



KẾT NỐI  
VẠN NHU CẦU

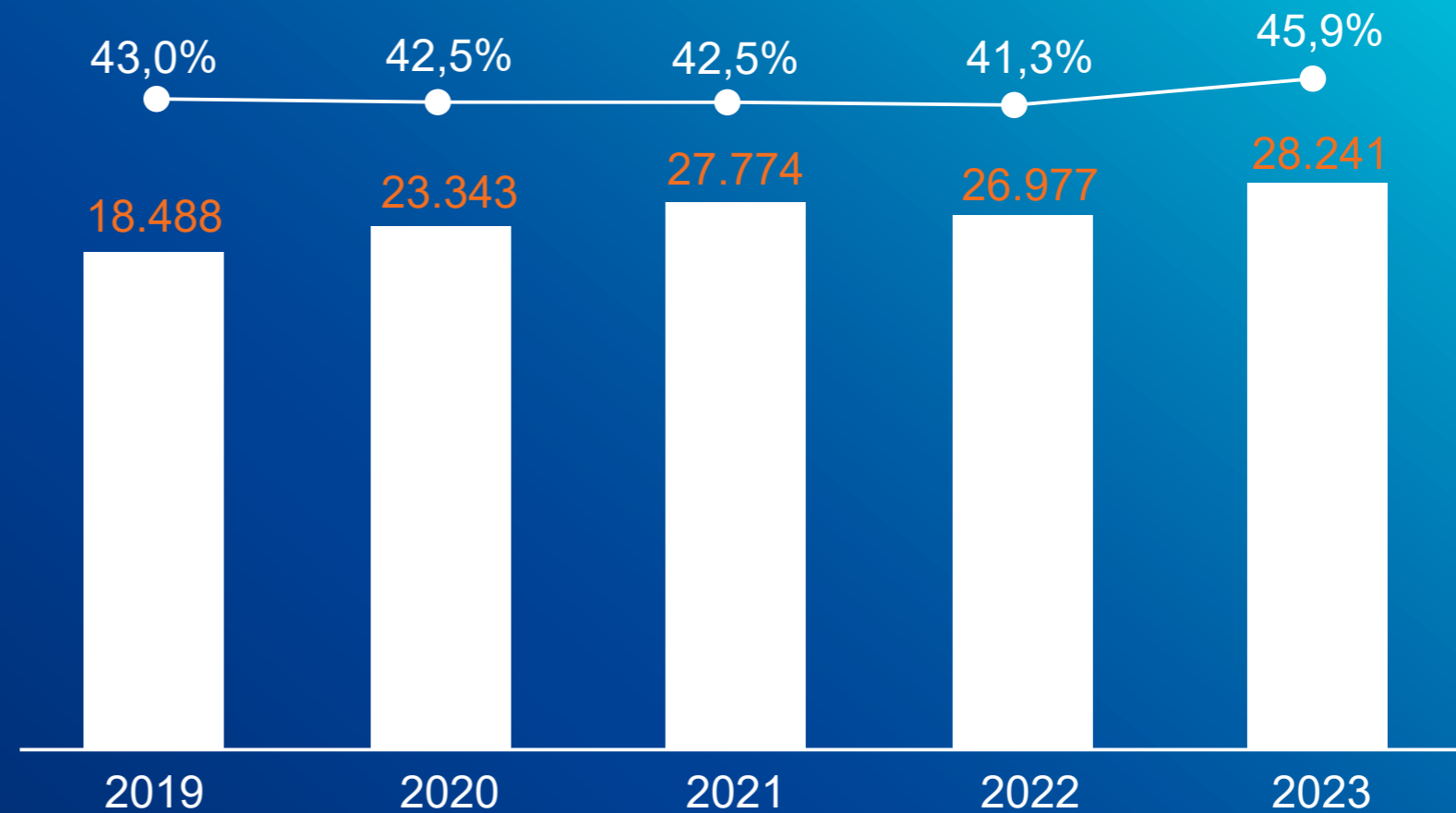


CONSUMER  
OF THINGS

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2023

# Bảng thành tích 2023

Doanh thu thuần (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận gộp (%)



## Mục lục

Thư ngỏ của Tổng Giám Đốc	04
Câu chuyện của Masan Consumer	06
Cam kết bền vững	19
Báo cáo của Ban Điều Hành	52
Báo cáo Tài chính	75
Thông tin Doanh nghiệp	112

# Bảng thành tích 2023 (tiếp theo)

Doanh thu thuần (tỷ đồng) và Biên lợi nhuận gộp (%)

LỢI NHUẬN SAU THUẾ  
NĂM 2023

**7.194**

tỷ đồng

DÒNG TIỀN TỰ DO  
NĂM 2023

**5.686**

tỷ đồng

TỔNG TÀI SẢN TẠI  
31/12/2023

**40.553**

tỷ đồng

TỔNG TIỀN MẶT TẠI  
31/12/2023<sup>(\*)</sup>

**10.698**

tỷ đồng

(\*) Bao gồm tiền và tương đương tiền; và đầu tư ngắn hạn (chủ yếu là tiền gửi có kỳ hạn từ 3 tháng đến dưới 12 tháng và đầu tư ngắn hạn khác).



# Thư ngỏ của Tổng Giám đốc



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

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

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

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



# Thư ngỏ của Tổng Giám đốc (tiếp theo)

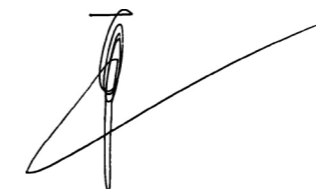
Hiện nay Masan Consumer đã tham gia vào

**8** ngành hàng tiêu dùng chính tại thị trường Việt Nam.

1. Xây dựng mô hình “Consumer Innovation Center (CIC) và Consumer-In-Love (CIL) - Trung tâm Nghiên cứu phát triển sản phẩm cùng với người tiêu dùng” - Để định dạng được nhu cầu lớn của người tiêu dùng trong tương lai. Phương pháp này thay thế cách R&D (Đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm), CMK (Đội ngũ nghiên cứu thị trường và tâm lý người tiêu dùng), CTI (Đội ngũ nghiên cứu sản phẩm) và Brand Group (Đội ngũ xây dựng và phát triển Thương hiệu) vẫn vận hành, tương tác với nhau theo cách truyền thống. CIC và CIL cho phép chúng ta đối thoại trực tiếp với người tiêu dùng và cùng người tiêu dùng xây dựng các ý tưởng sản phẩm mới, nhãn hiệu mới xuất phát từ cuộc sống hiện thực của họ.
2. Ứng dụng phương thức giao tiếp trực tuyến với số đông trong việc tìm ra các “Big Consumer Insights - Nhu cầu lớn ẩn sâu trong tâm trí khách hàng” - phục vụ cho việc xây dựng nhãn hiệu trong và ngoài nước.
3. Ứng dụng AI vào mọi công đoạn của Creative/Communication Development (Phát triển sáng tạo ý tưởng và truyền thông). In-house Agency (Đội ngũ sáng tạo nội bộ) đang là lợi thế cạnh tranh đặc biệt của chúng ta, sức mạnh của AI cho phép chúng ta tiến nhanh đồng loạt trong việc xây dựng các nhãn hiệu lớn.
4. Masan Consumer sẽ đi đầu trong việc xây dựng khái niệm “Consuming Life”, để phục vụ tổng nhu cầu của từng cá nhân từ lúc sinh ra tới lúc về già. Consuming Life được phát triển trên nền tảng “Point of Life” và WIN Membership của The CrownX và WinCommerce. Consuming Life cho phép Masan Consumer tiếp cận, hiểu biết và đáp ứng tốt hơn, mang lại nhiều giá trị hơn cho người tiêu dùng.

5. Tăng hiệu suất thành công của việc giới thiệu sản phẩm mới thông qua quá trình thử nghiệm đa giai đoạn. Mọi sản phẩm mới chỉ được bán rộng rãi tại thị trường cả nước khi được người tiêu dùng chấp nhận thông qua giai đoạn bán thử nghiệm trực tuyến và qua WinCommerce.
6. “Make Vietnamese Foods Global Foods” - Đưa ẩm thực Việt Nam ra bình diện toàn cầu, chúng ta sẽ đi ra thế giới bằng các nhãn hiệu mạnh trong nước, đại diện cho nền ẩm thực đặc sắc riêng của Việt Nam.
7. Sở hữu thời gian và không gian mua sắm của người tiêu dùng, bao gồm tất cả các kênh bán hàng truyền thống, hiện đại và điện tử, mọi lúc mọi nơi.
8. Masan Consumer đặt toàn bộ niềm tin về sự thành công trong tương lai vào thế hệ trẻ tài năng Việt Nam. Chúng ta thực hiện phương thức thu hút và đào tạo các tài năng trẻ, chia sẻ thành công và đề bạt từ đội ngũ nội bộ.

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



**Trương Công Thắng**  
Thành viên HĐQT kiêm Tổng Giám đốc



# CÂU CHUYỆN CỦA MASAN CONSUMER





# Câu chuyện của MASAN CONSUMER

Triết lý kinh doanh của Masan Consumer là “Hàng ngày, chúng ta nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng Việt Nam”. Chúng tôi luôn xem triết lý này là kim chỉ nam cho mọi hành động, luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm.

Masan Consumer (“Công ty” và “Masan” và “MSC”) là một trong những công ty sản xuất thực phẩm và đồ uống hàng đầu Việt Nam và mới đây đã tham gia vào thị trường hàng chăm sóc cá nhân gia đình. Triết lý kinh doanh của Masan Consumer là “Hàng ngày, chúng ta nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng Việt Nam”. Chúng tôi luôn xem triết lý này là kim chỉ nam cho mọi hành động, luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm. Từ đó, chúng tôi thực hiện giải pháp sáng tạo đột phá nhằm giải quyết nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng, mang lại các sản phẩm chất lượng và giá cả hợp lý đồng thời cũng đưa ra nhiều sản phẩm cao cấp để phục vụ người tiêu dùng Việt Nam khi Việt Nam đang ngày càng phát triển. Chúng tôi tin vào tiềm năng tiêu dùng của Việt Nam, đồng thời các nhu cầu của thị trường ngày càng tăng, phong cách sống và khẩu vị của người tiêu dùng cũng thay đổi. Chính niềm tin này đã theo chúng tôi trong hành trình phụng sự người tiêu dùng từ những ngày chập chững vào thị trường cho đến nay.

Chúng tôi cũng đã đặc biệt thành công khi phục vụ khu vực nông thôn, đó chính là nơi có gần 70% dân số Việt Nam đang sinh sống. Chúng tôi đang phát triển kênh bán lẻ một cách nhanh nhất, trên nhiều nền tảng nhất dựa trên tâm thế đồng hành cùng người tiêu dùng,

những người đang có thu nhập tốt hơn và cuộc sống thành thị hóa hơn. Việc hiện diện muôn nơi cho tất cả mọi người là rất quan trọng đối với Masan Consumer vì một nửa chi tiêu của họ dành cho các mặt hàng tiêu dùng cơ bản như thịt, thực phẩm và đồ uống, trong khi các sản phẩm mà họ sử dụng chưa chắc đảm bảo chất lượng. Chúng tôi muốn thay đổi thực trạng này và đáp ứng “các nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn” của người tiêu dùng bằng những sản phẩm đáng tin cậy. Đây cũng là cơ hội lớn cho sự tăng trưởng kinh doanh cũng như tạo ra giá trị dài hạn cho các bên liên quan.

Với bề dày lịch sử và những thành tích đã đạt được, chúng tôi hoàn toàn có thể tự tin về khả năng phụng sự các nhu cầu lớn của người tiêu dùng. Được thành lập từ năm 1996, Masan Consumer đã nhanh chóng giữ vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống tại thị trường nội địa sau khi chuyển mình từ mô hình thuần xuất khẩu. Đến nay, Masan Consumer đã trở thành một công ty có doanh thu tỷ đô với danh mục các thương hiệu sản phẩm đa dạng và đáng tin cậy trong lĩnh vực hàng tiêu dùng (“FMCG”). Sản phẩm của chúng tôi bao gồm nước tương, nước mắm, tương ớt, thực phẩm tiện lợi, cháo, cà phê hòa tan, ngũ cốc dinh dưỡng, nước uống đóng chai và các sản phẩm hóa mỹ phẩm - chăm sóc cá nhân và gia đình. Chúng tôi cũng có mạng lưới phân phối rộng khắp Việt Nam, và kết quả là có 98% hộ gia đình Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan (Kantar Worldpanel).

Năm 2023, chúng tôi đã tiếp tục phát triển danh mục sản phẩm của mình theo tiêu chí tốt cho sức khỏe, có nhiều đột phá sáng tạo, sản phẩm chất lượng cao với các mức giá khác nhau phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng. Đặc biệt, thương hiệu Chin-Su được vinh danh là “thương hiệu vàng của giới trẻ”, dựa trên kết quả khảo sát thực hiện bởi Kantar trong khuôn khổ “Thương Hiệu Vàng TP.HCM năm 2023” nhằm tôn vinh những thương hiệu thành công trong việc xây dựng một hình ảnh tích cực và ảnh hưởng lớn đến thế hệ tiêu dùng trẻ. Năm 2023 cũng là một năm quan trọng trong chiến lược “Go Global” của chúng tôi khi tương ớt Chin-Su đã trở thành top 8 các sản phẩm tương ớt bán chạy nhất trên sàn Amazon.



# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## TẦM NHÌN 2025

Chúng tôi muốn trở thành:

- Công ty hàng tiêu dùng dẫn đầu Việt Nam xét về doanh số, lợi nhuận và sự nhận biết thương hiệu;
- Đáp ứng nhu cầu hàng ngày của 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam;
- Đưa ẩm thực Việt nam ra bình diện toàn cầu (Go Global - Make Vietnamese Foods Global Foods)
- Điểm thu hút các nhân tài hàng đầu, và được công nhận là môi trường làm việc tốt nhất Việt Nam; và là biểu tượng của chất lượng và niềm tự hào của người Việt.

## MỤC TIÊU 2025

- Masan Consumer có 12 nhãn hiệu đứng vị trí số 1 của các ngành hàng tiêu dùng khác nhau.
- Tốc độ phát triển trung bình của doanh thu trong giai đoạn 2023-2025 đạt trên 20%/năm.
- Là một trong ba nơi làm việc được ưa thích nhất Việt Nam vào năm 2025.

# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## HÀNH TRÌNH CỦA CHÚNG TÔI LÀ HÀNH TRÌNH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

### Chiến lược thực thi đột phá

#### Chiến lược thực thi của chúng tôi là:

- Xây dựng các thương hiệu mạnh được người tiêu dùng yêu mến và tin cậy; là các nhãn hiệu được nhắc tới đầu tiên cho mỗi ngành hàng; là các nhãn hiệu dẫn dắt sự thay đổi của ngành hàng;
- Đưa ra các phát kiến hiệu quả, tung ra các sản phẩm mới, thiết yếu, phù hợp với nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng. Trong năm 2023, chúng tôi đã giới thiệu ra thị trường hơn 60 phát kiến mới phục vụ người tiêu dùng;
- Chúng tôi không ngừng mở rộng đối tượng khách hàng để phục vụ chính vì vậy chúng tôi liên tục tìm tòi và đa dạng hóa các dòng sản phẩm như Lẩu tự sôi Omachi phù hợp với phong cách và gu của giới trẻ năng động, du lịch khám phá; Nước tăng lực EnerZ với lượng đường ít hơn 70%;
- Chuyển dịch nhu cầu tiêu dùng từ các sản phẩm bình dân sang phân khúc trung và cao cấp hơn thông qua những sáng kiến đổi mới giúp tăng giá trị sản phẩm đối với những ngành hàng mà chúng tôi đã dẫn đầu thị trường;
- Mạnh mẽ đầu tư về công nghệ và con người để đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới nhằm theo kịp xu thế thị trường, thị hiếu người tiêu dùng - kịp thời giới thiệu những sản phẩm mới đến với mọi tầng lớp người tiêu dùng Việt Nam;
- Đẩy mạnh bao phủ và sự hiện diện sản phẩm trên toàn quốc thông qua hệ thống bán hàng đa kênh bao gồm kênh truyền thống cùng với thúc đẩy mạnh kênh hiện đại và trực tuyến;
- Đẩy mạnh việc tương tác trực tiếp, lắng nghe và hiểu người tiêu dùng đối với các sản phẩm của các thương hiệu qua trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng (Consumer Innovation Center);
- Tối ưu các chiến dịch marketing thông qua chuyển dịch cơ cấu từ marketing trên nền tảng truyền thống sang marketing trên nền tảng số để dễ dàng nhắm tới phân khúc khách hàng phù hợp và đo lường kết quả marketing theo thời gian thực;
- Nêu cao tôn chỉ 3A (Affordability, Availability và Assurance of Quality), nghĩa là Giá cả hợp lý, Tiếp cận được người tiêu dùng mọi lúc mọi nơi và Đảm bảo chất lượng. Thực hiện 2 trong 3 tôn chỉ này thì không quá khó khăn nhưng để thực hiện được cả 3 tôn chỉ này sẽ giúp cho Masan trở nên khác biệt;
- Đẩy mạnh ngành hàng đồ uống nhằm đạt được mục tiêu doanh thu phân bổ theo tỷ lệ 50% đóng góp từ đồ uống, 50% từ thực phẩm vào năm 2025; và
- Trở thành nhà tuyển dụng hàng đầu và là nơi nuôi dưỡng và phát triển tài năng.



# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## HÀNH TRÌNH CỦA CHÚNG TÔI LÀ HÀNH TRÌNH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

Với chiến lược “Go Global” Masan nhắm tới mục tiêu 15% doanh số năm 2027 đến từ kinh doanh quốc tế trong khi hiện tại là 4%.

### Chiến lược quản lý tài chính chặt chẽ

Chúng tôi áp dụng chiến lược tài chính chặt chẽ, cụ thể là:

- Số hóa toàn bộ quy trình vận hành và bán hàng, nhằm quản lý sản xuất, chuỗi cung ứng, bán hàng và kiểm soát chi phí tốt nhất, để thúc đẩy tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận và đồng thời mang đến lợi ích hơn nữa cho người tiêu dùng.
- Tập trung vào các cơ hội đầu tư có thể mang lại biên lợi nhuận gộp 30%+, tạo điều kiện cho chúng tôi xây dựng thương hiệu mạnh và tạo ra những sản phẩm đột phá mang lại giá trị cho người tiêu dùng.
- Chiến lược tập trung tối ưu nguồn lực tài chính vào đầu tư xây dựng thương hiệu để mang lại giá trị lâu dài cho doanh nghiệp.
- Với chiến lược “Go Global” Masan nhắm tới mục tiêu 15% doanh số năm 2027 đến từ kinh doanh quốc tế trong khi hiện tại là 4%.





# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ

### Xây dựng Thương hiệu mạnh

Chúng tôi đã chuyển đổi nền tảng thực phẩm và đồ uống để trở thành công ty dẫn đầu thị trường trong các lĩnh vực hoạt động với các thương hiệu mạnh. Chúng tôi chọn cách tự phát triển hoặc mua lại các thương hiệu mạnh được khách hàng tin dùng, điều này nhất quán với chiến lược tập trung phục vụ các nhu cầu cơ bản hàng ngày của người tiêu dùng của chúng tôi. Nhờ đó, các sản phẩm gia vị và cà phê của chúng tôi đều là những sản phẩm dẫn đầu các thị trường. Trong khi đó, với ngành hàng mì ăn liền, chúng tôi chiếm vị trí số một trong phân khúc cao cấp. Ngành kinh doanh đồ uống của chúng tôi đang tăng trưởng nhanh nhờ vào thương hiệu mạnh trong phân khúc nước tăng lực. Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân gia đình có sự tăng trưởng vượt trội với các thương hiệu mới được đem đến người tiêu dùng trong đó Chante' đã là thương hiệu hàng đầu trong chuỗi siêu thị WinCommerce.

Chúng tôi đã phát triển các thương hiệu mạnh bằng sự thấu hiểu sâu sắc người tiêu dùng Việt Nam, kết hợp với việc tiếp thu các mô hình hoạt động của các tập đoàn đa quốc gia, từ đó tạo nên các sản phẩm không có đối thủ. Trong thị trường mà giá cả là nhân tố chi phối hành vi tiêu dùng,

chúng tôi tự hào khi có thể chuyển đổi các sản phẩm trước đây vốn được xem là hàng hoá thông thường, thành những thương hiệu mạnh, giành được sự tin yêu của người tiêu dùng ở các phân khúc khác nhau và đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Việt Nam.

Các thương hiệu chủ chốt của Masan Consumer gồm Chin-Su, Nam Ngư, Tam Thái Tử, Omachi, Kokomi, Vinacafé, Wake-Up Cà phê, Wake-Up 247, Vĩnh Hảo, Vivant, Lemona, Quang Hanh, Joins, Chante', Super Net, La'Petal, Homey... trong đó có nhiều thương hiệu nhiều năm liền được bình chọn là nhãn hàng phát triển nhanh nhất và được nhiều người tiêu dùng Việt tin dùng nhất. Trong năm 2023, Masan Consumer đã phát triển thêm thương hiệu Nước uống tăng lực EnerZ, BupnonTEA 365, Phở Chin-Su Story, Mì Gumi, Mì Omtomi, Chin-Su Hi-Fresh, Nước giặt Sopa... được người tiêu dùng yêu thích.

Tính đến cuối năm 2023, Masan Consumer sở hữu 5 thương hiệu với doanh thu trên 2.000 tỷ đồng, tự hào là các thương hiệu mạnh trong các danh mục ngành hàng lớn.

Các thương hiệu có doanh thu trên 2.000 tỷ đồng trong năm 2023



# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (tiếp theo)

### Chinh phục đỉnh cao - Xây dựng nền tảng thấu hiểu người tiêu dùng nhằm dẫn đầu phát kiến

Năm 2023, Masan Consumer ghi dấu ấn bởi các phát kiến đột phá ở tất cả các ngành hàng. Đây là năm đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm của Masan Consumer (R&D) thể hiện năng lực vượt trội trong việc thần tốc giới thiệu ra thị trường nhiều sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Đội ngũ R&D với nhiều đam mê, nhiệt huyết, giỏi chuyên môn, sẵn sàng đối đầu với thử thách, hướng đến mục tiêu chung của Công ty và hướng đến người tiêu dùng. Để làm được điều này, việc hiểu sâu sắc nhu cầu từ thị trường luôn được đặt lên hàng đầu. Trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng

(Consumer Innovation Center) với sứ mệnh lắng nghe và thấu hiểu người tiêu dùng được đưa vào hoạt động từ tháng 6/2023. Tại trung tâm này chúng tôi đã gặp gỡ, trò chuyện, trao đổi với cộng đồng “Consumers in love” - những người tiêu dùng tin yêu sử dụng sản phẩm, để tìm kiếm những ý tưởng, những nhu cầu lớn chưa được đáp ứng và phát triển các sản phẩm phù hợp. Bên cạnh đó, việc liên tục cập nhật các công nghệ mới, tiên tiến, cùng với đội ngũ chuyên gia hàng đầu trên thế giới tại các ngành hàng, đã giúp R&D chúng tôi hoàn thành xuất sắc các phát kiến trong năm 2023.



Trung tâm phát triển sản phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng với sứ mệnh lắng nghe và thấu hiểu người tiêu dùng được đưa vào hoạt động từ tháng 6/2023.

# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (tiếp theo)

### Chinh phục đỉnh cao - Xây dựng nền tảng thấu hiểu người tiêu dùng nhằm dẫn đầu phát kiến (tiếp theo)

Trong những năm tới, Masan Consumer dự kiến phối hợp chặt chẽ với WinCommerce và chương trình Hội Viên WIN để phát triển sản phẩm mới dựa trên nền tảng phân tích và thấu hiểu hành vi khách hàng của những đơn vị này. Đây là một lợi thế cạnh tranh của Masan Consumer khi nằm trong nền tảng bán lẻ - tiêu dùng The CrownX Corporation (“The CrownX”) của Tập Đoàn Masan.

Là ngành hàng mũi nhọn, dẫn dắt sự tăng trưởng của Masan Consumer, ngành gia vị đã có những bước tiến quan trọng trong việc ứng dụng các công nghệ, kỹ thuật mới để mang đến cho người tiêu dùng nhiều dòng sản phẩm gia vị mới, giúp các bà nội trợ thêm lựa chọn trong việc nấu nướng. Dòng nước mắm chấm đặc sản với bộ 3 Nam Ngư ớt tỏi Lý Sơn, Nam Ngư ớt gừng Kỳ Sơn, Nam Ngư me tươi Nam Bộ là những phát kiến độc đáo không những mang lại giá trị tiện lợi cho các bữa cơm của gia đình Việt mà còn nâng tầm giá trị đặc sản các vùng miền đất nước.

Tiếp tục khẳng định vị trí dẫn đầu trong việc đa dạng hoá các loại gia vị, Sa tế tôm sả Chin-Su cay ngon làm bùng vị các món lẩu ướp nướng, mayonnaise Chin-Su với vị nguyên bản, mayonnaise tương ớt và mayonnaise tương cà làm nức lòng các bạn trẻ. Các bữa ăn sau giờ làm của các gia đình bận rộn cũng trở nên nhanh chóng và thơm ngon hơn với bộ gia vị hoàn chỉnh ngon như nhà hàng của Chin-Su như sốt canh chua, sốt thịt nướng, sốt phở bò, sốt thịt nướng bún chả, sốt lẩu Thái... Không dừng lại ở thị trường Việt Nam, triển khai chiến lược “Go Global” năm 2023, Chin-Su đi ra Thế Giới với bộ gia vị dành riêng cho thị trường Nhật Bản với nước mắm Chin-Su Cá cơm biển Đông, tương ớt Chin-Su

Wasabi, hạt nêm Chin-Su nấm Shiitake cùng tảo Kombu và nước tương Chin-Su lên men độc đáo. Bên cạnh đó, nước mắm Chin-Su Cá cơm biển Đông cũng đưa sản phẩm ra hàng loạt thị trường quốc tế như Mỹ, Canada, Úc, Châu Âu. Đặc biệt hơn, việc giới thiệu tương ớt Chin-Su Sriracha với vị cay ngon độc đáo từ giống ớt chỉ thiên nổi tiếng của Việt Nam, đã góp phần giúp tương ớt Chin-Su vượt qua hơn 400 thương hiệu tương ớt đang bán trên sàn thương mại điện tử Amazon để ghi danh vào “Top 8 Best Seller”. Đây là cột mốc quan trọng đánh dấu cho hành trình “Vòng quanh thế giới” của Chin-Su.

Trong ngành Thực phẩm tiện lợi, thị trường đã trở nên rất sôi động vào thời điểm Masan Consumer cho ra đời sản phẩm Lẩu tự sôi Omachi Bắp bò Riêu cua, hướng đến đối tượng người tiêu dùng trẻ. Hương vị độc đáo, tính tiện lợi đã giúp Lẩu tự sôi của Omachi tạo nên phong cách riêng trong việc thưởng thức món ăn của giới trẻ hiện đại. Ngoài ra, phong cách của các món ăn đường phố cũng được Omachi đưa vào món mì trộn Omachi thịt xiên nướng, hay mì Gumi vị bún bò, vị canh cà chua trứng quen thuộc. Mì nấu thượng hạng Omtomi cũng là bước đột phá trong ngành khi ứng dụng công nghệ của Hàn Quốc để giới thiệu đến người tiêu dùng các sản phẩm sáng tạo như mì Omtomi canh chua, mì bò cay, mì trộn sốt táo lạnh, và mì trộn tôm nõn xoài xanh. Với dòng trung cấp, mì Kokomi đại thành công với Kokomi một gói rưới cho thấy R&D luôn đi sâu vào việc đáp ứng những nhu cầu hàng ngày với nhiều phân khúc tiêu dùng khác nhau của người Việt Nam. Với các sản phẩm từ sợi gạo, Phở Story “phở ăn liền ngon như Phở gia truyền” đã tạo tiếng vang lớn khi chung tay gìn giữ những hương vị tinh túy của nền ẩm thực Việt Nam với hương vị các quán nổi tiếng từ lâu đời.



# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (tiếp theo)

**Chinh phục đỉnh cao -  
Xây dựng nền tảng thấu  
hiểu người tiêu dùng  
nhằm dẫn đầu phát kiến  
(tiếp theo)**

Việc giới thiệu ngành hàng mát với dưa chua cải thảo Chin-Su Hi Fresh tươi, giòn, chua vừa tới và ngành hàng đông lạnh với chả giò tôm thịt, chả giò tôm mực Chin-Su Hi Fresh tươi, giòn, thơm ngon một lần nữa khẳng định năng lực của R&D trong việc thần tốc bước chân vào các ngành hàng mới để giới thiệu các thực phẩm độc đáo, phục vụ nhu cầu lớn của người tiêu dùng cho các bữa ăn tươi, ngon, dinh dưỡng mỗi ngày.

Ngành nước giải khát Masan Consumer năm 2023 đã có những bước tiến đột phá trong việc nghiên cứu và giới thiệu ra thị trường các sản phẩm nước tăng lực ít đường EnerZ và trà búp non 365, hướng đến việc đáp ứng nhu cầu uống khoẻ, uống ngon của thế hệ genZ. Bên cạnh đó, sữa hạt trái cây và ngũ cốc hạt để cười B'fast của ngành hàng dinh dưỡng hướng đến việc cung cấp dinh dưỡng cho nhóm tiêu dùng trẻ em và phụ nữ. Ngành hàng cà phê khởi sắc khi giới thiệu đến người tiêu dùng trải nghiệm mới với Vinacafé cup, Wake-Up bờ hồ, Vinacafé Chát mang phong cách thưởng thức đầy thú vị và mới mẻ.

Ngành hàng chăm sóc nhà cửa cũng được R&D giới thiệu với diện mạo bao bì cao cấp, hiện đại cùng với chất lượng vượt trội của nước rửa chén Homey, hay nước giặt Chante' và Sopa bằng mùi hương ấn tượng.

2024 là năm Masan Consumer sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ bởi các phát kiến đột phá. Để làm được điều đó, đội ngũ R&D chúng tôi cam kết sẽ tiếp tục hành trình phụng sự người tiêu dùng với sức sáng tạo không ngừng, kết hợp với nền tảng công nghệ mới trên thế giới, để liên tục tạo ra những sản phẩm thực phẩm ngon, dinh dưỡng, đón đầu xu hướng tiêu dùng mới giới thiệu đến với người tiêu dùng, không chỉ ở Việt Nam mà còn trên toàn cầu.





# CHIN-SU®

NGON HẢO HẠNG

Bán song hành  
tại Việt Nam  
&  
NHẬT BẢN





# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (tiếp theo)

**Hiện diện muôn nơi  
cho tất cả mọi người**



# 300.000

điểm bán lẻ

# 2.700

nhân viên bán hàng

Masan Consumer vận hành một trong những mạng lưới phân phối thực phẩm và đồ uống lớn nhất tại Việt Nam. Điều này mang lại lợi thế cạnh tranh đáng kể, như khả năng cung cấp hàng hóa cho người tiêu dùng một cách hiệu quả trong khi giảm được chi phí vận chuyển. Điều này rất quan trọng vì gần 70% dân số Việt Nam hiện sinh sống ở vùng nông thôn và ngành bán lẻ vẫn phụ thuộc chủ yếu vào kênh bán hàng truyền thống. Từ năm 2020 người tiêu dùng có sự chuyển đổi lớn từ kênh bán hàng truyền thống sang kênh bán hàng hiện đại (kênh bán hàng hiện đại chiếm ~12% toàn bộ bán lẻ, theo Euromonitor). Điều này thể hiện rõ do tình hình đại dịch Covid-19 xảy ra đồng thời cũng do xu thế đô thị hóa tại các vùng nông thôn. Chúng tôi tin rằng chúng tôi đã định vị đúng để có được lợi thế từ xu hướng tiêu dùng này vì chúng tôi là một phần của The CrownX. The CrownX là chủ sở hữu của một trong những nhà bán lẻ hiện đại và lớn nhất Việt Nam, Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce (“WCM”, đơn vị điều hành hệ thống siêu thị WinMart và các cửa hàng nhỏ WinMart+). Chúng tôi không mong đợi nhận được bất kỳ lợi thế thương mại đặc biệt nào, nhưng chúng tôi có được sự tiếp cận người tiêu dùng mọi lúc mọi nơi và củng cố chiến lược tăng thị phần trong kênh bán hàng hiện đại.

