ									4.721	8.402	4.721	8.402
Chi phí khấu hao	598.289	598.560	371.612	292.107	1.115.653	1.144.280	-	-	-	-	2.085.554	2.034.947
Chi phí khấu hao không phân bổ									3.005	1.749	3.005	1.749
Chi phí phân bổ	298.059	298.444	440.189	430.458	224.557	204.947	-	-	-	-	962.805	933.849
Chi phí không phân bổ									338	45.047	338	45.047

(b) **Bộ phận theo khu vực địa lý**
Khi trình bày thông tin bộ phận theo khu vực địa lý, doanh thu của bộ phận được dựa vào vị trí địa lý của khách hàng tại Việt Nam (“Trong nước”) hay ở các nước khác ngoài Việt Nam (“Nước ngoài”). Tài sản bộ phận và chi tiêu vốn không được trình bày do vị trí tài sản và sản xuất chủ yếu là tại Việt Nam.

	Trong nước		Nước ngoài		Tổng	
	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Doanh thu của bộ phận	32.182.168	31.872.793	5.171.919	6.314.824	37.354.087	38.187.617

5. HỢP NHẤT KINH DOANH

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2019, Công ty đã nhận được 83,7% tổng số cổ phần đang lưu hành của VCM từ người bán và đồng thời phát hành một quyền chọn cho người bán để nhận được 30,0% cổ phần trong một công ty mới. Công ty này sẽ là một công ty con của Công ty, và sẽ nắm giữ cổ phần/vốn góp và kiểm soát VCM và MCH. Do kết quả của giao dịch này, Công ty có 58,6% lợi ích kinh tế trong VCM và 60,0% lợi ích kinh tế trong MCH.

Việc hợp nhất kinh doanh này có ảnh hưởng tới tài sản và nợ phải trả của Tập đoàn tại ngày hợp nhất kinh doanh như sau:

	Giá trị ghi sổ trước thời điểm hợp nhất kinh doanh	Các điều chỉnh giá trị hợp lý	Giá trị ghi nhận tại thời điểm hợp nhất kinh doanh
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	644.123	-	644.123
Các khoản phải thu ngắn hạn	891.761	-	891.761
Hàng tồn kho	3.721.679	-	3.721.679
Tài sản ngắn hạn khác	451.590	-	451.590
Phải thu dài hạn khác	254.737	-	254.737
Tài sản cố định hữu hình – thuần	4.879.835	447.618	5.327.453
Tài sản cố định vô hình – thuần	190.742	6.557.918	6.748.660
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	624.069	-	624.069
Chi phí trả trước dài hạn	2.410.417	-	2.410.417
Lợi thế thương mại	1.476.708	(1.476.708)	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

	Giá trị ghi sổ trước thời điểm hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Các điều chỉnh giá trị hợp lý Triệu VND	Giá trị ghinhận tại thời điểm hợp nhất kinh doanh Triệu VND
Phải trả người bán	(3.355.584)	-	(3.355.584)
Chi phí phải trả	(1.479.933)	-	(1.479.933)
Vay ngắn hạn	(3.608.763)	-	(3.608.763)
Nợ ngắn hạn khác	(418.496)	-	(418.496)
Vay dài hạn	(1.106.416)	-	(1.106.416)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	-	(1.208.695)	(1.208.695)
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	(103.192)	(530.913)	(634.105)
Tài sản thuần có thể xác định được	5.473.277	3.789.220	9.262.497
Tài sản thuần được hợp nhất			5.428.705
Lợi thế thương mại phát sinh từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 15)			3.578.372
Giá phí hợp nhất kinh doanh			9.007.077
Giá trị hợp lý của quyền chọn			(8.987.556)
Chi phí giao dịch			(19.521)
Khoản tiền thu được từ hợp nhất kinh doanh			644.123

Lợi thế thương mại được ghi nhận từ hợp nhất kinh doanh liên quan chủ yếu đến sự cộng hưởng mà Ban Tổng Giám đốc kỳ vọng đạt được từ việc hợp nhất VCM vào hoạt động kinh doanh hiện tại của Tập đoàn.

Giao dịch mua lại phát sinh vào thời điểm cuối năm. Do đó, VCM không có đóng góp doanh thu và lỗ thuần sau thuế vào kết quả hoạt động kinh doanh của Tập đoàn.

6. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Tiền mặt	89.018	9.135
Tiền gửi ngân hàng	1.780.712	502.722
Tiền đang chuyển	58.340	1.740
Các khoản tương đương tiền	4.872.458	4.072.292
	6.800.528	4.585.889

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 gửi.

7. ĐẦU TƯ

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Đầu tư tài chính ngắn hạn		
Chứng khoán kinh doanh (a)	472.134	-
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn (b)	312.320	375.848
	784.454	375.848
Đầu tư tài chính dài hạn		
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn (b)	-	5.900
Đầu tư vào các công ty liên kết (c)	17.492.653	15.328.811
Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác (d)	21.646	21.646
Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn	(8.442)	(8.442)
	17.505.857	15.347.915

(a)	Chứng khoán kinh doanh							
	31/12/2019				1/1/2019			
	Số lượng	Giá gốc Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND	Số lượng	Giá gốc Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND	Dự phòng giảm giá Triệu VND
Trái phiếu	47,153	472,134	(*)	-	-	-	(*)	-

Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các chứng khoán kinh doanh này để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất bởi vì Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách tính giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các chứng khoán kinh doanh này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

Biến động trong năm của khoản đầu tư vào chứng khoán kinh doanh như sau:

	2019 Triệu VNĐ
Số dư đầu năm	-
Tăng trong năm	1.126.845
Thanh lý	(654.711)
Số dư cuối năm	472.134

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 (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 phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với thời gian đáo hạn còn lại không quá mười hai tháng kể từ ngày lập báo cáo.

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – dài hạn phản ánh các khoản tiền gửi có kỳ hạn tại ngân hàng với thời gian đáo hạn còn lại trên mười hai tháng kể từ ngày lập báo cáo.

(c) Đầu tư vào các công ty liên kết

	31/12/2019				1/1/2019			
	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	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	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”) (**)	20,0%	20,0%	15.083.325	17.697.967	20,0%	20,0%	12.918.583	19.426.445
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex (“Cholimex”)	32,8%	32,8%	249.392	(*)	32,8%	32,8%	249.392	(*)
Công ty Cổ phần Bao bì Thuận Phát (“Thuận Phát”)	25,0%	25,0%	4.925	(*)	25,0%	25,0%	7.893	(*)
Công ty Cổ phần Chế biến Súc sản Long Bình (“Abattoir”)	25,0%	25,0%	6.709	(*)	25,0%	25,0%	6.752	(*)
Công ty Cổ phần Sản xuất. Thương mại và Dịch vụ Đồng Nai (“Donatraco”)	21,3%	21,3%	12.812	(*)	21,3%	21,3%	10.701	(*)
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	(*)
			17.492.653	(*)			15.328.811	(*)

Biến động trong năm của các khoản đầu tư vào các công ty liên kết như sau:

	Techcombank	Cholimex	Thuận Phát	Abattoir	Donatraco	Vissan	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	12.918.583	249.392	7.893	6.752	10.701	2.135.490	15.328.811
Phần lãi/(lỗ) phát sinh sau ngày đầu tư được chia từ các công ty liên kết trong năm	2.164.742	7.978	(2.968)	457	2.111	10.090	2.182.410
Cổ tức	-	(7.978)	-	(500)	-	(10.090)	(18.568)
Số dư cuối năm	15.083.325	249.392	4.925	6.709	12.812	2.135.490	17.492.653

(*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của các khoản đầu tư này để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất bởi vì Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách tính giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của các khoản đầu tư này có thể khác với giá trị ghi sổ của chúng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 và ngày 1 tháng 1 năm 2019, giá trị hợp lý của khoản đầu tư vào Techcombank được xác định bằng cách tham chiếu giá niêm yết tại ngày tương ứng trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh.

(**) Tập đoàn sở hữu 20% lợi ích trực tiếp và 1,5% lợi ích trong Techcombank thông qua một hợp đồng kỳ hạn (1/1/2019: 21,5%). Giao dịch này chưa được hoàn tất và sẽ được thực hiện tùy thuộc vào các điều khoản trong hợp đồng.

(d) Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác

Chi tiết khoản đầu tư góp vốn vào đơn vị khác của Tập đoàn như sau:

	31/12/2019					1/1/2019				
	Tỷ lệ sở hữu trên vốn cổ phần	Tỷ lệ quyền biểu quyết trên vốn cổ phần	Giá gốc Triệu VND	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 gốc Triệu VND	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu Triệu VND	Giá trị hợp lý Triệu VND
Công ty Cổ phần Cảng Dịch vụ Dầu khí Đình Vũ (trước đây là Công ty PTSC Cảng Đình Vũ)	5,4%	5,4%	21.646	(8.442)	(*)	5,4%	5,4%	21.646	(8.442)	(*)

(*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của khoản đầu tư này để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất bởi vì Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam hiện không có hướng dẫn về cách tính giá trị hợp lý sử dụng các kỹ thuật định giá. Giá trị hợp lý của khoản đầu tư này có thể khác với giá trị ghi sổ.

Biến động trong năm của dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn như sau:

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Số dư đầu năm	8.442	4.918
Tăng dự phòng trong năm	-	3.524
Số dư cuối năm	8.442	8.442

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

- (e) Các giao dịch của các công ty con trong năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 – các giao dịch với cổ đông không kiểm soát
- (i) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong MCH

Trong tháng 7 năm 2019, MSC đã phát hành cổ phiếu cho một số nhân viên theo kế hoạch chi trả bằng cổ phiếu sau khi nhận được phê duyệt của các cổ đông tại cuộc họp Đại hội Cổ đông Thường niên, dẫn đến ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Cổ phiếu đã phát hành theo mệnh giá, đã bao gồm chi phí giao dịch	213.453
Tài sản thuần bị suy giảm	(79.068)
Chênh lệch được ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	134.385

Trong tháng 12 năm 2019, Công ty đã nhận được 83,7% tổng số cổ phần đang lưu hành của VCM từ người bán và đồng thời phát hành một quyền chọn cho người bán để nhận được 30,0% cổ phần trong một công ty mới. Công ty này sẽ là một công ty con của Công ty, và sẽ nắm giữ cổ phần/vốn góp và kiểm soát VCM và MCH. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích của Công ty trong MCH đã giảm từ 85,7% xuống 60,0%, dẫn đến ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Giá phí giao dịch	8.987.556
Tài sản thuần bị suy giảm	75.686
Chênh lệch được ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	9.063.242

- (ii) Các giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong MML

Trong tháng 3 và tháng 7 năm 2019, Công ty đã mua lại 0,4% lợi ích trong MML với tổng số tiền là 162.830 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong MML đã tăng từ 80,8% lên 81,2%, dẫn đến ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Chi phí mua bằng tiền	(162.830)
Tài sản thuần tăng thêm	20.278
Chênh lệch được ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(142.552)

Trong tháng 7, tháng 8, tháng 9 và tháng 10 năm 2019, Công ty đã bán 1,9% lợi ích trong MML với tổng số tiền là 212.130 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích của Công ty trong MML đã giảm từ 81,2% xuống 79,3%, dẫn đến ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Tiền thu từ thanh lý	212.130
Tài sản thuần bị suy giảm	(107.842)
Chênh lệch được ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	104.288

Trong tháng 10 và tháng 12 năm 2019, MH, một công ty con của Công ty, đã mua lại 8% lợi ích trong MML với tổng số tiền là 1.937.856 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích của Công ty trong MML đã tăng từ 79,3% lên 87,3%, dẫn đến ảnh hưởng sau:

	Triệu VND
Chi phí mua bằng tiền	(1.937.856)
Tài sản thuần tăng thêm	457.932
Chênh lệch được ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(1.479.924)

- (f) Các giao dịch trọng yếu trong các công ty con trong những năm trước

Giao dịch với cổ đông không kiểm soát trong MCH

Theo như thỏa thuận giữa Singha Asia Holdings Pte. Ltd. (“Singha”) và MCH, Singha có quyền góp vốn đợt 2 vào MCH với số tiền là 450 triệu USD để nắm giữ thêm 10,7% lợi ích trong MCH. Singha vẫn chưa thực hiện việc góp vốn lần hai tại ngày phát hành báo cáo tài chính hợp nhất này.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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 2019, một phần của khoản phải thu ngắn hạn của một công ty con sở hữu gián tiếp được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của công ty con đó (Thuyết minh 19).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, trong khoản trả trước cho người bán của Tập đoàn có 809.608 triệu VND (1/1/2019: 402.785 triệu VND) liên quan đến khoản trả trước cho chi phí xây dựng cơ bản dở dang.