Masan Consumer hiện là một trong số ít các công ty ở Việt Nam sở hữu hệ thống phân phối cho cả ngành thực phẩm lẫn đồ uống. Chúng tôi đã phát triển các điểm bán lẻ lên khoảng 300.000 điểm, trong đó có 194.000 điểm cho tất cả các dòng hàng do Masan Consumer sản xuất và kinh doanh với gần 2.700 nhân viên bán hàng. Mạng lưới rộng lớn này cho thấy sức mạnh của mạng lưới phân phối của chúng tôi ở vùng nông thôn, nơi chúng tôi có chiến lược bao phủ và tiếp cận thị trường mạnh mẽ nhất, và đồng thời giúp chúng tôi có được tốc độ tiếp cận thị trường nhanh hơn khi tung ra các sản phẩm mới và các chương trình khuyến mãi.

Mặc dù chỉ chính thức tham gia các nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam từ tháng 3/2023, Masan Consumer nhanh chóng đạt dấu ấn ấn tượng. Trên phương diện thương mại điện tử truyền thống, hàng loạt Brand Day, Mega Event, Flash Sale trên Lazada; Shopee được Masan Consumer chú trọng thực hiện từ tháng 5/2023, đem lại trải nghiệm mua sắm thuận tiện cho người tiêu dùng Việt Nam.

Trong bối cảnh mua sắm giải trí (Shoppertainment) là xu hướng, Masan Consumer đã phối hợp cùng Lazada, Tiktok Shop và các KOL/KOC thực hiện hàng loạt phiên bán hàng trực tuyến (livestream), nơi mà người dùng được tiếp cận nhanh nhất đến các sản phẩm mới, chất lượng, thú vị: Tương ớt Chin-Su Đại Tiệc 2kg, Bộ sưu tập Nước Mắm Nam Ngư đặc sản, Lẩu tự sôi Omachi, Mì trộn Omachi Thịt xiên nướng, “Mở mì to ăn tết lớn”, “Đại tiệc gia vị”, “Cậu ấm cô chén”,... đã tiếp cận hơn 10 triệu người dùng, đạt kỷ lục 35 triệu lượt tương tác.

Chúng tôi đảm bảo cung cấp trải nghiệm mua hàng trực tuyến dễ dàng với nhiều ưu đãi, thời gian giao hàng nhanh chóng & ấn tượng; chất lượng đóng gói đạt tiêu chuẩn luôn là những ưu tiên vận hành hàng đầu từ Masan Consumer.

Chúng tôi đặt vai trò chiến lược hết sức quan trọng cho các kênh thương mại điện tử trong 2024. Một mặt thương mại điện tử (E-commerce) sẽ đóng góp doanh số chủ lực cho các sản phẩm cao cấp, mặt khác là nơi 100% sản phẩm mới được giới thiệu đến người tiêu dùng trong tuần đầu tiên mở bán. Cuối cùng, “tài sản thương hiệu” sẽ được Masan Consumer chú trọng xây dựng mạnh mẽ, nhanh chóng, đúng đối tượng tiêu dùng và đúng thời điểm trải nghiệm trên các nền tảng số.



# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (tiếp theo)

### Nhà máy sản xuất đẳng cấp thế giới

Chúng tôi tin rằng chất lượng sản phẩm và dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng trong việc phát triển thương hiệu và thu hút người tiêu dùng. Niềm tin này thúc đẩy Masan Consumer không ngừng nghiên cứu, đầu tư và áp dụng các công nghệ cao và thiết bị hiện đại tự động hóa, giảm chi phí nhân công, tiết kiệm năng lượng để đáp ứng nhu cầu sản xuất, duy trì lợi thế cạnh tranh đồng thời cung ứng những sản phẩm có chất lượng vượt trội cho người tiêu dùng Việt Nam.

2023 là một năm đầy khó khăn do tình hình kinh tế chung của Việt Nam và thế giới ảm đạm, tiêu dùng giảm; vật tư thiết bị tăng giá trên toàn cầu do lạm phát cao và tiến độ giao hàng vẫn chưa cải thiện so với trước đại dịch Covid-19. Tuy vậy, với sự nỗ lực của toàn thể ban lãnh đạo và tập thể nhân viên, chúng tôi đã biến giai đoạn khó khăn này thành cơ hội để tìm kiếm các giải pháp tiết kiệm chi phí và rút ngắn thời gian để đảm bảo hiệu quả đầu tư, luôn tìm mọi giải pháp tối ưu nhất để đáp ứng mục tiêu kinh doanh của Công ty, đặc biệt là các sản phẩm mới cùng với các phòng ban khác đóng góp quan trọng và cần thiết vào sự tăng trưởng của Masan Consumer.

Các dây chuyền sản xuất đầu tư mới từ 2022 - 2023 đã hoàn thành và đưa vào vận hành theo đúng kế hoạch trong năm 2023, đồng thời có rất nhiều dây chuyền phục vụ các sản phẩm mới được hoàn thành, điển hình như: Hoàn thành bàn giao vận hành dây chuyền chế biến tương ớt số 3 công suất 2.400 tấn/tháng - ở đó lần đầu tiên chúng ta sản xuất thối chai PET trên hệ combi với hiệu suất dây chuyền lên tới 92%-95% giúp tiết kiệm chi phí sản xuất, bao gồm không phải mua thối chai từ dịch vụ bên thứ 3; Dây chuyền chế biến nước tăng lực EnerZ

với công suất 30 triệu lít/năm đưa vào vận hành trong thời gian chỉ 4 tháng từ ngày phê duyệt kế hoạch kinh doanh sản phẩm mới; Dây chuyền chế biến nước mắm chấm Nam Ngư ớt tỏi Lý Sơn được tận dụng máy móc thiết bị hiện hữu và bổ sung máy móc thiết bị tối thiểu có chi phí đầu tư thấp đã đáp ứng mục tiêu kinh doanh trong thời gian rất ngắn với hiệu quả đầu tư cao; Các dự án cải tạo, nâng cấp khác phục vụ mục tiêu kinh doanh và các phát kiến sản phẩm mới của Công ty như: Nước mắm chấm gừng me; Đầu tư các máy đóng gói và máy chiết rót tuýp cho các sản phẩm sốt ướp nấu và tương ớt, tương cà; Đầu tư dây chuyền chế biến sốt mayonnaise và sa tế; Tăng công suất hầm xương cho Phở Story; Đầu tư Máy móc thiết bị cho gia công dưa chua Chin-Su Hi-Fresh...

Trong năm 2024, chúng tôi mạnh mẽ đầu tư và cải tiến các nhà máy và dây chuyền sản xuất, nhanh chóng hoàn thành đưa vào sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường với các sản phẩm mới như: Đầu tư Nhà xưởng chế biến các sản phẩm mới ngành hàng Gia vị tại nhà máy ở Bình Dương; Đầu tư nhà xưởng chế biến các sản phẩm mới và nâng cao công suất ngành nước uống và nước đóng chai tại nhà máy Masan HG; Triển khai thủ tục đầu tư các dây chuyền các sản phẩm Hóa mỹ phẩm, chăm sóc cá nhân và gia đình tại Trung tâm công nghiệp thực phẩm Masan tại Hà Nam; Đầu tư nhà máy tương ớt mới tại Miền Bắc; Đầu tư Máy móc thiết bị cho các sản phẩm mới dây chuyền Sữa; Đầu tư máy móc thiết bị nâng cao công suất sản xuất các sản phẩm ngành cà phê để đáp ứng nhu cầu hiện tại của Vinacafé; Đầu tư dây chuyền chế biến các sản phẩm thuộc ngành mới trong lĩnh vực chế biến thịt và rau/củ/quả với nguồn rau sạch từ các trang trại WinEco.



# Câu chuyện của MASAN CONSUMER (tiếp theo)

## NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (tiếp theo)

### Nhà máy sản xuất đẳng cấp thế giới (tiếp theo)

Ngoài ra, Masan Consumer sẽ triển khai thử nghiệm dự án số hóa hai dây chuyền mì để thử nghiệm trước khi triển khai cho toàn bộ các Nhà máy thuộc Masan Consumer theo chiến lược chuyển đổi số của Tập đoàn Masan.

Đồng thời, Masan Consumer có các chính sách mạnh mẽ trong việc sử dụng năng lượng sạch trong lộ trình hóa của chương trình ESG của Tập đoàn, thông qua các dự án: chuyển đổi các xe nâng tại các nhà máy sang chạy điện; Triển khai các dự án điện mặt trời Áp mái tại các Nhà máy tại Bình Dương, Hậu Giang và sẽ mở rộng sang toàn bộ các Nhà máy khác trên cả nước; Triển khai dự án về Giám sát và Quản lý tiêu hao năng lượng trong Nhà máy để tiết kiệm điện năng; Đưa Tiêu chí Tiết kiệm điện năng vào quy trình chọn thầu mua Máy móc thiết bị...





**CAM KẾT BỀN VỮNG**





# Cam kết bền vững

**Phụng sự người tiêu dùng là thực hiện sứ mệnh, chứ không chỉ vì mục tiêu kinh doanh**

Là một thành viên quan trọng của Tập đoàn (Masan Group), Masan Consumer (MSC) giữ vị trí nổi bật là một trong những công ty tiên phong trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh (“FMCG”) hàng đầu của Việt Nam. Triết lý trong hoạt động của chúng tôi là làm phong phú thêm cuộc sống hàng ngày của người tiêu dùng Việt Nam về vật chất và tinh thần thông qua việc cung cấp các sản phẩm chất lượng cao, giá cả hợp lý, dễ dàng tiếp cận trên toàn quốc và thực hiện điều đó một cách bền vững.

Tầm nhìn của chúng tôi là trở thành niềm tự hào của Việt Nam trong việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng mọi lúc, mọi nơi.

Trong hành trình hướng tới tăng trưởng bền vững, chúng tôi vẫn kiên định với cam kết thúc đẩy một hệ sinh thái đôi bên cùng có lợi, nơi tất cả các bên liên quan, khách hàng, đối tác và cộng đồng cùng phát triển. Sự cống hiến này là dấu ấn giúp chúng tôi gắn kết chặt chẽ với các nguyên tắc chung của Tập đoàn Masan.

Tại Masan Consumer, nỗ lực của chúng tôi vượt xa thành công thương mại đơn thuần. Chúng tôi đầu tư vào việc thúc đẩy sự thay đổi xã hội tích cực và ủng hộ bảo vệ môi trường. Bằng cách kết hợp các mục tiêu kinh doanh cốt lõi với sứ mệnh phục vụ cộng đồng rộng lớn hơn, đồng thời cố gắng mang lại những giá trị cộng hưởng và nâng cao tinh thần cho mọi người. Đây chính là điều chúng tôi muốn đạt được qua việc thực hiện “Doing well by doing good”.



**Tầm nhìn của chúng tôi là trở thành niềm tự hào của Việt Nam trong việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng mọi lúc, mọi nơi.**



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾP CẬN TÍNH BỀN VỮNG

### Đánh giá tính trọng yếu

Trong giai đoạn 2022 - 2023, chúng tôi bắt đầu tích hợp các vấn đề Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) vào quá trình hoạt động bằng cách xác định các chủ đề ESG quan trọng đối với hoạt động kinh doanh và chuỗi giá trị thông qua đánh giá tính trọng yếu. Chúng tôi đặt ra tham vọng và mục tiêu, xác định các chỉ số hiệu suất chính

(KPI), phát triển kế hoạch hành động và triển khai cơ cấu quản trị hiệu quả để tạo điều kiện đạt được các mục tiêu đó. Vào năm 2024, chúng tôi sẽ tiếp tục tích hợp ESG vào các hoạt động và quyết định (tham khảo Hình 1 - Trang 22 về Hành trình Phát triển Bền vững của Masan mà chúng tôi đã đồng hành với các công ty thành viên).



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾP CẬN TÍNH BỀN VỮNG (tiếp theo)

### Đánh giá tính trọng yếu (tiếp theo)

#### Đổi mới Doanh nghiệp

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

### Chuyển đổi để Vượt qua Mức tuân thủ

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

### Lồng ghép các nội dung ESG

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

Hình 1: Hành trình Phát triển Bền vững của Masan Consumer



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾP CẬN TÍNH BỀN VỮNG (tiếp theo)

### Đánh giá tính trọng yếu (tiếp theo)

Đánh giá tính trọng yếu cho Tập đoàn và Masan Consumer được thực hiện với một công ty tư vấn toàn cầu có kiến thức chuyên môn vững chắc trong lĩnh vực tư vấn bền vững. Việc đánh giá đòi hỏi phải có sự phân tích toàn diện về các vấn đề ESG chính đã tác động đến các bên liên quan và hoạt động kinh doanh. Việc đánh giá cũng xem xét các hoạt động của Masan Consumer có thể tác động đến môi trường và xã hội. Một hướng xác định tiếp cận đã được sử dụng để hiểu rõ hơn

hành động và truyền đạt các chủ đề quan trọng nhất liên quan đến tính bền vững bằng cách thông tin đến các bên liên quan tầm quan trọng của từng chủ đề phát triển bền vững sẽ có ảnh hưởng lớn đến Masan.

Chúng tôi cũng tự so sánh với các tập đoàn lớn khác trong ngành và trong khuôn khổ toàn cầu cũng như bổ sung những hiểu biết sâu sắc từ các cuộc trao đổi với các cổ đông.

### Khung chiến lược ESG

Để hỗ trợ tầm nhìn về tăng trưởng bền vững bằng cách nâng cao đời sống tinh thần và vật chất của người tiêu dùng Việt Nam, chúng tôi cam kết thực hiện các hoạt động bền vững, có trách nhiệm trong từng khía cạnh kinh doanh. Chiến lược ESG của Masan Consumer hoàn toàn tuân thủ chiến lược ESG của Tập đoàn, ưu tiên các vấn đề quan trọng nhất đối với hoạt động kinh doanh và các bên liên quan, tập trung vào các lĩnh vực có tác động lớn nhất bao gồm ba trụ cột chính: Thúc đẩy đổi mới để tăng trưởng bền vững, Quan tâm đến môi trường và cộng đồng, chiếm trọn trái tim và tâm trí của nhân viên Công ty cũng như người tiêu dùng (Hình 2 - Trang 24).

Bằng cách áp dụng các trụ cột của khung ESG và phù hợp với tầm nhìn của Tập đoàn, chúng tôi mong muốn định vị Masan Consumer như một ngọn hải đăng với trách nhiệm không chỉ tạo ra giá trị cho người tiêu dùng và các bên liên quan trong chuỗi giá trị mà còn thúc đẩy đổi mới để phát triển bền vững, tiên phong trong bảo vệ môi trường và quản lý cộng đồng, đồng thời chinh phục nguồn nhân lực và người tiêu dùng.

Tại Masan Consumer, việc tuân thủ các nguyên tắc ESG không chỉ là một cam kết; mà còn là yếu tố cốt lõi tạo nên bản sắc của chúng tôi. Sự tuân thủ này phù hợp một cách hài hòa với các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc (UN SDGs) và được thể hiện qua việc chúng tôi tuân thủ nghiêm ngặt các Tiêu chuẩn Hoạt động của Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC). Các sáng kiến về ESG có phạm vi rộng và xa, tiến đến các lĩnh vực quan trọng như quản lý chuỗi cung ứng bền vững, thực hành tìm nguồn cung ứng có đạo đức, phúc lợi nhân viên và các hoạt động có ý nghĩa cho cộng đồng.

Báo cáo bền vững độc lập tập trung vào các lĩnh vực được coi là quan trọng nhất đối với các bên liên quan và hoạt động kinh doanh, đảm bảo tính phù hợp và tác động. Báo cáo này được lập theo Tiêu chuẩn Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu (GRI) năm 2021, đảm bảo các nỗ lực phát triển bền vững của chúng tôi là minh bạch, có thể so sánh hàng năm và nhất quán với các thông lệ quốc tế tốt nhất. Thông qua các tiêu chuẩn này, chúng tôi khẳng định sự cống hiến không ngừng nghỉ của mình trong việc đáp ứng và vượt qua các tiêu chuẩn bền vững toàn cầu.

# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾP CẬN TÍNH BỀN VỮNG (tiếp theo)

Trở thành niềm tự hào của Việt Nam thông qua nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng mọi lúc, với triết lý “Doing well by doing good”.

### Khung chiến lược ESG (tiếp theo)



Hình 2: Khung chiến lược ESG và các hoạt động chính



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾP CẬN TÍNH BỀN VỮNG (tiếp theo)

### Các mục tiêu ESG

Phối hợp với Tập đoàn, chúng tôi đã thiết lập lộ trình chiến lược hướng tới tương lai, vạch ra con đường đầy tham vọng từ năm 2025 đến năm 2030. Phù hợp với lộ trình ESG của Tập đoàn, tầm nhìn của chúng tôi được thể hiện thông qua các mục tiêu dài hạn rõ ràng và thiết lập các Chính sách cụ thể Chỉ số Hiệu suất (KPI) cho năm sắp tới, 2024. Mỗi KPI này được liên kết với một trong tám chủ đề được xác định là lĩnh vực quan trọng trong quá trình tăng trưởng kinh doanh bền vững.

Mục tiêu của chúng tôi là xây dựng giá trị giữa các bên liên quan của công ty bằng cách thúc đẩy đổi mới, kết hợp các hoạt động kinh doanh có trách nhiệm với môi trường và xã hội trong hoạt động và trên toàn bộ chuỗi cung ứng. Chúng tôi đang đặt ra các mục tiêu về môi trường,

duy trì sự hài lòng của người tiêu dùng, phúc lợi của nhân viên và hơn thế nữa, tìm nguồn cung ứng bền vững, cải thiện chất lượng sản phẩm và tạo ra sự tiến bộ có tác động lớn đến cộng đồng.

Bằng cách thiết lập các KPI rõ ràng và khả thi, chúng tôi cam kết thực hiện lộ trình chịu trách nhiệm. Cam kết này không chỉ dành cho chúng tôi mà còn cho tất cả các bên liên quan, nhấn mạnh rằng những bước tiến đều hướng tới sự bền vững được đánh dấu bằng các ý định, các cột mốc rõ ràng và những thành tựu đáng kể. Thông qua cách tiếp cận có cấu trúc và minh bạch này, chúng tôi mong muốn đạt được các mục tiêu đã đề ra và tiếp tục đặt ra các tiêu chuẩn mới về thực tiễn kinh doanh bền vững và có trách nhiệm trong ngành và hơn thế nữa.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾP CẬN TÍNH BỀN VỮNG (tiếp theo)

### Các mục tiêu ESG (tiếp theo)

#### THÚC ĐẨY ĐỔI MỚI ĐỂ TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG

##### Sức khỏe, Dinh dưỡng, An toàn Thực phẩm và Ghi nhãn Sản phẩm

- Duy trì tuân thủ 100% đối với sản phẩm (an toàn cho sức khỏe) và ghi nhãn.
- Ra mắt tối thiểu 5 sản phẩm “Tốt cho sức khỏe” vào năm 2025.

#### Quản lý chuỗi cung ứng

- Xây dựng chính sách tìm nguồn cung có trách nhiệm cho tất cả các vấn đề ESG trọng yếu liên quan đến chuỗi cung ứng của MSN và áp dụng với 60% nhà cung cấp chủ chốt vào năm 2025.

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

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

#### CHĂM SÓC MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG

##### Biến đổi khí hậu

- Giảm 15% phát thải KNK Phạm vi 1 & 2\* vào năm 2030 và thực hiện mục tiêu Phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050 phù hợp với Đóng góp do Quốc gia Tự quyết định của Việt Nam.

#### Quản lý Môi trường

- Giảm 5-10% mức sử dụng nước hàng năm tại mỗi đơn vị sản xuất bằng cách tái chế nước vào năm 2025.
- Tăng 50% mức tái chế chất thải vào năm 2025 nhằm hỗ trợ Kế hoạch Hành động Quốc gia về Quản lý Rác thải nhựa Đại dương đến năm 2030.

#### Phát triển cộng đồng

- Xây dựng chương trình cho các lĩnh vực trọng tâm, gồm sức khỏe con người, khoa học về thực phẩm và dinh dưỡng cũng như kinh doanh nông nghiệp bền vững tích hợp công nghệ vì lợi ích cộng đồng vào năm 2025, với mục tiêu cụ thể về mức độ tham gia và tác động.

#### CHINH PHỤC NHÂN VIÊN VÀ KHÁCH HÀNG

##### Nguồn nhân lực

- Duy trì điểm trong khảo sát hàng năm về mức độ hài lòng của nhân viên ở mức tối thiểu là 70%.
- Duy trì cân bằng giới tính 45% giữa phụ nữ và nam giới ở các vị trí cấp 3 trở lên.
- Đạt tối thiểu 70% trong phần Đa dạng và Hòa nhập của khảo sát hàng năm về mức độ hài lòng của nhân viên.

#### Quản lý mối quan hệ với khách hàng

- Duy trì 90% điểm hài lòng của khách hàng đến năm 2030 và cả sau đó.
- Đạt 30 triệu hội viên WIN, phục vụ 80% nhu cầu hàng ngày của người tiêu dùng.

#### Đạo đức kinh doanh và quản trị bền vững

- Thành lập Ủy ban ESG và Trưởng Bộ phận ESG, hoàn thiện hoạt động vào năm 2024.
- Đến năm 2025, 100% nhân viên, cũng như tất cả nhân viên mới đã làm việc được 6 tháng, được đào tạo về Bộ Quy tắc Ứng xử của Masan và các chủ đề khác bao gồm chống hối lộ, chống tham nhũng và các chủ đề về bền vững, trên cơ sở hàng năm.

Hình 3: Các mục tiêu ESG của Masan Consumer



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## THỨC ĐẨY ĐỔI MỚI ĐỂ TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG

### An toàn Thực phẩm, dinh dưỡng và ghi nhãn sản phẩm

Tại Masan Consumer, chúng tôi tin rằng đóng góp tích cực cho thị trường tiêu dùng Việt Nam bằng cách đưa ra các phát kiến về sản phẩm và dịch vụ nhằm cung cấp dinh dưỡng và bảo vệ sức khỏe cho người tiêu dùng. Đồng thời góp phần thay đổi quan niệm và hành vi của người tiêu dùng đối với các sản phẩm tốt cho sức khỏe. Trong tương lai, chúng tôi nhận thấy sự cần thiết về việc quản lý rủi ro liên quan đến sản phẩm một cách hiệu quả trong hoạt động bán lẻ rộng rãi.

Cho đến nay, chúng tôi đã liên tục đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn và đảm bảo chất lượng trong nước và quốc tế cũng như các quy định ghi nhãn quốc gia cho các sản phẩm. Đội ngũ giám sát chất lượng đã thực hiện các chương trình nhằm duy trì chất lượng sản phẩm và đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt. Điều này bao gồm việc kiểm tra nguyên liệu đầu vào, giám sát quá trình sản xuất và đóng gói, kiểm tra tại kho và đánh giá chất lượng tại các nhà phân phối.

Các nhà máy của Masan Consumer tuân thủ tiêu chuẩn HACCP và đã đạt được các chứng chỉ ISO 9001 (Hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm) và SA8000 (Hệ thống quản lý trách nhiệm xã hội), cùng với BRC (Danh tiếng thương hiệu thông qua việc Tuân thủ), FSSC (Chương trình chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm), HALAL, ISO 14001 (Hệ thống quản lý môi trường) và ISO 45001 (Hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp).

Chúng tôi đã nâng cao giá trị dinh dưỡng của sản phẩm, giới thiệu dòng sản phẩm “Good for Health” và tuân thủ nghiêm ngặt các hướng dẫn của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) và Bộ Y tế Việt Nam.

Mục tiêu dài hạn của chúng tôi tập trung vào việc duy trì việc tuân thủ 100% các tiêu chuẩn an toàn và ghi nhãn hiệu cho sản phẩm, đồng thời đạt được danh mục sản phẩm “Good for Health” trên tất cả các sản phẩm tiêu dùng vào năm 2025. Trong năm 2024, chúng tôi lên kế hoạch hoàn thiện định nghĩa “Good for Health” và thiết lập lộ trình phát triển sản phẩm toàn diện vào năm 2025.

Các nhà máy của Masan Consumer tuân thủ tiêu chuẩn HACCP và đã đạt được các chứng chỉ ISO 9001, ISO 22000 và SA8000 cùng với BRC, FSSC, HALAL, ISO 14001.

# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## THỨC ĐẨY ĐỔI MỚI ĐỂ TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG (tiếp theo)

### Quản lý chuỗi cung ứng

Nguyên liệu chính cho hoạt động kinh doanh thực phẩm và đồ uống bao gồm nguyên liệu thực phẩm và vật liệu đóng gói. Nguyên liệu chính để sản xuất bao gồm bột mì, dầu ăn, cà phê xanh, đường, cá cơm, nước mắm nguyên liệu, rau quả tươi và khử nước, đậu nành, phụ gia nước khoáng và các loại gia vị. Ngoài ra, các vật liệu đóng gói như chai nhựa, chai thủy tinh, hộp carton, nhãn giấy, cốc/bát giấy, màng composite, là những thành phần quan trọng trong giá thành sản xuất sản phẩm.

Masan Consumer đảm bảo chất lượng và khả năng truy xuất nguồn gốc của nguyên liệu thô thông qua các giấy chứng nhận xuất xứ, phân tích và biến đổi gen đối với nguyên liệu có nguồn gốc thực vật. Các nhà cung cấp địa phương được yêu cầu duy trì các tiêu chuẩn về chất lượng, vệ sinh, an toàn, kiểm dịch động vật và thực hành nông nghiệp tốt. Các nhà cung cấp có hiệu suất lâu dài và độ tin cậy đã được chứng minh là “Nhà cung cấp được phê duyệt” và được ký hợp đồng hàng năm, đảm bảo chất lượng ổn định trong chuỗi cung ứng. Đồng thời, theo dõi chặt chẽ các xu hướng và động lực của thị trường, chúng tôi chủ động quản lý rủi ro để đảm bảo cung cấp sản phẩm chất lượng cao với đúng số lượng và chi phí hợp lý.

Trước đây, nguyên liệu thô nhập khẩu và các chi phí liên quan chiếm khoảng 60% tổng chi phí nguyên liệu thô, nhưng tỷ lệ này đã giảm khi tăng cường sử dụng nguyên liệu trong nước. Việc tận dụng các công cụ quản lý thông minh để phân tích thị trường đã giúp các chiến lược mua sắm trở nên sắc bén hơn, dẫn đến các quyết định mua hàng chính xác và tiết kiệm chi phí hơn. Tận dụng chi phí vận chuyển thấp hơn, chúng tôi đã chuyển từ mô hình định giá Chi phí, bảo hiểm và cước phí (CIF)

sang mô hình định giá Giao hàng lên tàu (FOB) cho hàng nhập khẩu của mình, đảm bảo chi phí sản xuất ổn định và dễ dàng dự đoán.

Masan Consumer cũng luôn tìm cách hợp tác với các nhà cung cấp chiến lược theo nguyên tắc “đôi bên cùng có lợi”, hướng tới những kết quả và quan hệ đối tác đều có lợi. Chúng tôi cam kết xây dựng mạng lưới các đối tác và nhà cung cấp chiến lược trong nước, khu vực và toàn cầu, đảm bảo Masan Consumer độc lập với bất kỳ nhà cung cấp nào cho nhu cầu của mình.

Ngoài việc đảm bảo chất lượng sản phẩm, tính liên tục của chuỗi cung ứng và hiệu quả chi phí, chúng tôi mong muốn hợp tác với các nhà cung cấp của mình để phát triển và mang lại giá trị cho cộng đồng bằng cách phát triển các chính sách tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm. Do đó, các cân nhắc về môi trường và xã hội ở thượng nguồn cần được tính đến trong quản lý chuỗi cung ứng, xem xét việc phát triển và sản xuất các sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty.

Tuân thủ lộ trình ESG của Tập đoàn, đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu có ít nhất 50% nhà cung cấp thuộc Cấp 1 chủ chốt của Masan Consumer tuân thủ chính sách tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm. Trong năm 2024, các hành động cần thực hiện bao gồm xem xét và sửa đổi Quy tắc ứng xử của Nhà cung cấp, phân loại nhà cung cấp theo cấp độ và tập trung vào các nhà cung cấp chính thuộc Cấp 1 để hợp tác thực hiện chính sách tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm. Ngoài ra, chúng tôi có kế hoạch triển khai các sáng kiến và KPI đã được phê duyệt để đảm bảo đáp ứng các mục tiêu này.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG

Masan Consumer cam kết tuân thủ luật môi trường của Việt Nam và thúc đẩy các sáng kiến bảo vệ môi trường

Masan Consumer cam kết tuân thủ luật môi trường của Việt Nam và thúc đẩy các sáng kiến bảo vệ môi trường. Chúng tôi điều chỉnh các chương trình giám sát môi trường dựa trên các tác động môi trường và cộng đồng địa phương. Bộ phận Pháp lý và Tuân thủ của Masan Consumer, cùng với bộ phận An toàn, Sức khỏe và Môi trường, chịu trách nhiệm tuân thủ và giám sát các luật và quy định về môi trường. Về mặt triển khai, bộ phận kỹ thuật của Masan Consumer thực hiện các hoạt động, bao gồm lấy mẫu, vận hành hệ thống và tăng cường các sáng kiến bảo vệ môi trường.

### Biến đổi khí hậu

Masan Consumer quan tâm đến tác động của biến đổi khí hậu đối với lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tại Việt Nam và trên toàn cầu. Để thực hiện các mục tiêu về khí hậu, chúng tôi cam kết giảm 15% lượng khí thải carbon vào năm 2030 và đạt được mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Để đạt được mục tiêu đó, chúng tôi đang tích cực phát triển các chiến lược khử carbon và quản lý rủi ro của biến đổi khí hậu mạnh mẽ, cùng với một lộ trình rõ ràng nêu rõ về các hành động cụ thể.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

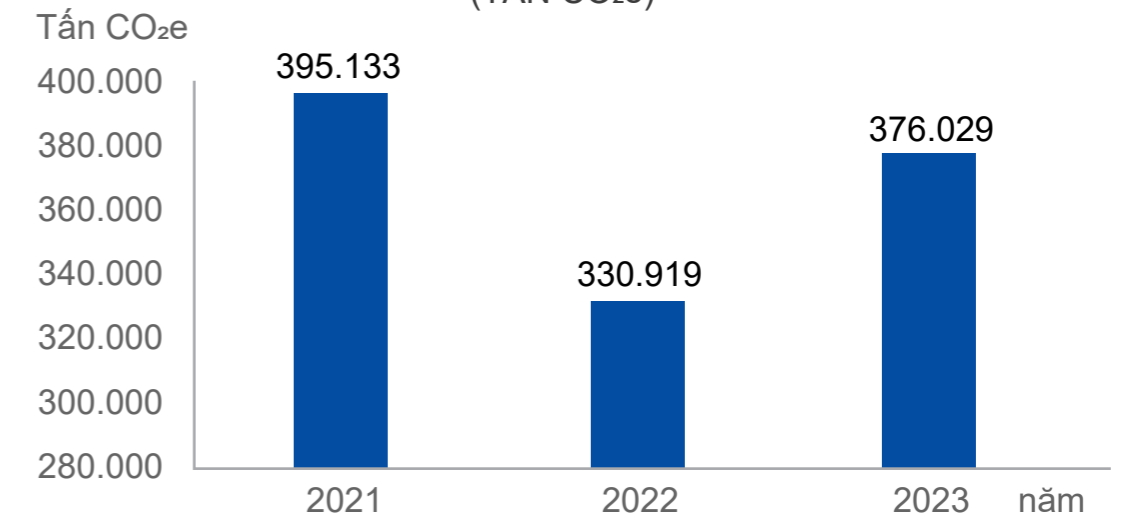
## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

### Hiệu quả quản lý năng lượng và khí thải

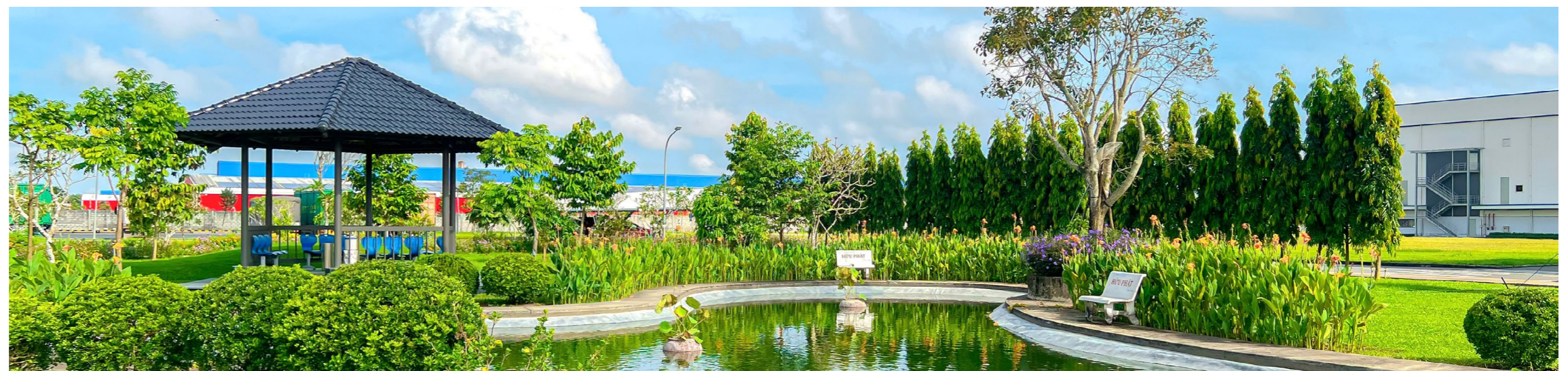
Là một phần trong hành trình khử carbon, chúng tôi đã tiến hành tính toán GHG Phạm vi 1 và 2 để hiểu các nguồn chính và quản lý lượng khí thải. Tính đến năm 2023, chúng tôi đã giảm 4,83% lượng phát thải tuyệt đối so với lượng phát thải khí nhà kính năm 2021 (Hình 4). Việc tính toán phát thải GHG Phạm vi 1 và 2 được thực hiện bằng cách sử dụng Hướng dẫn của Ban liên chính phủ về biến đổi khí hậu (IPCC) cho Kiểm kê khí nhà kính quốc gia. Vào năm 2023, lần đầu tiên chúng tôi tiến hành tính toán lượng phát thải khí nhà kính theo tiêu chuẩn ISO 14064.

Masan Consumer hiện đang làm việc với Tập đoàn để thiết lập mức cơ sở về lượng phát thải theo phương pháp tính toán lượng phát thải GHG được tiêu chuẩn hóa trên toàn tập đoàn. Chúng tôi mong muốn chia sẻ cơ sở dữ liệu đã thiết lập cũng như lộ trình khử carbon hướng tới mục tiêu khí hậu với các bên liên quan sau khi sẵn sàng cho báo cáo trong tương lai.

LƯỢNG PHÁT THẢI HÀNG NĂM - GHG  
(TẤN CO<sub>2</sub>e)



Hình 4: Lượng phát thải 1-2 GHG trong 3 năm 2021 - 2023





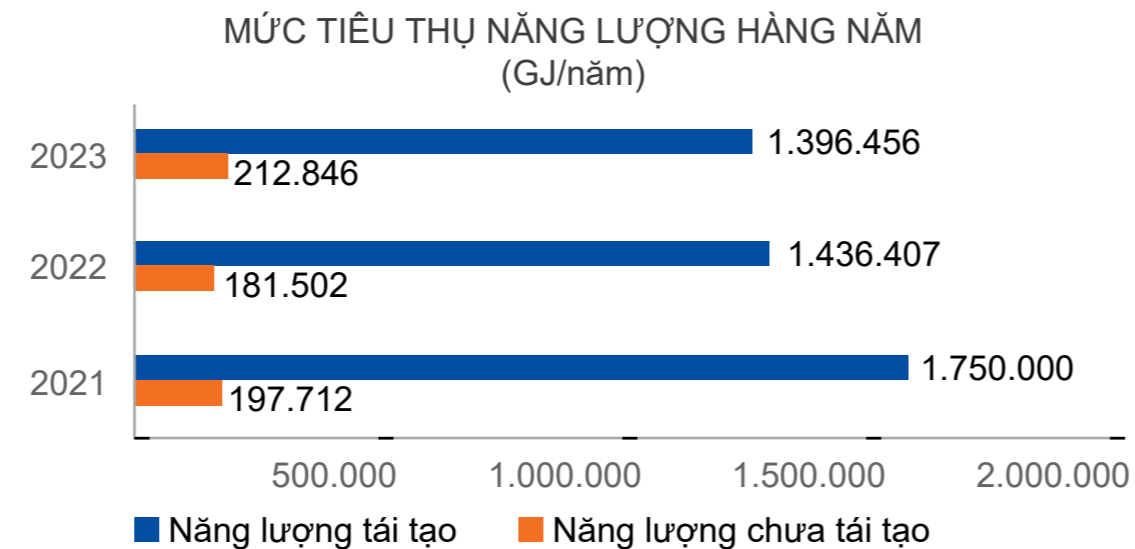
# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

### Hiệu quả quản lý năng lượng và khí thải (tiếp theo)

Để đạt được mục tiêu giảm phát thải, chúng tôi nỗ lực trong nhiều năm, tập trung vào việc thực hiện các chiến lược và biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng trong các hoạt động kinh doanh.

Năm 2023, tổng mức tiêu thụ năng lượng là 1.609.301 Gigajoule (GJ), đến từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm các nguồn không thể tái tạo như dầu diesel, xăng, khí tự nhiên hóa lỏng, khí dầu mỏ hóa lỏng, điện mua và các nguồn tái tạo. Khoảng 87% mức sử dụng năng lượng tái tạo chủ yếu đến từ hơi nước, được sản xuất bằng nồi hơi sinh khối do các nhà cung cấp của chúng tôi cung cấp (Hình 5).



Hình 5: Mức tiêu thụ năng lượng của Masan Consumer (GJ/năm) trong 3 năm 2021 -2023



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

### Hiệu quả quản lý năng lượng và khí thải (tiếp theo)



# 87%

Năng lượng mà Masan Consumer tiêu thụ vào năm 2023 đến từ các nguồn tái tạo bao gồm sinh khối, các tấm pin mặt trời tại chỗ.

Loại năng lượng		Đơn vị tính	2021	2022	2023
Năng lượng chưa tái tạo	Điện	GJ/năm	147.304	123.563	125.368
	Gas		21.082	21.624	13.349
	Dầu Diesel		13.880	12.941	12.670
	Gas tự nhiên (LNG)		9.843	15.780	53.514
	Khí dầu hỏa hóa lỏng (LPG)		5.603	7.594	7.945
<b>Tổng năng lượng chưa tái tạo (gồm cả điện)</b>		<b>GJ/năm</b>	<b>197.712</b>	<b>181.502</b>	<b>212.846</b>
Năng lượng tái tạo	Nhiên liệu sinh học (trấu, mùn cưa)	GJ/năm	1.750.808	1.436.407	1.396.456
<b>Tổng năng lượng tiêu thụ (GJ/năm)</b>			<b>1.948.521</b>	<b>1.617.909</b>	<b>1.609.301</b>

Bảng 1: Chỉ số tiêu thụ năng lượng của các nhà máy thuộc Masan Consumer trong năm 2021, 2022 và 2023



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

### Hiệu quả quản lý năng lượng và khí thải (tiếp theo)

### SÁNG KIẾN TIẾT KIỆM NĂNG LƯỢNG

Masan Consumer ưu tiên hiệu quả sử dụng năng lượng, nhằm mục đích vừa giảm phát thải khí nhà kính (GHG) vừa tiết kiệm chi phí đáng kể cho doanh nghiệp. Chúng tôi đạt được điều này bằng cách tập trung vào việc tối ưu hóa các quy trình và sử dụng máy móc, thiết bị tiết kiệm năng lượng trong hoạt động của mình. Một số sáng kiến tiết kiệm năng lượng thành công được triển khai vào năm 2023 đã liên tục có hiệu lực trong ba năm qua, thể hiện cam kết của chúng tôi đối với sự bền vững lâu dài như sau:

- Tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm thiểu tiêu hao năng lượng bằng cách khai thác nhiệt lượng thất thoát trong quá trình chiên rán, tiệt trùng sản phẩm, tránh sử dụng các quy trình làm thay đổi nhiệt, áp dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng.
- Chuyển từ hệ thống bóng đèn truyền thống sang công nghệ đi-ốt phát quang (LED) để tiết kiệm năng lượng.
- Thực hiện các chương trình đào tạo cho nhân viên tập trung vào lợi ích của việc tiết kiệm điện bằng cách thường xuyên vệ sinh, bảo trì máy móc, thiết bị. Thực hành này đảm bảo hiệu suất tối ưu và giảm nguy cơ thiệt hại. Khóa đào tạo cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng điện được sản xuất từ các nguồn tài nguyên tái tạo so với việc sử dụng máy phát điện, tiết kiệm nước và tăng cường sử dụng vật liệu tái chế.
- Triển khai công nghệ khí sinh học tận dụng trấu và mùn cưa để sản xuất năng lượng cho toàn bộ cơ sở sản xuất. Cách tiếp cận này không chỉ

cung cấp nguồn năng lượng bền vững và tiết kiệm chi phí mà còn góp phần tạo việc làm và nâng cao thu nhập của người dân địa phương.

- Khởi động dự án lắp đặt tấm pin năng lượng mặt trời trên mái nhà cho nhà máy Masan tại Bình Dương (MSI) và Masan tại Hậu Giang (MHG).



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

### Hiệu quả quản lý năng lượng và khí thải (tiếp theo)

Masan Consumer đã được trao Chứng nhận Hệ thống Quản lý Năng lượng ISO 50001:2018 vào năm 2023. Sự công nhận này ghi nhận cam kết của chúng tôi trong việc bảo tồn năng lượng và thúc đẩy chúng tôi duy trì và mở rộng các biện pháp tiết kiệm năng lượng trong tất cả các hoạt động.

## QUẢN LÝ NĂNG LƯỢNG

### Quản lý môi trường

#### Nước và Nước thải

Quản lý nước là một khía cạnh quan trọng trong hoạt động của chúng tôi, với những nỗ lực nhằm nâng cao hiệu quả, thúc đẩy tái sử dụng và tham gia quản lý. Chúng tôi cũng xem xét các yêu cầu về nước tại địa phương đồng thời tích cực giám sát việc sử dụng nước trong toàn doanh nghiệp.

Vào năm 2023, tổng lượng nước tiêu thụ được Masan Consumer ghi nhận là 123.828,7 megalit so với 138.402,4 megalit vào năm 2022. Lượng nước tiêu thụ đã giảm 11% vào năm 2023. Nguồn nước mặt chiếm khoảng 0,5% lượng tiêu thụ này, tổng cộng là 672,5 megalit.



Chúng tôi cũng nâng cao hiệu suất và hiệu quả chi phí của hệ thống xử lý nước thải. Vào năm 2023, chúng tôi đã nhận được các giấy phép môi trường cần thiết từ Bộ Tài nguyên và Môi trường cho các nhà máy của chúng tôi tại tỉnh Bình Dương. Ngoài ra, tất cả nước thải từ các nhà máy tại các tỉnh Bình Dương, Hải Dương và Nghệ An đều đạt tiêu chuẩn loại A, loại cao nhất theo Tiêu chuẩn Việt Nam.

Chúng tôi cũng cam kết minh bạch trong quy trình quản lý nước thải. Để đạt được mục tiêu này, chúng tôi đã triển khai hệ thống giám sát nước thải tự động cho phép báo cáo liên tục và trực tiếp cho Sở Tài nguyên và Môi trường Bình Dương.

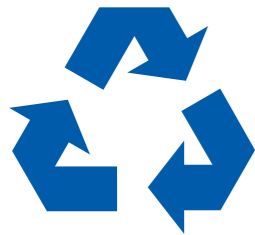
Mục tiêu dài hạn của chúng tôi là cắt giảm lượng nước sử dụng từ 5 đến 10% trên mỗi đơn vị sản xuất vào năm 2025 thông qua các biện pháp tái chế nước nâng cao. Vào năm 2024, chúng tôi có kế hoạch đánh giá mức tiêu thụ nước hiện tại và đảm bảo phê duyệt các cơ hội tái chế nước mục tiêu.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

### Hiệu quả quản lý năng lượng và khí thải (tiếp theo)



Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu tăng tỷ lệ tái chế chất thải lên

# 50%

### Rác thải

Trên các phân khúc kinh doanh, chúng tôi quản lý các loại chất thải đa dạng, tập trung vào việc giảm phát sinh chất thải, tăng cường tái chế và đảm bảo xử lý tuân thủ. Chúng tôi thừa nhận tầm quan trọng của việc áp dụng nền kinh tế tuần hoàn, đặc biệt là trong sản xuất chất thải và tối ưu hóa tài nguyên cho các công ty tập trung vào người tiêu dùng.

Vào năm 2023, tổng lượng chất thải phát sinh của Masan Consumer là 55.291 tấn, trong đó vật liệu không độc hại chiếm hơn 99%. Chất thải nguy hại chiếm 52 tấn, các loại chất thải khác chiếm 407 tấn. Sự gia tăng chất thải so với 31.143 tấn vào năm 2022 một phần là do các dự án xây dựng của nhà máy NET và MSI.

Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu tăng tỷ lệ tái chế chất thải lên 50%. Vào năm 2024, chúng tôi có kế hoạch đánh giá mức độ sản xuất chất thải hiện tại bằng phương pháp thu thập dữ liệu toàn diện hơn, ghi lại quy trình tái chế chất thải và đảm bảo phê duyệt các mục tiêu và cơ hội giảm chất thải ưu tiên.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG (tiếp theo)

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



**22** tỷ đồng

Năm 2023, Masan Consumer đã đóng góp khoảng 22 tỷ đồng cho nhiều nỗ lực phúc lợi xã hội của quốc gia.

Tăng trưởng kinh doanh gắn liền với sự phát triển của cộng đồng. Chúng tôi ưu tiên sự tham gia mạnh mẽ với cộng đồng địa phương để nắm bắt những kỳ vọng, nhu cầu của họ và tác động từ hoạt động của chúng tôi, đồng thời tin rằng đây là điều cần thiết cho sự tiến bộ chung. Chúng tôi tạo và triển khai các chương trình phù hợp với nhu cầu địa phương và phù hợp với hoạt động kinh doanh của chúng tôi tại các khu vực chúng tôi hoạt động. Những sáng kiến này, đều được đội ngũ nội bộ thúc đẩy, nhằm mục đích nâng cao sinh kế cộng đồng và hỗ trợ những nhóm dân cư dễ bị tổn thương.

Năm 2023, Masan Consumer đã đóng góp khoảng 22 tỷ đồng cho nhiều nỗ lực phúc lợi xã hội của quốc gia. Các chương trình nổi bật bao gồm:

- Sáng kiến “Một triệu bữa ăn có thịt” do Chin-Su phối hợp với Quỹ Trẻ em nghèo vùng cao ra đời nhằm cung cấp dinh dưỡng thiết yếu cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn với ngân sách là 10 tỷ đồng cho giai đoạn 2023-2024.
- Masan Consumer hợp tác với Hội Bảo trợ bệnh nhân nghèo Thành phố Hồ Chí Minh đã thực hiện 550 ca phẫu thuật đục thủy tinh thể vào năm 2023 tại tỉnh Kiên Giang, đây là một phần trong cam kết thực hiện mục tiêu chăm sóc sức khỏe người dân với hơn 5 tỷ đồng được đầu tư cho nhiều ca phẫu thuật khác nhau.
- Tháng 9/2023, Masan Consumer và Quỹ Nam Phương đã khánh thành cây cầu thứ 7 tại tỉnh Hậu Giang, nằm trong sáng kiến kéo dài hơn 10 năm với ngân sách 5 tỷ đồng để thay thế những cây cầu cũ, tạo điều kiện

thuận lợi cho việc đi lại của người dân địa phương và góp phần hiện đại hóa các vùng nông thôn miền Tây.

- Masan Consumer phối hợp với Hội Chữ thập đỏ huyện Đô Lương, tỉnh Nghệ An trao quà trị giá gần 2 tỷ đồng cho hơn 2.000 trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn, nhằm mang đến một cái Tết ấm áp hơn, vui tươi hơn cho các em và gia đình.
- Với nỗ lực mang lại trải nghiệm Tết Nguyên đán trọn vẹn cho các chiến sĩ đóng quân trên đảo Trường Sa, Masan đã cung cấp 10.000 chai nước mắm Chin-Su cho các quân nhân đang phục vụ tại đây.

Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu triển khai các chương trình tập trung vào sức khỏe con người, khoa học thực phẩm và dinh dưỡng cũng như kinh doanh nông nghiệp bền vững, tích hợp công nghệ vì lợi ích cộng đồng. Các chương trình này sẽ đi kèm với các mục tiêu tham gia và tác động cụ thể. Năm 2024, hoạt động kinh doanh của chúng tôi đặt mục tiêu triển khai ít nhất một chương trình từ chủ đề ưu tiên.



## Cam kết bền vững (tiếp theo)

### CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG

Masan Consumer nhận thức được tầm quan trọng của mối quan hệ người tiêu dùng bằng việc xem người tiêu dùng như một tài sản cố định vô hình và nhấn mạnh tầm quan trọng của những mối liên kết này.

Nhận được một sứ mệnh cao cả, Masan Consumer cam kết cung cấp các dịch vụ chất lượng cao phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng, ưu tiên sức khỏe, sự an toàn và quyền riêng tư dữ liệu của họ. Với cách tiếp cận lấy nhân tài làm trung tâm, chúng tôi tin chắc rằng con người là tài sản quý giá nhất của công ty, mang lại cho chúng tôi những lợi thế cạnh tranh rất lớn, đồng thời giúp chúng tôi khác biệt trong việc theo đuổi chiến lược tạo ra giá trị lâu dài. Tại Masan Consumer, chúng tôi nỗ lực thu hút và nuôi dưỡng nhân tài hàng đầu trong ngành, xem nhân viên là đối tác của Công ty. Chúng tôi tích cực thúc đẩy môi trường gắn kết và đa dạng, xây dựng văn hóa doanh nhân/làm chủ mạnh mẽ và tinh thần chiến thắng. Chúng tôi cam kết hướng tới kết quả xuất sắc và tự hào khi được công nhận là một trong những nơi làm việc tốt nhất tại Việt Nam.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### NGUỒN NHÂN LỰC

#### Thu hút và giữ chân nhân tài



**5.061** người

Tổng số CBCNV tính đến hết ngày 31/12/2023

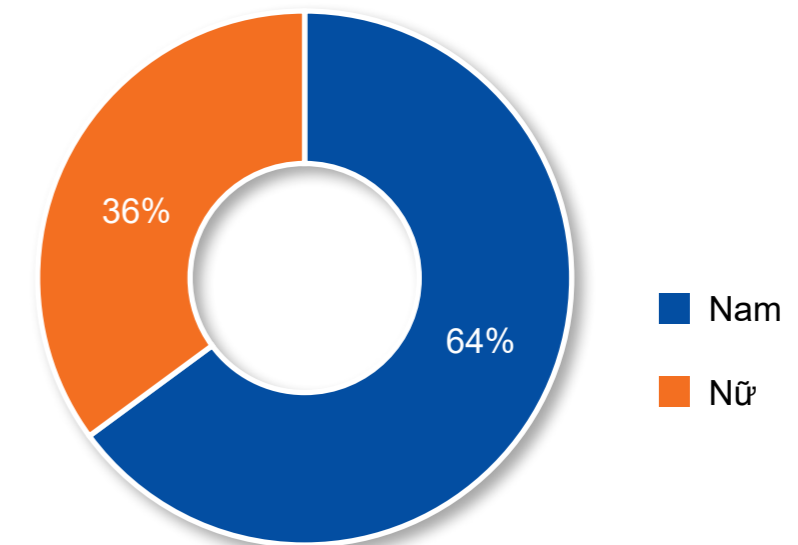
Chúng tôi tự hào là nơi tập trung một lực lượng lao động đa dạng với nhiều nhân tài có cùng niềm đam mê phục vụ người tiêu dùng và tạo ra các giá trị cho nền kinh tế, môi trường và xã hội. Chúng tôi hoàn toàn cam kết về sự đa dạng và thắm nhuần văn hóa hòa nhập cho tất cả nhân viên bằng việc tạo các cơ hội bình đẳng. Nhân viên của chúng tôi được tuyển dụng dựa trên các kỹ năng và năng lực liên quan đến yêu cầu công việc, bất kể chủng tộc, quốc tịch, tôn giáo, giới tính, tuổi tác và năng lực. Sự đa dạng đó tập hợp những quan điểm, nền tảng, niềm tin, nghề nghiệp và kinh nghiệm sống để đưa ra những ý tưởng, giải pháp, sự sáng tạo, đổi mới và chiến lược tiềm năng, những điều này rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của chúng tôi.

#### Cơ cấu lực lượng lao động theo giới tính tại Masan Consumer

Năm 2023, phụ nữ chiếm 36% tổng lực lượng lao động của chúng tôi, với tỷ lệ nhân viên nữ giữ vị trí giám sát điều hành nhỉnh hơn so với các đồng nghiệp nam. Tại Masan Consumer, nhân viên nữ đang có những đóng góp đáng kể cho sự phát triển bền vững của Công ty trên mọi khía cạnh của quá trình sản xuất kinh doanh, bất kể cấp bậc hay vị trí.

Tính đến hết ngày 31/12/2023, Masan Consumer có 5.061 cán bộ công nhân viên, gồm 3.245 nam (64%) và 1.816 nữ (36%) và đội ngũ này được đào tạo bài bản và có trình độ chuyên môn cao.

Với các nhà máy ở 10 tỉnh, thành phố trên cả nước, chúng tôi tạo điều kiện trong việc phát triển các địa phương bằng cách luôn ưu tiên tuyển dụng lực lượng lao động tại địa phương và thường xuyên đào tạo nhân viên để đáp ứng nhu cầu đa dạng của ngành.



Hình 6: Cấu trúc nguồn nhân lực của Masan Consumer năm 2023 theo giới tính



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### Thu hút và giữ chân nhân tài (tiếp theo)

#### Cơ cấu lực lượng lao động của độ tuổi

Trong lực lượng lao động của Masan Consumer, lao động từ 40 tuổi trở lên chiếm ưu thế ở các cấp quản lý cấp cao (vị trí điều hành và giám đốc), trong khi những người ở độ tuổi từ 30 đến 40 chiếm đa số ở các cấp quản lý cấp trung (vai trò quản lý và giám sát). Sự đa dạng về độ tuổi góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh của chúng tôi trên thị trường trong việc đưa ra nhiều ý tưởng và sáng kiến.

Bảng 2: Cơ cấu lực lượng lao động theo độ tuổi

	Lãnh đạo cấp cao	Giám đốc	Quản lý	Giám sát	Chuyên viên	Công nhân
< 20	0%	0%	0%	0%	0%	1%
20 - < 30	0%	0%	3%	17%	27%	31%
30 - < 40	0%	23%	45%	59%	51%	44%
40 - < 50	0%	44%	42%	21%	18%	19%
>=50	100%	33%	10%	3%	4%	5%

Năm 2023, Masan Consumer ghi nhận việc bổ sung thêm 1.214 nhân sự mới, phân chia theo cấp bậc và giới tính như sau.

Bảng 3: Cơ cấu lực lượng lao động theo cấp bậc và giới tính

	Lãnh đạo cấp cao	Giám đốc	Quản lý	Giám sát	Chuyên viên	Công nhân
Tổng nhân viên tuyển mới	-	11	64	260	74	805
Nam	-	6	30	188	31	562
Nữ	-	5	34	72	43	243

Chính sách nhân sự của chúng tôi tuân thủ theo các quy định của Bộ luật Lao động của các quốc gia hoạt động tương ứng liên quan đến cơ chế nhân sự, đào tạo và quan hệ lao động nhằm tạo điều kiện làm việc tốt nhất cho nhân viên. Chúng tôi duy trì tính cạnh tranh trong các hoạt động tuyển dụng để khuyến khích nhân viên thực hiện công việc có chất lượng cao và mang lại hiệu quả lâu dài cho Công ty.

# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### Thu hút và giữ chân nhân tài (tiếp theo)

#### An ninh Việc làm

Công ty nỗ lực tạo cơ hội việc làm cho lực lượng lao động của mình bằng cách tập trung vào việc mở rộng quy mô kinh doanh và tăng thị phần. Masan Consumer tổ chức tối ưu nguồn nhân lực, đảm bảo việc hỗ trợ cho sự phát triển và thăng tiến sự nghiệp của nhân viên. Với cam kết đa dạng hóa các ngành nghề và tìm kiếm các mối quan hệ đối tác mới trong nước và quốc tế, Hội đồng Quản trị luôn nỗ lực tạo cơ hội việc làm cho 5.061 nhân viên.

#### Điều kiện làm việc

Masan Consumer thường xuyên nâng cấp không gian văn phòng, kết hợp trang thiết bị hiện đại và cung cấp đồ bảo hộ lao động toàn diện. Công ty khẳng định trong việc cam kết xây dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp và thân thiện nhằm thúc đẩy năng suất và sự sáng tạo của tất cả nhân viên.

#### Lương và khen thưởng

Mức lương của nhân viên được xác định dựa trên các yếu tố như cấp bậc công việc, năng lực, chức vụ, thang lương và điều kiện kinh doanh tổng thể. Qua đó, công ty tiến hành đánh giá hàng năm để điều chỉnh lương, đảm bảo một cách tiếp cận chủ động nhằm giải quyết vấn đề thu nhập và phúc lợi của nhân viên.

Bảng 4: trình bày sự khác biệt về thù lao và lương cơ bản giữa nhân viên nữ và nam trong lực lượng lao động của Masan Consumer năm 2023. Chúng tôi ghi nhận sự khác biệt về lương giữa nhân viên nam và nữ trong cơ cấu lực lượng lao động và sẽ cố gắng thu hẹp khoảng cách.

Bảng 4: Sự khác biệt về thù lao và lương cơ bản giữa nhân viên nữ và nam

	Lãnh đạo cấp cao	Giám đốc	Quản lý	Giám sát	Chuyên viên	Công nhân
Tỷ lệ lương của Nữ và Nam	102%	91%	92%	101%	89%	85%
Tỷ lệ lương cơ bản của Nữ và Nam	106%	95%	94%	107%	106%	90%

Để nâng cao hiệu quả làm việc của nhân viên, Masan Consumer thực hiện chính sách khen thưởng hàng năm và khen thưởng những cá nhân hoặc tập thể có thành tích xuất sắc. Sự công nhận và khuyến khích đặc biệt này khuyến khích cho những đóng góp trong việc tạo ra giá trị, cải thiện hiệu quả công việc, đổi mới, giảm chi phí và nâng cao khả năng cạnh tranh của công ty.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### Thu hút và giữ chân nhân tài (tiếp theo)

#### Phúc lợi nhân viên

Công ty tích cực tham gia Bảo hiểm xã hội và Bảo hiểm y tế cho toàn thể nhân viên. Ngoài ra, Masan Consumer đầu tư vào bảo hiểm tai nạn 24/7 cho toàn bộ lực lượng lao động. Nhân viên có trình độ chuyên môn trở lên được nhận bảo hiểm y tế bổ sung, đảm bảo quyền được tiếp cận các cơ sở chăm sóc sức khỏe hàng đầu trong nước và quốc tế tại Việt Nam, ưu tiên sức khỏe tổng quát của nhân viên.

Tỷ lệ lao động quay trở lại và tiếp tục làm việc sau khi nghỉ thai sản

**92%** Nam

**95%** Nữ



Bảng số liệu thống kê dưới đây trình bày số liệu thống kê liên quan đến chế độ nghỉ phép nuôi con của các nhân viên. Năm 2023, tỷ lệ lao động quay trở lại và tiếp tục làm việc sau khi nghỉ thai sản là 92% đối với nhân viên nam và 95% đối với nhân viên nữ.

Thống kê	Nhân sự
<b>Tổng số nhân viên chính thức theo chế độ nghỉ phép chăm con</b>	<b>5.061</b>
Nam	3.245
Nữ	1.816
<b>Tổng số nhân viên đã nghỉ phép chăm con theo chế độ</b>	<b>344</b>
Nam	170
Nữ	174
<b>Tổng số nhân viên trở lại làm việc khi kết thúc thời gian chế độ chăm con</b>	<b>344</b>
Nam	170
Nữ	174

*Bảng 5: Bảng số liệu thống kê số liệu liên quan đến chế độ nghỉ phép nuôi con của các nhân viên*

# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC

#### Đánh giá hiệu suất và khen thưởng

Hai lần một năm, đội ngũ lãnh đạo cấp cao tiến hành quy trình đánh giá nhân tài toàn diện trên toàn công ty. Đánh giá này nhằm mục đích xác định các thuộc tính chính như năng lực học tập, tiềm năng lãnh đạo và chuyên môn chức năng/kỹ thuật. Năm 2023, gần 99% nhân lực của Masan Consumer đã tham gia đánh giá hiệu quả hoạt động và phát triển nghề nghiệp. Cách tiếp cận có hệ thống này cho phép chúng tôi xác định chính xác các cá nhân sẵn sàng đảm nhận vai trò lãnh đạo trong tổ chức.

Ở tất cả các cấp, chúng tôi tạo điều kiện cho các hoạt động đánh giá hiệu suất hàng năm mang tính hợp tác và minh bạch để đưa ra các quyết định liên quan đến lương thưởng và khen thưởng. Chúng tôi tin vào hệ thống khen thưởng công bằng và bình đẳng phù hợp với hiệu suất và đóng góp của nhân viên cho các hoạt động kinh doanh. Là một phần trong cam kết công nhận và khuyến khích sự xuất sắc, chúng tôi cung cấp Kế hoạch sở hữu cổ phiếu cho nhân viên (ESOP), nhằm thưởng cho nhân viên và thúc đẩy tinh thần kinh doanh bằng việc cấp cho họ quyền sở hữu công ty, từ đó nâng cao giá trị cổ đông.

#### Đào tạo và Phát triển Nhân tài

Masan Consumer ghi nhận sự đóng góp vô giá của tất cả nhân viên cho doanh nghiệp và cam kết phát huy tài sản quý giá này. Công ty kết hợp chặt chẽ việc đào tạo và phát triển nhân viên, luôn tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên tham gia các chương trình đào tạo nội bộ và bên ngoài. Sáng kiến này nhằm mục đích nâng cao kỹ năng chuyên môn, có được những năng lực mới cần thiết cho yêu cầu công việc hiện tại và tương lai, đồng thời đóng góp vào sự thành công lâu dài của công ty. Công ty hỗ trợ đầy đủ 100% chi phí học tập và tiếp tục trả lương trong thời gian học tập. Các chương trình và nội dung khóa học được thiết kế phù hợp với trình độ và nhu cầu học tập của từng nhân viên, đảm bảo không chỉ phù hợp với mong đợi của công ty mà còn đào tạo các thế hệ lãnh đạo kế tiếp.

Chiến lược đào tạo nhân tài của chúng tôi minh bạch và được xác định rõ ràng, gồm một số yếu tố chính. Đó là việc cung cấp cho nhân viên cơ hội để có được kinh nghiệm quý giá và kỹ năng lãnh đạo, đánh giá dựa trên năng lực thực tế, cung cấp đào tạo thường xuyên cả về kỹ năng, kỹ thuật và kỹ năng mềm, đồng thời đảm bảo chất lượng cuộc sống cao cho tất cả nhân viên. Ngoài ra, Masan Consumer đã xây dựng các kế hoạch đào tạo dài hạn nhằm chuẩn bị cho những nhân viên có triển vọng trở thành những nhà lãnh đạo tương lai.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### An toàn sức khỏe nghề nghiệp

**Nhân viên là tài sản quý giá nhất.  
Chúng tôi cam kết bảo đảm phúc lợi  
cho tất cả mọi người.**

Nhân viên là tài sản quý giá nhất. Chúng tôi cam kết đảm bảo phúc lợi cho tất cả mọi người, điều này được phản ánh trong hồ sơ theo dõi an toàn mà chúng tôi đưa ra. Huấn luyện an toàn lao động và cải tiến dây chuyền sản xuất đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe nhất. Chúng tôi có trách nhiệm cung cấp đầy đủ cho nhân viên của mình các thiết bị bảo hộ, chính sách an toàn, vệ sinh lao động và điều kiện làm việc thoải mái. Chúng tôi thường xuyên đào tạo nhân viên của mình về các hành vi làm việc phù hợp để giữ an toàn cho bản thân và những người khác, đồng thời áp dụng kiến thức này vào cuộc sống hàng ngày.