Phải thu khác bao gồm:		
	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Phải thu ngắn hạn khác		
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn (*)	2.315.774	16.090
Lãi phải thu từ tiền gửi ngân hàng và các hoạt động đầu tư cho vay khác	26.950	34.874
Tạm ứng	25.358	2.548
Phải thu từ các dịch vụ	-	142.244
Phải thu khác	386.259	92.307
	2.754.341	288.063
Phải thu dài hạn khác		
Ký quỹ, ký cược dài hạn	349.646	73.370
Phải thu khác (**)	1.250.000	1.303.754
	1.599.646	1.377.124

(*) Trong ký quỹ, ký cược ngắn hạn bao gồm 2.000.000 triệu VND liên quan đến khoản đặt cọc cho các bên thứ ba với mục đích đầu tư vào các hợp đồng hợp tác kinh doanh.

(**) Khoản phải thu khác phản ánh khoản phải thu Nhà nước liên quan đến chi phí đền bù giải phóng mặt bằng của Dự án khai thác chế biến khoáng sản Núi Pháo tại Xã Hà Thượng, Huyện Đại Từ, Tỉnh Thái Nguyên. Khoản phải thu này sẽ được căn trừ với tiền thuê đất hàng năm.

Biến động trong năm của dự phòng phải thu khó đòi như sau:

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Số dư đầu năm	106.135	116.647
Tăng dự phòng trong năm	13.515	8.586
Dự phòng sử dụng trong năm	(5.926)	(6.863)
Hoàn nhập	(7.980)	(12.235)
Số dư cuối năm	105.744	106.135

9. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2019		1/1/2019	
	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND	Giá gốc Triệu VND	Dự phòng Triệu VND
Hàng mua đang đi đường	260.850	-	402.381	-
Nguyên vật liệu	1.685.210	(14.260)	1.528.618	(20.788)
Công cụ và dụng cụ	874.450	(24.319)	719.031	(25.919)
Sản phẩm dở dang	451.471	-	286.469	-
Thành phẩm	2.036.450	(30.231)	1.419.285	(9.691)
Hàng hóa	4.245.347	-	22.566	-
Hàng gửi đi bán	136.853	-	11.239	-
	9.690.631	(68.810)	4.389.589	(56.398)

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, một phần hàng tồn kho của Tập đoàn được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con (Thuyết minh 19).

Biến động trong năm của dự phòng giảm giá hàng tồn kho như sau:

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Số dư đầu năm	56.398	14.455
Tăng dự phòng trong năm	72.439	79.777
Dự phòng sử dụng trong năm	(50.013)	(34.600)
Hoàn nhập	(10.014)	(3.234)
Số dư cuối năm	68.810	56.398

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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

	Tài sản khai khoáng	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Thiết bị văn phòng	Máy móc và thiết bị	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	5.026.292	8.402.718	90.493	148.333	18.140.112	98.708	31.906.656
Tăng trong năm	69.635	43.583	178	3.232	21.033	3.762	141.423
Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	-	3.275.840	-	71.823	1.937.291	42.499	5.327.453
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	1.760.436	-	43.810	1.242.839	26.171	3.073.256
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	(88)	-	(63)	(361)	(59)	(571)
Thanh lý	-	(60.100)	-	(791)	(79.951)	(14.436)	(155.278)
Xóa sổ	-	(25.321)	(3.181)	(2.466)	(29.781)	-	(60.749)
Điều chỉnh khác (Thuyết minh 36)	-	(90.599)	-	-	(893.563)	-	(984.162)
Phân loại lại	-	158	-	-	(158)	-	-
Số dư cuối năm	5.095.927	13.306.627	87.490	263.878	20.337.461	156.645	39.248.028
Giá trị hao mòn lũy kế							
Số dư đầu năm	921.462	1.525.182	58.972	93.517	5.461.186	48.130	8.108.449
Khấu hao trong năm	205.869	506.778	12.967	18.276	1.326.863	17.806	2.088.559
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	-	(88)	-	(63)	(196)	(1)	(348)

	Tài sản khai khoáng	Nhà cửa và vật kiến trúc	Nâng cấp tài sản thuê	Thiết bị văn phòng	Máy móc và thiết bị	Phương tiện vận chuyển	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Thanh lý	-	(22.748)	-	(754)	(67.396)	(13.674)	(104.572)
Xóa sổ	-	(1.373)	(3.181)	(2.466)	(7.921)	-	(14.941)
Số dư cuối năm	1.127.331	2.007.751	68.758	108.510	6.712.536	52.261	10.077.147
Giá trị còn lại							
Số dư đầu năm	4.104.830	6.877.536	31.521	54.816	12.678.926	50.578	23.798.207
Số dư cuối năm	3.968.596	11.298.876	18.732	155.368	13.624.925	104.384	29.170.881

Trong tài sản cố định hữu hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 có các tài sản có nguyên giá 1.742.379 triệu VND (1/1/2019: 1.071.631 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Giá trị ghi sổ của thiết bị tạm thời không sử dụng trong tài sản cố định hữu hình là 4.311 triệu VND tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 (1/1/2019: 1.765 triệu VND).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, tài sản cố định hữu hình với giá trị ghi sổ là 3.602.299 triệu VND (1/1/2019: 1.597.215 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con và 10.976.925 triệu VND (1/1/2019: 12.361.085 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho trái phiếu dài hạn phát hành bởi một công ty con (Thuyết minh 19).

11. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất	Phần mềm vi tính	Thương hiệu	Quan hệ khách hàng	Tài nguyên nước khoáng	Quyền khai thác mỏ	Công nghệ	Quyền khai thác nguồn nước khoáng	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Nguyên giá									
Số dư đầu năm	332.769	450.578	2.413.459	3.074.214	412.698	588.373	669.433	74.274	8.015.798
Tăng trong năm	-	1.878	1.439	-	-	-	-	614	3.931
Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	3.613.370	169.290	-	2.966.000	-	-	-	-	6.748.660
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	12.406	-	-	-	-	-	-	12.406
Xóa sổ	-	(186)	-	-	-	-	-	-	(186)

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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	Tài nguyên nước khoáng	Quyền khai thác mỏ	Công nghệ	Quyền khai thác nguồn nước khoáng	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Khác	-	-	-	-	-	-	-	(2.766)	(2.766)
Số dư cuối năm	3.946.139	633.966	2.414.898	6.040.214	412.698	588.373	669.433	72.122	14.777.843
Giá trị hao mòn lũy kế									
Số dư đầu năm	56.074	207.542	762.690	858.626	73.398	127.569	506.526	17.816	2.610.241
Khấu hao trong năm	10.054	56.061	151.417	143.838	21.935	30.550	130.243	3.444	547.542
Xóa sổ	-	(183)	-	-	-	-	-	-	(183)
Khác	-	-	-	-	-	-	-	(575)	(575)
Số dư cuối năm	66.128	263.420	914.107	1.002.464	95.333	158.119	636.769	20.685	3.157.025
Giá trị còn lại									
Số dư đầu năm	276.695	243.036	1.650.769	2.215.588	339.300	460.804	162.907	56.458	5.405.557
Số dư cuối năm	3.880.011	370.546	1.500.791	5.037.750	317.365	430.254	32.664	51.437	11.620.818

Trong tài sản cố định vô hình tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 có các tài sản có nguyên giá 54.182 triệu VND (1/1/2019: 34.893 triệu VND) đã khấu hao hết, nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, tài sản cố định vô hình với giá trị ghi sổ là 465.011 triệu VND (1/1/2019: 498.533 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho trái phiếu dài hạn phát hành bởi một công ty con (Thuyết minh 19).

12. CHI PHÍ XÂY DỰNG CƠ BẢN DỜ DANG

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Số dư đầu năm	2.171.342	1.838.001
Tăng trong năm	3.644.056	2.396.998
Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	624.069	-
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(3.073.256)	(2.031.131)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(12.406)	(2.456)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(72.887)	(29.279)
Xóa sổ	(346)	(791)
Thanh lý	(1.600)	-
Số dư cuối năm	3.278.972	2.171.342

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi phí xây dựng cơ bản dở dang với giá trị ghi sổ là 1.829.165 triệu VND (1/1/2019: 1.799.047 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay và trái phiếu dài hạn của các công ty con của Công ty (Thuyết minh 19).

Trong năm, chi phí chạy thử, chi phí đi vay và chi phí phân bổ quyền sử dụng đất được vốn hóa vào chi phí xây dựng cơ bản dở dang với giá trị lần lượt là 100.075 triệu VND, 117.394 triệu VND và 1.164 triệu VND (2018: lần lượt là 5.915 triệu VND, 748.358 triệu VND và 1.130 triệu VND).

13. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Tài sản khai khoáng khác	Chi phí đất trả trước	Chi phí bồi thường đất	Trục in, công cụ và dụng cụ	Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa	Heo giống	Chi phí khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	1.428.326	458.075	1.031.623	65.095	21.941	57.697	101.293	3.164.050
Tăng trong năm	175.641	4.556	-	35.045	-	67.202	69.199	351.643
Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	-	454.878	-	1.301.741	-	-	653.798	2.410.417
Chuyển từ phải thu dài hạn khác	-	-	49.060	-	-	-	-	49.060
Chuyển từ tài sản cố định hữu hình	-	-	-	193	-	-	30	223
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	3.871	-	52.237	-	-	16.779	72.887

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

	Tài sản khai khoáng khác	Chi phí đất trả trước	Chi phí bồi thường đất	Trục in, công cụ và dụng cụ	Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa	Heo giống	Chi phí khác	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Chuyển (sang)/từ chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	-	(349)	-	-	682	333
Phân bổ trong năm	(98.688)	(10.768)	(73.906)	(56.108)	(3.134)	(29.701)	(36.041)	(308.346)
Xóa sổ	-	-	-	(1.269)	-	(19.194)	(914)	(21.377)
Thanh lý	-	(85.825)	-	(13)	-	-	-	(85.838)
Phân loại lại	-	(396)	-	(2)	-	-	398	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	62	-	-	-	62
Số dư cuối năm	1.505.279	824.391	1.006.777	1.396.632	18.807	76.004	805.224	5.633.114

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi phí đất trả trước, heo giống và công cụ và dụng cụ với giá trị ghi sổ là 225.779 triệu VND (1/1/2019: 88.754 triệu VND) được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay của các công ty con của Công ty (Thuyết minh 19).

14. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOẢN LẠI PHẢI TRẢ

(i) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại và thuế thu nhập hoãn lại phải trả được ghi nhận

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại:		
Chi phí phải trả và dự phòng	185.051	234.274
Lãi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	23.707	20.933
Lỗi tính thuế mang sang	30.527	38.380
Tài sản cố định hữu hình	1.358	1.674
Tổng tài sản thuế thu nhập hoãn lại	240.643	295.261
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả:		
Tài sản cố định hữu hình	(678.218)	(639.785)
Tài sản cố định vô hình	(1.773.297)	(711.661)
Lỗi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	(3.900)	-
Tổng thuế thu nhập hoãn lại phải trả	(2.455.415)	(1.351.446)
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả thuần	(2.214.772)	(1.056.185)

(ii) Biến động của các chênh lệch tạm thời trong năm như sau

	1/1/2019	Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	Được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất	31/12/2019
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Chi phí phải trả và dự phòng	234.274	-	(49.223)	185.051
Lãi chưa thực hiện đối với các giao dịch nội bộ	20.933	-	(1.126)	19.807
Lỗi tính thuế mang sang	38.380	-	(7.853)	30.527
Tài sản cố định hữu hình	(638.111)	(76.708)	37.959	(676.860)
Tài sản cố định vô hình	(711.661)	(1.131.987)	70.351	(1.773.297)
	(1.056.185)	(1.208.695)	50.108	(2.214.772)

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	Triệu VND
Nguyên giá	
Số dư đầu năm	1.115.851
Tăng trong năm (Thuyết minh 5)	3.578.372
Số dư cuối năm	4.694.223
Giá trị hao mòn lũy kế	
Số dư đầu năm	596.312
Phân bổ trong năm	112.483
Số dư cuối năm	708.795
Giá trị còn lại	
Số dư đầu năm	519.539
Số dư cuối năm	3.985.428

16. THUẾ

(a) Thuế phải thu Nhà nước

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Thuế thu nhập doanh nghiệp	13.545	11.496
Các loại thuế khác	9.976	11.454
	23.521	22.950

(b) Thuế phải nộp Nhà nước

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Thuế giá trị gia tăng	149.782	92.151
Thuế tiêu thụ đặc biệt	21.366	12.206
Thuế thu nhập doanh nghiệp	463.143	272.640
Thuế thu nhập cá nhân	131.358	49.273
Thuế xuất nhập khẩu	125	623
Các loại thuế khác	4.230	2.968
	770.004	429.861