Chúng tôi cung cấp dịch vụ khám sức khỏe định kỳ cho nhân viên ở tất cả các chi nhánh. Những người làm việc trong môi trường có yếu tố nguy cơ mắc bệnh nghề nghiệp được khám bệnh trong các lần kiểm tra định kỳ này. Người lao động được bố trí vị trí công việc phù hợp căn cứ vào tiêu chuẩn sức khỏe quy định cho từng loại nghề, công việc và kết quả khám sức khỏe định kỳ.

Là nguồn tài nguyên quý giá nhất của chúng tôi, phúc lợi của nhân viên là một trong những ưu tiên hàng đầu. Chúng tôi đầu tư vào đào tạo an toàn lao động và không ngừng nâng cao quy trình dây chuyền sản xuất để đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất. Trách nhiệm của chúng ta là cung cấp cho nhân viên đầy đủ thiết bị bảo hộ, thực hiện các quy trình an toàn và vệ sinh lao động và duy trì điều kiện làm việc thoải mái tại nơi làm việc.

Tất cả nhân viên đều được khám sức khỏe định kỳ, đặc biệt chú ý đến những người có nguy cơ mắc bệnh nghề nghiệp. Việc phân công công việc tuân thủ các tiêu chuẩn về sức khỏe và việc khám sức khỏe định kỳ đảm bảo nhân viên được bố trí vào những vị trí phù hợp.

Các nhà máy của chúng tôi được chứng nhận HACCP (Hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn), ISO 9001 (Hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm), SA8000 (Hệ thống quản lý trách nhiệm xã hội), FSSC (Chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm), tiêu chuẩn HALAL và ISO 45001 (Hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp).

Năm 2023, chúng tôi đã tổ chức các buổi huấn luyện khác nhau về an toàn lao động, phòng chống cháy nổ, sơ cứu và phòng ngừa tai nạn lao động cho nhân viên. Bên cạnh việc nâng cao kiến thức thông qua đào tạo, chúng tôi còn nâng cấp, trang bị các thiết bị truyền tải điện, lắp đặt máy móc mới, hiện đại hóa dây chuyền sản xuất tại các nhà máy, cải tạo nhà xưởng nhằm giảm thiểu rủi ro về an toàn cho toàn thể nhân viên.

## Cam kết bền vững (tiếp theo)

### CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

#### An toàn sức khỏe nghề nghiệp (tiếp theo)

Cam kết chung của chúng tôi trong những năm tới là duy trì và xây dựng dựa trên các tiêu chuẩn này, đảm bảo môi trường làm việc an toàn và gắn kết, nâng cao sự hài lòng của nhân viên và duy trì sự đa dạng về giới tính trong toàn Công ty. Trong năm 2024 và hướng tới năm 2030, các ưu tiên hàng đầu của chúng tôi bao gồm duy trì tỷ lệ thương tích tổng thể (TIR) dưới 0,5, duy trì điểm khảo sát mức độ hài lòng của nhân viên hàng năm

ít nhất 70%, duy trì cân bằng giới tính 45% giữa nữ giới và nam giới ở cấp giám sát viên trở lên, và đạt được số điểm tối thiểu là 70% trong mục “Đa dạng và Hòa nhập” của khảo sát về mức độ hài lòng của nhân viên. Ngoài ra, trong năm tài chính 2024, chúng tôi cam kết thực hiện các hành động có mục tiêu nhằm nâng cao hiệu suất trong các lĩnh vực cần được cải thiện đề cập trong khảo sát về mức độ hài lòng của nhân viên.

Duy trì điểm khảo sát  
mức độ hài lòng của nhân  
viên hàng năm ít nhất

# 70%





# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### QUẢN TRỊ NGƯỜI TIÊU DÙNG

Người tiêu dùng giữ vai trò then chốt cho sự phát triển bền vững của chúng tôi.

Sứ mệnh cao nhất của Masan Consumer là cung cấp các dịch vụ chất lượng phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng, với cam kết luôn đảm bảo sức khỏe, an toàn và tôn trọng quyền riêng tư dữ liệu của người tiêu dùng. Chúng tôi tin chắc rằng việc nuôi dưỡng mối quan hệ với người tiêu dùng bền chặt là điều cần thiết để chúng tôi hiện thực hóa tầm nhìn và sứ mệnh của mình.

### Bảo mật dữ liệu của người tiêu dùng

Masan Consumer đảm bảo sự hài lòng của khách hàng thông qua nền tảng bán lẻ ngoại tuyến mạnh mẽ. Hơn nữa, ở cấp độ Tập đoàn, Masan đang trong quá trình phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số, bao gồm ứng dụng di động, để hợp nhất dữ liệu khách hàng, bao gồm thông tin nhân khẩu học trong các hoạt động kinh doanh. Trong thế giới hiện đại,

công nghệ thông tin rất quan trọng đối với cuộc sống hàng ngày và hoạt động kinh doanh, nâng cao hiệu quả và sự tiện lợi. Tuy nhiên, điều này cũng tiềm ẩn nguy cơ rò rỉ dữ liệu và được xem là mối lo ngại nghiêm trọng của doanh nghiệp. Masan Consumer nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo vệ dữ liệu, đặc biệt là dữ liệu của người tiêu dùng và các cổ đông.

### Quan hệ với người tiêu dùng

Masan Consumer luôn gắn kết với các người tiêu dùng tiềm năng thông qua các kênh trực tuyến và ngoại tuyến đa dạng nhằm mục đích cung cấp hỗ trợ và thu thập phản hồi về các sản phẩm và dịch vụ của công ty.

dữ liệu của người tiêu dùng bằng cách kết hợp quyền riêng tư này vào tất cả các điều khoản và điều kiện của chúng tôi, đồng thời thiết lập quy trình chấm điểm mức độ hài lòng của khách hàng được chuẩn hóa.

Phù hợp với cam kết bảo vệ quyền dữ liệu riêng tư, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng. Trong năm 2024, các ưu tiên của công ty là nâng cao quyền riêng tư

Hướng tới giai đoạn 2025 - 2030, mục tiêu của chúng tôi là tuân thủ nghiêm ngặt luật bảo mật dữ liệu người tiêu dùng của Việt Nam, đảm bảo 90% điểm hài lòng của khách hàng được duy trì trong và sau năm 2030.

# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### Đạo đức kinh doanh và Quản trị bền vững

#### Đạo đức kinh doanh

Masan Consumer duy trì cam kết kiên định trong việc đề cao đạo đức kinh doanh và thúc đẩy cạnh tranh công bằng trên tất cả các thị trường mà chúng tôi hoạt động. Cả công ty và nhân viên đều cam kết tuân thủ luật pháp địa phương, tuân thủ các quy trình chống rửa tiền và chống hối lộ cũng như tuân thủ các nguyên tắc cạnh tranh công bằng. Đối với các nhà cung cấp và đối tác, công ty đã thiết lập quy tắc ứng xử, dựa trên các nghĩa vụ hợp đồng, đảm bảo tuân thủ các chính sách chống tham nhũng và hối lộ.

Hiểu được tầm quan trọng hàng đầu của việc tuân thủ luật pháp và quy định của địa phương, và đáp ứng mong đợi của người tiêu dùng, chúng tôi luôn luôn cam kết trong việc củng cố nền tảng tuân thủ. Điều này

không chỉ nhằm giải quyết các vấn đề hiện tại mà còn là cam kết mang tính liên tục để nâng cao các tiêu chuẩn của chúng tôi, đảm bảo những khác biệt đó được giảm thiểu đáng kể, nếu không bị xóa bỏ hoàn toàn.

Năm 2024, để việc thực hiện đạo đức kinh doanh mạnh mẽ hơn nữa, chúng tôi đặt mục tiêu xác định các chính sách và thực tiễn then chốt về đạo đức kinh doanh và tính bền vững, cũng như tiến hành đánh giá chương trình đào tạo hiện có. Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu thu hút 100% sự tham gia của các nhân viên có liên quan vào việc thực hiện các biện pháp thực hành ESG, đối với các Giám sát viên trở lên được đào tạo hàng năm về các chủ đề quan trọng, bao gồm các chủ đề chống hối lộ, chống tham nhũng và bền vững vật chất.

#### Quản trị bền vững

Năm 2023, Tập đoàn đã thành lập Ủy ban ESG để đảm bảo rằng các hoạt động phát triển bền vững ở Việt Nam và nước ngoài tuân thủ các chính sách và chiến lược bền vững của Tập đoàn. Trong năm tài chính 2024, ở cấp quản lý, Masan Consumer sẽ chỉ định các quản lý ESG trong từng hạng mục quan trọng về ESG và sẽ thành lập Ủy ban ESG của riêng mình. Đối với các đại diện được đề cử cũng được đại diện

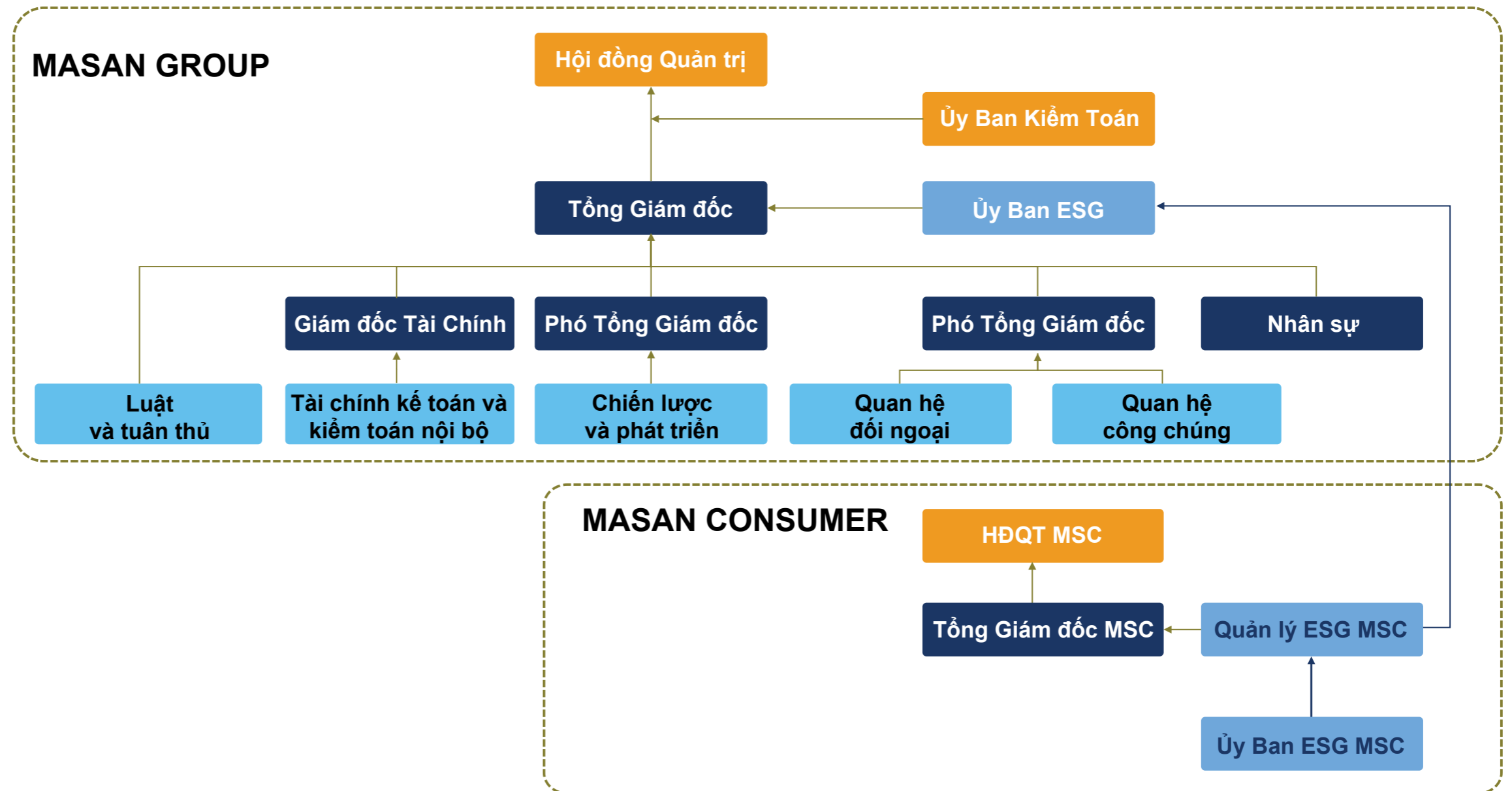
cho Masan Consumer tại Ủy ban ESG cấp Nhóm để đảm bảo sự hợp tác chéo và trách nhiệm giải trình về các vấn đề bền vững trong Masan Consumer và với các công ty khác. Ủy ban ESG Masan Consumer sẽ chịu trách nhiệm thực hiện chương trình nghị sự, kế hoạch và sáng kiến ESG, cũng như giám sát và báo cáo tiến độ cho Masan Consumer và ban lãnh đạo.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

Đạo đức kinh doanh và Quản trị bền vững (tiếp theo)



Hình 7: Sơ đồ quản lý ESG của Masan Group và Masan Consumer

# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### Đạo đức kinh doanh và Quản trị bền vững (tiếp theo)

Đối với mỗi đơn vị chủ chốt của quản trị bền vững, vai trò và trách nhiệm cụ thể được xác định như sau:

- Hội đồng quản trị Masan Consumer (HĐQT) và Tổng Giám đốc Masan Consumer đưa ra định hướng về chiến lược kinh doanh, bao gồm chiến lược bền vững và giám sát tiến độ đạt được các mục tiêu ESG.

- Người phụ trách chính về ESG (ESG Champion) của Masan Consumer sẽ làm việc, kết nối chặt chẽ với các thành viên của Ủy ban ESG để thực hiện các chiến lược về ESG của Tập đoàn.
- Ủy ban ESG của Masan Consumer gồm 8 thành viên, mỗi thành viên được phân công chịu trách nhiệm cho từng mục tiêu trong số 8 mục tiêu hàng đầu.

Các hạng mục thực hiện	Thành viên Ủy ban ESG
<b>Môi trường và Cộng đồng</b>	
Biến đổi khí hậu (“E”)	Giám đốc khối sản xuất và kỹ thuật
Bảo vệ môi trường (“E”)	Giám đốc điều hành cấp cao các nhà máy
Phát triển cộng đồng (“S”)	Phó Giám đốc Marketing và quan hệ truyền thông
<b>Thúc đẩy phát triển bền vững</b>	
An toàn thực phẩm, dinh dưỡng & nhãn hiệu sản phẩm (“S”)	Phó Giám đốc Pháp chế về tiêu chuẩn hệ thống
Quản trị chuỗi cung ứng (“S”)	Giám đốc mua hàng - phụ trách nguyên liệu thô và bao bì
<b>Con người, khách hàng và quản trị</b>	
Nguồn nhân lực (“S”)	Giám đốc Nguồn nhân lực
Chăm sóc khách hàng (“G”)	Giám đốc khối chuyển đổi số - kênh phân phối truyền thống
Đạo đức kinh doanh và Quản trị bền vững (“G”)	Quản lý pháp chế cấp cao

Bảng 6: Ủy ban ESG của Masan Consumer



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## CHINH PHỤC NGUỒN NHÂN LỰC VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG (tiếp theo)

### Đạo đức kinh doanh và Quản trị bền vững (tiếp theo)

Cơ cấu tổ chức quản trị ESG được đặt trong bộ cơ cấu quản lý của Tập đoàn sẽ hỗ trợ sự thống nhất giữa định hướng chiến lược và khát vọng của Tập đoàn về các vấn đề bền vững ở các công ty thành viên của Tập đoàn, bao gồm cả Masan Consumer. Ngoài ra, việc tập trung hóa quản trị bền vững sẽ tăng cường giám sát phối hợp về quản lý rủi ro bền vững, tiến độ thực hiện các mục tiêu và hiệu quả hoạt động bền vững của Tập đoàn và các doanh nghiệp của Tập đoàn một cách toàn diện và đồng bộ.

Năm 2024, khóa đào tạo ESG đầu tiên sẽ được triển khai cho Tập đoàn, bao gồm Masan Consumer. Hướng tới các mục tiêu dài hạn từ năm 2025 đến năm 2030, trọng tâm là thiết lập và đảm bảo chức năng của cơ cấu quản trị ESG để thực hiện hiệu quả chương trình nghị sự về ESG. Đến năm 2025, chúng tôi đặt mục tiêu thu hút 100% nhân viên có liên quan tham gia thực hiện các biện pháp thực hành ESG. Cách tiếp cận chiến lược này nhấn mạnh cam kết trong việc áp dụng các hoạt động bền vững và hành vi đạo đức trong cơ cấu tổ chức của công ty trong những năm tới.



# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## GIẢI THƯỞNG VÀ CÔNG NHẬN NĂM 2023

Cam kết của chúng tôi về hoạt động kinh doanh bền vững trong nhiều năm qua đã giúp bên thứ ba được các tổ chức trong nước và quốc tế công nhận:

- **Chứng nhận “Nơi làm việc tốt nhất”** do Great Place To Work trao tặng - Một tổ chức uy tín toàn cầu trao tặng đánh giá và công nhận văn hóa nơi làm việc của công ty.
- **Giải thưởng “Thương hiệu vàng TP. HCM”** lần thứ 2
- **“Thương hiệu vàng giới trẻ 2023”**: Chin-Su
- **Top 3 thương hiệu được lựa chọn nhiều nhất 2023**: Chin-Su, Nam Ngư, Kokomi
- **Thương hiệu quốc gia 2022-2024**: Vinacafé BH





# Cam kết bền vững (tiếp theo)

## TIẾN VỀ PHÍA TRƯỚC

Cam kết kiên định của chúng tôi về “Doing well by doing good” nhấn mạnh sự tuân thủ của chúng tôi đối với các hoạt động kinh doanh bền vững.

Tại Masan Consumer, tính bền vững thể hiện sự tích hợp liền mạch và tương tác cân bằng giữa nỗ lực kinh doanh của chúng tôi, các bên liên quan đa dạng, nhu cầu xã hội và bảo vệ môi trường. Cam kết kiên định của chúng tôi về “Doing well by doing good” nhấn mạnh sự tuân thủ của chúng tôi đối với các hoạt động kinh doanh bền vững, thúc đẩy những thành tựu phi thường của chúng tôi trong suốt lịch sử hoạt động công ty.

Các thước đo thành công của chúng tôi vượt ngoài các thước đo tài chính đơn thuần để bao gồm cách tiếp cận chủ động nhằm giải quyết các mối lo ngại về ESG trong quá trình hoạt động và trên toàn chuỗi giá trị của chúng tôi, từ đó thúc đẩy các tác động tích cực đến xã hội và môi trường. Phù hợp với sứ mệnh nâng cao cuộc sống của gần 100 triệu người tiêu dùng Việt Nam, các hoạt động kinh doanh bền vững là giá trị cốt lõi của công ty.

Bởi vì hành trình của chúng tôi phản ánh hành trình của người tiêu dùng, quỹ đạo chiến lược của chúng tôi phù hợp với sự cống hiến của chúng tôi cho người dân, cộng đồng, các bên liên quan và sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam.

Cách tiếp cận của chúng tôi vào năm 2024 được xây dựng dựa trên các quy trình công việc chính sau:

- Sẵn sàng trong việc xếp hạng và chứng nhận ESG: Chúng tôi cam kết trong việc xác định và điều chỉnh theo các chương trình xếp hạng và chứng nhận ESG phù hợp với hành trình phát triển bền vững của chúng tôi. Trọng tâm của chúng tôi mở rộng bốn chủ đề ESG ưu tiên, trong đó chúng tôi mong muốn thu hẹp khoảng cách giữa các phương pháp thực hành hiện tại và các phương pháp thực hành tốt nhất trên toàn cầu. Bằng cách đó, chúng tôi nỗ lực nâng cao xếp hạng ESG của mình, thể hiện cam kết của chúng tôi đối với tính bền vững và trách nhiệm.
- Triển khai các dự án ESG được ưu tiên: Đánh giá tính trọng yếu của chúng tôi đã giúp xác định các chủ đề ESG quan trọng nhất cho hoạt động kinh doanh, bao gồm giảm phát thải khí nhà kính, tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm, sức khỏe và dinh dưỡng, giảm sử dụng nước và tuần hoàn chất thải. Chúng tôi đang tích cực thúc đẩy các sáng kiến cụ thể trên các lĩnh vực này để không chỉ nâng cao hiệu suất ESG mà còn truyền đạt một cách minh bạch tiến trình của chúng tôi thông qua báo cáo phát triển bền vững toàn diện. Nỗ lực này có ý nghĩa then chốt trong việc giới thiệu những thành tựu của Công ty với các bên liên quan trong và ngoài nước, khẳng định vị thế của chúng tôi là người dẫn đầu trong việc thực hành ESG.



# BẢO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH





# Báo cáo của Ban Điều hành

## KHÁI QUÁT

Ngành hàng tiêu dùng với tiêu thụ tiêu dùng dự tính tăng trưởng 7% trong năm 2024.

Kinh tế thế giới năm 2023 tiếp tục gặp khó khăn, các điều kiện tăng trưởng kinh tế luôn khá nhạy cảm với những tác động từ những rủi ro kinh tế và địa chính trị. Bên cạnh đó, ảnh hưởng của quá trình thắt chặt tiền tệ và tổng cầu giảm, sự trì trệ của hoạt động sản xuất kinh doanh tại các nền kinh tế lớn đã khiến quá trình hồi phục kinh tế bị trì trệ.

Trong bối cảnh tình hình thế giới có nhiều khó khăn và đầy biến động, nền kinh tế Việt Nam trong năm 2023 tiếp tục chịu “tác động kép” từ những yếu tố bất lợi bên ngoài và những hạn chế, bất cập bên trong kéo dài nhiều năm. Tuy nhiên, nền kinh tế Việt Nam đã từng bước phục hồi và đạt những kết quả tích cực trên nhiều lĩnh vực.





# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

Doanh thu (tỷ đồng)

# 28.241

Lợi nhuận thuần sau thuế (tỷ đồng)

# 7.194

Mức tăng trưởng GDP cả năm đạt 5% - thấp hơn chỉ tiêu đề ra là 6,5% nhưng vẫn cao hơn gấp đôi mức tăng GDP trung bình toàn cầu và thuộc nhóm các nước có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới năm 2023. Bên cạnh đó, các chỉ tiêu thống kê cho thấy kinh tế vĩ mô trong nước tiếp tục ổn định, lạm phát được kiểm soát ở mức phù hợp; cung cầu hàng hóa thiết yếu được bảo đảm, hoạt động mua sắm hàng hóa, tiêu dùng nội địa duy trì mức tăng khá. Điểm sáng của nền kinh tế là sự tăng trưởng vượt trội của FDI, đạt ~32% so với năm 2022 và sự quay lại của xuất khẩu với tăng trưởng ~9% trong quý IV so với cùng kì năm ngoái. Tăng trưởng GDP của Việt Nam tốt lên theo quý (quý I 3,4%, quý II 4,3%, quý III 5,5%, quý IV 6,7%), là tín hiệu tốt bước vào năm 2024 với tăng trưởng GDP mục tiêu từ 6 - 6,5%. Sự hồi phục của nền kinh tế Việt Nam trong nửa cuối năm 2023, đặc biệt vào quý IV 2023 là lực đẩy quan trọng cho ngành hàng tiêu dùng với tiêu thụ tiêu dùng dự tính tăng trưởng 7% trong năm 2024, cao nhất trong các nền kinh tế Châu Á, theo báo cáo của ngân hàng đầu tư UBS.

Doanh thu năm 2023 Masan Consumer đạt 28.241 tỷ đồng, tăng trưởng 13,1% so với năm 2022 (không bao gồm ngành Thịt Chế Biến do ngành Thịt Chế Biến đã không còn được kiểm soát bởi Masan Consumer). Masan Consumer đã đạt tăng trưởng vượt trội khi toàn thị trường FMCG chỉ đạt tăng trưởng âm 2% năm 2023 (Nguồn: Nielsen). Trong năm qua, Masan Consumer cũng đã phát triển kênh sàn thương mại điện tử trong chiến lược Go Global. Chủ lực là nhãn hàng Chin-Su và Omachi đã tạo tiếng vang tại Thị trường Mỹ, Nhật, Hàn Quốc.

Về lợi nhuận, tỉ suất lợi nhuận gộp năm 2023 là 45,9%, tăng 4,6% so với tỷ suất năm 2022 nhờ tối ưu hóa quy trình sản xuất và chiến lược mua nguồn nguyên vật liệu chất lượng và ổn định. Lợi nhuận thuần sau thuế phân bổ cho Cổ đông Công ty năm 2023 đạt 7.194 tỷ đồng, tăng trưởng 30% so với năm 2022 nhờ tăng trưởng doanh số, xây dựng các nhãn hàng vững mạnh và quản lý tài chính hiệu quả.

Masan Consumer dự kiến năm 2024 sẽ tiếp tục đạt tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận hai con số nhờ tiếp tục chiến lược cao cấp hóa các ngành hàng chính và sự gia tăng đáng kể cơ hội của các ngành hàng hóa mỹ phẩm, chăm sóc cá nhân và gia đình và Ready Meal. Dự báo tăng trưởng năm 2024 của Masan Consumer sẽ được chia sẻ chi tiết hơn tại Đại hội cổ đông thường niên năm 2024.



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### 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 phụ thuộc rất lớn vào sự bình ổn của kinh tế Việt Nam. Môi trường kinh tế của Việt Nam cũng như các yếu tố bên ngoài như sự phát triển kinh tế trên toàn châu Á và thế giới có thể ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động kinh doanh của Masan.

Dự đoán giá nguyên liệu đầu vào chủ chốt của Masan trong năm 2023 sẽ tăng cao. Các nhà cung cấp đóng vai trò quan trọng để xác định chi phí đầu vào của sản phẩm. Do đó, sẽ tác động xấu dẫn đến biên lợi nhuận giảm trong những ngành kinh doanh của Masan. Ngoài ra, một số yếu tố kinh tế: lạm phát, lãi suất ngân hàng tăng, và tỷ giá hối đoái sẽ tác động đến chi phí vốn và ảnh hưởng đến chiến lược mở rộng phát triển kinh doanh của Chúng tôi.





# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### Thị trường hàng tiêu dùng tại Việt Nam

Năm 2023, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 9,6%; trong đó nhóm hàng lương thực, thực phẩm tăng 11,7% và đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình tăng 7,5%. Các nhóm hàng có sự tăng trưởng cao là các nhóm hàng thiết yếu hàng ngày cho gia đình.

Chi tiêu tại hộ gia đình với FMCG có sự tăng nhẹ ở thành thị (+2%) và tích cực ở nông thôn (+6%) xét về sản lượng dưới áp lực giá tiêu dùng tăng.

Kênh trực tuyến dự tính tăng trưởng

# 20-30%

Kênh mua sắm truyền thống offline vẫn chiếm ~95% toàn bộ tiêu dùng Việt Nam, kênh trực tuyến online mới chiếm ~5%. Trong kênh truyền thống, bán lẻ hiện đại chiếm ~12% trong khi bán lẻ truyền thống (các tiệm tạp hóa) vẫn chiếm ~88%. Tuy nhiên, kênh trực tuyến được dự tính sẽ tăng trưởng 20 - 30% và kênh bán lẻ hiện đại tăng trên 10%, vượt tăng trưởng kênh truyền thống. Do đó, các công ty FMCG như Masan Consumer cần phải triển khai phát triển các kênh bán hàng mới để có thể tiếp cận được với người tiêu dùng tại những nơi họ mua sắm trong tương lai. Bên cạnh các chỉ số kinh tế vĩ mô, các báo cáo nghiên cứu trong 2023 chỉ ra những tâm lý tiêu dùng rõ xu hướng như sau:

Tâm lý người tiêu dùng luôn thay đổi và vận động theo sự chuyển biến của nền kinh tế chính trị mỗi chu kỳ vì vậy việc liên tục nắm bắt hành vi tiêu dùng là điều tiên quyết để nhà sản xuất có thể kịp thời đưa ra các giải pháp sản phẩm, kênh phân phối tiếp cận phù hợp để giữ vững và gia tăng giá trị doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh.

- 1 Tâm lý “tiêu dùng cẩn trọng” vẫn tiếp tục trong năm 2023 và kéo dài qua năm 2024. Người tiêu dùng sẽ xuất hiện hai xu hướng phân cực nhưng trên một nền tảng “tiết kiệm”: tìm kiếm các sản phẩm chất lượng giá rẻ trong mức chi tiêu hạn hẹp và sẵn sàng chi tiêu cho các sản phẩm có “ giá trị tương xứng giá tiền” - đây là các dòng sản phẩm chất lượng vượt trội & khác biệt từ những thương hiệu uy tín.
- 2 Phân khúc hóa nhu cầu khách hàng rõ ràng hơn, các thương hiệu không chỉ tập trung nhóm khách hàng 30 - 50 tuổi mà đã mở rộng ra các phân khúc sản phẩm cho GenZ thông qua việc mang lại giá trị về sức khỏe tinh thần; cùng lúc đó cũng nhiều sản phẩm cho phân khúc trên 50 tuổi với các giá trị rõ rệt về sức khỏe thể chất cũng hình thành một phân khúc không nhỏ.
- 3 Xu hướng tìm kiếm các sản phẩm chuyên sâu giải quyết vấn đề của mỗi nhóm khách hàng dựa trên nhu cầu chưa được đáp ứng và lúc này là lúc các sản phẩm được ứng dụng công nghệ sản xuất cao tạo được lợi thế cạnh tranh.



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### Ngành hàng Gia vị

Ngành hàng Gia vị tiếp tục thể hiện là ngành hàng trụ cột dẫn dắt trong năm 2023 với doanh số ghi nhận ở mức 10.446 tỷ đồng, tăng trưởng 18,2% so với năm 2022.

Doanh số (tỷ đồng)

# 10.446

Các dòng nước chai thủy tinh của Chin-Su Cá Cơm Biển Đông đã nâng cấp ngành hàng nước mắm với những chai thủy tinh ngon hảo hạng, cao cấp, sang trọng trong gian bếp. Và Nam Ngư đang tiếp tục nâng cấp giá trị ngành hàng chủ lực với câu chuyện mới: Tiên phong nâng tầm các đặc sản Việt, mở ra ngành hàng mới gia vị trên nền nước mắm, ra mắt bộ sưu tập nước mắm pha sẵn Nam Ngư kết hợp với các đặc sản vùng miền. Nam Ngư Đặc Sản đã tạo được sự mới mẻ, phù hợp với cuộc sống hiện đại, nắm bắt xu hướng giới trẻ GenZ thế hệ mua sắm mới. Thêm vào đó, ngành hàng cũng đa dạng hóa vào những loại gia vị mới như Sa tế tôm sả Chin-Su cho các món lẩu ướp nướng, Mayonnaise Chin-Su với vị nguyên bản, mayonnaise tương ớt và mayonnaise tương cà hướng tới phân khúc khách hàng trẻ, hay Chin-Su sốt canh chua, sốt thịt nướng, sốt phở bò, sốt thịt nướng bún chả, sốt lẩu Thái mang lại hương vị như ở nhà hàng.

Với chiến lược Vươn ra Thế giới - Đưa ẩm thực Việt nam ra bình diện toàn cầu (Go Global - Make Vietnamese Foods Global Foods), Chin-Su, với tương ớt là thương hiệu dẫn đầu tiên phong trong hành trình đi ra thế giới. Tương ớt Chin-Su được đón nhận tại các thị trường lớn như Mỹ, Nhật, Hàn... và trong top 8 trong tổng số 400 thương hiệu tương ớt

trên sàn thương mại điện tử Amazon Mỹ. Năm 2024 Chin-Su sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ hơn cho chiến lược Go Global, tiếp theo Tương Ớt là Nước mắm, bộ gia vị hạt và bột đặc sản từ Việt Nam sẵn sàng để chinh phục các thị trường thế giới.