Biến động trong năm của thuế phải nộp Nhà nước như sau:

	1/1/2019 Triệu VND	Tăng từ hợp nhất kinh doanh Triệu VND	Phát sinh Triệu VND	Nộp Triệu VND	Cấn trừ/ Phân loại lại Triệu VND	31/12/2019 Triệu VND
Thuế giá trị gia tăng	92.151	-	4.085.252	(1.082.061)	(2.945.560)	149.782
Thuế tiêu thụ đặc biệt	12.206	-	207.047	(197.887)	-	21.366
Thuế thu nhập doanh nghiệp	272.640	-	790.583	(600.760)	680	463.143
Thuế thu nhập cá nhân	49.273	48.395	343.821	(310.131)	-	131.358
Thuế xuất nhập khẩu	623	-	358.938	(359.436)	-	125
Các loại thuế khác	2.968	338	606.576	(605.372)	(280)	4.230
	429.861	48.733	6.392.217	(3.155.647)	(2.945.160)	770.004

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

17. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Phải trả cho công trình xây dựng	989.525	110.873
Thưởng và lương tháng 13	585.768	420.873
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	493.501	699.938
Chi phí lãi vay	466.583	423.557
Chiết khấu thương mại và chi phí hỗ trợ khách hàng	385.443	400.892
Chi phí kho vận	273.755	121.386
Chi phí tư vấn	126.172	10.754
Mua hàng nhưng chưa nhận hóa đơn	108.698	87.051
Thuế và lệ phí tài nguyên môi trường	71.039	10.034
Chi phí trưng bày và nghiên cứu thị trường	35.839	57.612
Chi phí công nghệ thông tin	19.671	24.223
Chi phí khác	554.508	423.857
	4.110.502	2.791.050

18. PHẢI TRẢ KHÁC

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Ngắn hạn		
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	44.769	11.927
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn nhận được	14.558	4.897
Cổ tức phải trả	32.495	29.123
Phải trả khác	30.735	250.466
	122.557	296.413
Dài hạn		
Ký quỹ, ký cược dài hạn nhận được	23.977	21.802
Phải trả khác	156.962	2.002
	180.939	23.804

19. VAY VÀ TRÁI PHIẾU

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Vay và trái phiếu ngắn hạn (*)		
Vay ngắn hạn	13.286.330	6.132.408
Vay và trái phiếu dài hạn đến hạn trả	5.053.855	3.111.371
	18.340.185	9.243.779
Vay và trái phiếu dài hạn (**)		
Vay và trái phiếu dài hạn	16.729.697	15.863.020
Khoản đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(5.053.855)	(3.111.371)
Khoản đến hạn trả sau 12 tháng	11.675.842	12.751.649

(*) Vay và trái phiếu ngắn hạn

	1/1/2019	Biến động trong năm				31/12/2019
	Giá trị ghi sổ và số có khả năng trả nợ	Tăng từ hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	Tăng	Hoàn trả	Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái chưa thực hiện	Giá trị ghi sổ và số có khả năng trả nợ
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Vay ngắn hạn	6.132.408	3.575.757	27.324.045	(23.733.617)	(12.263)	13.286.330
Vay và trái phiếu dài hạn đến hạn trả	3.111.371	33.006	5.020.849	(3.111.371)	-	5.053.855
	9.243.779	3.608.763	32.344.894	(26.844.988)	(12.263)	18.340.185

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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	Lãi suất năm	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	5.5% - 9.6%	5.123.566	999.614
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	USD	3.3% - 6.3%	1.260.626	1.658.760
Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	4.3% - 6.5%	6.172.138	3.474.034
Khoản vay từ các bên thứ ba không đảm bảo	VND	9.0%	730.000	-
			13.286.330	6.132.408

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 và ngày 1 tháng 1 năm 2019, các khoản vay ngân hàng được đảm bảo bằng các tài sản sau của Tập đoàn:

- (i) 220 triệu cổ phiếu của MSR (1/1/2019: 200 triệu cổ phiếu);
- (ii) một phần cổ phiếu của Công ty Cổ phần Vinhomes (1/1/2019: không);
- (iii) một phần cổ phiếu của Công ty Cổ phần Vincom Retail (1/1/2019: không);
- (iv) tài sản cố định với giá trị ghi sổ là 770.931 triệu VND; và
- (v) một phần hàng tồn kho và phải thu ngắn hạn của một công ty con sở hữu gián tiếp.

(**) Vay và trái phiếu dài hạn

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Vay dài hạn (a)	2.908.420	841.621
Trái phiếu thường (b)	13.821.277	15.021.399
	16.729.697	15.863.020

Điều khoản và điều kiện của các khoản vay và trái phiếu dài hạn hiện còn số dư như sau:

	Loại tiền	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
a. Vay dài hạn					
Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	7,6% - 10,8%	2021 - 2027	2.608.420	841.621
Khoản vay từ các bên thứ ba không đảm bảo	VND	9,0%	2021	300.000	-
				2.908.420	841.621
b. Trái phiếu thường					
(bao gồm chi phí phát hành)	VND	8,0% - 10,0%	2020 - 2024	13.821.277	15.021.399

(a) Vay dài hạn

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, các khoản vay dài hạn của Tập đoàn được đảm bảo bằng một số tài sản cố định, chi phí xây dựng cơ bản dở dang và chi phí trả trước dài hạn với giá trị ghi sổ lần lượt là 2.831.368 triệu VND (1/1/2019: 1.597.215 triệu VND) (Thuyết minh 10), 217.136 triệu VND (1/1/2019: 401.870 triệu VND) (Thuyết minh 12) và 225.779 triệu VND (1/1/2019: 88.754 triệu VND) (Thuyết minh 13).

(b) Trái phiếu thường

Giá trị ghi sổ của các trái phiếu như sau:

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Trái phiếu thường	13.950.000	15.200.010
Chi phí phát hành trái phiếu chưa phân bổ	(128.723)	(178.611)
	13.821.277	15.021.399

- (i) 2.100 tỷ VND (1/1/2019: 2.100 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 10 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 8,0% trong 10 năm. Trái phiếu này được bảo lãnh bởi Credit Guarantee and Investment Facility và được đảm bảo bằng 59,3 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 59,3 triệu cổ phiếu) của MSC;
- (ii) 1.300 tỷ VND (1/1/2019: 1.300 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2021) và chịu lãi suất năm là 7,0% trong năm đầu tiên và biên độ 1,5% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 17,1 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 4,1 triệu cổ phiếu) của ANCO và 24,64% vốn góp vào MNS Feed (1/1/2019: không);

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 (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).

700 tỷ VND (1/1/2019: 700 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2021) và chịu lãi suất năm là 8,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,0% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 14,4 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 14,4 triệu cổ phiếu) của Proconco;
- (iv).

3.600 tỷ VND (1/1/2019: 5.600 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2020) và chịu lãi suất năm là 8,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,0% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu được đảm bảo bằng một số tài sản cố định và chi phí xây dựng cơ bản dở dang với tổng giá trị ghi sổ là 13.053.965 triệu VND (1/1/2019: 14.256.795 triệu VND) của các công ty con sở hữu gián tiếp bởi Công ty;
- (v).

1.000 tỷ VND (1/1/2019: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 2 năm (2020) và chịu lãi suất năm là 9,5%. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 103,3 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 93,8 triệu cổ phiếu) của MSR;
- (vi).

500 tỷ VND (1/1/2019: 500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,25% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 51,6 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 47 triệu cổ phiếu) của MSR;
- (vii).

1.000 tỷ VND (1/1/2019: 1.000 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2021) và chịu lãi suất năm là 9,8% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 104,7 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 95,2 triệu cổ phiếu) của MSR. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, 250 tỷ VND trái phiếu (1/1/2019: không) được sở hữu bởi Công ty và được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất;
- (viii).

1.500 tỷ VND (1/1/2019: 1.500 tỷ VND) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2023) và chịu lãi suất năm là 10,0% trong năm đầu tiên và biên độ 3,25% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 154,8 triệu cổ phiếu (1/1/2019: 140,8 triệu cổ phiếu) của MSR;
- (ix).

500 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 10,2% trong năm đầu tiên và biên độ 3,3% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 55,6 triệu cổ phiếu (1/1/2019: không) của MSR. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, những trái phiếu này được sở hữu bởi Công ty và được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất;
- (x).

300 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 33,3 triệu cổ phiếu (1/1/2019: không) của MSR;
- (xi).

200 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 22,2 triệu cổ phiếu (1/1/2019: không) của MSR;
- (xii).

500 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 5 năm (2024) và chịu lãi suất năm là 10,2% trong năm đầu tiên và biên độ 3,3% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái

phiếu này được đảm bảo bằng 55,6 triệu cổ phiếu (1/1/2019: không) của MSR. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, những trái phiếu này được sở hữu bởi Công ty và được loại trừ khi lập báo cáo tài chính hợp nhất;

- (xiii).

100 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng một số cổ phiếu của MSR sẽ được xác định cụ thể trước ngày 31 tháng 3 năm 2020 (1/1/2019: không).

- (xiv).

190 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng một số cổ phiếu của MSR sẽ được xác định cụ thể trước ngày 31 tháng 3 năm 2020 (1/1/2019: không);

- (xv).

210 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10% trong năm đầu tiên và biên độ 3,1% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Trái phiếu này được đảm bảo bằng 114,9 triệu cổ phiếu (1/1/2019: không); và

- (xvi).

1.500 tỷ VND (1/1/2019: không) trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm (2022) và chịu lãi suất năm là 10% trong năm đầu tiên và biên độ 3,2% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại. Những trái phiếu này không được đảm bảo.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2019, các công ty liên kết của Tập đoàn sở hữu 216.617 triệu VND (1/1/2019: VND1.006.117 triệu VND) trái phiếu đã phát hành của Tập đoàn.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản đối với các khoản vay và trái phiếu trên.

20. DỰ PHÒNG PHẢI TRẢ

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Dự phòng quyền khai thác mỏ	430.392	466.446
Dự phòng chi phí phục hồi môi trường mỏ	99.122	26.218
Dự phòng trợ cấp thôi việc	43.930	47.527
	573.444	540.191

Biến động trong năm của các khoản dự phòng như sau:

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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 khai thác mỏ	Chi phí phục hồi môi trường mỏ	Trợ cấp thôi việc	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư đầu năm	466,446	26,218	47,527	540,191
Dự phòng lập trong năm	37,092	72,904	2,917	112,913
Dự phòng sử dụng trong năm	(3,511)	-	(4,826)	(8,337)
Hoàn nhập dự phòng trong năm	(69,635)	-	(1,688)	(71,323)
Số dư cuối năm	430,392	99,122	43,930	573,444

21. THAY ĐỔI VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần	Thặng dư vốn cổ phần	Vốn khác của chủ sở hữu	Cổ phiếu quỹ	Chênh lệch tỷ giá hối đoái	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty	Lợi ích cổ đông không kiểm soát	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2018	11.573.740	6.855.539	(9.426.958)	(6.518.087)	2.431	12.350.048	14.836.713	5.388.482	20.225.195
Phát hành cổ phiếu mới	57.755	(50)	-	-	-	-	57.705	-	57.705
Phát hành lại cổ phiếu quỹ	-	4.228.928	-	6.518.087	-	-	10.747.015	-	10.747.015
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	(938.994)	(938.994)	(861.098)	(1.800.092)
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	4.916.497	4.916.497	705.008	5.621.505
Cổ tức đã phân phối của các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(774.097)	(774.097)
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	-	1.971	-	1.971	476	2.447
Khác	-	-	-	-	-	(134.163)	(134.163)	134.163	-
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2018	11.631.495	11.084.417	(9.426.958)	-	4.402	16.193.388	29.486.744	4.592.934	34.079.678

	Vốn cổ phần	Thặng dư vốn cổ phần	Vốn khác của chủ sở hữu	Chênh lệch tỷ giá hối đoái	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty	Vốn chủ sở hữu thuộc về cổ đông của Công ty	Tổng
	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND	Triệu VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2019	11.631.495	11.084.417	(9.426.958)	4.402	16.193.388	29.486.744	4.592.934	34.079.678
Phát hành cổ phiếu mới	57.969	(60)	-	-	-	57.909	-	57.909
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát (Thuyết minh 7)	-	-	-	-	7.679.439	7.679.439	(366.986)	7.312.453
Hợp nhất kinh doanh (Thuyết minh 5)	-	-	-	-	-	-	4.467.897	4.467.897
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	5.557.571	5.557.571	807.044	6.364.615
Cổ tức đã phân phối của các công ty con	-	-	-	-	-	-	(393.817)	(393.817)
Cổ tức bằng cổ phiếu đã phân phối của một công ty con	-	-	863.268	-	(863.268)	-	-	-
Chênh lệch quy đổi tiền tệ	-	-	-	6.631	-	6.631	1.561	8.192
Khác	-	-	-	-	(8.178)	(8.178)	(342)	(8.520)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2019	11.689.464	11.084.357	(8.563.690)	11.033	28.558.952	42.780.116	9.108.291	51.888.407

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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. VỐN CỔ PHẦN VÀ THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN

Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành của Công ty là:

	2019		2018	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Vốn cổ phần được duyệt	1.168.946.447	11.689.464	1.163.149.548	11.631.495
Vốn cổ phần đã phát hành Cổ phiếu phổ thông	1.168.946.447	11.689.464	1.163.149.548	11.631.495
Vốn cổ phần đã phát hành Cổ phiếu phổ thông	-	11.084.357	-	11.084.417

Cổ phiếu phổ thông có mệnh giá là 10.000 VND. Mỗi cổ phiếu phổ thông tương ứng với một phiếu biểu quyết tại các cuộc họp cổ đông của Công ty. Các cổ đông được nhận cổ tức mà Công ty công bố vào từng thời điểm. Tất cả cổ phiếu phổ thông đều có thứ tự ưu tiên như nhau đối với tài sản còn lại của Công ty. Các quyền lợi của các cổ phiếu đã được Công ty mua lại đều bị tạm ngừng cho tới khi chúng được phát hành lại.

Trong năm 2018, Công ty đã ký một thỏa thuận cấp cho SK Investment Vina I Pte. Ltd. (“SK”), một cổ đông, một quyền chọn bán. Trong trường hợp Công ty và SK không thực hiện được việc tạo ra giá trị và sự cộng hưởng từ mối quan hệ đối tác hoặc không đồng ý với các định hướng chiến lược của Công ty, SK có một quyền chọn không thể hủy ngang để yêu cầu Công ty hoặc người được chỉ định bởi Công ty mua lại toàn bộ 109.899.932 cổ phiếu của Công ty đã phát hành vào ngày 2 tháng 10 năm 2018 (“Ngày Hoàn Tất”) với giá mỗi cổ phiếu là 100.000 VND, giá này sẽ được trừ đi các khoản cổ tức và phân phối khác mà Công ty đã trả, và sẽ được điều chỉnh trong trường hợp phát sinh suy giảm. 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 trong năm của vốn cổ phần đã phát hành như sau:

	1/1/2019		31/12/2019	
	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND	Số lượng cổ phiếu	Triệu VND
Số dư đầu năm	1.163.149.548	11.631.495	1.157.373.974	11.573.740
Phát hành cổ phiếu theo mệnh giá bằng tiền	5.796.899	57.969	5.775.574	57.755
Số dư cuối năm	1.168.946.447	11.689.464	1.163.149.548	11.631.495

23. CHI TRẢ BẰNG CỔ PHẦN

Tập đoàn có kế hoạch trả thù lao bằng cổ phần dựa trên việc đánh giá thành tích của nhân viên. Việc phát hành cổ phần trong tương lai theo kế hoạch này phải được các cổ đông phê duyệt tại cuộc họp Đại hội Cổ đông Thường niên.

Trong tháng 6 năm 2019, Công ty đã phát hành 5.796.899 cổ phần cho nhân viên theo mệnh giá bằng tiền.

24. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

(a) Cam kết thuê hoạt động (khi Tập đoàn là bên thuê)

Các khoản tiền thuê tối thiểu phải trả cho các hợp đồng thuê hoạt động không được hủy ngang như sau:

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Trong vòng 1 năm	1.770.763	158.303
Trong vòng 2 đến 5 năm	4.944.618	136.125
Sau 5 năm	3.382.643	179.760
	10.098.024	474.188

(b) Cam kết thuê hoạt động (khi Tập đoàn là bên cho thuê)

Các khoản tiền thuê tối thiểu thu được từ các hợp đồng cho thuê hoạt động không được hủy ngang như sau:

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Trong vòng 1 năm	55.737	-
Trong vòng 2 đến 5 năm	105.416	-
	161.153	-

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 (tiếp theo)

(c) 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:

	31/12/2019 Triệu VND	1/1/2019 Triệu VND
Đã được duyệt và đã ký hợp đồng	975.182	1.797.246
Đã được duyệt nhưng chưa ký hợp đồng	1.062.454	1.299.287
	2.037.636	3.096.533

(d) Ngoại tệ

	31/12/2019		31/1/2019	
	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND	Nguyên tệ	Tương đương Triệu VND
USD	33.100.265	764.947	11.209.880	260.861
EUR	-	-	314	9
SGD	-	-	334	5
THB	64.860.758	48.775	83.683.037	58.076
		813.722		318.951

(e) Điều chỉnh giá bán chính thức

Như đã trình bày tại Thuyết minh 3(q), một công ty con của Công ty có các cam kết theo các hợp đồng mua bán nhằm điều chỉnh giá bán sản phẩm dựa trên giá thị trường niêm yết trong tương lai tại London Metal Bulletin (“LMB”) tại ngày định giá chính thức đã thỏa thuận. Doanh thu sơ bộ được ghi nhận dựa trên giá trị hợp lý ước tính của tổng giá trị các khoản phải thu tại ngày giao dịch. Doanh thu sẽ được điều chỉnh tại ngày định giá chính thức sau ngày kết thúc kỳ kế toán năm. Các điều chỉnh này sẽ được hạch toán là thay đổi trong ước tính do thiếu cơ sở để xác định một cách đáng tin cậy giá thị trường niêm yết trong tương lai tại LMB tại ngày thực hiện giao dịch.

Tổng doanh thu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 đã ghi nhận sơ bộ là 301 tỷ VND (2018: 384 tỷ VND).

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

25. DOANH THU BÁN HÀNG

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Tổng doanh thu		
■ Bán thành phẩm và doanh thu khác	38.818.747	39.378.747
Trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu		
■ Hàng bán bị trả lại	1.408.827	1.144.682
■ Chiết khấu thương mại	55.833	46.448
	1.464.660	1.191.130
	37.354.087	38.187.617

26. GIÁ VÔN BÁN HÀNG

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Tổng giá vốn hàng bán		
■ Thành phẩm đã bán và doanh thu khác	26,350,514	26,229,665
■ Dự phòng giảm giá tồn kho	62,425	76,543
	26,412,939	26,306,208

27. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Thu nhập lãi từ:		
■ Tiền gửi ngân hàng	244.110	313.391
■ Các hoạt động đầu tư cho vay khác	41.185	11.173
Thanh toán chi phí lãi vay trước đây từ thỏa thuận dàn xếp vụ kiện tại trung tâm trọng tài quốc tế (Thuyết minh 36)	809.725	-
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	91.520	65.835
Lãi từ việc suy giảm lợi ích trong một công ty liên kết và khác	1.643	1.511.394
	1.188.183	1.901.793

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(tiếp theo)

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

28. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Chi phí lãi vay/phát hành trái phiếu từ:		
■ Ngân hàng	953.398	383.009
■ Trái chủ và các bên khác	912.617	2.284.522
Chi phí phát hành trái phiếu	144.960	220.837
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	61.118	91.752
Chi phí khác	128.469	110.794
	2.200.562	3.090.914

29. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	2.004.770	2.414.846
Chi phí kho vận	833.357	803.314
Chi phí nhân viên	653.505	607.162
Chi phí trưng bày	170.318	162.304
Chi phí dịch vụ mua ngoài	48.590	39.234
Chi phí khác	284.355	287.393
	3.994.895	4.314.253

30. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Chi phí nhân viên	780.621	765.809
Phân bổ giá trị hợp lý tăng thêm của tài sản cố định phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	507.265	513.827
Phân bổ lợi thế thương mại	112.483	112.482
Chi phí khấu hao và phân bổ	101.591	97.430
Chi phí nghiên cứu phát triển	26.878	15.437
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	73.065	89.089
Chi phí thuê văn phòng	89.169	79.298
Chi phí dịch vụ mua ngoài	121.525	95.886
Chi phí khác	290.811	246.130
	2.103.408	2.015.388

31. THU NHẬP KHÁC

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Thu nhập từ giải quyết tranh chấp (Thuyết minh 36)	1.212.835	-
Thu nhập khác	112.515	14.708
	1.325.350	14.708

32. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

(a) Ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Chi phí thuế thu nhập hiện hành		
Năm hiện hành	854.707	726.873
Dự phòng thừa trong những năm trước	(64.124)	(181)
	790.583	726.692

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Lợi ích thuế thu nhập hoãn lại		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(51.794)	(104.373)
Ghi giảm tài sản thuế thu nhập hoãn lại	1.686	-
	(50.108)	(104.373)
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	740.475	622.319

(b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2019		2018	
	%	Triệu VND	%	Triệu VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	100,0%	7.105.090	100,0%	6.243.824
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	20,0%	1.421.018	20,0%	1.248.765
Ảnh hưởng của các mức thuế suất khác nhau áp dụng cho các công ty con	(6,2%)	(432.624)	(7,7%)	(483.689)
Ảnh hưởng của các giao dịch hợp nhất	(1,0%)	(74.277)	(3,2%)	(197.822)
Chi phí không được khấu trừ thuế	1,0%	78.498	0,6%	36.319
Ảnh hưởng của phần lãi từ các công ty liên kết trừ đi thuế	(6,1%)	(436.482)	(6,1%)	(382.868)
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận	3,8%	270.940	6,5%	406.446
Dự phòng thừa trong những năm trước	(0,9%)	(64.124)	-	(181)
Lỗi tính thuế đã sử dụng	(0,3%)	(24.160)	(0,1%)	(4.651)
Ghi giảm tài sản thuế thu nhập hoãn lại	-	1.686	-	-
	10,4%	740.475	10,0%	622.319

(c) Thuế suất áp dụng

Theo Luật thuế thu nhập hiện hành, Công ty có nghĩa vụ nộp cho nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp bằng 20% trên lợi nhuận tính thuế.

Các 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 Việt Nam 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 thuế khác nhau, cơ quan thuế có thẩm quyền phạt, đánh thuế và tính lãi chậm nộp. Điều này có thể làm cho rủi ro về thuế ở Việt Nam là lớn hơn so với các nước khác. Ban Tổng Giám đốc cho rằng họ đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải về luật thuế của họ, bao gồm các yêu cầu về chuyển giá và cách tính thuế thu nhập doanh nghiệp. Tuy nhiên, các cơ quan thuế liên quan có thể có những cách hiểu khác nhau và có thể gây ảnh hưởng đáng kể.

33. CÁC GIAO DỊCH CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Ngoài số dư 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	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Công ty liên kết	Khoản vay đã nhận	1.367.341	1.651.044
	Khoản vay đã trả	1.498.588	1.406.719
	Trái phiếu phát hành (đại lý phát hành) (*)	3.500.000	3.800.000
	Trái phiếu mua lại (đại lý thanh toán)	3.000.000	885.204
	Mua chứng khoán kinh doanh	2.004.711	2.016.734
	Bán chứng khoán kinh doanh	754.711	504.274
	Chi phí lãi vay	95.527	122.123
Các bên liên quan khác			
Thành viên quản lý chủ chốt	Thù lao trả cho Thành viên quản lý chủ chốt	151.832	148.983

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(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)

Bên liên quan	Tính chất giao dịch	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Thành viên trong Hội đồng	Bán hàng cho một công ty liên quan của thành viên này	-	720.924
Thành viên của một công ty con	Mua hàng từ một công ty liên quan của thành viên này (**)	725.042	-

Tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019, Công ty và các công ty con có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn tại, và các giao dịch đại lý 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 niêm yết và bán cho các nhà đầu tư dựa trên một thỏa thuận đã ký kết.

(**) Trong năm 2018, NPM, một công ty con, đã bán hàng cho một bên liên quan của một thành viên trong Hội đồng Thành viên của NPM. Sau đó, trong năm 2019, NPM đã mua số hàng này từ bên liên quan này. Giao dịch mua này đã được phê duyệt bởi Hội đồng Thành viên của NPM vào ngày 25 tháng 3 năm 2019.

34. LÃI TRÊN CỔ PHIẾU

(a) Lãi cơ bản trên cổ phiếu

i Việc tính toán lãi cơ bản trên cổ phiếu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019 được dựa trên lợi nhuận thuộc về cổ đông phổ thông là 5.557.571 triệu VND (2018: 4.916.497 triệu VND) của Công ty và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm là 1.166.167.112 cổ phiếu (2018: 1.077.880.214 cổ phiếu), được tính như sau:

(i) Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	5.557.571	4.916.497

(ii) Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm	1.163.149.548	1.047.474.042
Ảnh hưởng của số cổ phiếu phổ thông đã phát hành bằng tiền	3.017.564	3.006.463
Ảnh hưởng của số cổ phiếu quỹ đã phát hành lại	-	27.399.709
Số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm	1.166.167.112	1.077.880.214

(b) Lãi suy giảm trên cổ phiếu

Công ty không có cổ phiếu phổ thông tiềm năng suy giảm.