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### Ngành hàng thực phẩm tiện lợi

Doanh số (tỷ đồng)

# 8.446

Năm 2023, ngành thực phẩm tiện lợi của Masan Consumer thành công khi tạo được tiếng vang trên thị trường và tiếp tục đóng vai trò “dẫn dắt ngành hàng” với sản phẩm mới Omachi lẩu tự sôi, Phở Story, Kokomi đại 1 gói rưỡi... Lẩu tự sôi Omachi phù hợp với phong cách và gu của giới trẻ năng động, du lịch khám phá; Phở Story kết hợp với công thức của phở Thìn Bờ Hồ nổi tiếng hay Mì Kokomi 1 gói rưỡi tăng trọng lượng nhưng giá không đổi.

Doanh thu thuần của ngành hàng thực phẩm tiện lợi đạt 8.446 tỷ đồng, tăng trưởng 8,8% so với năm 2022 trong đó doanh số đến từ các nhãn hiệu cao cấp chiếm 50%. Lợi nhuận gộp đạt 39,1% mang lại tài chính khỏe mạnh cho ngành hàng.





# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### Ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng

Doanh số (tỷ đồng)

# 4.595

Năm 2023, ngành đồ uống đóng chai và thức uống dinh dưỡng của Masan Consumer đạt 4.595 tỷ đồng, tăng trưởng 3,3% so với năm 2022. Năm 2023 là năm ngành thức uống và đóng chai tập trung phát triển những dòng sản phẩm mới để phục vụ tập khách hàng trẻ GenZ, điển hình là sự thành công của sản phẩm trà Bupnon Tea 365 khi lần đầu tiên ra mắt đã nhanh chóng chinh phục nhóm đối tượng tiêu dùng trẻ, là một lực đẩy tăng trưởng doanh thu quan trọng trong năm 2024. Với động lực đó ngành hàng sẽ tiếp tục hoàn thiện tiếp các sản phẩm mới với định hướng Tốt cho sức khỏe, nhắm vào đối tượng trẻ GenZ (EnerZ, Vivant flavor).





# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### Ngành hàng cà phê

Doanh số (tỷ đồng)

# 1.625

Năm 2023, ngành cà phê đạt doanh số 1.625 tỷ đồng, tăng trưởng 11,5% so với năm 2022. Chiến lược trong tương lai gần của ngành hàng cà phê ưu tiên hoàn thiện danh mục sản phẩm với nhiều hương vị đặc trưng Việt Nam, Châu Âu & kết hợp khai thác dòng sản phẩm cà phê giải khát theo hơi hướng “Beverage coffee”. Sở hữu hai nhãn hàng mạnh là Vinacafé & Wake-Up, ngành hàng cà phê sẽ xây dựng định vị vững chắc để Vinacafé tiến tới “Coffee Expert” và “Coffee Innovator”.

The advertisement features a central image of a Wake-Up coffee product box and a cup of coffee on a wooden table. The box is labeled 'wake-up the coffee innovator' and 'CÀ PHÊ BỒ HỒ ĐÀM ĐÀ NẤU NONG'. The cup is filled with a frothy coffee topped with a small garnish. In the background, a person is riding a bicycle on a paved path near a body of water. The overall scene is bright and scenic.

**wake-up**  
the coffee innovator

**CÀ PHÊ BỒ HỒ**  
ĐÀM ĐÀ NẤU NONG

**THƯỜNG THỨC CÀ PHÊ CHUẨN GU HÀ NỘI**

**CÀ PHÊ BỒ HỒ**  
ĐÀM ĐÀ NẤU NONG



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## KHÁI QUÁT (tiếp theo)

### Ngành hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình

Doanh số (tỷ đồng)

# 1.837

Trong năm 2023 ngành hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình (Home & Personal Care) đóng góp 1.837 tỷ đồng doanh số thuần, tăng trưởng 39,4% so với năm 2022 (bao gồm cả NETCO), là ngành hàng tăng trưởng cao nhất trong Masan Consumer. Trong đó nhãn hàng nước giặt xả 2in1 Chanté là nhãn hàng thị phần lớn nhất trong ngành hàng Giặt Giũ (Detergent) trong hệ thống siêu thị WinCommerce, dẫn đầu bởi Chanté. Năm 2024 ngành hàng sẽ tiếp tục thúc đẩy cho sự tăng trưởng với việc tái tung Bột Giặt Joins, tung Sopa toàn quốc, và củng cố vị thế của Chanté là thương hiệu độc quyền và lớn nhất tại WinCommerce.



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA CHÚNG TÔI

### Triển vọng kinh doanh của Masan Consumer gắn liền trực tiếp với triển vọng kinh tế của Việt Nam.

Tăng trưởng kinh tế năm 2023 ước tính đạt 5,05%, thấp hơn so với năm 2022 (8,12%) và so với mục tiêu tăng trưởng đề ra (6,5%). Nguyên nhân là do sức sản xuất của các doanh nghiệp, sức mua của người tiêu dùng chưa phục hồi vững chắc sau đại dịch COVID-19. Cùng với đó, nền kinh tế thế giới xảy ra nhiều bất ổn, chưa có dấu hiệu ổn định trở lại ảnh hưởng đến nền kinh tế nước ta vốn có độ mở cửa lớn.

Tăng trưởng kinh tế năm 2023 chỉ cao hơn so với tăng trưởng kinh tế năm 2020 (2,87%) và 2021 (2,55%) là 2 năm nền kinh tế chịu ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch COVID-19 và tăng trưởng kinh tế ở mức thấp nhất trong giai đoạn kể từ năm 2011 đến nay. Điều này cho thấy, tăng trưởng kinh tế thiếu vững chắc và chệch khỏi quỹ đạo tăng trưởng bình thường của giai đoạn trước đại dịch COVID-19.

Triển vọng kinh tế năm 2024 sẽ vẫn tiếp tục khó khăn. Các rủi ro, thách thức bên ngoài chưa có dấu hiệu được giải quyết mà có nguy cơ sẽ còn lớn hơn so với năm 2023.

Hoạt động đầu tư và thương mại quốc tế của nước ta được dự báo sẽ vẫn tiếp tục trải qua một năm khó khăn. Việc đầu tư và thương mại thu hẹp ảnh hưởng đáng kể đến tăng trưởng kinh tế nước ta, đến lao động, việc làm và thu nhập, do đó ảnh hưởng đến tiêu dùng hộ gia đình vốn chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng cầu của nền kinh tế.

Cuộc chiến Nga - Ukraine sẽ khó chấm dứt trong năm 2024, thậm chí căng thẳng còn tiếp tục gia tăng nếu hai bên không tìm ra được tiếng nói chung trên các bàn đàm phán. Các xung đột tại khu vực Trung Đông vẫn đang leo thang và lan rộng. Cuộc chiến xung đột vẫn diễn ra sẽ làm tăng giá năng lượng, lương thực và làm đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu, đẩy cước phí vận chuyển gia tăng.

Như vậy, không chỉ tổng cầu thu hẹp mà cú sốc tổng cung sẽ làm cho nền kinh tế thế giới có nguy cơ rơi vào trạng thái đình lạm: Lạm phát cao đi kèm với đình đốn trong hoạt động sản xuất. Khi rơi vào trạng thái này, nền kinh tế không có sự đánh đổi hay mất mặt này nhưng được mặt kia mà về cơ bản tổng thể nền kinh tế bị thiệt hại. Tăng trưởng giảm, việc làm giảm, thất nghiệp tăng và bất ổn kinh tế vĩ mô gia tăng. Đây sẽ là bức tranh có khả năng xuất hiện nhất của nền kinh tế toàn cầu trong năm 2024.

Tuy nhiên, vượt qua khó khăn, thách thức Masan Consumer lập kế hoạch ngân sách dự kiến cho cả doanh thu thuần và lợi nhuận thuần sau thuế sẽ tăng trưởng trong phạm vi 15%-25%.

Do đó, ngân sách tài chính năm 2024 vẫn chỉ là tạm thời và sẽ được trình bày chi tiết tại Đại hội cổ đông thường niên năm 2024.



## Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

### CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA CHÚNG TÔI (tiếp theo)

**Những công ty con và công ty liên kết của Masan Consumer hoạt động trong các ngành hàng 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 cạnh tranh chủ yếu dựa vào các yếu tố như hình ảnh thương hiệu, giá cả, mạng lưới phân phối và sự đa dạng của 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 thuộc ngành hàng tiêu dùng 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 các hành vi định giá bất hợp lý. Masan Consumer có thể buộc phải đầu tư nhiều hơn vào hoạt động nghiên cứu và phát triển, cũng như các chương trình khuyến mãi và tiếp thị. Những khoản chi này có thể khiến tỷ suất lợi nhuận giảm sút và do đó ảnh hưởng bất lợi đến kết quả hoạt động của chúng tôi.

**Chi phí của Masan Consumer có thể gặp biến động**

Giá thành sản xuất của chúng tôi phụ thuộc rất lớn vào nguồn cung cấp nguyên vật liệu. Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng nhiều do đứt quãng chuỗi cung ứng. Mặc dù chúng tôi mua nguyên liệu từ nhiều nhà cung cấp và không lệ thuộc vào bất kỳ nhà cung cấp duy nhất nào, chúng tôi không đảm bảo rằng tình trạng thiếu hụt nguyên liệu sẽ không xảy ra. Nếu chúng tôi không có được đầy đủ nguyên liệu cả về lượng cũng như chất mà chúng tôi yêu cầu, hoặc với mức giá hoặc các điều khoản khác mà chúng tôi có thể chấp nhận, chất lượng sản phẩm, sản lượng sản xuất cũng như doanh thu của chúng tôi sẽ bị ảnh hưởng xấu.



Ngoài ra, giá nguyên liệu có thể biến động do ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài như điều kiện thời tiết, môi trường, biến động giá cả hàng hóa, tiền tệ và những thay đổi trong chính sách của Nhà nước liên quan tới lĩnh vực nông nghiệp. Nếu chúng tôi không thể quản lý các chi phí này cũng như tăng giá bán các sản phẩm của chúng tôi lên tương ứng thì hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động kinh doanh cũng như triển vọng của chúng tôi sẽ bị ảnh hưởng bất lợi và đáng kể.

# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA CHÚNG TÔI (tiếp theo)

**Masan Consumer 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 Consumer không phụ thuộc vào bất kỳ một thành viên riêng lẻ nào trong Hội đồng Quản trị, Ban Điều hành, Ban Kiểm soát hoặc đội ngũ quản lý cấp cao, nhưng sự thành công của Masan Consumer 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. Sự thiếu hụt 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 Consumer.

**Chúng tôi phụ thuộc vào mạng lưới phân phối đã có sẵn**

Chúng tôi dựa rất nhiều vào quan hệ với mạng lưới các nhà phân phối để tiêu thụ sản phẩm. Trong trường hợp các công ty đối thủ của chúng tôi chào mời các điều kiện thuận lợi hơn hoặc các ưu đãi lớn hơn cho các nhà phân phối của chúng tôi, các nhà phân phối này có thể lựa chọn

chấm dứt các hợp đồng phân phối với chúng tôi. Trong trường hợp quan hệ của chúng tôi với số lượng lớn các nhà phân phối bị xấu đi do các hành động của các công ty đối thủ, tình hình kinh doanh, tài chính, kết quả hoạt động và triển vọng của Công ty sẽ bị ảnh hưởng.

**Doanh thu của Masan Consumer phụ thuộc vào hình ảnh thương hiệu**

Masan Consumer luôn phấn đấu để giữ hình ảnh là một công ty thành công qua cam kết nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng. Tuy nhiên, những sự kiện không mong muốn có thể xảy ra và gây ảnh hưởng đến hình ảnh của chúng tôi, chẳng hạn như bị đối thủ

cạnh tranh không lành mạnh. Hình ảnh thương hiệu của chúng tôi có thể ảnh hưởng lớn đến doanh số, và chúng tôi có thể bị lỗ do doanh thu giảm và các chi phí khác tăng cao nhằm bảo vệ hình ảnh thương hiệu.



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA CHÚNG TÔI (tiếp theo)

### **Chúng tôi có thể không thành công trong việc phát triển sản phẩm mới**

Chúng tôi có một đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm nội bộ, dành toàn thời gian cho việc phát triển sản phẩm mới và các phiên bản của những sản phẩm hiện có. Cụ thể, chúng tôi tập trung vào việc tạo nên những sản phẩm sáng tạo, tốt cho sức khỏe, giá cả hợp lý và tiện dụng. Việc phát triển và ra mắt sản phẩm mới có thể đòi hỏi chi phí đáng kể, bao gồm chi phí quản lý, sản xuất và tiếp thị cao hơn.

Một sản phẩm mới được chấp nhận trên thị trường hay không phụ thuộc phần lớn vào khả năng của chúng tôi trong việc đáp ứng thành công các nhu cầu của thị trường, khẩu vị và nhu cầu dinh dưỡng của người tiêu dùng. Chúng tôi không thể đảm bảo thị trường sẽ chấp nhận mọi sản phẩm mới mà chúng tôi sản xuất. Nếu các sản phẩm không thành công, chúng tôi sẽ không thể lấy lại được chi phí nghiên cứu và phát triển đã bỏ ra và điều này sẽ có tác động xấu đến việc kinh doanh của chúng tôi, điều kiện tài chính, kết quả vận hành và các viễn cảnh khác.

### **Chúng tôi phải đối mặt với rủi ro xảy ra tình trạng nhiễm bẩn sản phẩm và bất kỳ vụ nhiễm bẩn nào như vậy sẽ khiến chúng tôi có nguy cơ bị khiếu nại về trách nhiệm đối với sản phẩm**

Nhiễm bẩn là một rủi ro vốn có trong ngành thực phẩm và đồ uống. Mặc dù chúng tôi đã nỗ lực hết sức, bao gồm cả việc kiểm tra thường xuyên tại nhà máy sản xuất và kiểm tra thường xuyên nguyên vật liệu, chúng tôi không thể hoàn toàn loại trừ nguy cơ nhiễm bẩn. Không phải tất cả các quá trình xử lý của chúng tôi hoàn toàn tự động, do đó làm tăng nguy cơ lỗi của con người, và do đó cũng có khả năng tăng nguy cơ ô nhiễm. Do vậy, chúng tôi có thể bị khiếu nại liên quan đến tình trạng nhiễm bẩn sản phẩm

và có thể phải thu hồi sản phẩm hoặc rút khỏi thị trường, điều đó có thể ảnh hưởng bất lợi đến hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính, kết quả hoạt động kinh doanh và triển vọng của chúng tôi. Mặc dù không có chính sách trách nhiệm sản phẩm được công nhận tại Việt Nam, chúng tôi không thể đảm bảo rằng chúng tôi sẽ không phải đối mặt với khiếu nại hoặc kiện tụng về sự an toàn và chất lượng của các sản phẩm của chúng tôi.

# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT KIỂM TOÁN

### Báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất

	2023	2022
<b>Đơn vị triệu đồng</b>	<b>Kiểm toán</b>	<b>Kiểm toán</b>
<b>Doanh thu gộp</b>	<b>28.395.714</b>	<b>27.178.348</b>
Các khoản giảm trừ	(154.722)	(201.075)
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>28.240.992</b>	<b>26.977.273</b>
Giá vốn hàng bán	(15.266.624)	(15.845.759)
<b>Lợi nhuận gộp</b>	<b>12.974.368</b>	<b>11.131.514</b>
Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp	(6.253.758)	(5.428.060)
Doanh thu hoạt động tài chính	1.853.512	934.533
Chi phí tài chính	(538.028)	(385.172)
Phần lãi trong một công ty liên kết	58.661	13.296
<b>Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh</b>	<b>8.094.755</b>	<b>6.266.111</b>
Kết quả từ các hoạt động khác	4.091	(22.751)
Lợi nhuận trước thuế	8.098.846	6.243.360
Thuế	(904.676)	(710.554)
<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	<b>7.194.170</b>	<b>5.532.806</b>
<b>Phân bổ</b>		
Cổ đông không kiểm soát	109.006	81.688
<b>Chủ sở hữu của công ty</b>	<b>7.085.164</b>	<b>5.451.118</b>



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT KIỂM TOÁN (tiếp theo)

### Bảng cân đối kế toán hợp nhất

	31/12/2023	31/12/2022
Đơn vị triệu đồng	Kiểm toán	Kiểm toán
<b>TÀI SẢN NGẮN HẠN</b>	<b>23.921.695</b>	<b>26.092.453</b>
Tiền và các khoản tương đương tiền	5.789.871	5.588.278
Đầu tư tài chính ngắn hạn	4.908.123	1.403.815
Phải thu thuần từ hoạt động kinh doanh	1.366.440	991.923
Phải thu ngắn hạn khác	9.622.826	15.534.686
Hàng tồn kho thuần	2.178.374	2.501.748
Tài sản ngắn hạn khác	56.061	72.003
<b>TÀI SẢN DÀI HẠN</b>	<b>16.630.994</b>	<b>7.424.193</b>
Các khoản phải thu dài hạn	9.338.161	192.573
Tài sản cố định	5.558.125	5.099.952
TSCĐ hữu hình	4.789.111	4.256.150
TSCĐ vô hình	763.264	836.443
Bất động sản đầu tư	5.750	7.359
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	275.199	810.615
Đầu tư tài chính dài hạn	294.757	249.392
Tài sản dài hạn khác	1.164.752	1.071.661
<b>TỔNG TÀI SẢN</b>	<b>40.552.689</b>	<b>33.516.646</b>

# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT KIỂM TOÁN (tiếp theo)

Bảng cân đối  
kế toán hợp nhất  
(tiếp theo)

	31/12/2023	31/12/2022
Đơn vị triệu đồng	Kiểm toán	Kiểm toán
<b>NỢ NGẮN HẠN</b>	<b>13.728.746</b>	<b>10.061.229</b>
Vay và nợ ngắn hạn	8.468.803	6.626.217
Phải trả người bán	2.023.712	1.495.520
Người mua trả tiền trước	66.138	57.801
Thuế & các khoản phải nộp Nhà nước	593.032	225.676
Phải trả người lao động	278	588
Chi phí phải trả	2.385.301	1.521.372
Các khoản phải trả, phải nộp khác	191.482	134.055
<b>NỢ DÀI HẠN</b>	<b>448.383</b>	<b>1.009.771</b>
Vay và nợ dài hạn	227.388	774.749
Nợ dài hạn khác	220.995	235.022
<b>NỢ PHẢI TRẢ</b>	<b>14.177.129</b>	<b>11.071.000</b>



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT KIỂM TOÁN (tiếp theo)

### Bảng cân đối kế toán hợp nhất (tiếp theo)

<b>VỐN CHỦ SỞ HỮU</b>	<b>26.375.560</b>	<b>22.445.646</b>
Vốn cổ phần	7.274.619	7.274.619
Thặng dư vốn cổ phần	3.610.329	3.610.329
Vốn khác của chủ sở hữu	(265.776)	(265.776)
Cổ phiếu quỹ	(994.666)	(994.666)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	8.324	7.419
Quỹ đầu tư phát triển	22.732	22.732
Lợi nhuận chưa phân phối	16.124.128	12.263.423
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	595.870	527.566
<b>TỔNG NGUỒN VỐN</b>	<b>40.552.689</b>	<b>33.516.646</b>

# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT KIỂM TOÁN (tiếp theo)

### Các chỉ số tài chính

	2023	2022
Hệ số thanh toán hiện thời	1,7x	2,6x
Hệ số thanh toán nhanh	1,6x	2,3x
Tổng Nợ/EBITDA	1,16x	1,12x
Tổng Nợ/Tổng tài sản	0,21x	0,22x
Vòng quay tồn kho	6,5x	6,7x
Số ngày tồn kho (ngày)	56	55
Hệ số lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)	29,5%	28,0%
Hệ số lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA)	19,4%	17,4%
Doanh thu thuần/Tổng tài sản	76,3%	84,7%
Biên lợi nhuận thuần	25,5%	20,5%
Biên EBIT	23,8%	21,1%
Biên EBITDA	26,6%	24,4%



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## THẢO LUẬN KẾT QUẢ KIỂM TOÁN

### Doanh thu thuần

Năm 2023, doanh thu thuần của Masan Consumer đạt 28.241 tỷ đồng, tăng 4,7% so với năm 2022 do tăng trưởng doanh số của các ngành hàng gia vị, đồ uống không cồn, sản phẩm chăm sóc gia đình. Sự tăng trưởng của doanh số là thành quả từ duy trì và phát triển các thương hiệu mạnh điểm nhấn là “Go Global” của nhãn hiệu Chin-Su và mở rộng việc phân phối sản phẩm trên các nền tảng digital điều này mang đến sự phát triển trung và dài hạn cho Masan Consumer.

(tỷ đồng)

28.241

↑4,7% so với năm 2022

### Biên lợi nhuận gộp

Biên lợi nhuận gộp của Masan Consumer tăng 4,6% từ 41,3% năm 2022 lên 45,9% năm 2023. Biên lợi nhuận gộp tăng là kết quả của việc luân chuyển sản phẩm có biên lợi nhuận cao hợp lý, chiến lược giá cứng cố bởi thương hiệu mạnh và vận hành hiệu quả.

4,6%

↑ so với năm 2022

### Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp

Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp (SG&A) trong năm 2023 đạt 6.254 tỷ đồng, tăng 826 tỷ đồng so với mức 5.428 tỷ đồng trong năm 2022 chủ yếu liên quan chi phí khuyến mãi và quảng cáo với mục tiêu xây dựng, gia tăng sự nhận diện các nhãn hiệu và thúc đẩy doanh số bán của Tập đoàn.

(tỷ đồng)

6.254

↑826 tỷ đồng so với năm 2022

### Lợi nhuận thuần tài chính

Lợi nhuận thuần tài chính được xác định bằng Doanh thu hoạt động tài chính trừ cho Chi phí tài chính, trong năm 2023 đạt 1.315 tỷ đồng tăng 766 tỷ so với 549 tỷ đồng năm 2022, tăng 139% nhờ việc tối ưu hóa các dòng tiền đầu tư của Tập đoàn và lãi suất đi vay được giảm.

(tỷ đồng)

1.315

↑139% so với năm 2022

# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## THẢO LUẬN KẾT QUẢ KIỂM TOÁN (tiếp theo)

### Lợi nhuận sau thuế TNDN

Lợi nhuận sau thuế TNDN năm 2023 đạt 7.194 tỷ đồng, tăng 30% so với mức 5.533 năm 2022 nhờ vào sự luân chuyển của ngành hàng có biên lợi cao hợp lý, thương hiệu mạnh và phát kiến tiết kiệm chi phí hiệu quả.

(tỷ đồng)

**7.194**

↑30% so với năm 2022

### Tiền và các khoản tương đương tiền

Masan Consumer nắm giữ 10.698 tỷ đồng tiền mặt tại ngày 31/12/2023, bao gồm tiền và các khoản tương đương tiền, tiền gửi có kỳ hạn trên ba tháng và các khoản đầu tư khác tăng tương ứng 53% so với mức 6.992 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022. Tiền tăng chủ yếu từ dòng tiền dương có được từ tăng trưởng hoạt động sản xuất kinh doanh và hoạt động tài chính cân trừ với mức giảm của dòng tiền sử dụng cho hoạt động đầu tư.

(tỷ đồng)

**10.698**

↑53% so với năm 2022

### Tài sản cố định

Tổng giá trị tài sản cố định (bao gồm giá trị chi phí xây dựng cơ bản dở dang) 5.833 tỷ đồng tại ngày 31/12/2023, giảm nhẹ 1,3% so với giá trị 5.911 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022. Tài sản cố định được đưa vào sử dụng trong năm chủ yếu từ đầu tư mới các máy móc thiết bị tại nhà máy Hậu Giang và mở rộng tại nhà máy Nghệ An và Bình Dương với mục đích để nâng cao công suất và đổi mới công nghệ máy móc thiết bị hiện đại như: dây chuyền sản xuất, chiết rót, đóng gói tự động, thổi chai của các ngành thực phẩm tiện lợi, gia vị, đồ uống và các tài sản tiện ích chung.

(tỷ đồng)

**5.833**

↓1,3% so với năm 2022

### Đầu tư vào công ty liên kết

Khoản đầu tư vào một công ty liên kết chiếm 32,8% lợi ích kinh tế trong Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex tại thời điểm ngày 31/12/2023. Trong năm, Tập đoàn cũng đã nhận được khoản tiền cổ tức tương đương 13 tỷ đồng từ khoản đầu tư này.

**32,8%**

Lợi ích kinh tế trong Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## THẢO LUẬN KẾT QUẢ KIỂM TOÁN (tiếp theo)

### Tổng Tài sản

Tính đến ngày 31/12/2023, tổng tài sản tăng 21% từ mức 33.517 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022 lên mức 40.553 tỷ đồng, chủ yếu do mức tăng từ tích lũy nguồn tiền có được từ kết quả kinh doanh thuận lợi và các khoản phải thu cho hoạt động đầu tư để tối ưu hóa dòng tiền gia tăng lợi nhuận tài chính cần trừ với mức giảm của hàng tồn kho và các khoản mục tài sản khác.

(tỷ đồng)

**40.553**

↑21% so với năm 2022

### Các khoản vay

Tính đến ngày 31/12/2023, các khoản vay ngắn và dài hạn tăng 18% từ mức 7.401 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022 lên mức 8.696 tỷ đồng chủ yếu tăng của khoản vay ngắn hạn với mặt bằng lãi suất thấp hơn so với năm trước để sử dụng cho hoạt động sản xuất giúp gia tăng lợi nhuận của Tập đoàn.

(tỷ đồng)

**8.696**

↑18% so với năm 2022

### Vốn Chủ sở hữu

Tính đến ngày 31/12/2023, vốn chủ sở hữu đạt 26.376 tỷ đồng, tăng 18% so với mức 22.446 tỷ đồng tại ngày 31/12/2022. Mức tăng chủ yếu do tăng trưởng từ lợi nhuận thuần sau thuế TNDN.

(tỷ đồng)

**26.376**

↑18% so với năm 2022



# Báo cáo của Ban Điều hành (tiếp theo)

## TRIỂN VỌNG 2024

Sau một năm chững lại vì những ảnh hưởng từ những bất định của tình hình thế giới, triển vọng kinh tế của Việt Nam trong năm 2024 được các tổ chức quốc tế dự báo khá lạc quan, tăng trưởng GDP sẽ phục hồi mạnh mẽ lên mức 5,5 - 6,5%. Tuy vậy, nền kinh tế vẫn đang đối diện với nhiều thách thức, do vậy Masan Consumer lập kế hoạch ngân sách dự kiến cho cả doanh thu thuần và lợi nhuận thuần sau thuế sẽ tăng trưởng trong phạm vi 15% - 25%. Cuộc chiến Nga và Ukraine kéo dài làm cho giá dầu, giá nguyên vật liệu và bao bì tăng cao, lạm phát vẫn chưa có dấu hiệu giảm gây ảnh hưởng đến hành vi chi tiêu của người tiêu dùng. Là doanh nghiệp hoạt động trong các ngành hàng tiêu dùng thiết yếu, chúng tôi nhận thấy lạm phát tăng cao sẽ ảnh hưởng đến kế hoạch doanh thu và kế hoạch lợi nhuận của công ty. Do đó, ngân sách tài chính năm 2024 vẫn chỉ là tạm thời và sẽ được trình bày chi tiết tại Đại hội cổ đông thường niên năm 2024.

## 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://masanconsumer.com/wp-content/uploads/2024/03/110.-MSC-Consol-Audited-FY2023-VN.pdf>



# BÁO CÁO TÀI CHÍNH





## Thông tin về Công ty

<b>Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số</b>	0302017440	ngày 31 tháng 5 năm 2000
	Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp đã được điều chỉnh nhiều lần, lần điều chỉnh gần đây nhất là vào ngày 31 tháng 1 năm 2024. Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.	
<b>Hội đồng Quản trị</b>	Ông Danny Le	Chủ tịch
	Ông Trương Công Thắng	Thành viên
	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên
	Ông Nguyễn Thiệu Quang	Thành viên
	Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên
	Bà Nguyễn Thu Hiền	Thành viên
<b>Ủy ban Kiểm toán</b>	Bà Nguyễn Thu Hiền	Chủ tịch
	Ông Nguyễn Thiệu Quang	Thành viên
<b>Ban Giám đốc</b>	Ông Trương Công Thắng	Tổng Giám đốc
	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Phó Tổng Giám đốc
	Ông Phạm Hồng Sơn	Phó Tổng Giám đốc
<b>Trụ sở đăng ký</b>	23 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	
<b>Công ty kiểm toán</b>	Công ty TNHH KPMG Việt Nam	

## Báo cáo của Ban Giám đốc

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

Ban Giám đốc Công ty chịu trách nhiệm lập và trình bày trung thực và hợp lý báo cáo tài chính hợp nhất 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. Theo ý kiến của Ban Giám đốc Công ty:

- (a) báo cáo tài chính hợp nhất được trình bày từ trang 78 đến trang 111 đã phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Tập đoàn 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; và
- (b) tại ngày lập báo cáo này, không có lý do gì để Ban Giám đốc Công ty cho rằng Tập đoàn sẽ không thể thanh toán các khoản nợ phải trả khi đến hạn.

Tại ngày lập báo cáo này, Ban Giám đốc Công ty đã phê duyệt phát hành báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm.

Thay mặt Ban Giám đốc



Nguyễn Hoàng Yến  
Đại diện theo ủy quyền

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 1 tháng 3 năm 2024



# Báo cáo kiểm toán độc lập

## KÍNH GỬI CÁC CỔ ĐÔNG CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

Chúng tôi đã kiểm toán báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan (“Công ty”) và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”), bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày và các thuyết minh kèm theo được Ban Giám đốc Công ty phê duyệt phát hành ngày 1 tháng 3 năm 2024, được trình bày từ trang 78 đến trang 111.