35. CÁC HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ PHI TIỀN TỆ

	2019 Triệu VND	2018 Triệu VND
Phát sinh chi phí xây dựng cơ bản dở dang nhưng chưa trả	447.364	412.138
Chi phí khấu hao và phân bổ được vốn hóa vào chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	1.389

36. THÔNG TIN KHÁC

Vào ngày 28 tháng 3 năm 2019, một hội đồng gồm ba trọng tài viên được Trung tâm Trọng tài Quốc tế Singapore chỉ định (“Hội đồng Trọng tài”) đã đưa ra phán quyết chung thẩm từng phần, theo đó chấp nhận khoản bồi thường cho NPM, một công ty con của Công ty, phát sinh từ các hành vi của Jacobs (“Phán quyết Chung thẩm Từng phần”). Vụ kiện này có liên quan đến việc ký kết và thực hiện hợp đồng thiết kế và cung cấp thiết bị giữa NPM và Jacobs trong năm 2011 cho mục đích thiết kế, cung cấp thiết bị và quản lý thi công xây dựng dây chuyền chế biến khoáng sản của NPM tại Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam.

Ngoài Phán quyết Chung thẩm Từng phần, Hội đồng Trọng tài cũng cân nhắc các khoản bồi thường liên quan đến chi phí lãi vay và các chi phí tố tụng trọng tài.

Trong tháng 8 năm 2019, NPM và Jacobs đã dàn xếp xong vụ kiện tại trung tâm trọng tài quốc tế với số tiền là 130 triệu Đô la Mỹ. Jacobs đã thanh toán cho NPM trong tháng 9 năm 2019. Như một phần của thỏa thuận này, NPM chấm dứt vô điều kiện việc thực hiện các quyền theo Phán quyết Chung thẩm Từng phần cùng tất cả các yêu cầu bồi thường và hành động khác liên quan đến vụ kiện tại trung tâm trọng tài quốc tế.

Khoản bồi thường nhận bởi NPM được ghi nhận theo bản chất của từng khoản bồi thường như sau:

- giảm nguyên giá tài sản cố định (do thanh toán vượt các chi phí liên quan đến xây dựng hoặc chi phí xây dựng hoặc chỉnh sửa khác không nên phát sinh ở thời điểm ban đầu);
- doanh thu hoạt động tài chính; và
- thu nhập khác.

(ii) Thỏa thuận mua lại hoạt động kinh doanh vonfram

Vào ngày 17 tháng 9 năm 2019, MTC đã ký một thỏa thuận mua lại hoạt động kinh doanh vonfram của H.C Starck Group GmbH (“HCS”). HCS là một trong những nhà sản xuất hàng đầu về bột kim loại vonfram và vonfram cacbua (sản phẩm trung nguồn của vonfram) với hoạt động trên toàn cầu và các quy trình sản xuất tự động hiện đại. Thỏa thuận này phải trải qua quá trình xin phê duyệt của các cơ quan quản lý và giao dịch mua này sẽ được tiến hành khi các thủ tục pháp lý được hoàn tất.

Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2019
(tiếp theo)

37. SỰ KIỆN SAU NGÀY LẬP BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Sau ngày lập bảng cân đối kế toán, MCH, một công ty con của Công ty, đã mua 0,32% lợi ích trong MSC với tổng số tiền là 162.964 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích của Công ty trong MSC đã tăng từ 56,8% lên 57,0%.

Sau ngày lập bảng cân đối kế toán, MH, một công ty con của Công ty, đã mua 1,2% lợi ích trong MML với tổng số tiền là 300.002 triệu VND. Do kết quả của giao dịch này, lợi ích của Công ty trong MML đã tăng từ 87,3% lên 88,5%.

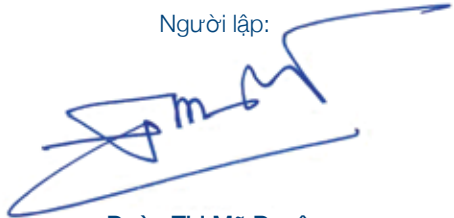
Sau ngày lập bảng cân đối kế toán, HPC, một công ty con được sở hữu gián tiếp bởi Công ty đã hoàn tất việc mua 11.703.630 cổ phiếu (tương đương với 52,25% lợi ích) trong Công ty Cổ phần Bột giặt Net (“NET”). NET là một trong các doanh nghiệp nội địa về sản phẩm chăm sóc gia đình. Kết quả của việc mua lại này dẫn đến NET đã trở thành một công ty con sở hữu gián tiếp bởi Công ty.

Sau ngày lập bảng cân đối kế toán, Công ty đã phát hành 3.000 tỷ VND trái phiếu có thời gian đáo hạn là 3 năm và chịu lãi suất năm là 9,3% trong năm đầu tiên và biên độ 2,5% cộng với bình quân lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của các ngân hàng được chọn trong thời gian còn lại.

Ngoài sự kiện nêu trên, không có sự kiện trọng yếu nào khác phát sinh sau ngày lập bảng cân đối kế toán cần phải điều chỉnh hay trình bày trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

Ngày 20 tháng 3 năm 2020

Người lập:



Đoàn Thị Mỹ Duyên
Kế toán trưởng

Người duyệt



Michael Hung Nguyen
Phó Tổng Giám đốc
Giám đốc Tài chính



Dr Nguyễn Đăng Quang
Chủ tịch
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 Ma San được thành lập vào tháng 11 năm 2004 dưới tên là Công ty Cổ phần Hàng Hải Ma San. Công ty chính thức đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San (tên tiếng Anh là Ma San Group Corporation) vào tháng 8 năm 2009 và đã niêm yết thành công tại Sở Giao dịch chứng khoán Tp. HCM vào ngày 05 tháng 11 năm 2009. Công ty cũng đã chính thức thay đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan vào tháng 07 năm 2015. Dù Công ty chính thức thành lập vào năm 2004 nhưng tính đến việc 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 24 năm.

Masan Group là công ty mẹ giữ lợi ích kinh tế kiểm soát ở các công ty Masan Consumer Holdings (“MCH”), Masan MEATLife (“MML”), Masan Resources (“MSR”) và VCM, với lợi ích kinh tế tương ứng là 60%, 87,27%, 95,99% và 58,6% tại thời điểm 31/12/2019. Tỷ lệ sở hữu hợp nhất của chúng tôi trong vốn điều lệ ở Techcombank là 20% vào ngày 31/12/2019.

Các sự kiện quan trọng trong lịch sử công ty bao gồm:

- Tiền thân của 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, 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, Masan đã chuyển hướng từ thị trường xuất khẩu sang tập trung vào thị trường nội địa, qua việc giới thiệu sản phẩm nước chấm 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, mà sau này công ty sẽ được sử dụng để tái cấu trúc hoạt động kinh doanh và được đổi tên thành Công ty Tập đoàn Ma San.

- Năm 2008, Công ty Cổ phần Công Nghiệp - Thương Mại Ma San là công ty mẹ 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 thể chế hóa chiến lược ngành và chiến lược thực thi cho toàn Tập đoàn nhằm trở thành nền tảng quy mô hơn và chuyên nghiệp hơn thì 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 08/2008.
- Tháng 08/2009, Công ty đã đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Ma San và tái cơ cấu 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, đã 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, đã 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 đã 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 12/2009, chúng tôi đã tăng thêm vốn chủ sở hữu 360 tỷ đồng qua việc phát hành cổ phần cho công ty House Foods của Nhật Bản.
- Tháng 05/2010, Công ty Tài chính Quốc tế (IFC), một thành viên của Ngân hàng Thế giới, đã cấp khoản vay chuyển đổi một phần cho chúng tôi trị giá 760 tỷ đồng với thời hạn vay sáu năm.
- Tháng 09/2010, Công ty đã mua lại cổ phần kiểm soát tại mỗ

LỊCH SỬ VÀ CẤU TRÚC CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN MASAN

- Núi Pháo và đã thành lập công ty Masan Resources. Ngay sau đó, Mount Kellett đã đầu tư mua 20% cổ phần tại Masan Resources.
- Tháng 10/2010, Công ty đã nâng vốn chủ sở hữu thêm 974 tỷ đồng thông qua phát hành riêng cổ phiếu phổ thông cho Orchid Fund Private Limited, một quỹ đầu tư của Richard Chandler Corporation.
- Tháng 11/2010, Goldman Sachs đã cấp khoản vay chuyển đổi cho Công ty trị giá 30 triệu USD với thời hạn 5 năm.
- Tháng 12/2010, Công ty đã tăng sở hữu tại Masan Consumer lên 86,6%.
- Tháng 12/2010 và 01/2011, Công ty đã tăng lợi ích kinh tế tại Techcombank lên 30,6% sau khi mua trái phiếu chuyển đổi của Techcombank.
- Tháng 04/2011, KKR đã đầu tư 159 triệu USD vào Masan Consumer để mua 10% cổ phần.
- Tháng 10/2011, Masan Consumer đã thâm nhập vào thị trường đồ uống thông qua thương vụ mua lại 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 đã tăng tỷ lệ sở hữu lên 53,2%.
- Tháng 02/2012, Công ty đã phát hành các công cụ chuyển đổi cho Mount Kellett và Richard Chandler Corporation.
- Tháng 05/2012, Công ty đã thu hút đầu tư thêm 50 triệu USD thông qua 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 đã bán 8,7% cổ phần tại Masan Consumer cho KKR với trị giá 200 triệu USD, do đó giảm tỷ lệ sở hữu của Tập đoàn tại Masan Consumer xuống 77,7%.
- Tháng 02/2013, Masan Consumer đã mua lại 24,9% cổ phần tại Vĩnh Hảo.
- Tháng 04/2013, Masan Consumer đã tăng tỷ lệ sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 63,5%.
- Tháng 07/2013, Mỏ Núi Pháo liên doanh với H. C. Starck và thành lập công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H. C. Starck nhằm 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 Masan Consumer Holdings, được gọi tắt là Masan Consumer Holdings, và viết tắt là MCH. MCH được tái cấu trúc nhằm tập trung vào ngành hàng thực phẩm và đồ uống.
- Tháng 03/2014, Nhà máy của Mỏ Núi Pháo đã thực hiện chạy thử thành công.
- Tháng 05/2014, Masan Consumer đã thành lập công ty con Masan Beverage, theo đó sở hữu của Masan Consumer tại Vinacafe Biên Hòa và Vĩnh Hảo đã được chuyển sang công ty này.
- Tháng 09/2014, 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 đã thực hiện tung hàng thử nghiệm tại miền Tây. Công ty Bia và Nước Giải khát Phú Yên sau đó vào năm 2015 được chuyển thành công ty TNHH MTV với tên gọi mới là Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY.
- Cuối năm 2014, Masan Consumer đã thành lập một số công ty con để mở rộng sự hiện diện của chúng tôi tại các khu vực chiến lược nhằm tăng công suất và tiếp cận gần hơn đến người tiêu dùng. Chúng tôi đã bắt đầu xây dựng tại nhà máy ở Nghệ An và đang 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, 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 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 9/2015, Masan Resources niêm yết trên sàn UPCoM thuộc Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội, khẳng định thành công của việc vận hành thử nghiệm và gia tăng công suất sản xuất của mỏ Núi Pháo, và trở thành một trong những công ty lớn nhất được niêm yết trên sàn tại miền Bắc.
- 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 Vĩnh Hảo trở thành công ty nước khoáng trong nước lớn nhất 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 1/2016, 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 MNS tăng tỷ lệ sở hữu gián tiếp tại Proconco lên 75,2%.
- Tháng 2/2016, Masan Beverage tăng tỷ lệ sở hữu trực tiếp của mình trong Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%.
- Tháng 3/2016, ANCO đã mua được 14% cổ phần của VISSAN và trở thành đối tác chiến lược.
- Tháng 4/2016, Masan Beverage mua thêm 4,32% cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 88,56%.
- Tháng 5/2016, Masan Nutri-Science tăng tỷ lệ sở hữu tại ANCO từ 70% lên 99,99% và Vinacafé Biên Hòa mua 85% cổ phần Công ty CDN – một công ty hoạt động trong ngành hàng cà phê.
- Tháng 6/2016, ANCO tăng tỷ lệ sở hữu tại VISSAN lên 24,94%, và Masan Nutri-Farm (NA) được thành lập và hiện nay được đổi tên thành MNS Farm Nghệ An.
- Tháng 7/2016, Masan Consumer Thailand được thành lập, vài tháng sau, Masan và đối tác chiến lược Singha giới thiệu sản phẩm gia vị đầu tiên tại Thái Lan, nước mắm CHIN-SU Yod Thong. Đây là bước chân nhỏ đầu tiên của chúng tôi trong hành trình chinh phục thị trường In-land ASEAN để có thể phục vụ tốt hơn 250 triệu người tiêu dùng của khu vực.
- Tháng 11/2016, Masan Nutri-Farm (NA) khởi công trang trại nuôi heo kỹ thuật cao tại Nghệ An, đánh dấu hoàn tất việc thực hiện mô hình 3F.
- Tháng 12/2016, Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.

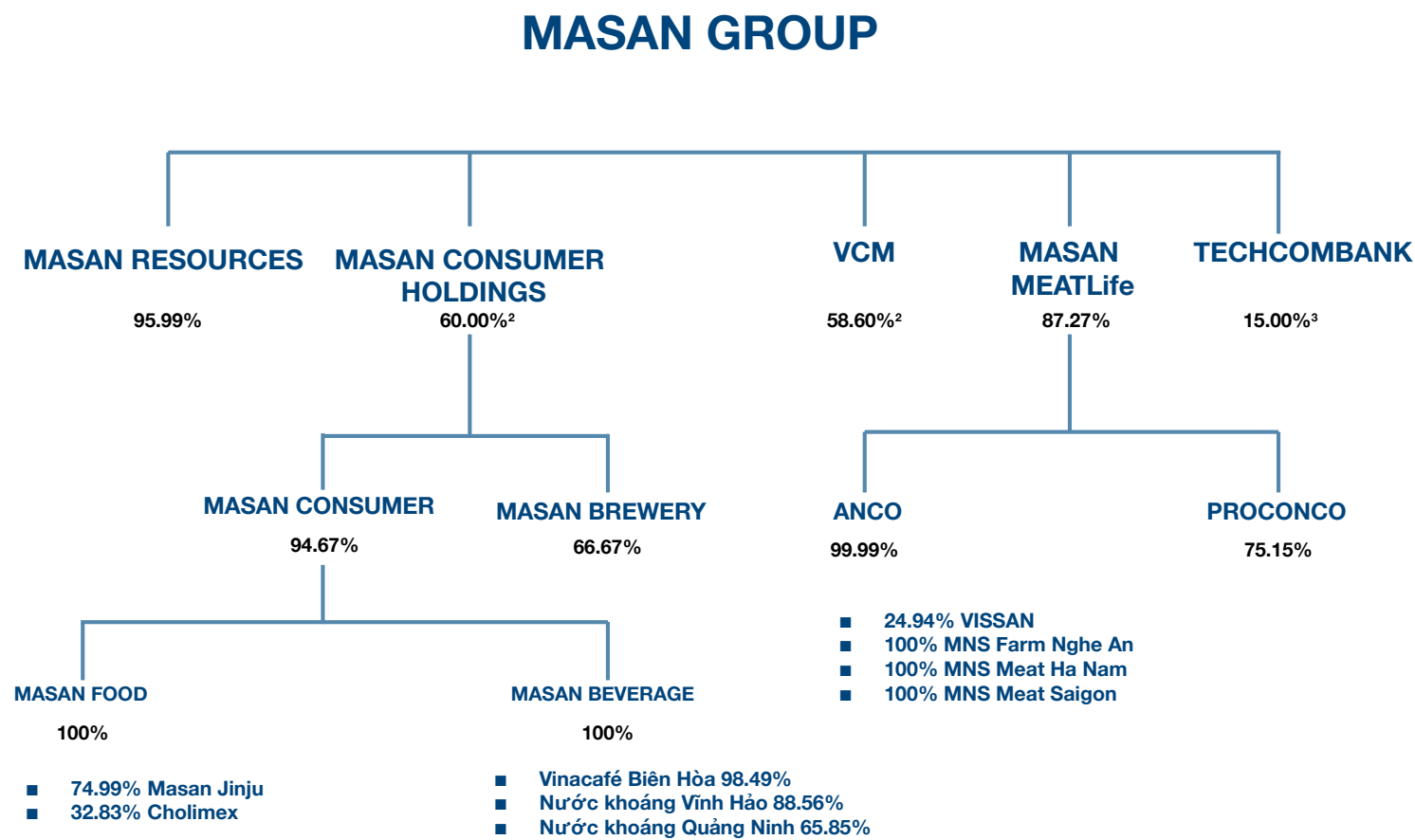
- Tháng 12/2016, Masan Group, thông qua công ty con, hoàn tất việc chào mua công khai cổ phiếu Masan Resources và giúp cho Mount Kellet thoái vốn để nâng tỷ lệ sở hữu gián tiếp tại Masan Resources từ 74,39% lên 95,9%, tạo điều kiện cho cơ hội tăng trưởng và kế hoạch huy động vốn chiến lược cho giai đoạn tiếp theo.
- Tháng 1/2017, 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 1/2017, 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 1/2017, Masan Consumer được niêm yết trên sàn UpCoM, một sản chứng khoán do Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội quản lý.
- Tháng 4/2017, KKR đầu tư 150 triệu USD vào Masan Nutri-Science để sở hữu 7,5% cổ phần, và 100 triệu USD mua lại cổ phần Masan Group từ PENM Partners, công ty quản lý quỹ đầu tư tư nhân của Đan Mạch. Đây là khoản đầu tư thứ hai của KKR vào Masan, sau khoản đầu tư vào Masan Consumer Corporation với tổng giá trị 359 triệu USD.
- Tháng 11/2017, Masan Group hoàn thành việc mua lại cổ phiếu quỹ là 100.665.722 cổ phiếu, tăng tổng số cổ phiếu quỹ lên 109.899.932 hoặc 9,5% vốn điều lệ Công ty.
- Tháng 12/2017, Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage, công ty con của Masan Consumer đã chào mua công khai cổ phần tại Vinacafe Biên Hòa từ 68,5% lên 100%. Sau khi thương vụ chào mua công khai hoàn tất vào ngày 5/2/2018, Masan Beverage đã tăng tỷ lệ sở hữu lên 98,49%.
- Tháng 12/2017, Masan Horizon, công ty con của Masan Group đã mua lại cổ phiếu ưu đãi không có quyền biểu quyết tại Masan Resources với trị giá 22,9 triệu USD. Như vậy, tỷ lệ 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% sau khi mua lại. Việc thoái vốn của nhà đầu tư tư nhân tại Masan Resources sẽ mang lại cho Masan Resources khả năng linh động hơn để có thể huy động vốn tăng trưởng chiến lược sau này.
- Tháng 12/2017, Masan Group cũng đã tắt toán khoản vay chuyển đổi trị giá 30 triệu USD với Goldman Sachs, tránh việc phải phát hành thêm 13,6 triệu cổ phiếu.
- Tháng 1/2018, PENM Partners đầu tư 16 triệu USD để mua lại 0,8% vốn điều lệ của Masan Nutri-Science từ Masan Group.
- Tháng 2/2018, Masan Nutri-Science khởi công Tổ hợp chế biến thịt tại Hà Nam nhằm cung cấp thịt mát đến người tiêu dùng.
- Tháng 6/2018, Công ty Jinju Ham, một công ty sản xuất thịt chế biến hàng đầu tại Hàn Quốc, đã đầu tư mua 25% cổ phần phát hành mới của Saigon Nutri Food. Saigon Nutri Food sau đó được đổi tên thành Masan Jinju.
- Tháng 8/2018, Núi Pháo, công ty con của Masan Resources, đã mua 49% phần vốn góp trong Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H.C. Starck từ H.C. Starck với giá trị 29,1 triệu USD. Sau giao dịch này, công ty liên doanh hiện nay trở thành một công ty con do Masan Resources sở hữu 100% mang tên Công ty TNHH Vonfram Masan.
- Tháng 10/2018, SK Group đầu tư khoảng 470 triệu USD để trở thành cổ đông nước ngoài lớn nhất của Công ty.
- Tháng 12/2018, Masan Nutri-Science giới thiệu thành công ra thị trường thương hiệu thịt mát “MEATDeli”.
- Tháng 7/2019, Masan Nutri-Science đặt trọng tâm vào ngành thịt, công bố đổi tên thành Masan MEATLife. Mục tiêu cuối cùng của Masan MEATLife là cung cấp các sản phẩm thịt ngon, an toàn và giá cả hợp lý cho người tiêu dùng Việt Nam.
- Tháng 9/2019, Công ty TNHH Vonfram Masan, một công ty con thuộc sở hữu của Công ty cổ phần Tài nguyên Masan (MSR), đã ký thỏa thuận mua lại nền tảng kinh doanh vonfram của Tập đoàn H. C. Starck. Giao dịch này là bước đi chiến lược trong tầm nhìn của MSR: Trở thành nhà chế tạo vật liệu công nghiệp công nghệ cao dựa trên nền tảng chuỗi giá trị tích hợp xuyên suốt hàng đầu thế giới.
- Tháng 12/2019, Masan Group và VinGroup đã thỏa thuận nguyên tắc về việc hoán đổi cổ phần Công ty VinCommerce và Công ty VinEco. Thỏa 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. MSN 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 and 83,7% cổ phần VinCommerce.

- Tháng 12/2019, hơn 324,3 triệu cổ phiếu của Công ty Cổ phần Masan MEATLife (MML) đã được đăng ký giao dịch tập trung trên UPCoM. Ngoài việc thúc đẩy tính minh bạch cho các cổ đông, việc đăng ký giao dịch trên UPCoM sẽ là một bước đi chiến lược hướng tới mục tiêu cuối của MML là thực hiện IPO theo cách thức quốc tế trên sàn HOSE vào năm 2022-2023.
- Tháng 12/2019, Masan HPC, một công ty con kinh doanh ngành hàng chăm sóc cá nhân và gia đình, thuộc sở hữu của Công ty cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, đã đưa ra đề nghị chào mua công khai lên đến 60% cổ phần của Công ty cổ phần Bột giặt Net (NETCO) với giá 48.000 đồng/cổ phiếu. 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 gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam.

CẤU TRÚC TẬP ĐOÀN

Vào ngày 31 tháng 12 năm 2019¹



- Sơ đồ này thể hiện lợi ích kinh tế và không bao gồm các công ty con và công ty trung gian khác.
- MSN 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 and 83,7% cổ phần VCM. Tỷ lệ lợi ích thực tế của MSN tại MCH và VCM lần lượt là 60% và 58,6%.
- Công ty trực tiếp nắm giữ 15% vốn điều lệ của TCB, nhưng tổng lợi ích kinh tế của Công ty là 20% nếu bao gồm cả sở hữu gián tiếp thông qua công ty con.

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 nhanh trong nước lớn nhất 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, mì ăn liền, cháo ăn liền, cà phê hòa tan, ngũ cốc ăn liền, đồ uống đóng chai và bia. Công ty đã phát triển danh mục sản phẩm, đội ngũ bán hàng và các kênh phân phối trong nước để thiết lập vị trí hàng đầu trong thị trường sản phẩm 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, Komi, Heo Cao Bồi, Ponnies, Vinacafé, Wake-Up, Wake-Up 247, Compact, Vĩnh Hảo, Quang Hanh, Vivant, Faith, Red Ruby và 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.

MASAN MEATLIFE

Masan MEATLife là doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam về chuỗi giá trị thịt có thương hiệu (áp dụng mô hình 3F “Từ trang trại đến bàn ăn”), tập trung vào việc cải thiện năng suất trong ngành đạm động vật của Việt Nam với mục tiêu cuối cùng là mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm thịt có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng và giá cả hợp lý, đây là ngành có giá trị thị trường 10,2 tỷ USD.

Khởi đầu là một công ty cung cấp thức ăn chăn nuôi hàng đầu tại Việt Nam với sản phẩm “Bio-zeem” – Thương hiệu thức ăn chăn nuôi dẫn đầu về hiệu suất, Masan MEATLife (trước đây là Masan Nutri-Science) đã chuyển hướng sang ngành kinh doanh thịt có thương hiệu theo mô hình hàng tiêu dùng. MML là công ty đầu tiên tại Việt Nam ra mắt thành công thương hiệu thịt mát “MEATDeli” theo công nghệ chế biến đáp ứng tiêu chuẩn châu Âu.