## TRÁCH NHIỆM CỦA BAN GIÁM ĐỐC

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

## TRÁCH NHIỆM CỦA KIỂM TOÁN VIÊN

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

Công việc kiểm toán bao gồm việc thực hiện các thủ tục nhằm thu thập các bằng chứng kiểm toán về các số liệu và các thuyết minh trong báo cáo tài chính. Các thủ tục được lựa chọn dựa trên xét đoán của kiểm toán viên, bao gồm đánh giá rủi ro có sai sót trọng yếu trong báo cáo tài chính do gian lận hoặc nhầm lẫn. Khi thực hiện các đánh giá rủi ro này, kiểm toán viên xem xét kiểm soát nội bộ của Công ty liên quan tới việc lập và trình bày báo cáo tài chính trung thực và hợp lý nhằm thiết kế các thủ tục kiểm toán phù hợp với tình hình thực tế, tuy nhiên không nhằm mục đích đưa ra ý kiến về hiệu quả của kiểm soát nội bộ của Công ty. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá tính thích hợp của các chính sách kế toán được áp dụng và tính hợp lý của các ước tính kế toán của Ban 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 Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Công ty và các công ty con cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

## CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH KPMG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Việt Nam

Báo cáo kiểm toán số: 23-01-00976-24-02



Nelson Rodriguez Casihan  
Giấy Chứng nhận Đăng ký Hành nghề  
Kiểm toán số 2225-2023-007-1  
Phó Tổng Giám đốc

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

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 1 tháng 3 năm 2024

# Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2023

Mẫu B 01 - DN/HN

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

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND		Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
<b>TÀI SẢN</b>									
<b>Tài sản ngắn hạn (100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)</b>	<b>100</b>		<b>23.921.695.273.733</b>	<b>26.092.449.023.518</b>	<b>Tài sản dài hạn (200 = 210 + 220 + 230 + 240 + 250 + 260)</b>	<b>200</b>		<b>16.630.993.661.720</b>	<b>7.424.194.062.002</b>
<b>Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>110</b>	<b>5</b>	<b>5.789.870.873.591</b>	<b>5.588.278.453.404</b>	<b>Các khoản phải thu dài hạn</b>	<b>210</b>		<b>9.338.160.677.026</b>	<b>192.573.706.896</b>
Tiền	111		159.897.624.135	93.843.655.219	Phải thu dài hạn khác	216	9(b)	9.338.160.677.026	192.573.706.896
Các khoản tương đương tiền	112		5.629.973.249.456	5.494.434.798.185	<b>Tài sản cố định</b>	<b>220</b>		<b>5.552.374.681.907</b>	<b>5.092.592.979.450</b>
<b>Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>	<b>120</b>		<b>4.908.122.525.558</b>	<b>1.403.814.717.880</b>	Tài sản cố định hữu hình	221	11	4.789.111.012.429	4.256.149.930.619
Chứng khoán kinh doanh	121	6(a)	2.592.779.525.558	1.202.171.717.880	<i>Nguyên giá</i>	222		9.619.243.660.832	8.642.295.346.974
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	6(b)	2.315.343.000.000	201.643.000.000	<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	223		(4.830.132.648.403)	(4.386.145.416.355)
<b>Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	<b>130</b>		<b>10.989.266.253.040</b>	<b>16.526.609.661.885</b>	Tài sản cố định vô hình	227	12	763.263.669.478	836.443.048.831
Phải thu của khách hàng	131	7	1.068.837.859.281	663.867.546.603	<i>Nguyên giá</i>	228		2.397.933.897.522	2.396.630.305.722
Trả trước cho người bán	132		297.602.347.854	328.055.851.416	<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	229		(1.634.670.228.044)	(1.560.187.256.891)
Phải thu về cho vay ngắn hạn	135	8	3.492.430.547.940	6.047.191.980.732	<b>Bất động sản đầu tư</b>	<b>230</b>	<b>13</b>	<b>5.749.808.978</b>	<b>7.359.461.196</b>
Phải thu ngắn hạn khác	136	9(a)	6.130.395.497.965	9.487.494.283.134	<i>Nguyên giá</i>	231		18.627.973.918	18.627.973.918
<b>Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>	<b>10</b>	<b>2.178.374.332.996</b>	<b>2.501.747.857.460</b>	<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	232		(12.878.164.940)	(11.268.512.722)
Hàng tồn kho	141		2.220.500.505.262	2.531.009.688.650	<b>Tài sản dở dang dài hạn</b>	<b>240</b>		<b>275.199.403.100</b>	<b>810.614.752.363</b>
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(42.126.172.266)	(29.261.831.190)	Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242	14	275.199.403.100	810.614.752.363
<b>Tài sản ngắn hạn khác</b>	<b>150</b>		<b>56.061.288.548</b>	<b>71.998.332.889</b>	<b>Đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>250</b>		<b>294.757.072.601</b>	<b>249.391.858.906</b>
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		15.261.335.004	21.864.190.200	Đầu tư vào một công ty liên kết	252	6(c)	294.757.072.601	249.391.858.906
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		37.879.347.121	46.519.568.421	<b>Tài sản dài hạn khác</b>	<b>260</b>		<b>1.164.752.018.108</b>	<b>1.071.661.303.191</b>
Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước	153		2.920.606.423	3.614.574.268	Chi phí trả trước dài hạn	261	15	644.959.073.099	667.880.246.079
					Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	16	394.126.932.594	250.748.144.987
					Lợi thế thương mại	269	17	125.666.012.415	153.032.912.125
					<b>TỔNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)</b>	<b>270</b>		<b>40.552.688.935.453</b>	<b>33.516.643.085.520</b>

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



# Bảng cân đối kế toán hợp nhất

tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 (tiếp theo)

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND		Mã số	Thuyết minh	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
<b>NGUỒN VỐN</b>					<b>VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410)</b>	<b>400</b>		<b>26.375.559.178.420</b>	<b>22.445.645.207.154</b>
<b>NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 330)</b>	<b>300</b>		<b>14.177.129.757.033</b>	<b>11.070.997.878.366</b>	<b>Vốn chủ sở hữu</b>	<b>410</b>	<b>23</b>	<b>26.375.559.178.420</b>	<b>22.445.645.207.154</b>
<b>Nợ ngắn hạn</b>	<b>310</b>		<b>13.728.746.969.395</b>	<b>10.061.228.330.556</b>	Vốn cổ phần	411	24	7.274.618.790.000	7.274.618.790.000
Phải trả người bán ngắn hạn	311	18	2.023.711.673.115	1.495.519.562.993	Thặng dư vốn cổ phần	412	24	3.610.328.815.858	3.610.328.815.858
Người mua trả tiền trước	312		66.137.653.839	57.801.371.025	Vốn khác của chủ sở hữu	414		(265.775.657.006)	(265.775.657.006)
Thuế phải nộp Nhà nước	313	19	593.031.958.022	225.676.023.072	Cổ phiếu quỹ	415	24	(994.666.327.121)	(994.666.327.121)
Phải trả người lao động	314		279.692.397	587.599.793	Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		8.323.564.190	7.418.664.660
Chi phí phải trả	315	20	2.385.300.904.155	1.521.371.528.492	Quỹ đầu tư phát triển	418		22.731.972.844	22.731.972.844
Phải trả ngắn hạn khác	319	21(a)	163.606.696.919	106.179.705.073	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		16.124.127.868.061	12.263.423.092.167
Vay ngắn hạn	320	22(a)	8.468.802.865.360	6.626.217.014.520	- Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối lũy kế đến cuối năm trước	421a		9.038.963.882.667	6.816.958.384.098
Quỹ khen thưởng, phúc lợi	322		27.875.525.588	27.875.525.588	- Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối năm nay/năm trước	421b		7.085.163.985.394	5.446.464.708.069
<b>Nợ dài hạn</b>	<b>330</b>		<b>448.382.787.638</b>	<b>1.009.769.547.810</b>	Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		595.870.151.594	527.565.855.752
Phải trả người bán dài hạn	331	18	19.288.737.000	24.324.232.000	<b>TỔNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)</b>	<b>440</b>		<b>40.552.688.935.453</b>	<b>33.516.643.085.520</b>
Phải trả dài hạn khác	337	21(b)	30.438.053.506	31.756.586.755					
Vay dài hạn	338	22(b)	227.387.827.971	774.748.996.895					
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	16	159.914.589.911	166.878.229.906					
Dự phòng phải trả dài hạn	342		11.353.579.250	12.061.502.254					

Ngày 1 tháng 3 năm 2024


Người lập:

Người duyệt:

  
Phan Thị Thúy Hoa  
Kế toán Trưởng

  
Huỳnh Việt Thăng  
Giám đốc Tài chính



  
Nguyễn Hoàng Yên  
Đại diện theo ủy quyền

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

# Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

	Mã số	Thuyết minh	2023 VND	2022 VND
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	27	28.395.714.292.201	27.178.348.373.405
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	27	154.721.659.364	201.075.203.377
<b>Doanh thu thuần (10 = 01 - 02)</b>	<b>10</b>	<b>27</b>	<b>28.240.992.632.837</b>	<b>26.977.273.170.028</b>
Giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp	11	28	15.266.624.295.107	15.845.758.614.044
<b>Lợi nhuận gộp (20 = 10 - 11)</b>	<b>20</b>		<b>12.974.368.337.730</b>	<b>11.131.514.555.984</b>
Doanh thu hoạt động tài chính	21	29	1.853.512.410.411	934.533.482.162
Chi phí tài chính	22	30	538.028.288.437	385.172.202.557
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		485.285.780.065	307.330.035.566
Phần lãi trong một công ty liên kết	24	6(c)	58.661.298.695	13.296.085.000
Chi phí bán hàng	25	31	5.328.084.292.551	4.527.142.745.516
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	32	925.673.676.418	900.917.485.901
<b>Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 - 22) + 24 - (25 + 26)}</b>	<b>30</b>		<b>8.094.755.789.430</b>	<b>6.266.111.689.172</b>
Thu nhập khác	31		9.577.037.619	3.300.140.266
Chi phí khác	32		5.486.220.370	26.050.918.673
<b>Kết quả từ các hoạt động khác (40 = 31 - 32)</b>	<b>40</b>		<b>4.090.817.249</b>	<b>(22.750.778.407)</b>
<b>Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)</b>	<b>50</b>		<b>8.098.846.606.679</b>	<b>6.243.360.910.765</b>
Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	33	1.055.018.789.136	669.373.615.088
(Lợi ích)/chi phí thuế TNDN hoãn lại	52	33	(150.342.427.602)	41.180.186.596
<b>Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52) (mang sang trang sau)</b>	<b>60</b>		<b>7.194.170.245.145</b>	<b>5.532.807.109.081</b>

	Mã số	Thuyết minh	2023 VND	2022 VND
Lợi nhuận sau thuế TNDN (mang sang từ trang trước)	60		7.194.170.245.145	5.532.807.109.081
Phân bổ cho:				
Chủ sở hữu của Công ty	61		7.085.163.985.394	5.451.118.633.692
Cổ đông không kiểm soát	62		109.006.259.751	81.688.475.389
Lãi trên cổ phiếu				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	70	34	9.888	7.612

Ngày 1 tháng 3 năm 2024


Người lập:

Người duyệt:

  
Phan Thị Thúy Hoa  
Kế toán Trưởng

  
Huỳnh Việt Thăng  
Giám đốc Tài chính



  
Nguyễn Hoàng Yến  
Đại diện theo ủy quyền

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



# Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

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

	Mã số	2023 VND	2022 VND
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH</b>			
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01	8.098.846.606.679	6.243.360.910.765
<b>Điều chỉnh cho các khoản</b>			
Khấu hao và phân bổ	02	655.993.278.154	814.270.399.742
Các khoản dự phòng	03	108.026.674.230	76.909.069.186
Lỗ/(lãi) chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	04	2.499.315.770	(88.121.775)
(Lãi)/lỗ từ thanh lý, xóa sổ tài sản cố định và khoản đầu tư vào một công ty con	05	(7.562.851)	7.621.992.370
Thu nhập lãi và thu nhập khác từ các hoạt động đầu tư	05	(1.808.788.060.961)	(899.616.238.833)
Lợi nhuận được chia từ một công ty liên kết	05	(58.661.298.695)	(13.296.085.000)
Chi phí lãi vay và chi phí tài chính khác	06	488.321.280.057	310.203.035.562
<b>Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động</b>	<b>08</b>	<b>7.486.230.232.383</b>	<b>6.539.364.962.017</b>
Biến động các khoản phải thu và tài sản khác	09	(405.613.326.371)	(83.797.854.940)
Biến động hàng tồn kho	10	214.638.927.230	(323.700.694.346)
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11	1.526.486.553.528	(1.397.713.341.246)
Biến động chi phí trả trước	12	52.889.237.750	41.017.991.792
Biến động chứng khoán kinh doanh	13	(1.390.607.807.678)	(1.202.171.717.880)
		<b>7.484.023.816.842</b>	<b>3.572.999.345.397</b>
Tiền lãi vay đã trả	14	(496.972.593.124)	(294.397.896.986)
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15	(731.465.659.511)	(789.711.507.804)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17	-	(4.697.076.597)
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh</b>	<b>20</b>	<b>6.255.585.564.207</b>	<b>2.484.192.864.010</b>

	Mã số	2023 VND	2022 VND
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ</b>			
Tiền chi mua sắm, xây dựng tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21	(573.174.002.924)	(1.243.183.928.156)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	22	3.885.569.813	3.638.838.655
Tiền chi cho vay	23	(826.000.000.000)	(190.000.000.000)
Gửi tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và tiền chi cho các hoạt động đầu tư khác	23	(27.315.650.815.035)	(11.061.143.000.000)
Tiền thu hồi các khoản cho vay	24	519.500.000.000	-
Rút tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn và tiền thu hồi các hoạt động đầu tư khác	24	19.620.210.815.035	2.013.875.000.000
Tiền thuần từ ngừng hợp nhất khoản đầu tư vào một công ty con và giao dịch với các cổ đông không kiểm soát	26	-	240.054.419.416
Tiền thu lãi tiền gửi ngân hàng, cho vay, các khoản đầu tư khác và cổ tức	27	1.483.406.845.017	964.303.835.358
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư</b>	<b>30</b>	<b>(7.087.821.588.094)</b>	<b>(9.272.454.834.727)</b>
<b>LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH</b>			
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu	31	-	56.455.185.000
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu ở công ty con	31	-	38.345.000.000
Tiền thu từ các khoản vay ngân hàng	33	22.927.569.362.282	19.834.325.634.311
Tiền trả nợ gốc vay ngân hàng	34	(21.632.256.415.020)	(20.452.689.345.551)
Tiền chi trả cổ tức của Công ty và các công ty con	36	(261.545.703.173)	(113.973.663.980)
<b>Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính</b>	<b>40</b>	<b>1.033.767.244.089</b>	<b>(637.537.190.220)</b>

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

# Báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất

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

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	2023 VND	2022 VND
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20 + 30 + 40)	50	201.531.220.202	(7.425.799.160.937)
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm	60	5.588.278.453.404	13.013.125.962.658
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái đối với tiền và các khoản tương đương tiền	61	(11.322.170)	(35.107.277)
Chênh lệch quy đổi ngoại tệ	61	72.522.155	986.758.960
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60 + 61) (Thuyết minh 5)	70	5.789.870.873.591	5.588.278.453.404

## CÁC GIAO DỊCH PHI TIỀN TỆ TỪ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ VÀ TÀI CHÍNH

	2023 VND	2022 VND
Thu hồi các khoản cho vay và lãi phải thu thông qua việc cần trừ với cổ tức phải trả	3.002.364.736.327	-
Chuyển đổi số dư lãi phải thu thành nợ gốc khoản phải thu về cho vay	-	1.770.610.109.140

Ngày 1 tháng 3 năm 2024


Người lập:

  
Phan Thị Thúy Hoa  
Kế toán Trưởng

Người duyệt:

  
Huỳnh Việt Thăng  
Giám đốc Tài chính



  
Nguyễn Hoàng Yến  
Đại diện theo ủy quyền

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

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023

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 Hàng tiêu dùng Masan (“Công ty”) là một công ty cổ phần được thành lập tại Việt Nam. Báo cáo tài chính hợp nhất cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 bao gồm Công ty và các công ty con (sau đây được gọi chung là “Tập đoàn”) và lợi ích của Tập đoàn trong một công ty liên kết.

### (b) Các hoạt động chính

Các hoạt động chính của Công ty là mua bán thực phẩm; mua bán đồ uống không cồn, nước khoáng; mua bán sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình; và cung cấp dịch vụ phân phối theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp số 0302017440 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (“SKHĐT”) cấp ngày 31 tháng 5 năm 2000 và các giấy chứng nhận điều chỉnh.

### (c) Chu kỳ sản xuất kinh doanh thông thường

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



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## (d) Cấu trúc Tập đoàn

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, Công ty có 5 công ty con sở hữu trực tiếp, 17 công ty con sở hữu gián tiếp và 1 công ty liên kết (1/1/2023: 5 công ty con sở hữu trực tiếp, 17 công ty con sở hữu gián tiếp và 1 công ty liên kết). Thông tin về các công ty con và công ty liên kết được mô tả như sau:

STT	Tên công ty	Hoạt động chính	Trụ sở	Phần trăm lợi ích kinh tế tại ngày		Phần trăm quyền biểu quyết tại ngày	
				31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023
<b>Các công ty con sở hữu trực tiếp</b>							
1	Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Tòa nhà MPlaza a Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
2	Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage	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.	100%	100%	100%	100%
3	Masan Consumer (Thailand) Limited ("MTH")	Kinh doanh và phân phối	Số 83, Lầu 4, Đường Amnuay Songkhram, Tiểu khu Tanon Nakornchaisri, Quận Dusit, Bangkok, Thái Lan.	99,99%	99,99%	99,99%	99,99%
4	Công ty TNHH Masan HPC	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.	100%	100%	100%	100%
5	Công ty TNHH Masan Innovation	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.	100%	100%	100%	100%
<b>Các công ty con sở hữu gián tiếp</b>							
1	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan	(i) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Lô 6, Khu Công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Phường Tân Đông Hiệp, Thành phố Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
2	Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	(i) Sản xuất gia vị và nước uống đóng chai	Lô III-10, Đường số 1, Nhóm Công nghiệp III, Khu Công nghiệp Tân Bình, Phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
3	Công ty Cổ phần Masan PQ	(i) Sản xuất gia vị	Tổ 1, Ấp Suối Đá, Xã Dương Tơ, Thành phố Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam.	99,99%	99,99%	99,99%	99,99%
4	Công ty TNHH Masan Long An	(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.	100%	100%	100%	100%
5	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD	(i) Sản xuất thực phẩm tiện lợi và gia vị	Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Phường Tứ Minh, Thành phố Hải Dương, Tỉnh Hải Dương, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
6	Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB	(i) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, bao bì và đồ uống	Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cẩm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Xã Nghi Long, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
7	Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG	(i) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi, bao bì và đồ uống	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Xã Đông Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

STT	Tên công ty	Hoạt động chính	Trụ sở	Phần trăm lợi ích kinh tế tại ngày		Phần trăm quyền biểu quyết tại ngày	
				31/12/2023	1/1/2023	31/12/2023	1/1/2023
8	Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc	(i) Sản xuất gia vị	Tổ 1, Ấp Suối Đá, Xã Dương Tơ, Thành phố Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
9	Công ty TNHH Masan HN	(i) Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi, gia vị và bao bì	Lô CN-08 và CN-14, Khu Công nghiệp Đồng Văn IV, Xã Đại Cường, Huyện Kim Bảng, Tỉnh Hà Nam, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
10	Công ty TNHH Masan HG 2	(i) Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi, đồ uống, gia vị và bao bì	Khu Công nghiệp Sông Hậu, Phường Đông Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
11	Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa	(ii) Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Khu Công nghiệp Biên Hòa I, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam.	98,79%	98,79%	98,79%	98,79%
12	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo	(ii) Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	Thôn Vĩnh Sơn, Xã Vĩnh Hảo, Huyện Tuy Phong, Tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.	89,52%	89,52%	89,52%	89,52%
13	Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha	(iii) Sản xuất đồ uống	Km 37, Xa lộ 27, Thị trấn Tân Sơn, Huyện Ninh Sơn, Tỉnh Ninh Thuận, Việt Nam.	89,52%	89,52%	99,999%	99,999%
14	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	(ii) 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.	65,85%	65,85%	65,85%	65,85%
15	Công ty Cổ phần Bột giặt NET	(v) Sản xuất và kinh doanh sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	Đường D4, Khu Công nghiệp Lộc An - Bình Sơn, Xã Bình Sơn, Huyện Long Thành, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam.	52,25%	52,25%	52,25%	52,25%
16	Công ty TNHH Hi-Fresh	(v) Kinh doanh và phân phối	Tầng 8, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
17	Công ty TNHH Giặt ủi Chuyên nghiệp Joins Pro	(vi) Cung cấp dịch vụ giặt ủi	Tầng 8, Tòa nhà MPlaza Saigon, 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
<b>Công ty liên kết</b>							
1	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	(i) Sản xuất và kinh doanh gia vị	Lô C40 - 43/I, Đường số 7, Khu Công nghiệp Vĩnh Lộc, Huyện Bình Chánh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	32,83%	32,83%	32,83%	32,83%



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

- (i) Các công ty con và công ty liên kết này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan.
- (ii) Các công ty con này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage.
- (iii) Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo.
- (iv) Công ty Cổ phần Bột giặt NET được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty TNHH Masan HPC.
- (v) Các công ty con này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty TNHH Masan Innovation.
- (vi) Do thay đổi trong định hướng kinh doanh, trong tháng 6 năm 2023, Chủ tịch của Công ty TNHH Masan Innovation, công ty con sở hữu trực tiếp của Công ty, đã phê duyệt quyết định về việc giải thể Công ty TNHH Hi-Fresh. Tại ngày phát hành báo cáo tài chính này, việc giải thể đã được hoàn tất.

Trong năm, theo Nghị quyết số 01/2023/NQ-ĐHĐCĐ-MSC của các Cổ đông của Công ty tại Đại hội đồng Cổ đông Thường niên ngày 24 tháng 4 năm 2023, các cổ đông của Công ty đã thông qua phương án sáp nhập Công ty vào Công ty TNHH Masan Consumer Holdings, công ty mẹ của Công ty. Tại ngày phát hành báo cáo này, việc sáp nhập vẫn chưa diễn ra.

MTH được thành lập tại Thái Lan. Tất cả các công ty con khác và công ty liên kết được thành lập tại Việt Nam.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, Tập đoàn có 5.061 nhân viên (1/1/2023: 5.211 nhân viên).

## 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 trình bày báo cáo tài chính

Đơn vị tiền tệ kế toán của Công ty là Đồng Việt Nam (“VND”), cũng là đơn vị tiền tệ được sử dụng cho mục đích lập và trình bày báo cáo tài chính hợp nhất.

## 3. NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

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

### (a) Cơ sở hợp nhất

#### (i) Công ty con

Các công ty con là các công ty chịu sự kiểm soát của Tập đoàn. Báo cáo tài chính của các công ty con được bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất kể từ ngày quyền kiểm soát bắt đầu có hiệu lực đến ngày quyền kiểm soát chấm dứt.

#### (ii) Lợi ích cổ đông không kiểm soát

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

Việc thay đổi tỷ lệ lợi ích nắm giữ của Tập đoàn trong một công ty con mà không dẫn đến mất quyền kiểm soát được kế toán tương tự như các giao dịch vốn chủ sở hữu. Trước ngày 1 tháng 1 năm 2015, chênh lệch giữa giá trị thay đổi phần sở hữu của Tập đoàn trong tài sản thuần của công ty con và số thu được từ hoặc chi cho giao dịch này được ghi nhận trực tiếp vào vốn khác thuộc vốn chủ sở hữu. Từ ngày 1 tháng 1 năm 2015, do kết quả từ việc áp dụng Thông tư 202/2014/TT-BTC ban hành ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ Tài chính (“Thông tư 202”), các chênh lệch này được ghi nhận trực tiếp vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu.

#### (iii) Mất quyền kiểm soát

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

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## (iv) Công ty liên kết (các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu)

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

## (v) Các giao dịch và số dư 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. Khoản lãi và lỗ chưa thực hiện phát sinh từ các giao dịch với các đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu được loại trừ vào khoản đầu tư trong phạm vi lợi ích của Tập đoàn tại đơn vị nhận đầu tư.

## (vi) Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung

Hợp nhất kinh doanh mà trong đó các công ty chịu sự kiểm soát chung bởi cùng một nhóm cổ đông (“Cổ đông Kiểm soát”) trước và sau khi hợp nhất thỏa mãn định nghĩa hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung vì có sự nối tiếp rủi ro và quyền lợi của Cổ đông Kiểm soát. Hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung này đặc biệt nằm ngoài phạm vi của Chuẩn mực Kế toán Việt Nam số 11 - Hợp nhất kinh doanh và trong việc 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 bị mua được hợp nhất theo giá trị sổ sách hiện hữu dưới khía cạnh nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát. Trước ngày 1 tháng 1 năm 2015, chênh lệch giữa giá phí mua và giá trị thuần của tài sản được mua được xem như là sự phân phối cho hoặc góp vốn từ các cổ đông và được ghi nhận trực tiếp vào vốn khác thuộc vốn chủ sở hữu. Từ ngày 1 tháng 1 năm 2015, do kết quả của việc áp dụng Thông tư 202, những chênh lệch này được ghi nhận vào lợi nhuận sau thuế chưa phân phối thuộc vốn chủ sở hữu.

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất bao gồm kết quả hoạt động kinh doanh của các công ty được hợp nhất như thể cấu trúc của Tập đoàn hiện tại đã tồn tại xuyên suốt toàn bộ các giai đoạn đề cập trong báo cáo này dưới góc độ nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát hoặc khi các công ty được thành lập vào ngày sau ngày bắt đầu của các kỳ báo cáo trình bày gần nhất, cho các giai đoạn từ ngày thành lập đến hết ngày kết thúc các kỳ báo cáo tương ứng.

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

Hợp nhất kinh doanh không chịu sự kiểm soát chung được hạch toán theo phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà quyền kiểm soát đã được chuyển giao cho Tập đoàn. Sự kiểm soát tồn tại khi Tập đoàn có quyền chi phối các chính sách tài chính và hoạt động của đơn vị nhằm thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động của đơn vị đó. Khi đánh giá quyền kiểm soát, Tập đoàn phải xem xét quyền biểu quyết tiềm năng có thể thực hiện được ở thời điểm hiện tại.

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

Lợi thế thương mại phát sinh thể hiện khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua được ghi nhận vào bảng cân đối kế toán hợp nhất, sau đó được phân bổ vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất (Thuyết minh 3(I)). Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất của năm hiện tại sau khi đã tiến hành soát xét lại nhằm đảm bảo việc xác định giá trị của tài sản, nợ phải trả có thể xác định được, nợ tiềm tàng và việc xác định giá phí hợp nhất kinh doanh đã phản ánh phù hợp việc cân nhắc tất cả thông tin có tại ngày mua.

## (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 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 mua bán chuyển khoản trung bình 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.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (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 mua bán chuyển khoản trung bình 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. 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 loại chứng khoán được Tập đoàn nắm giữ vì mục đích kinh doanh, tức là mua vào bán ra để thu lợi nhuận trong thời gian ngắn. Chứng khoán kinh doanh được ghi nhận ban đầu theo giá gốc bao gồm giá mua cộng các chi phí mua có liên quan trực tiếp. Sau ghi nhận ban đầu, chứng khoán kinh doanh được xác định theo giá gốc trừ đi thu nhập lãi cho giai đoạn trước khi mua khoản đầu tư 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 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.

## (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 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 nguyên vật liệu, chi phí nhân công trực tiếp và các chi phí sản xuất chung được phân bổ. Giá trị thuần có thể thực hiện được ước tính dựa vào giá bán của hàng tồn kho trừ đi các khoản chi phí ước tính để hoàn thành sản phẩm và các chi phí ước tính để bán sản phẩm.

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

## (g) Tài sản cố định hữu hình

### (i) Nguyên giá

Tài sản cố định hữu hình được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của tài sản cố định hữu hình 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. 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 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 hóa như một khoản nguyên giá tăng thêm của tài sản cố định hữu hình.

### (ii) Khấu hao

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

- nhà cửa và vật kiến trúc 4 - 35 năm
- nâng cấp tài sản thuê 3 - 5 năm
- máy móc và thiết bị 3 - 25 năm
- phương tiện vận chuyển 3 - 10 năm
- thiết bị văn phòng 3 - 10 năm

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (h) Tài sản cố định vô hình

### (i) Quyền sử dụng đất

Quyền sử dụng đất được phản ánh theo nguyên giá trừ giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của quyền sử dụng đất bao gồm giá mua và các chi phí liên quan trực tiếp tới việc có được quyền sử dụng đất. Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 19 năm đến 50 năm.

### (ii) Phần mềm máy tính

Giá mua phần mềm máy tính mới mà phần mềm này không phải là một bộ phận gắn kết với phần cứng có liên quan thì được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình. Nguyên giá của phần mềm máy tính được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 4 năm đến 10 năm.

### (iii) Quyền khai thác tài nguyên nước khoáng

Chi phí để có được quyền khai thác 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 dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 17 năm đến 30 năm.

### (iv) Nhãn hiệu

Giá mua nhãn hiệu được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính trong 10 năm.

Giá trị hợp lý của nhãn hiệu mà Tập đoàn có được từ việc mua lại công ty con được ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 10 năm đến 30 năm. Giá trị hợp lý của nhãn hiệu có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng việc chiết khấu các khoản thanh toán tiền bản quyền ước tính có thể tiết kiệm được từ việc sở hữu nhãn hiệu đó.

### (v) Quan hệ khách hàng

Giá trị hợp lý của 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 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. 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 từ 5 năm đến 15 năm.

## (vi) Tài nguyên nước khoáng

Giá trị hợp lý của 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 có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp so sánh trực tiếp hoặc phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn. Phương pháp so sánh trực tiếp ước tính giá trị của tài nguyên nước khoáng bằng cách so sánh giá chào bán/giá giao dịch gần nhất của tài nguyên nước khoáng tương tự nằm trong cùng khu vực. Phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn là phương pháp 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. Giá trị hợp lý của tài nguyên nước khoáng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính từ 10 năm đến 37 năm.

## (i) Bất động sản đầu tư cho thuê

### (i) Nguyên giá

Bất động sản đầu tư cho thuê được thể hiện theo nguyên giá trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Nguyên giá ban đầu của bất động sản đầu tư cho thuê bao gồm nhà cửa, cơ sở hạ tầng và các chi phí liên quan trực tiếp đến việc đưa tài sản đến điều kiện cần thiết để tài sản có thể hoạt động theo cách thức đã dự kiến bởi Ban Giám đốc của công ty con. Các chi phí phát sinh sau khi bất động sản đầu tư cho thuê đã được đưa vào hoạt động như chi phí sửa chữa và bảo trì được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất trong năm mà 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 bất động sản đầu tư cho thuê vượt trên mức hoạt động tiêu chuẩn theo như đánh giá ban đầu, thì các chi phí này được vốn hóa như một khoản nguyên giá tăng thêm của bất động sản đầu tư cho thuê.

### (ii) Khấu hao

Khấu hao được tính theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính của bất động sản đầu tư. Thời gian hữu dụng ước tính như sau:

- nhà cửa 20 - 25 năm
- cơ sở hạ tầng 5 - 20 năm

### (j) Chi phí xây dựng cơ bản dở dang

Chi phí xây dựng cơ bản dở dang phản ánh các khoản chi cho xây dựng và lắp đặt tài sản cố định hữu hình và tài sản cố định vô hình chưa được hoàn thành hoặc chưa lắp đặt xong. Không tính khấu hao cho xây dựng cơ bản dở dang trong quá trình xây dựng và lắp đặt.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (k) Chi phí trả trước dài hạn

### (i) Chi phí đất trả trước và phí sử dụng hạ tầng

Chi phí đất trả trước bao gồm tiền thuê đất trả trước, kể cả các khoản liên quan đến đất thuê mà Tập đoàn đã nhận được giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nhưng không đủ điều kiện ghi nhận tài sản cố định vô hình theo các quy định pháp luật hiện hành và các chi phí phát sinh khác liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng đất thuê. Các chi phí này được ghi nhận vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng thuê đất từ 42 năm đến 50 năm.

Phí sử dụng hạ tầng là chi phí trả trước phát sinh liên quan đến việc bảo đảm cho việc sử dụng hạ tầng trong khu công nghiệp. Phí sử dụng hạ tầng được phân bổ theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời hạn của hợp đồng sử dụng cơ sở hạ tầng dao động từ 46 năm đến 47 năm.

### (ii) 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 cho giai đoạn 5 năm trước thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp (bao gồm chi phí thành lập doanh nghiệp, chi phí đào tạo nhân viên, chi phí quảng cáo, tuyên truyền trong và ngoài nước để quảng bá, giới thiệu sản phẩm, giới thiệu công ty, xây dựng trang web...). Giá trị tiềm năng phát triển được đánh giá trên cơ sở khả năng sinh lời của doanh nghiệp trong tương lai khi so sánh tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp với lãi suất trái phiếu Chính phủ có kỳ hạn 5 năm. Giá trị lợi thế kinh doanh phát sinh từ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong 10 năm kể từ khi doanh nghiệp chính thức chuyển thành công ty cổ phần (được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh chuyển thành công ty cổ phần).

### (iii) Công cụ và dụng cụ

Công cụ và dụng cụ bao gồm các tài sản Tập đoàn nắm giữ để sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh bình thường, với nguyên giá của mỗi tài sản thấp hơn 30 triệu VND và do đó không đủ điều kiện ghi nhận là tài sản cố định theo quy định hiện hành. Nguyên giá của các tài sản này được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong thời gian từ 2 năm đến 3 năm.

### (iii) Chi phí sắp xếp khoản vay

Chi phí sắp xếp khoản vay được ghi nhận ban đầu theo giá gốc và được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong suốt kỳ hạn của các khoản vay liên quan.

## (l) Lợi thế thương mại

Lợi thế thương mại phát sinh từ việc mua lại công ty con và công ty liên kết. Lợi thế thương mại được xác định theo giá gốc trừ đi giá trị hao mòn lũy kế. Giá gốc của lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua.

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 Giám đốc xác định khoản lợi thế thương mại không thể thu hồi toàn bộ.

Đối với các khoản đầu tư được kế toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, giá trị ghi sổ của lợi thế thương mại được bao gồm trong giá trị ghi sổ của khoản đầu tư và không được phân bổ.

## (m) Các khoản phải trả

Các khoản phải trả người bán và phải trả khác được thể hiện theo giá gốc.

## (n) Dự phòng

Một khoản 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 đáng 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. Khoản dự phòng được xác định bằng cách chiết khấu dòng tiền dự kiến phải trả trong tương lai với tỷ lệ chiết khấu trước thuế phản ánh đánh giá của thị trường ở thời điểm hiện tại về giá trị thời gian của tiền và rủi ro cụ thể của khoản nợ đó.