MASAN RESOURCES

Masan Resources là một trong những công ty tài nguyên và chế biến khoáng sản tư nhân lớn nhất trong khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam, hiện đang vận hành dự án mỏ đa kim Núi Pháo mang đẳng cấp thế giới ở miền Bắc. Núi Pháo sở hữu mỏ vonfram lớn nhất thế giới và mỏ vonfram mới đầu tiên trong ngành được đưa vào vận hành trong hơn 1 thập kỷ vừa qua. Masan Resources cũng là nhà sản xuất Florit và Bismut có ảnh hưởng toàn cầu. Mục tiêu của Masan Resources là chứng tỏ cho thế giới thấy rằng một công ty Việt Nam cũng có thể dẫn dắt sự thay đổi trong thị trường vonfram toàn cầu và khám phá các cơ hội chiến lược để trở thành doanh nghiệp chế biến sâu sản phẩm vonfram có quy mô toàn cầu. Điều này cho phép MSR có thể đạt được tài chính vững mạnh và ổn định qua các chu kỳ hàng hóa.

VCM/VINCOMMERCE

VinCommerce là nền tảng bán lẻ hiện đại có độ phủ lớn nhất Việt Nam với hơn 132 siêu thị VinMart và 2.900 siêu thị mini VinMart+ tại 50 tỉnh thành, đồng thời sở hữu hệ thống 14 nông trường sản xuất nông nghiệp công nghệ cao VinEco cung cấp các sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế. Thông qua siêu ứng dụng VinID, VinCommerce là doanh nghiệp tiên phong trong chiến lược đa kênh với khả năng tiếp cận hơn 8,7 triệu khách hàng.

VinCommerce đã liên tục đạt được những giải thưởng lớn trong nước và quốc tế như Top 10 nhà bán lẻ uy tín nhất Việt Nam trong năm 2017, 2018, 2019; Nhà bán lẻ xanh Châu Á 2019; Doanh nghiệp Trách nhiệm châu Á 2019...

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 26 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

2019 EBITDA ² (tỷ đồng)	10.077
Số dư tiền (tỷ đồng) ³	7.585
Tổng nợ (tỷ đồng)	30.016
Nợ thuần (tỷ đồng)	22.431
Số cổ phiếu đã phát hành	1.168.946.447
Vốn điều lệ (tỷ đồng)	11.689
Vốn chủ sở hữu (tỷ đồng)	51.888

1. Số liệu theo Bảng cân đối kế toán vào ngày 31/12/2019.

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 tiền gửi ngắn hạn.

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Cơ cấu Tổ chức

Chấp thuận	Đại Hội Đồng Cổ Đông	
Phê duyệt	Hội đồng Quản trị	Ban Kiểm soát
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 (trước đây là Bộ phận Phát triển kinh doanh)	Bộ phận Tài chính & Kế toán, Luật & Tuân thủ, Nguồn Nhân lực, và Quan hệ đối ngoại

Tập đoàn Masan cam kết quản trị doanh nghiệp tốt, thực hiện quy trình và chính sách theo thông lệ tốt nhất, và thực hiện minh bạch. Ngoài việc được giám sát từ các nhà đầu tư tổ chức lớn và các quy định về quản trị doanh nghiệp theo pháp luật Việt Nam, chúng tôi có thành lập Hội đồng Chiến lược và Phát triển, và Ủy ban Phát triển Bền vững và 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 ("Ủy ban Quản trị Doanh nghiệp").

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.

BAN KIỂM SOÁT

Ban Kiểm soát giám sát hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành để đảm bảo tuân thủ Điều lệ, Quy chế Quản trị Nội bộ của Công ty và các quy định liên quan. Cụ thể là Ban Kiểm soát tham gia vào các cuộc họp thường xuyên và bất thường của Hội đồng Quản trị và Đại hội đồng Cổ đông.

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 Ủy ban Quản trị Doanh nghiệp, Hội đồng Chiến lược và Phát triển, và Ủy ban Phát triển Bền vững.

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 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 hai thành viên điều hành và ba thành viên không điều hành. 1/3 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, cũng là Tổng Giám đốc. Vai trò của Chủ tịch và Tổng Giám đốc là tách biệt. Thành viên của Hội đồng Quản trị bao gồm:

■ **Dr. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch**

Dr. Nguyễn Đăng Quang là Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc 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 Dịch Vụ Thương Mại Tổng Hợp VinCommerce, thành viên HĐQT của Masan Consumer, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Techcombank.

Dr. Quang đã góp phần quan trọng trong quá trình thành lập và phát triển nhiều hoạt động kinh doanh và công ty con của chúng tôi. Ông là người có tầm nhìn chiến lược, đã hỗ trợ quá trình chuyên môn hóa Masan Group trong giai đoạn phát triển đầu tiên đồng thời vẫn giữ được bản sắc văn hóa cũng như các giá trị Việt Nam.

Dr. Quang có học vị Tiến sĩ Khoa học Kỹ thuật của Đại học Vật lý Ứng dụng thuộc Viện Hàn Lâm Khoa Học Belarus và bằng Thạc sĩ Quản lý và Quản trị Kinh doanh của Đại học Kinh tế Nga Plekhanov.

■ **Ông Nguyễn Thiều Nam, Thành viên**

Ông Nguyễn Thiều 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 4 công ty khác, cụ thể: Ông là thành viên HĐQT của Công ty Cổ phần Masan, Công ty Cổ phần nước khoáng Quảng Ninh, Công ty Cổ phần Tập đoàn Baltic Titan, và Phó Chủ tịch thứ nhất HĐQT của Masan Resources.

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 công ty còn là một công ty kinh doanh thực phẩm. Bà đã đóng góp vào sự thay đổi Công ty toàn diện 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 Nước khoáng Vĩnh Hảo, và Công ty Cổ phần Vinacafe Biên Hòa. Bà Nguyễn Hoàng Yến tốt nghiệp Đại học Ngoại ngữ Hà Nội, chuyên ngành Tiếng Nga.

■ **Ông Woncheol Park, Thành viên**

Ông Woncheol Park là Giám đốc điều hành tại SK South East Asia Investment Pte. Ltd., SK Investment Vina I Pte. Ltd., SK Investment Vina II Pte. Ltd, và là Phó chủ tịch điều hành tại SK SUPLEX Council. Trước đó ông Park đứng đầu Bộ phận Đầu tư Hạ tầng Năng lượng của Hana Alternative Asset Management, và từng làm việc cho GS Energy and OCI, phụ trách năng lượng tái tạo, năng lượng và khí đốt. Ông cũng từng làm việc cho Boston Consulting Group ở vị trí tư vấn chiến lược. Ông Park tốt nghiệp ĐH Quốc gia Seoul với bằng Kỹ sư Hóa học. Ông còn có học vị Tiến sĩ, và Thạc sĩ Kỹ thuật Hóa học từ ĐH Quốc gia Seoul, và có bằng Thạc sĩ Quản trị kinh doanh (MBA) từ ĐH Chicago (Booth).

■ **Ông Nguyễn Đoan Hùng, Thành viên độc lập**

Ông Nguyễn Đoan 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 Đoan 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.

Chủ tịch 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.

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 2019, chi tiết về việc sở hữu cá nhân cổ phiếu Masan Group của các thành viên Hội đồng Quản trị như sau:

Hội đồng Quản trị	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Dr. Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch	15	0.00
Ông Nguyễn Thiều Nam	Thành viên	296,749	0.03
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	42,415,234	3.63
Ông Woncheol Park	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

HỢP HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị thường xuyên họp để thảo luận về phương hướng, chiến lược và tiến độ phát triển kinh doanh. Thông thường, các chủ đề tại cuộc họp Hội đồng Quản trị bao gồm:

- Báo cáo về những dự án lớn và những vấn đề trong hoạt động kinh doanh hiện tại;
- Báo cáo kết quả kinh doanh và quản trị doanh nghiệp;
- Trình bày những dự án kinh doanh cụ thể; và
- Các vấn đề của các cuộc họp trước và những vấn đề còn tồn đọng.

HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Trong năm 2019, hội đồng quản trị đã có 13 cuộc họp trực tiếp và thông qua việc lấy ý kiến bằng văn bản. Các thành viên của hội đồng quản trị chủ yếu tập trung việc thảo luận và thông qua những vấn đề sau:

- Đơn giản hóa cấu trúc vốn và cấu trúc doanh nghiệp của công ty, các công ty con nhằm tập trung nhiều hơn vào các mảng kinh doanh liên quan đến tiêu dùng;
- Tăng cường quản trị doanh nghiệp và nâng cao tính minh bạch;
- Quyết định kế hoạch phát triển kinh doanh và lập dự toán ngân sách hàng năm cho các công ty thành viên;
- Huy động vốn và phân bổ vốn, bao gồm việc góp vốn vào công ty con;
- Tái cấu trúc các khoản nợ của công ty;
- Thực hiện phát hành cổ phiếu ESOP;

- Thành lập nhóm công ty mới về bán lẻ và hàng tiêu dùng bằng việc thực hiện giao dịch hoán đổi cổ phần với VinGroup; và
- 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.

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 gồm có năm thành viên điều hành cao cấp nhất của Masan Group, Tổng Giám đốc, ba Phó Tổng Giám đốc, Giám đốc Tài chính và Kế toán trưởng. Thành viên của Ban Điều hành bao gồm:

- **Dr. Nguyễn Đăng Quang – Tổng Giám đốc**

Để xem thông tin, tham khảo phần Hội đồng Quản trị

- **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 và Giám đốc Tài chính**

Ông Michael Hung Nguyen phụ trách mảng tài chính, các vấn đề liên quan đến quan hệ đối ngoại và truyền thông doanh nghiệp của Masan Group. 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 tại 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.

- **Ông Nguyễn Anh Nguyên – Phó Tổng Giám đốc và Giám đốc Công nghệ Thông tin¹**

Ông Nguyễn Anh Nguyên chịu trách nhiệm chính đối với việc phát triển, vận hành và quản lý tất cả các hệ thống ứng dụng kinh doanh, các hệ thống hạ tầng và ứng dụng kinh doanh thông minh của Masan, bao gồm tất cả các hệ thống IT và bảo mật thông tin cho toàn bộ các công ty trong Tập đoàn. Ông Nguyên đang thiết lập chiến lược quan trọng và thực thi xuất sắc trong chiến lược Chuyển Đổi Công Nghệ Số góp phần tăng khả năng cạnh tranh của Masan. Trước khi gia nhập Masan Group, ông Nguyên là CIO và Phó Chủ tịch – Chuỗi cung ứng của Unilever Vietnam trong 16 năm và được nhận giải thưởng Top Indochina CIO 2005 do IDG và Bộ Thông tin và Truyền thông trao tặng.

Ông Nguyên tốt nghiệp Đại học Bách Khoa Tp. Hồ Chí Minh.

- **Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên – Kế toán trưởng**

Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên có hơn 10 năm kinh nghiệm về tài chính các lĩnh vực sản xuất, thương mại, dịch vụ và xây dựng. Trước đây bà từng làm việc cho KPMG, Việt Nam.

Bà Duyên tốt nghiệp Thạc Sĩ về Tài Chính Doanh Nghiệp và Kế Toán của Trường Đại Học Kinh Tế Thành Phố Hồ Chí Minh. Bà cũng là thành viên của Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh Quốc (ACCA).

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Masan Group của các thành viên Ban Điều hành như sau:

1. Ngày 13/04/2020 Hội đồng Quản trị phê duyệt việc từ nhiệm của Ông Nguyễn Anh Nguyên. Việc từ nhiệm có hiệu lực từ ngày 30/04/2020.

Ban điều hành	Vị trí	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Dr. Nguyễn Đăng Quang	Tổng Giám đốc	15	0,00
Ông Nguyễn Thiều Nam	Phó Tổng Giám đốc	296.749	0,03
Ông Michael Hung Nguyen	Phó Tổng Giám đốc	2.427.428	0,21
Ông Nguyễn Anh Nguyên	Phó Tổng Giám đốc	926.695	0,07
Bà Đoàn Thị Mỹ Duyên	Kế toán trưởng	90.000	0,01

BAN KIỂM SOÁT

Thành viên Ban Kiểm soát được bầu tại Đại Hội Đồng Cổ Đông thường niên.
Ban Kiểm soát gồm các thành viên sau đây:

■ Ông Nguyễn Quỳnh Lâm - Trưởng Ban Kiểm soát

Ông Nguyễn Quỳnh Lâm có hơn 20 năm kinh nghiệm trong các vị trí quản lý và kế toán. Trước đây, ông làm việc cho Công ty Cổ phần Đa My và Công ty Cổ phần Thương mại La Giang. Ông tốt nghiệp Kinh tế mỏ tại Trường Đại học Mỏ Địa chất, Hà Nội, Việt Nam.

■ Ông Phạm Đình Toại - Thành viên

Ông Phạm Đình Toại gia nhập Masan Consumer năm 2009 và hiện là Phó Tổng Giám đốc. Trước khi gia nhập Masan Consumer, ông là Giám đốc Phân tích Tài chính tại Unilever Việt Nam từ năm 2002 đến 2005 và Giám đốc Tài chính và Kế toán tại Unilever Việt Nam từ năm 2005 đến 2009.