### 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.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (o) Vốn chủ sở hữu

### (i) *Vốn cổ phần và thặng dư vốn cổ phần*

Cổ phiếu phổ thông được phân loại là vốn chủ sở hữu. 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 giữa số tiền thu được từ phát hành cổ phiếu và mệnh giá của cổ phiếu được phát hành được ghi nhận vào thặng dư vốn cổ phần.

### (ii) *Vốn khác của chủ sở hữu*

Biến động vốn chủ sở hữu do hợp nhất kinh doanh chịu sự kiểm soát chung và việc mua lại/chuyển nhượng cổ phần cho cổ đông không kiểm soát mà không dẫn đến việc mất quyền kiểm soát cho giai đoạn trước ngày 1 tháng 1 năm 2015 được ghi nhận vào vốn khác của chủ sở hữu.

### (iii) *Mua lại và phát hành lại cổ phiếu phổ thông (cổ phiếu quỹ)*

*Trước ngày 1 tháng 1 năm 2021*

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, trừ đi ảnh hưởng thuế, được ghi giảm vào vốn chủ sở hữu. Cổ phiếu đã mua lại được phân loại là cổ phiếu quỹ trong 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.

*Từ ngày 1 tháng 1 năm 2021*

Cổ phiếu quỹ chỉ được ghi nhận đối với việc mua lại các cổ phiếu lẻ phát sinh khi phát hành cổ phiếu để trả cổ tức hoặc phát hành cổ phiếu từ nguồn vốn chủ sở hữu theo phương án đã được thông qua. Trong tất cả các trường hợp khác, khi mua lại cổ phiếu mà trước đó đã được ghi nhận là vốn chủ sở hữu, mệnh giá của các cổ phiếu mua lại phải được ghi giảm vào vốn cổ phần. Chênh lệch giữa mệnh giá của cổ phiếu mua lại và giá trị khoản thanh toán bao gồm các chi phí liên quan trực tiếp, trừ đi ảnh hưởng thuế, được ghi nhận vào thặng dư vốn cổ phần.

Thay đổi chính sách kế toán này được áp dụng phi hồi tố từ ngày 1 tháng 1 năm 2021 do các thay đổi trong các quy định pháp luật áp dụng đối với việc mua lại cổ phiếu.

## (p) Thuế

Thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận hoặc lỗ của năm bao gồm thuế thu nhập hiện hành và thuế thu nhập hoãn lại. Thuế thu nhập doanh nghiệp được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất ngoại trừ trường hợp có các khoản thuế thu nhập liên quan đến các khoản mục được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu, thì khi đó các khoản thuế thu nhập này cũng được ghi nhận thẳng vào vốn chủ sở hữu.

Thuế thu nhập hiện hành là khoản thuế dự kiến phải nộp dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm, sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm, và các khoản điều chỉnh thuế phải nộp liên quan đến những năm trước.

Thuế thu nhập hoãn lại được tính theo phương pháp bảng cân đối kế toán cho các chênh lệch tạm thời giữa giá trị ghi sổ cho mục đích báo cáo tài chính và giá trị sử dụng cho mục đích tính thuế của các khoản mục tài sản và nợ phải trả. Giá trị của thuế thu nhập hoãn lại được ghi nhận dựa trên cách thức dự kiến thu hồi hoặc thanh toán giá trị ghi sổ của các khoản mục tài sản và nợ phải trả sử dụng các mức thuế suất có hiệu lực hoặc cơ bản có hiệu lực tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chỉ được ghi nhận trong phạm vi chắc chắn có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các chênh lệch tạm thời này có thể sử dụng được. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại được ghi giảm trong phạm vi không còn chắc chắn là các lợi ích về thuế liên quan này sẽ sử dụng được.

## (q) Doanh thu

### (i) *Doanh thu bán hàng*

Doanh thu bán hàng được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất khi phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với quyền sở hữu sản phẩm hoặc hàng hoá được chuyển giao cho người mua. 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 số thuần sau khi đã trừ đi số chiết khấu giảm giá ghi trên hóa đơn bán hàng.

### (ii) *Doanh thu cho thuê*

Doanh thu cho thuê tài sản từ các hợp đồng thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng cho thuê được ghi nhận như là một bộ phận hợp thành của tổng doanh thu cho thuê trong suốt thời hạn thuê.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (iii) Doanh thu cung cấp dịch vụ

Doanh thu cung cấp dịch vụ được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo tỷ lệ phần trăm hoàn thành của giao dịch. Tỷ lệ phần trăm hoàn thành công việc được đánh giá dựa trên khảo sát các công việc đã được thực hiện. Doanh thu không được ghi nhận nếu như có những yếu tố không chắc chắn trọng yếu liên quan tới khả năng thu hồi các khoản phải thu.

## (r) Doanh thu hoạt động tài chính và chi phí tài chính

### (i) Doanh thu hoạt động tài chính

Doanh thu hoạt động tài chính chủ yếu bao gồm thu nhập lãi từ tiền gửi ngân hàng, các khoản phải thu về cho vay và các hoạt động đầu tư khác 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 chủ yếu bao gồm chi phí lãi vay từ các ngân hàng, lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái và các chi phí tài chính khác.

Chi phí đi vay được ghi nhận là chi phí trong năm khi chi phí này phát sinh, ngoại trừ trường hợp chi phí đi vay liên quan đến các khoản vay cho mục đích hình thành tài sản đủ điều kiện vốn hóa chi phí đi vay thì khi đó chi phí đi vay phát sinh trong thời gian hình thành tài sản sẽ được vốn hóa và được ghi vào nguyên giá các tài sản này.

## (s) Các khoản thanh toán tiền thuê hoạt động

Các khoản thanh toán tiền thuê hoạt động được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất theo phương pháp đường thẳng dựa vào thời hạn của hợp đồng thuê. Các khoản hoa hồng đi thuê được ghi nhận trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất như là một bộ phận hợp thành của tổng chi phí thuê, trong suốt thời hạn thuê.

## (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 trừ đi khoản phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi trong kỳ kế toán năm) chia cho số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền lưu hành trong năm. Lãi suy giảm trên cổ phiếu được xác định bằng cách điều chỉnh lãi hoặc lỗ thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty 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 dựa theo bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh và theo khu vực địa lý.

Kết quả kinh doanh, tài sản và nợ phải trả của bộ phận bao gồm các khoản trực tiếp thuộc về bộ phận đó và các khoản có thể phân bổ vào bộ phận đó một cách hợp lý. Các khoản không được phân bổ bao gồm tiền và các khoản tương đương tiền và các khoản thu nhập lãi liên quan, các khoản đầu tư và các thu nhập và chi phí phát sinh liên quan, các khoản vay và các chi phí phát sinh liên quan, tài sản chung của văn phòng chính Công ty, chi phí quản lý doanh nghiệp, tài sản và nợ thuế thu nhập doanh nghiệp và chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp và các khoản thuộc về hơn một bộ phận và không thể phân bổ một cách hợp lý vào từng bộ phận.

## (v) Các bên liên quan

Các bên được xem là bên liên quan của Tập đoàn nếu một bên có khả năng, trực tiếp hoặc gián tiếp, kiểm soát bên kia hoặc gây ảnh hưởng đáng kể tới bên kia trong việc ra các quyết định tài chính và hoạt động, hoặc khi Tập đoàn và bên kia cùng chịu sự kiểm soát chung hoặc ảnh hưởng đáng kể chung. Các bên liên quan có thể là các công ty hoặc các cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được xem là bên liên quan.

## (w) Thông tin so sánh

Thông tin so sánh trong báo cáo tài chính hợp nhất này được trình bày dưới dạng dữ liệu tương ứng. Theo phương pháp này, các thông tin so sánh của năm trước được trình bày như là một phần không thể tách rời của báo cáo tài chính hợp nhất năm hiện tại và phải được xem xét trong mối liên hệ với các số liệu và thuyết minh của năm hiện tại. Theo đó, thông tin so sánh bao gồm trong báo cáo tài chính hợp nhất này không nhằm mục đích trình bày về tình hình tài chính hợp nhất, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất của Tập đoàn trong năm trước.

Thông tin so sánh được mang sang từ số liệu trình bày trong báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán của Tập đoàn tại ngày và cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2022.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

### (a) Bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh

Tập đoàn phân loại các bộ phận kinh doanh thành bốn bộ phận kinh doanh chính là thực phẩm, đồ uống, sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình và các sản phẩm khác. Bộ phận Thực phẩm bao gồm gia vị và thực phẩm tiện lợi. Bộ phận kinh doanh khác bao gồm cho thuê nhà kho và các hoạt động khác.

	Thực phẩm		Đồ uống		Sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình		Khác		Hợp nhất	
	2023 VND	2022 (*) VND	2023 VND	2022 (*) VND	2023 VND	2022 (*) VND	2023 VND	2022 (*) VND	2023 VND	2022 (*) VND
Tổng doanh thu của bộ phận - thuần	19.447.477.993.426	19.024.685.354.380	6.492.071.053.579	6.179.427.802.519	2.069.957.443.070	1.569.114.792.073	231.486.142.762	204.045.221.056	28.240.992.632.837	26.977.273.170.028
Kết quả kinh doanh của bộ phận	5.585.132.354.656	4.484.477.870.040	1.568.779.079.524	1.542.445.706.580	(88.301.645.840)	16.697.991.210	85.253.649.777	39.759.102.729	7.150.863.438.117	6.083.380.670.559
Chi phí quản lý doanh nghiệp không phân bổ									(371.591.770.661)	(366.630.260.992)
Doanh thu hoạt động tài chính									1.853.512.410.411	934.533.482.162
Chi phí tài chính									(538.028.288.437)	(385.172.202.557)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh									8.094.755.789.430	6.266.111.689.172
Thu nhập khác									9.577.037.619	3.300.140.266
Chi phí khác									(5.486.220.370)	(26.050.918.673)
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp									(904.676.361.534)	(710.553.801.684)
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp									7.194.170.245.145	5.532.807.109.081

(\*) Một vài số liệu được phân loại lại cho mục đích so sánh.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

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

	Thực phẩm		Đồ uống		Sản phẩm chăm sóc gia đình		Hợp nhất	
	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Tài sản bộ phận	5.763.914.757.228	6.061.217.312.836	2.301.160.142.943	2.485.099.017.086	1.076.142.090.123	1.142.748.260.755	9.141.216.990.294	9.689.064.590.677
Tài sản không phân bổ							31.411.471.945.159	23.827.578.494.843
Tổng tài sản							40.552.688.935.453	33.516.643.085.520
Nợ phải trả bộ phận	1.986.673.262.290	1.566.471.651.304	923.390.677.707	538.029.940.485	444.843.576.925	323.937.928.398	3.354.907.516.922	2.428.439.520.187
Nợ phải trả không phân bổ							10.822.222.240.111	8.642.558.358.179
Tổng nợ phải trả							14.177.129.757.033	11.070.997.878.366
	<b>2023 VND</b>	<b>2022 VND</b>	<b>2023 VND</b>	<b>2022 VND</b>	<b>2023 VND</b>	<b>2022 VND</b>	<b>2023 VND</b>	<b>2022 VND</b>
Chi tiêu vốn	359.843.975.828	853.860.039.613	134.714.769.688	359.864.556.246	21.687.649.552	4.247.818.197	516.246.395.068	1.217.972.414.056
Chi tiêu vốn không phân bổ							82.013.082.454	38.285.553.753
Khấu hao tài sản cố định hữu hình và bất động sản đầu tư	387.278.685.310	482.858.841.527	138.089.701.711	151.337.077.469	23.182.296.559	24.617.619.546	548.550.683.580	658.813.538.542
Khấu hao tài sản cố định hữu hình không phân bổ							5.592.723.711	4.671.686.840
Khấu hao tài sản cố định vô hình, phân bổ lợi thế thương mại và chi phí trả trước dài hạn	24.933.464.552	39.216.396.843	62.441.404.404	84.248.789.612	36.513.906.693	35.596.177.625	123.888.775.649	159.061.364.080
Khấu hao tài sản cố định vô hình và phân bổ chi phí trả trước dài hạn không phân bổ							61.799.952.793	52.707.880.718

## (b) Bộ phận chia theo vùng địa lý

Tập đoàn hoạt động tại Việt Nam và Thái Lan. Hoạt động kinh doanh tại Thái Lan hiện tại là không trọng yếu đối với Tập đoàn.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 5. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Tiền mặt	693.460.555	1.050.088.807
Tiền gửi ngân hàng	159.204.163.580	92.793.566.412
Các khoản tương đương tiền	5.629.973.249.456	5.494.434.798.185
Tiền và các khoản tương đương tiền trong báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất	5.789.870.873.591	5.588.278.453.404

Các khoản tương đương tiền phản ánh các khoản tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn với kỳ hạn gốc không quá 3 tháng kể từ ngày gửi.

## 6. ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
<b>Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>		
Chứng khoán kinh doanh (a)	2.592.779.525.558	1.202.171.717.880
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn (b)	2.315.343.000.000	201.643.000.000
	4.908.122.525.558	1.403.814.717.880
<b>Đầu tư tài chính dài hạn</b>		
Đầu tư vào một công ty liên kết (c)	294.757.072.601	249.391.858.906

## (a) Chứng khoán kinh doanh

	31/12/2023				1/1/2023			
	Số lượng	Giá gốc VND	Dự phòng giảm giá VND	Giá trị hợp lý VND	Số lượng	Giá gốc VND	Dự phòng giảm giá VND	Giá trị hợp lý VND
Trái phiếu doanh nghiệp do các bên thứ ba phát hành	13.512.100	2.592.779.525.558	-	(*)	12.000.000	1.202.171.717.880	-	(*)

Tập đoàn mua các trái phiếu này với mục đích kinh doanh trong một khoảng thời gian ngắn. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, trái phiếu có thời gian đáo hạn còn lại là từ 8 tháng đến 22 tháng kể từ ngày kết thúc kỳ kế toán năm và hưởng lãi suất từ 10% - 13,78%/năm. Một số trái phiếu trong các trái phiếu này được đảm bảo bởi tài sản của bên thứ ba. Tập đoàn có cam kết từ một bên liên quan sẽ mua lại một số trái phiếu trước thời điểm cuối tháng 1 năm 2024 và việc mua lại này đã được thực hiện trong tháng 1 năm 2024 theo cam kết này. Đối với các trái phiếu còn lại, Tập đoàn có cam kết khác từ bên liên quan này sẽ mua lại số trái phiếu trước ngày 12 tháng 4 năm 2024.

(\*) Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của chứng khoán kinh doanh để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất vì các 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 chứng khoán kinh doanh có thể khác với giá trị ghi sổ.

## (b) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn - ngắn hạn

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	2.315.343.000.000	201.643.000.000

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn - ngắn hạn phản ánh các khoản tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn với thời gian đáo hạn còn lại không quá 12 tháng kể từ ngày kết thúc kỳ kế toán năm.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (c) Đầu tư vào một công ty liên kết

	31/12/2023			1/1/2023		
	Số cổ phiếu	% sở hữu và quyền biểu quyết	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu VND	Số cổ phiếu	% sở hữu và quyền biểu quyết	Giá trị ghi sổ theo phương pháp vốn chủ sở hữu VND
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex ("CLX")	2.659.217	32,83%	294.757.072.601	2.659.217	32,83%	249.391.858.906

Tập đoàn chưa xác định giá trị hợp lý của khoản đầu tư góp vốn vào một công ty liên kết để thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất vì các 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 góp vốn vào một công ty liên kết có thể khác với giá trị ghi sổ.

Xem thêm Thuyết minh 1(d) mô tả về hoạt động kinh doanh chính của CLX.

Biến động của giá trị ghi sổ của khoản đầu tư vào một công ty liên kết trong năm như sau:

	2023 VND
Số dư đầu năm	249.391.858.906
Phần lợi nhuận phát sinh sau ngày mua trong năm	58.661.298.695
Cổ tức được nhận liên quan đến giai đoạn sau ngày mua	(13.296.085.000)
Số dư cuối năm	294.757.072.601

## 7. PHẢI THU CỦA KHÁCH HÀNG

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Phải thu từ các bên liên quan	803.765.279.555	382.713.005.733
Phải thu từ các bên thứ ba	265.072.579.726	281.154.540.870
	1.068.837.859.281	663.867.546.603

Xem thêm Thuyết minh 35 trình bày chi tiết số dư với các bên liên quan. Các khoản phải thu thương mại từ các bên liên quan không được đảm bảo, không hưởng lãi và có thời hạn thu hồi từ 30 đến 180 ngày kể từ ngày lập hóa đơn.

## 8. PHẢI THU VỀ CHO VAY NGẮN HẠN

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Khoản phải thu về cho vay ngắn hạn từ các bên liên quan	3.492.430.547.940	6.047.191.980.732

Khoản phải thu về cho vay ngắn hạn từ các bên liên quan không được đảm bảo và hưởng lãi suất năm theo thỏa thuận trong từng hợp đồng. Các khoản cho vay này đáo hạn trong tháng 12 năm 2024. Lãi cho vay được thu hồi vào ngày sớm hơn của ngày hoàn trả hoặc ngày đáo hạn của các khoản cho vay này. Xem thêm Thuyết minh 35 trình bày chi tiết số dư với các bên liên quan.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 9. PHẢI THU KHÁC

### (a) Phải thu ngắn hạn khác

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Các khoản phải thu phi thương mại từ các bên liên quan:		
• Lãi dự thu ngắn hạn từ cho vay (i)	261.021.238.351	-
• Ký quỹ ngắn hạn (ii)	67.199.190.493	54.871.988.576
• Phải thu khác	-	43.814.136
Các khoản đặt cọc ngắn hạn cho các hoạt động đầu tư khác (iii)	5.510.000.000.000	9.015.000.000.000
Lãi dự thu từ các hoạt động đầu tư khác (iii)	219.064.383.561	347.321.164.376
Lãi dự thu từ tiền gửi ngân hàng và chứng khoán kinh doanh	37.931.472.100	28.874.209.236
Các khoản ký quỹ, ký cược ngắn hạn khác	3.734.823.560	33.849.261.670
Phải thu khác	31.444.389.900	7.533.845.140
	6.130.395.497.965	9.487.494.283.134

### (b) Phải thu dài hạn khác

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Các khoản đặt cọc dài hạn cho các hoạt động đầu tư khác (iii)	9.086.740.000.000	-
Lãi dự thu từ các hoạt động đầu tư khác (iii)	32.426.304.000	-
Phải thu từ một hợp đồng hợp tác kinh doanh (iv)	188.300.000.000	182.300.000.000
Các khoản ký quỹ, ký cược dài hạn	30.694.373.026	10.273.706.896
	9.338.160.677.026	192.573.706.896

(i) Các khoản phải thu này phản ánh khoản lãi dự thu từ các khoản vay cấp cho các bên liên quan. Xem Thuyết minh 8 và Thuyết minh 35 để biết thêm thông tin.

(ii) Ký quỹ ngắn hạn phản ánh khoản đặt cọc với một bên liên quan cho việc thuê kho.

(iii) Các khoản phải thu này phản ánh số tiền đặt cọc cho các bên thứ ba theo các hợp đồng hợp tác đầu tư. Theo các hợp đồng này, các bên thứ ba này cam kết trả cho Tập đoàn mức lợi nhuận tối thiểu theo thỏa thuận trong từng hợp đồng hợp tác đầu tư.

(iv) Năm 2021, một công ty con sở hữu gián tiếp của Công ty đã ký một hợp đồng hợp tác kinh doanh (“BCC”) với một bên thứ ba để hợp tác sản xuất nước mắm cốt trong thời hạn 5 năm. Theo đó, công ty con này góp vốn vào BCC bằng tiền cho mục đích chi tiêu vốn. Bên thứ ba đóng góp quyền sử dụng toàn bộ đất đai, nhà xưởng, nhà kho, máy móc, thiết bị và các cơ sở hạ tầng liên quan. Công ty con này và bên thứ ba sẽ được chia lợi nhuận của BCC theo tỷ lệ thỏa thuận giữa các bên trong hợp đồng hợp tác kinh doanh.

## 10. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2023		1/1/2023	
	Giá gốc VND	Dự phòng VND	Giá gốc VND	Dự phòng VND
Hàng mua đang đi đường	49.798.915.692	-	105.747.622.863	-
Nguyên vật liệu	1.039.041.247.106	(33.682.759.735)	1.217.432.443.405	(17.539.183.873)
Công cụ và dụng cụ	77.921.023.881	-	77.536.763.185	(1.197.147.302)
Sản phẩm dở dang	164.338.825.097	-	209.765.004.307	-
Thành phẩm	779.596.999.121	(8.443.412.531)	846.757.477.607	(10.509.751.502)
Hàng hóa	109.803.494.365	-	68.186.986.806	(15.748.513)
Hàng gửi đi bán	-	-	5.583.390.477	-
	2.220.500.505.262	(42.126.172.266)	2.531.009.688.650	(29.261.831.190)

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

	2023 VND	2022 VND
Số dư đầu năm	29.261.831.190	37.654.256.409
Tăng dự phòng trong năm	110.237.962.896	82.682.297.477
Sử dụng dự phòng trong năm	(95.870.256.158)	(82.668.524.669)
Hoàn nhập dự phòng trong năm	(1.503.365.662)	(5.836.173.323)
Ngừng hợp nhất một công ty con	-	(2.570.024.704)
Số dư cuối năm	42.126.172.266	29.261.831.190

Trong hàng tồn kho của Tập đoàn tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 có 42.126 triệu VND (1/1/2023: 29.262 triệu VND) hàng tồn kho chậm luân chuyển.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## 11. TÀI SẢN CÓ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa và vật kiến trúc VND	Nâng cấp tài sản thuê VND	Máy móc và thiết bị VND	Phương tiện vận chuyển VND	Thiết bị văn phòng VND	Tổng VND
<b>Nguyên giá</b>						
Số dư đầu năm	2.741.198.228.109	59.361.231.666	5.706.860.256.188	32.536.404.193	102.339.226.818	8.642.295.346.974
Tăng trong năm	255.735.300	-	2.447.528.583	482.000.000	35.800.000	3.221.063.883
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	55.487.133.202	-	1.021.941.564.966	4.769.079.738	3.657.902.056	1.085.855.679.962
Thanh lý	(1.487.605.193)	(19.466.337.742)	(54.037.432.331)	(6.990.631.707)	(1.779.717.049)	(83.761.724.022)
Xóa sổ	(32.538.645)	(20.311.838.036)	(8.022.329.284)	-	-	(28.366.705.965)
Số dư cuối năm	2.795.420.952.773	19.583.055.888	6.669.189.588.122	30.796.852.224	104.253.211.825	9.619.243.660.832
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>						
Số dư đầu năm	759.540.750.758	59.361.231.666	3.477.772.251.755	16.087.617.923	73.383.564.253	4.386.145.416.355
Khấu hao trong năm	107.143.276.280	-	432.992.255.582	3.956.222.936	8.442.000.275	552.533.755.073
Thanh lý	(1.403.752.635)	(19.466.337.742)	(51.395.450.236)	(6.632.190.803)	(1.562.078.323)	(80.459.809.739)
Xóa sổ	(9.453.796)	(20.311.838.036)	(7.765.421.454)	-	-	(28.086.713.286)
Số dư cuối năm	865.270.820.607	19.583.055.888	3.851.603.635.647	13.411.650.056	80.263.486.205	4.830.132.648.403
<b>Giá trị còn lại</b>						
Số dư đầu năm	1.981.657.477.351	-	2.229.088.004.433	16.448.786.270	28.955.662.565	4.256.149.930.619
Số dư cuối năm	1.930.150.132.166	-	2.817.585.952.475	17.385.202.168	23.989.725.620	4.789.111.012.429

Trong tài sản cố định hữu hình của Tập đoàn có các tài sản có nguyên giá là 1.601.560 triệu VND đã khấu hao hết tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 (1/1/2023: 1.297.724 triệu VND), nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, một số tài sản cố định hữu hình của Tập đoàn được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 22).

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## 12. TÀI SẢN CÓ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất VND	Phần mềm máy tính VND	Quyền khai thác tài nguyên nước khoáng VND	Nhãn hiệu VND	Quan hệ khách hàng VND	Tài nguyên nước khoáng VND	Tổng VND
<b>Nguyên giá</b>							
Số dư đầu năm	119.085.818.402	305.218.219.691	76.959.571.667	1.085.327.898.373	397.341.034.078	412.697.763.511	2.396.630.305.722
Tăng trong năm	-	208.820.000	-	-	-	-	208.820.000
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	1.816.329.800	-	-	-	-	1.816.329.800
Giảm khác	-	-	(721.558.000)	-	-	-	(721.558.000)
Số dư cuối năm	119.085.818.402	307.243.369.491	76.238.013.667	1.085.327.898.373	397.341.034.078	412.697.763.511	2.397.933.897.522
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>							
Số dư đầu năm	46.961.603.093	275.064.259.076	30.243.205.130	679.681.971.307	367.099.758.073	161.136.460.212	1.560.187.256.891
Khấu hao trong năm	2.953.213.512	20.786.754.453	2.796.528.067	22.726.925.729	5.671.498.404	19.548.050.988	74.482.971.153
Số dư cuối năm	49.914.816.605	295.851.013.529	33.039.733.197	702.408.897.036	372.771.256.477	180.684.511.200	1.634.670.228.044
<b>Giá trị còn lại</b>							
Số dư đầu năm	72.124.215.309	30.153.960.615	46.716.366.537	405.645.927.066	30.241.276.005	251.561.303.299	836.443.048.831
Số dư cuối năm	69.171.001.797	11.392.355.962	43.198.280.470	382.919.001.337	24.569.777.601	232.013.252.311	763.263.669.478

Trong tài sản cố định vô hình của Tập đoàn có các tài sản có nguyên giá 1.173.232 triệu VND đã khấu hao hết tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 (1/1/2023: 887.757 triệu VND), nhưng vẫn đang được sử dụng.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## 13. BẤT ĐỘNG SẢN ĐẦU TƯ

	Nhà cửa VND	Cơ sở hạ tầng VND	Tổng VND
<b>Nguyên giá</b>			
Số dư đầu năm và số dư cuối năm	18.016.283.093	611.690.825	18.627.973.918
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>			
Số dư đầu năm	11.082.182.048	186.330.674	11.268.512.722
Khấu hao trong năm	1.546.004.760	63.647.458	1.609.652.218
Số dư cuối năm	12.628.186.808	249.978.132	12.878.164.940
<b>Giá trị còn lại</b>			
Số dư đầu năm	6.934.101.045	425.360.151	7.359.461.196
Số dư cuối năm	5.388.096.285	361.712.693	5.749.808.978

Giá trị hợp lý của bất động sản đầu tư nắm giữ để cho thuê chưa được xác định vì Tập đoàn chưa thực hiện việc định giá.

Trong bất động sản đầu tư của Tập đoàn có các tài sản có nguyên giá là 9.447 triệu VND đã khấu hao hết tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 (1/1/2023: 9.447 triệu VND), nhưng vẫn đang được sử dụng.

## 14. CHI PHÍ XÂY DỰNG CƠ BẢN DỜ DANG

	2023 VND
Số dư đầu năm	810.614.752.363
Tăng trong năm	590.169.960.997
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(1.085.855.679.962)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(1.816.329.800)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(37.617.200.498)
Thanh lý	(296.100.000)
Số dư cuối năm	275.199.403.100

Các công trình xây dựng cơ bản dở dang lớn tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm như sau:

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Máy móc và thiết bị	210.966.002.951	637.988.338.119
Nhà cửa và vật kiến trúc	7.678.018.468	126.909.501.231
Khác	56.555.381.681	45.716.913.013
	275.199.403.100	810.614.752.363

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, một số chi phí xây dựng cơ bản dở dang của Tập đoàn được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 22).

## 15. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Chi phí đất trả trước và phí sử dụng hạ tầng VND	Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa VND	Công cụ và dụng cụ VND	Chi phí sắp xếp khoản vay VND	Tổng VND
Số dư đầu năm	568.453.762.061	9.403.113.463	78.512.064.988	11.511.305.567	667.880.246.079
Tăng trong năm	-	-	25.085.474.598	-	25.085.474.598
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	-	37.617.200.498	-	37.617.200.498
Phân loại lại từ chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	30.250.000	-	30.250.000
Phân bổ trong năm	(13.773.944.001)	(3.134.371.151)	(61.274.209.098)	(5.656.333.329)	(83.838.857.579)
Thanh lý	-	-	(545.228.488)	-	(545.228.488)
Xóa sổ	-	-	(1.261.494.171)	-	(1.261.494.171)
Chênh lệch quy đổi ngoại tệ	-	-	(8.517.838)	-	(8.517.838)
Số dư cuối năm	554.679.818.060	6.268.742.312	78.155.540.489	5.854.972.238	644.959.073.099

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, một số chi phí trả trước dài hạn của Tập đoàn được thế chấp tại ngân hàng để bảo đảm cho các khoản vay của Tập đoàn (Thuyết minh 22).