Ông Toại đã tốt nghiệp Cử nhân Tài chính Doanh nghiệp và Kế toán tại Trường Đại học Tài chính và Kế toán Việt Nam. Ông cũng tốt nghiệp Cử nhân Công nghệ Thông tin, Đại học Sư phạm Kỹ thuật tại Việt Nam.

■ Bà Phan Thị Thúy Hoa - Thành viên

Bà Phan Thị Thúy Hoa gia nhập Masan từ năm 2001 với vị trí Kế toán trưởng Công ty TNHH MTV Công nghệ thực phẩm Việt Tiến. Hiện bà Hoa là Phó giám đốc kế toán tài chính - Khối tổng hợp của Masan Consumer, Kế toán trưởng Vinacafé Biên Hòa, Masan Food và Masan Beverage.

Bà Hoa tốt nghiệp Cử nhân kế toán – kiểm toán tại Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2019, chi tiết về việc sở hữu cổ phiếu Công ty của các thành viên Ban Kiểm soát như sau:

Thành viên Ban kiểm soát	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Ông Nguyễn Quỳnh Lâm	1.708.333	0,15
Ông Phạm Đình Toại	379.500	0,03
Bà Phan Thị Thúy Hoa	2.100	0,00

HOẠT ĐỘNG CỦA BAN KIỂM SOÁT

Ban Kiểm soát giám sát hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành trong việc tuân thủ Điều lệ Công ty, Quy chế Quản trị Nội bộ của Masan Group và pháp luật Việt Nam. Đặc biệt, Ban Kiểm soát tham gia vào các cuộc họp thường kỳ và bất thường của Hội đồng Quản trị và Đại Hội Đồng Cổ Đông.

QUY CHẾ QUẢN TRỊ NỘI BỘ

Quy chế Quản trị Nội bộ của Masan Group đã được phê duyệt tại Đại Hội Đồng Cổ Đông thường niên tổ chức vào ngày 24 tháng 4 năm 2019. Mục tiêu của Quy chế Quản trị Nội bộ là:

- Đảm bảo một kế hoạch quản trị doanh nghiệp hiệu quả;
- Đảm bảo quyền lợi của cổ đông;
- Đảm bảo quyền bình đẳng giữa các cổ đông;
- Đảm bảo các giao dịch của các bên liên quan được thực hiện trên cơ sở các điều kiện thị trường;
- Nâng cao tính minh bạch;
- Trình tự, thủ tục triệu tập Đại Hội Đồng Cổ Đông, các cuộc họp Hội đồng Quản trị;
- Giúp cho hoạt động quản lý của Hội đồng Quản trị và kiểm soát của Ban Kiểm soát đạt hiệu quả; và
- Phối hợp hoạt động giữa Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát và Ban Điều hành.

Quy chế Quản trị Nội bộ, ngoài những nội dung khác, quy định trách nhiệm và quyền hạn của Hội đồng Quản trị, thành viên của Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát và thành viên Ban Kiểm soát.

Các thành viên HĐQT, thành viên BKS, Tổng Giám đốc, 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 vào tháng 9/2016. Các thành viên đã được bổ nhiệm gần đây tại Đại hội đồng cổ đông thường niên 2019 (tháng 4/2019) nhưng chưa tham gia các chương trình đào tạo quản trị doanh nghiệp sẽ tham gia các chương trình này trong một thời điểm thích hợp.

THÙ LAO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, BAN KIỂM SOÁT VÀ BAN ĐIỀU HÀNH

Masan Group đang xây dựng các chính sách về thù lao cho các thành viên của Hội đồng Quản trị và Ban Kiểm soát. Thù lao của Ban Điều hành bao gồm một khoản cố định và một khoản biến đổi.

THÔNG TIN CỔ ĐÔNG

Tại thời điểm 31 tháng 12 năm 2019, vốn điều lệ của Masan Group là 11.689.464.470.000 đồng.

CƠ CẤU CỔ ĐÔNG TÍNH ĐẾN NGÀY 31 THÁNG 12 NĂM 2019

CỔ PHẦN

Tổng số cổ phần đã phát hành và loại cổ phần của Masan Group: 1.168.946.447 cổ phần phổ thông.
Số lượng cổ phiếu quỹ: 0 cổ phần
Số lượng cổ phần có quyền biểu quyết đang lưu hành: 1.168.946.447 cổ phần, được tự do chuyển nhượng.

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	365.215.870	31,24
2	Cty TNHH Một thành viên xây dựng Hoa Hướng Dương	154.756.706	13,24
3	SK Investment Vina I Pte. Ltd.	109.899.932	9,40
4	ARDOLIS INVESTMENT PTE. LTD.	65.930.342	5,64
Tổng cộng		695.802.850	59,52%

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 ký 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, linh 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 ngày 31/12/2019 , Masan Group có 9.283 cổ đông, trong đó có 9.040 cổ đông cá nhân nắm giữ 191.058.887 cổ phần tương ứng với 16,34%; và 243 cổ đông tổ chức nắm giữ 977.887.560 cổ phần tương ứng với 83,66%.

Tính trên cơ sở cổ đông trong nước và cổ đông nước ngoài: Tại ngày 31/12/2019, Masan Group có 8.250 cổ đông trong nước nắm giữ 713.329.057 cổ phần tương ứng với 61,02%; và 1.033 cổ đông nước ngoài nắm giữ 455.617.390 cổ phần, tương ứng với 38,98%.

THAY ĐỔI VỐN ĐIỀU LỆ

Trong năm 2019, Công ty đã tăng vốn điều lệ từ 11.631.495.480.000 đồng lên 11.689.464.470.000 đồng. Việc tăng vốn là từ phát hành cổ phần mới theo chương trình phát hành cổ phần cho người lao động (ESOP).

Trong năm 2019, công ty không có giao dịch cổ phiếu quỹ.

TỶ LỆ SỞ HỮU VÀ SỰ THAY ĐỔI TỶ LỆ SỞ HỮU CỦA CÁC THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ TRONG NĂM 2019

	31/12/2019	31/12/2018	Tăng/ Giảm
Dr. Nguyễn Đăng Quang, Chủ tịch	0,00%	0,00%	0%
Ông Nguyễn Thiếu Nam, Thành viên	0,03%	0,01%	0,02%
Bà Nguyễn Hoàng Yến, Thành viên	3,63%	3,65%	(0,02%)
Ông Woncheol Park, Thành viên	0%	0%	0%
Ông Nguyễn Đoàn Hùng, Thành viên độc lập	0%	0%	0%
Ông David Tan Wei Ming, Thành viên độc lập	0%	0%	0%

THÔNG TIN VỀ GIAO DỊCH CỔ PHIẾU CỦA NHỮNG NGƯỜI NỘI BỘ

Trong năm 2019 có giao dịch cổ phiếu Masan Group được thực hiện bởi người nội bộ. Bảng dưới đây liệt kê các giao dịch này:

STT	Cổ đông nội bộ và người có liên quan	Số cổ phần sở hữu vào ngày 31/12/2019		Số cổ phần sở hữu vào ngày 1/1/2019		Lý do tăng, giảm (chuyển nhượng, mua, chuyển đổi...)
		Số cổ phần	Tỷ lệ	Số cổ phần	Tỷ lệ	
1	Ông Trần Phương Bắc	25.728	0,0022%	18.700	0,0016%	Chuyển nhượng và nhận cổ phần ESOP

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 31/12/2019
Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	11.689
Giá cổ phiếu (đồng)	56.500
Giá cao nhất 52 tuần (đồng)	91.300
Giá thấp nhất 52 tuần (đồng)	51.600
Số lượng cổ phiếu đã phát hành (cổ phiếu)	1.168.946.447
Số lượng cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu)	1.168.946.447
Số lượng cổ phiếu ưu đãi (cổ phiếu)	0
Số cổ phiếu quỹ (cổ phiếu)	0
Thị giá vốn (Tỷ đồng)	66.045
Tỷ lệ cổ tức / thị giá (%)	N/A

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 MasanGroup 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	Feed – Farm – Food, Từ trang trại đến bàn ăn	Masan Horizon, MH	Công ty TNHH Tầm nhìn Masan
ANCO	Công ty Cổ phần Dinh dưỡng Nông nghiệp Quốc tế	MNS Farm Nghệ An	Công ty TNHH MNS Farm Nghệ An
APT	Ammonium Paratungstate	Masan MEATLife, MML	Công ty Cổ phần Masan MEATLife
ATM	Máy giao dịch ngân hàng tự động ATM	Masan Resources, MSR	Công ty Cổ phần Tài nguyên Masan
BTO	Blue Tungsten Oxide	Masan Thai Nguyen Resources	Công ty TNHH MTV Tài nguyên Masan Thái Nguyên
Bia Phú Yên	Công ty TNHH MTV Masan Brewery PY	Masan Tungsten LLC, MTC	Một công ty thành viên của MSR, Công ty TNHH Vonfram Masan (“MTC”) (trước đây là Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo – H. C.Starck)
BRC	Là tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm do Hiệp hội bán lẻ Anh quốc (British Retailer Consortium) thiết lập	MNC	Công ty đa quốc gia
CAGR	Tốc độ tăng trưởng hàng năm kép	NHNN	Ngân hàng nhà nước Việt Nam
CDN	Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN	NIM	Tỷ lệ thu nhập lãi thuần
Cholimex	Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Cholimex	Núi Pháo	Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo, được tái cấu trúc từ Công ty TNHH Liên doanh Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo sau thương vụ mua lại dự án Núi Pháo
Công ty Liên doanh	Công ty TNHH Tinh luyện Vonfram Núi Pháo - H. C. Starck	Nước khoáng Quảng Ninh	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh
Công ty	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Proconco	Công ty Cổ phần Thức ăn Gia súc Việt Pháp
Dr.	Tiến sĩ	Protein	Đạm
ESOP	Chương trình Sở hữu cổ phần cho nhân viên	R&D	Nghiên cứu và phát triển
H. C. Starck	Tập đoàn H. C. Starck	Singha	Công ty Singha Asia Holdings
HDQT	Hội đồng Quản trị	SK	SK Group, Tập đoàn SK
Inland ASEAN	Khu vực địa lý bao gồm các nước Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Cam-bodia và Lào	SME	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
Global G.A.P	Global Good Agricultural Practice, Thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu	Saigon Nutri Food	Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn
KKR	Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., các chi nhánh và/hoặc các quỹ đầu tư do KKR quản lý	Tài Nguyên Masan Thái Nguyên	Công ty TNHH Một thành viên Tài Nguyên Ma San Thái Nguyên
M&A	Mua bán và sáp nhập doanh nghiệp	Tập đoàn	Công ty cổ phần Tập đoàn Masan
Masan	Thuật ngữ chung nói về công ty Cổ phần Tập đoàn Masan, bao gồm công ty MasanConsumerHoldings, công ty Hàng tiêu dùng Masan, công ty Tài nguyên Masan, ngân hàng Techcombank và các công ty con	Techcombank hoặc TCB	Ngân hàng Thương Mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam
Masan Beverage, MSB	Công ty TNHH Masan Beverage	TNHH	Trách Nhiệm Hữu Hạn
Masan Brewery, MB	Công ty TNHH Masan Brewery	Tp.	Thành phố
Masan Consumer, MSC	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan	Tp.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
Masan Consumer Holding, MCH	Công ty TNHH Masan Comsumer Holdings	TSCĐ	Tài sản cố định
Masan Consumer Thailand	Masan Consumer (Thailand) Limited	TPG	Tập đoàn Texas Pacific
Masan Group	Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	UPCoM	Thị trường giao dịch chứng khoán của các công ty đại chúng chưa niêm yết được tổ chức tại Sở Giao Dịch Chứng Khoán Hà Nội
		USD	Đô la Mỹ

USGS	Cục Khảo sát Địa chất Hoa Kỳ
VCM	Công ty CP Phát triển Thương mại và Dịch vụ VCM là chủ sở hữu của VinCommerce, đơn vị đang điều hành hệ thống siêu thị VinMart và siêu thị mini VinMart+. Do đó, VCM và VinCommerce có thể được sử dụng để thay thế cho nhau.
VinCommerce	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp VinCommerce.
Vinacafé Biên Hòa, Vinacafé	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
Vinacafé	Thương hiệu cà phê của Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
VinEco	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Vineco
Vĩnh Hảo	Công ty cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo
VISSAN	Công ty cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ súc sản
VNĐ	Đồng Việt Nam
YTO	Yellow Tungsten Oxide

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 8 6256 3862

Fax: +84 28 3827 4115

www.masangroup.com