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 16. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOÃN LẠI PHẢI TRẢ

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

	31/12/2023		1/1/2023	
	Tài sản thuế thu nhập hoãn lại VND	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả VND	Tài sản thuế thu nhập hoãn lại VND	Thuế thu nhập hoãn lại phải trả VND
Chi phí quảng cáo, khuyến mãi và hỗ trợ bán hàng phải trả	276.031.089.578	-	152.534.227.134	-
Chi phí kho vận phải trả	19.743.801.488	-	17.253.390.773	-
Chiết khấu thương mại phải trả	9.023.342.566	-	9.889.377.519	-
Các khoản chi phí phải trả khác và dự phòng	56.090.836.797	(438.405.628)	28.440.734.928	-
Lợi nhuận chưa thực hiện	33.428.968.822	-	42.630.414.633	-
Tài sản cố định hữu hình	(191.106.657)	(7.460.294.627)	-	(7.883.669.190)
Tài sản cố định vô hình	-	(152.015.889.656)	-	(158.994.560.716)
	394.126.932.594	(159.914.589.911)	250.748.144.987	(166.878.229.906)

## 17. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	VND
<b>Nguyên giá</b>	
Số dư đầu năm và số dư cuối năm	750.964.625.546
<b>Giá trị hao mòn lũy kế</b>	
Số dư đầu năm	597.931.713.421
Phân bổ trong năm	27.366.899.710
Số dư cuối năm	625.298.613.131
<b>Giá trị còn lại</b>	
Số dư đầu năm	153.032.912.125
Số dư cuối năm	125.666.012.415

## 18. PHẢI TRẢ NGƯỜI BÁN

	31/12/2023	1/1/2023
	Giá gốc/ Số có khả năng trả nợ VND	Giá gốc/ Số có khả năng trả nợ VND
Phải trả cho các bên thứ ba	1.716.444.041.448	1.360.413.359.945
Phải trả cho các bên liên quan	326.556.368.667	159.430.435.048
	2.043.000.410.115	1.519.843.794.993
Trong đó:		
- Ngắn hạn	2.023.711.673.115	1.495.519.562.993
- Dài hạn	19.288.737.000	24.324.232.000
	2.043.000.410.115	1.519.843.794.993

Xem thêm Thuyết minh 35 trình bày chi tiết số dư với các bên liên quan. Các khoản phải trả thương mại cho các bên liên quan không có đảm bảo, không chịu lãi và phải trả trong vòng 90 ngày kể từ ngày lập hóa đơn.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

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

## 19. THUẾ PHẢI NỘP NHÀ NƯỚC

	1/1/2023 VND	Phát sinh VND	Nộp VND	Khấu trừ/ Hoàn lại VND	Phân loại lại VND	31/12/2023 VND
Thuế giá trị gia tăng	54.526.443.388	4.654.537.263.782	(853.004.150.414)	(3.755.243.724.573)	-	100.815.832.183
Thuế xuất nhập khẩu	-	31.620.098.386	(31.620.098.386)	-	-	-
Thuế thu nhập doanh nghiệp	163.213.798.814	1.055.018.789.136	(731.465.659.511)	-	(2.728.399.426)	484.038.529.013
Thuế thu nhập cá nhân	6.075.763.060	137.279.592.356	(117.288.412.450)	(21.934.816.495)	2.874.651.652	7.006.778.123
Các loại thuế khác	1.860.017.810	161.188.791.457	(161.877.990.564)	-	-	1.170.818.703
	225.676.023.072	6.039.644.535.117	(1.895.256.311.325)	(3.777.178.541.068)	146.252.226	593.031.958.022

## 20. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Chi phí quảng cáo, khuyến mãi và hỗ trợ bán hàng	1.423.832.535.929	795.007.028.724
Thưởng và lương tháng 13	286.519.904.907	216.914.450.978
Phải trả mua hàng hóa	157.122.404.546	136.490.994.684
Chi phí trưng bày	105.491.746.264	30.866.532.380
Chi phí kho vận	103.235.208.936	89.456.440.246
Chiết khấu thương mại	47.908.590.925	49.446.887.596
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	43.905.616.688	33.514.858.628
Chi phí công nghệ thông tin	36.874.662.212	23.662.966.359
Chi phí lãi vay	20.147.882.808	34.555.531.409
Chi phí nghiên cứu thị trường	11.622.522.038	6.997.977.043
Chi phí khác	148.639.828.902	104.457.860.445
	2.385.300.904.155	1.521.371.528.492

## 21. PHẢI TRẢ KHÁC

### (a) Phải trả ngắn hạn khác

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Nghĩa vụ phát hành cổ phiếu	48.033.250.000	-
Cổ tức phải trả	11.235.335.600	9.984.601.600
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	3.468.159.688	8.553.330.849
Ký quỹ, ký cược ngắn hạn nhận được	2.227.592.736	2.954.492.736
Phải trả khác	98.642.358.895	84.687.279.888
	163.606.696.919	106.179.705.073

### (b) Phải trả dài hạn khác

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Ký quỹ, ký cược dài hạn nhận được	30.438.053.506	31.756.586.755

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 22. VAY

### (a) Vay ngắn hạn

	1/1/2023		Biến động trong năm			31/12/2023
	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ VND		Tăng VND	Giảm VND	Đánh giá lại VND	Giá trị ghi sổ/ Số có khả năng trả nợ VND
Vay ngắn hạn	6.012.686.646.185	22.847.868.263.015	(20.983.470.018.131)	(88.265.346)		7.876.996.625.723
Vay dài hạn đến hạn trả	613.530.368.335	591.806.239.637	(613.530.368.335)	-		591.806.239.637
	6.626.217.014.520	23.439.674.502.652	(21.597.000.386.466)	(88.265.346)		8.468.802.865.360

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

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
• Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	VND	2,8% - 5,0%	7.846.351.914.554	5.869.909.782.253
• Khoản vay ngân hàng không đảm bảo	USD	3,2%	30.644.711.169	142.776.863.932
			7.876.996.625.723	6.012.686.646.185

### (b) Vay dài hạn

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Vay dài hạn	819.194.067.608	1.388.279.365.230
Khoản vay đến hạn trả trong vòng 12 tháng	(591.806.239.637)	(613.530.368.335)
Khoản vay đến hạn trả sau 12 tháng	227.387.827.971	774.748.996.895

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

	Loại tiền tệ	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
• Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	4,6% - 10,4%	2024 - 2025	819.194.067.608	1.388.279.365.230

Khoản vay ngân hàng dài hạn có đảm bảo của Tập đoàn được đảm bảo bằng tài sản cố định hữu hình, chi phí xây dựng cơ bản dở dang và chi phí trả trước dài hạn của Tập đoàn với giá trị ghi sổ tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 lần lượt là 1.046.041 triệu VND, 14.355 triệu VND và 35.124 triệu VND (1/1/2023: lần lượt là 808.731 triệu VND, 291.966 triệu VND và 35.965 triệu VND).

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, các khoản vay ngân hàng dài hạn có đảm bảo của các công ty con trong Tập đoàn cũng được bảo lãnh bởi Công ty.

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản vay của các khoản vay trên. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, Tập đoàn không có khoản vay quá hạn bao gồm nợ gốc và lãi.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## 23. THAY ĐỔI VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần VND	Thặng dư vốn cổ phần VND	Vốn khác của chủ sở hữu VND	Cổ phiếu quỹ VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái VND	Quỹ đầu tư phát triển VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát VND	Tổng VND
<b>Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2022</b>	7.267.938.180.000	3.560.554.240.858	(265.775.657.006)	(994.666.327.121)	6.989.018.595	22.731.972.844	6.816.958.384.098	590.964.125.113	17.005.693.937.381
Phát hành cổ phiếu	6.680.610.000	49.774.575.000	-	-	-	-	-	-	56.455.185.000
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	-	5.451.118.633.692	81.688.475.389	5.532.807.109.081
Tăng vốn cổ phần trong một công ty con	-	-	-	-	-	-	-	38.345.000.000	38.345.000.000
Cổ tức công bố bởi các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(95.089.096.480)	(95.089.096.480)
Ngừng hợp nhất một công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(96.919.860.885)	(96.919.860.885)
Giao dịch với cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	-	(4.653.925.623)	8.577.210.623	3.923.285.000
Chênh lệch quy đổi ngoại tệ	-	-	-	-	429.646.065	-	-	1.992	429.648.057
<b>Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2022</b>	<b>7.274.618.790.000</b>	<b>3.610.328.815.858</b>	<b>(265.775.657.006)</b>	<b>(994.666.327.121)</b>	<b>7.418.664.660</b>	<b>22.731.972.844</b>	<b>12.263.423.092.167</b>	<b>527.565.855.752</b>	<b>22.445.645.207.154</b>
	Vốn cổ phần VND	Thặng dư vốn cổ phần VND	Vốn khác của chủ sở hữu VND	Cổ phiếu quỹ VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái VND	Quỹ đầu tư phát triển VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát VND	Tổng VND
<b>Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2023</b>	7.274.618.790.000	3.610.328.815.858	(265.775.657.006)	(994.666.327.121)	7.418.664.660	22.731.972.844	12.263.423.092.167	527.565.855.752	22.445.645.207.154
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	-	7.085.163.985.394	109.006.259.751	7.194.170.245.145
Cổ tức (Thuyết minh 25)	-	-	-	-	-	-	(3.224.459.209.500)	-	(3.224.459.209.500)
Cổ tức công bố bởi các công ty con	-	-	-	-	-	-	-	(40.701.964.000)	(40.701.964.000)
Chênh lệch quy đổi ngoại tệ	-	-	-	-	904.899.530	-	-	91	904.899.621
<b>Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2023</b>	<b>7.274.618.790.000</b>	<b>3.610.328.815.858</b>	<b>(265.775.657.006)</b>	<b>(994.666.327.121)</b>	<b>8.323.564.190</b>	<b>22.731.972.844</b>	<b>16.124.127.868.061</b>	<b>595.870.151.594</b>	<b>26.375.559.178.420</b>



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 24. VỐN CỔ PHẦN, THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN VÀ CỔ PHIẾU QUỸ

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

	31/12/2023		1/1/2023	
	Số cổ phiếu	VND	Số cổ phiếu	VND
<b>Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành</b>				
Cổ phiếu phổ thông	727.461.879	7.274.618.790.000	727.461.879	7.274.618.790.000
<b>Cổ phiếu quỹ</b>				
Cổ phiếu phổ thông	10.915.388	994.666.327.121	10.915.388	994.666.327.121
<b>Số cổ phiếu hiện đang lưu hành</b>				
Cổ phiếu phổ thông	716.546.491	7.165.464.910.000	716.546.491	7.165.464.910.000
<b>Thặng dư vốn cổ phần</b>		3.610.328.815.858		3.610.328.815.858

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.

Thặng dư vốn cổ phần là phần chênh lệch giữa số tiền thu được từ phát hành cổ phiếu và mệnh giá của các cổ phiếu được phát hành.

Biến động số cổ phiếu hiện đang lưu hành trong năm như sau:

	2023		2022	
	Số cổ phiếu	Mệnh giá VND	Số cổ phiếu	Mệnh giá VND
Số dư đầu năm - hiện đang lưu hành	716.546.491	7.165.464.910.000	715.878.430	7.158.784.300.000
Phát hành cổ phiếu mới bằng tiền	-	-	668.061	6.680.610.000
Số dư cuối năm - hiện đang lưu hành	716.546.491	7.165.464.910.000	716.546.491	7.165.464.910.000

## 25. CỔ TỨC

Đại hội đồng Cổ đông Thường niên và Hội đồng Quản trị của Công ty lần lượt vào ngày 24 tháng 4 năm 2023 và ngày 7 tháng 7 năm 2023 đã thông qua việc chi trả tạm ứng cổ tức bằng tiền mặt với số tiền là 3.224.459 triệu VND (2022: không).

## 26. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

### (a) Cam kết thuê

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

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Trong vòng 1 năm	168.579.253.918	95.359.587.077
Trong vòng 2 đến 5 năm	215.659.182.231	70.502.619.625
Sau 5 năm	264.509.656.854	284.273.062.662
	<u>648.748.093.003</u>	<u>450.135.269.364</u>

### (b) Cam kết chi tiêu vốn

Tập đoàn có các cam kết chi tiêu vốn sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hợp nhất:

	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Đã được duyệt và đã ký kết hợp đồng	121.826.844.274	266.292.999.337
Đã được duyệt nhưng chưa ký kết hợp đồng	146.832.859.611	308.788.352.300
	<u>268.659.703.885</u>	<u>575.081.351.637</u>

### (c) Ngoại tệ các loại

	31/12/2023		1/1/2023	
	Nguyên tệ	Tương đương VND	Nguyên tệ	Tương đương VND
USD	2.419.958	58.318.931.581	630.464	14.758.126.880
EUR	191	5.055.815	202	4.983.736
THB	58.898.301	40.286.433.146	45.255.027	29.823.058.621
		<u>98.610.420.542</u>		<u>44.586.169.237</u>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 27. DOANH THU BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ

Tổng doanh thu thể hiện tổng giá trị hàng bán và dịch vụ đã cung cấp, không bao gồm thuế giá trị gia tăng.

Doanh thu thuần bao gồm:

	2023 VND	2022 VND
Tổng doanh thu		
• Bán hàng	28.259.132.728.469	27.074.705.589.790
• Doanh thu khác	136.581.563.732	103.642.783.615
	<u>28.395.714.292.201</u>	<u>27.178.348.373.405</u>
Trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu		
• Chiết khấu thương mại	102.117.937.128	94.595.670.924
• Hàng bán bị trả lại	52.603.722.236	106.479.532.453
	<u>154.721.659.364</u>	<u>201.075.203.377</u>
Doanh thu thuần	<u>28.240.992.632.837</u>	<u>26.977.273.170.028</u>

## 28. GIÁ VỐN HÀNG BÁN VÀ DỊCH VỤ CUNG CẤP

	2023 VND	2022 VND
Tổng giá vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp		
• Hàng đã bán	15.095.078.905.809	15.645.513.344.636
• Giá vốn khác	62.810.792.064	123.399.145.254
• Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	108.734.597.234	76.846.124.154
	<u>15.266.624.295.107</u>	<u>15.845.758.614.044</u>

## 29. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2023 VND	2022 VND
Thu nhập lãi từ tiền gửi ngân hàng và các khoản đầu tư khác	1.402.516.943.732	627.328.321.290
Thu nhập lãi từ khoản cho các bên liên quan vay	403.086.185.722	272.287.917.543
Thu nhập lãi từ khoản cho một bên thứ ba vay	3.184.931.507	-
Lãi chênh lệch tỷ giá hối đoái	44.724.349.450	34.917.243.329
	<u>1.853.512.410.411</u>	<u>934.533.482.162</u>

## 30. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2023 VND	2022 VND
Chi phí lãi vay ngân hàng	485.285.780.065	307.330.035.566
Lỗ chênh lệch tỷ giá hối đoái	34.080.765.377	46.175.725.060
Chi phí đi vay	3.035.499.992	2.872.999.996
Chi phí khác	15.626.243.003	28.793.441.935
	<u>538.028.288.437</u>	<u>385.172.202.557</u>

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## 31. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2023 VND	2022 VND
Chi phí quảng cáo, khuyến mãi và hỗ trợ bán hàng	3.756.241.798.966	3.015.416.983.635
Chi phí kho vận	757.906.554.602	839.223.610.343
Chi phí nhân viên	498.971.460.939	500.970.049.848
Chi phí trưng bày	163.663.335.373	46.538.728.773
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	28.435.523.940	48.966.751.027
Chi phí nghiên cứu thị trường	43.296.900.258	16.273.363.715
Chi phí khác	79.568.718.473	59.753.258.175
	5.328.084.292.551	4.527.142.745.516

## 32. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2023 VND	2022 VND
Chi phí nhân viên	412.210.469.562	410.879.640.007
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	73.934.442.305	97.557.649.628
Chi phí nghiên cứu và phát triển	83.736.851.248	79.947.780.164
Chi phí thuê văn phòng	57.875.888.034	70.813.506.602
Khấu hao và phân bổ giá trị hợp lý tăng thêm của tài sản cố định, chi phí trả trước dài hạn và bất động sản đầu tư phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	53.723.143.152	57.505.837.808
Phân bổ lợi thế thương mại	27.366.899.710	56.483.755.359
Chi phí khấu hao tài sản cố định	34.044.179.103	46.773.916.821
Chi phí khác	182.781.803.304	80.955.399.512
	925.673.676.418	900.917.485.901

## 33. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

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

	2023 VND	2022 VND
<b>Chi phí thuế thu nhập hiện hành</b>		
Năm hiện hành	1.053.878.525.133	675.300.683.622
Dự phòng thiếu/(thừa) trong những năm trước	1.140.264.003	(5.927.068.534)
	1.055.018.789.136	669.373.615.088
<b>(Lợi ích)/chi phí thuế thu nhập hoãn lại</b>		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(150.342.427.602)	41.180.186.596
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	904.676.361.534	710.553.801.684

### (b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2023 VND	2022 VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	8.098.846.606.679	6.243.360.910.765
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	1.619.769.321.336	1.248.672.182.153
Lỗi tính thuế đã sử dụng	(1.717.226.010)	(4.625.722.462)
Ảnh hưởng của các mức thuế suất ưu đãi áp dụng cho các công ty con	(713.203.711.097)	(530.531.361.372)
Thu nhập không chịu thuế	(2.332.597.301)	-
Ảnh hưởng của phần lãi trong một công ty liên kết	(11.732.259.739)	(2.659.217.000)
Chi phí không được khấu trừ thuế	4.238.605.188	10.373.490.929
Dự phòng thiếu/(thừa) trong những năm trước	1.140.264.003	(5.927.068.534)
Ảnh hưởng của phân bổ lợi thế thương mại	5.473.379.958	11.296.751.077
Thay đổi tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận (*)	3.040.585.196	1.558.399.127
Thay đổi khác trong chênh lệch tạm thời	-	(18.664.434.701)
Ảnh hưởng từ ngừng hợp nhất một công ty con	-	1.060.782.467
	904.676.361.534	710.553.801.684

(\*) Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận tại một số công ty con bởi vì không có sự chắc chắn rằng sẽ có đủ lợi nhuận tính thuế trong tương lai để các công ty con này có thể sử dụng lợi ích thuế của các khoản mục này.



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

## (c) Thuế suất áp dụng

Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp với mức thuế suất thuế thu nhập phổ thông là 20% trên lợi nhuận chịu thuế.

Một số công ty con của Công ty được hưởng các mức ưu đãi thuế khác nhau.

## (d) Các khoản thuế tiềm tàng

Luật thuế và việc áp dụng các luật này tại Việt Nam phụ thuộc vào việc diễn giải và thay đổi theo thời gian và cũng tùy thuộc vào việc diễn giải khác nhau từ các cơ quan thuế khác nhau. Tình hình quyết toán thuế có thể phụ thuộc vào việc thanh tra của các cơ quan có thẩm quyền khác nhau, mà các cơ quan này có thẩm quyền áp đặt các mức phạt thuế và tính lãi chậm nộp. Điều này có thể làm cho rủi ro về thuế ở Việt Nam cao hơn so với các nước khác. Ban Giám đốc cho rằng Tập đoàn đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải của Ban Giám đốc về luật thuế, 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 diễn giải khác nhau và ảnh hưởng có thể là đáng kể.

## 34. LÃI TRÊN CỔ PHIẾU

### (a) Lãi cơ bản trên cổ phiếu

Việc tính lãi cơ bản trên cổ phiếu cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 dựa trên số lợi nhuận thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty sau khi trừ đi số phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi trong năm là 7.085.164 triệu VND (2022: 5.451.119 triệu VND) và số lượng cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền đang lưu hành trong năm là 716.546.491 cổ phiếu (2022: 716.132.842 cổ phiếu), được tính như sau:

#### (i) Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông

	2023 VND	2022 VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông sau khi trừ đi số phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi	7.085.163.985.394	5.451.118.633.692

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

	2023 Số cổ phiếu	2022 Số cổ phiếu
Số cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm - hiện đang lưu hành	716.546.491	715.878.430
Ảnh hưởng của việc phát hành cổ phiếu trong năm	-	254.412
Số cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền trong năm - hiện đang lưu hành	716.546.491	716.132.842

#### (iii) Lãi cơ bản trên cổ phiếu

	2023 VND	2022 VND
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	9.888	7.612

### (b) Lãi suy giảm trên cổ phiếu

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, Công ty không có cổ phiếu phổ thông tiềm năng, do vậy việc trình bày lãi suy giảm trên cổ phiếu không áp dụng.

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

## 35. CÁC GIAO DỊCH VÀ SỐ DƯ CHỦ YẾU VỚI CÁC BÊN LIÊN QUAN

Trong năm và tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm, Tập đoàn có các giao dịch và số dư chủ yếu với các bên liên quan như sau:

Mối quan hệ	Bản chất giao dịch	Giá trị giao dịch		Phải thu/(Phải trả) tại ngày	
		2023 VND	2022 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
<b>Công ty mẹ cấp cao nhất</b>					
Công ty Cổ phần Tập đoàn Masan	Bán hàng hóa	137.082.611	203.421.872	-	18.881.346
	Phí hỗ trợ quản lý	882.162.425	6.961.885.607	-	10.088.159.277
	Phí dịch vụ mua ngoài phân bổ	11.372.386.989	-	(11.288.691.491)	-
<b>Công ty mẹ cấp cao</b>					
Công ty Cổ phần CrownX	Bán hàng hóa	88.863.896	622.914	97.750.286	-
	Mua dịch vụ	19.177.897.430	-	-	-
	Phí hỗ trợ quản lý	-	6.184.540.884	-	(6.679.304.155)
<b>Công ty mẹ</b>					
Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	Cổ tức đã công bố	3.021.089.152.500	-	-	-
MasanConsumerHoldings	Cho vay	190.000.000.000	1.960.610.109.140	3.356.430.547.940	6.047.191.980.732
	Thu nhập lãi cho vay	400.339.281.615	269.620.424.393	258.274.334.244	-
	Thu hồi các khoản cho vay và lãi phải thu thông qua cản trừ với cổ tức phải trả	3.002.364.736.327	-	-	-
	Thu hồi các khoản cho vay bằng tiền	19.500.000.000	-	-	-
	Thu hồi lãi cho vay bằng tiền mặt	961.643.836	-	-	-
	Cổ tức đã trả bằng tiền	18.724.416.173	-	-	-
	Tiền thu từ chuyển nhượng khoản đầu tư	-	315.033.720.000	-	-

Mối quan hệ	Bản chất giao dịch	Giá trị giao dịch		Phải thu/(Phải trả) tại ngày	
		2023 VND	2022 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
<b>Công ty liên kết</b>					
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	Cổ tức nhận được sau ngày mua	13.296.085.000	13.296.085.000	-	-
<b>Các bên liên quan khác</b>					
Công ty Cổ phần Masan JinJu ("MSJ") và chi nhánh (từ tháng 10 năm 2022)	Bán hàng hóa	115.642.471.462	34.276.977.663	-	5.428.719.336
	Mua hàng hóa	174.148.845.162	439.020.868.191	(42.305.491.322)	(146.162.162.871)
	Cung cấp dịch vụ phân phối	60.893.605.576	-	-	-
	Phải trả tiền bán hàng thu hộ của dịch vụ phân phối	-	-	(269.362.001.707)	-
	Phí hỗ trợ bán hàng và giao hàng của dịch vụ phân phối	92.907.267.069	-	-	-
	Mua tài sản cố định	420.913.690	-	-	-
	Thu hồi khoản cho vay bằng tiền	-	291.000.000.000	-	-
	Thu nhập lãi cho vay	-	2.667.493.150	-	-
Công ty TNHH Masan Master Brewer	Phí hỗ trợ quản lý	6.962.809.514	1.509.308.583	8.252.972.975	43.814.136
	Bán hàng hóa	-	1.392.392	-	181.412
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY	Bán hàng hóa	121.575.798	55.737.068	15.179.972	12.191.338
	Cho vay	90.000.000.000	-	90.000.000.000	-
	Thu nhập lãi cho vay	135.616.438	-	135.616.438	-

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mẫu B 09 - DN/HN

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

Mối quan hệ	Bản chất giao dịch	Giá trị giao dịch		Phải thu/(Phải trả) tại ngày	
		2023 VND	2022 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution	Bán hàng hóa	661.452.405	13.187.030.020	-	3.337.160.542
	Mua hàng hóa	928.970.484	9.404.455.886	(7.530.001)	(633.006.000)
	Phí hỗ trợ quản lý	54.527.767.767	35.540.419.406	59.202.736.386	43.423.973.251
	Cho vay	46.000.000.000	-	46.000.000.000	-
	Thu nhập lãi cho vay	2.611.287.669	-	2.611.287.669	-
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery HG	Bán hàng hóa	197.070.250	2.701.644.142	32.819.972	12.517.422
	Mua hàng hóa và dịch vụ	7.096.157.868	4.009.729.325	(686.112.379)	(552.827.601)
	Mua tài sản cố định	-	658.119.415	-	(559.266.341)
	Phí hỗ trợ quản lý	152.424.394	152.467.607	164.618.346	2.654.132.879
Công ty TNHH Masan Brewery MB	Mua dịch vụ	4.536.000.000	-	(2.289.836.809)	-
	Phí hỗ trợ quản lý	481.224.446	1.705.044.885	519.722.402	1.841.448.476
	Đặt cọc thuê kho	12.327.201.917	54.871.988.576	67.199.190.493	54.871.988.576
Công ty Cổ phần Masan MEATLife	Bán hàng hóa	28.951.509	35.686.364	2.178.000	5.576.728
	Phí hỗ trợ quản lý	21.867.558.287	40.311.911.535	24.054.314.116	44.338.995.834
Công ty TNHH MML Farm Nghệ An	Phí hỗ trợ quản lý	-	377.092.445	-	73.923.379
Công ty TNHH MEATDeli HN	Bán hàng hóa và dịch vụ	268.596.582	36.339.060.845	189.202.323	39.480.000
	Bán tài sản cố định	-	30.000.000	-	-
	Mua hàng hóa và dịch vụ	62.566.250	50.915.043.441	-	-
	Mua tài sản cố định	-	186.781.103.729	-	-
	Phí hỗ trợ quản lý	-	5.791.448.325	-	1.592.653.552

Mối quan hệ	Bản chất giao dịch	Giá trị giao dịch		Phải thu/(Phải trả) tại ngày	
		2023 VND	2022 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Công ty TNHH MEATDeli Sài Gòn	Bán hàng hóa và dịch vụ	163.661.924	2.308.790.725	-	79.417.000
	Mua hàng hóa	1.734.332.867	24.771.872.183	(547.101.800)	(92.918.733)
	Phí hỗ trợ quản lý	-	3.879.530.906	-	1.991.201.521
Công ty TNHH Thực phẩm 3F VIỆT	Bán hàng hóa và dịch vụ	49.647.548	1.339.409.731	8.075.000	15.397.130
	Mua hàng hóa	33.148.791	37.012.747.140	-	-
	Phí hỗ trợ quản lý	-	184.581.341	-	147.846.759
Công ty Cổ phần 3F VIỆT	Bán hàng hóa	21.909.930	2.086.838	12.344.070	-
	Mua hàng hóa	-	13.219.612.800	-	-
Công ty TNHH Khai thác Chế biến Khoáng sản Núi Pháo	Bán hàng hóa	1.039.851.344	1.524.892.691	147.621.167	318.612.735
	Phí hỗ trợ quản lý	139.088.070	122.030.349	152.996.877	999.463.463
Jinju Ham Company Limited	Góp vốn	-	38.344.780.000	-	-
	Cổ tức đã công bố	-	38.344.787.200	-	-



# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

Mối quan hệ	Bản chất giao dịch	Giá trị giao dịch		Phải thu/(Phải trả) tại ngày	
		2023 VND	2022 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Công ty Cổ phần Dịch vụ	Bán hàng hóa	1.469.296.862.079	1.118.826.761.706	629.797.907.880	254.999.528.515
Thương mại Tổng hợp	Bán tài sản cố định	931.320.407	-	1.024.452.448	-
WinCommerce	Mua hàng hóa và dịch vụ	361.788.024.986	217.592.394.769	(40.169.100)	(3.525.947.783)
	Mua tài sản cố định	1.522.851.000	-	-	-
	Trả trước tiền hàng	240.179.500	-	240.179.500	-
	Phân bổ tiền thuê văn phòng	19.680.961.961	23.400.773.330	6.886.915.115	3.342.739.292
	Chiết khấu thanh toán và các khoản hỗ trợ bán hàng khác phải trả	23.101.616.176	19.187.456.253	-	-
	Phải thu thu hộ dịch vụ phân phối	-	-	67.572.186.586	-
	Phải thu khác	-	-	17.000.000	17.000.000
Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Phát triển Nông nghiệp Wineco	Bán hàng hóa	-	-	-	7.572.247
	Mua hàng hóa	7.857.674.500	7.644.407.463	(302.960.000)	(586.696.000)
	Phân bổ tiền thuê văn phòng	703.008.870	811.032.816	234.007.780	74.344.675
Công ty Cổ phần Phúc Long Heritage	Bán hàng hóa và dịch vụ	10.645.102.479	17.966.668.052	1.221.745.500	4.996.732.505
	Mua hàng hóa	1.730.731.639	8.931.082.113	(688.457.286)	(871.192.978)
	Phí hỗ trợ quản lý	1.438.215.492	1.889.883.833	1.553.272.731	2.041.074.540

Mối quan hệ	Bản chất giao dịch	Giá trị giao dịch		Phải thu/(Phải trả) tại ngày	
		2023 VND	2022 VND	31/12/2023 VND	1/1/2023 VND
Công ty Cổ phần Mobicast	Bán hàng hóa	-	9.238.570	-	9.977.656
	Mua dịch vụ	5.660.418.990	4.669.694.202	(240.824.372)	(203.500.568)
Công ty Cổ phần Surpa	Bán hàng hóa	238.214.559	126.046.020	23.389.399	13.376.167
	Bán tài sản cố định	21.000.000	-	-	-
	Mua dịch vụ	450.096.070	653.654.856	-	(117.585.596)
	Phí hỗ trợ quản lý	1.650.296.993	747.895.144	1.782.320.752	807.726.756
	Phải trả khác	3.000.000	-	(3.000.000)	-
Công ty Cổ phần Chứng khoán Kỹ Thương (*)	Mua chứng khoán kinh doanh	2.592.779.525.558	3.087.046.500.000	-	-
	Bán chứng khoán kinh doanh	1.202.171.717.880	1.859.179.000.000	-	-
Thành viên quản lý chủ chốt (**)	Thù lao trả cho thành viên quản lý chủ chốt	64.187.364.312	74.565.470.035	-	-

(\*) Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 1 tháng 1 năm 2023, Công ty và các công ty con có các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn và vay tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam ("Techcombank"), một bên liên quan, theo các điều khoản thương mại thông thường.

(\*\*) Các thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty không nhận thù lao cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2023 và ngày 31 tháng 12 năm 2022.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2023, Tập đoàn bảo lãnh cho các khoản vay ngân hàng của các bên liên quan với giá trị ghi sổ là 198.322 triệu VND (1/1/2023: 344.650 triệu VND).

# Thuyết minh báo cáo tài chính hợp nhất

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

(\*\*) Trong thù lao cho các thành viên quản lý chủ chốt có các khoản phí, lương và thưởng đã chi trả cho từng thành viên Hội đồng Quản trị, Ủy ban Kiểm toán và Tổng Giám đốc của Công ty như sau:

Họ tên	Chức vụ	2023 VND	2022 VND
<b>Hội đồng Quản trị</b>			
<i>Phí và thưởng</i>			
Ông Danny Le	Chủ tịch	-	-
Ông Trương Công Thắng	Thành viên	-	-
Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên	-	-
Ông Nguyễn Thiệu Quang	Thành viên	-	-
Bà Nguyễn Thị Thu Hà	Thành viên	-	-
Bà Nguyễn Thu Hiền	Thành viên	-	-
<b>Ủy ban Kiểm toán</b>			
<i>Lương, thưởng và các phúc lợi khác</i>			
Bà Nguyễn Thu Hiền	Chủ tịch	-	-
Ông Nguyễn Thiệu Quang	Thành viên	-	-
<b>Ban Giám đốc</b>			
<i>Lương, thưởng và các phúc lợi khác</i>			
Ông Trương Công Thắng	Tổng Giám đốc	7.000.474.708	6.592.776.987

## 36. SỰ KIỆN SAU NGÀY LẬP BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Trong tháng 12 năm 2023, Hội đồng Quản trị Công ty đã thông qua kế hoạch phát hành cổ phiếu cho nhân viên theo chương trình lựa chọn cho người lao động (“ESOP”) sau khi được sự chấp thuận của Đại hội đồng Cổ đông Thường niên vào tháng 4 năm 2023. Tại ngày phát hành báo cáo này, việc phát hành cổ phiếu phổ thông theo ESOP đã hoàn tất.

Ngoài sự kiện nêu trên, không có sự kiện trọng yếu nào khác phát sinh sau ngày kết thúc kỳ kế toán cần phải điều chỉnh hay thuyết minh trong báo cáo tài chính hợp nhất này.

Ngày 1 tháng 3 năm 2024

Người lập:

Người duyệt:

  
Phan Thị Thúy Hoa  
Kế toán Trưởng

  
Huỳnh Việt Thăng  
Giám đốc Tài chính



Nguyễn Hoàng Yến  
Đại diện theo ủy quyền



# THÔNG TIN DOANH NGHIỆP





# Thông tin doanh nghiệp

## LỊCH SỬ VÀ CẤU TRÚC CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

### Lịch sử Công ty

#### 1996

**Ngày 1/4/1996:** Masan đã thành lập một Công ty tại Nga để nhập khẩu và kinh doanh sản phẩm thực phẩm ở thị trường Đông Âu.

**Ngày 20/6/1996:** Thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ nghệ - Thương mại Việt Tiến, chuyên sản xuất thực phẩm chế biến và các sản phẩm ngành gia vị.

#### 2000

**Ngày 31/5/2000:** Thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt, chuyên hoạt động trong lĩnh vực thương mại và xuất nhập khẩu.

#### 2003

**Ngày 1/8/2003:** Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ nghệ - Thương mại Việt Tiến sáp nhập vào Công ty Cổ phần Công nghiệp và Xuất nhập khẩu Minh Việt, sau đó Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Công nghiệp - Thương mại Ma San (Công ty), với tổng vốn điều lệ là 28.500.000.000 đồng.

#### 2004

**Ngày 14/6/2004:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 45.000.000.000 đồng.

#### 2006

**Ngày 20/7/2006:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 72.250.000.000 đồng.

**Ngày 14/9/2006:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 85.000.000.000 đồng.

#### 2007

**Ngày 28/2/2007:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 113.395.360.000 đồng.

**Ngày 25/12/2007:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 138.395.360.000 đồng.

#### 2008

**Ngày 10/5/2008:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 257.191.230.000 đồng.

**Ngày 11/12/2008:** Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San.

#### 2009

**Ngày 11/6/2009:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 630.000.000.000 đồng.

**Ngày 1/7/2009:** Công ty bổ sung ngành nghề kinh doanh: Sản xuất Gia vị (không sản xuất tại trụ sở chính) và sản xuất hương liệu (trừ sản xuất hóa chất cơ bản).

**Ngày 22/12/2009:** Công ty thay đổi trụ sở đến Tầng 12, Tòa nhà Kumho Asiana Plaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

#### 2010

**Ngày 29/9/2010:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 1.300.000.000.000 đồng.

# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## LỊCH SỬ VÀ CẤU TRÚC CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN (tiếp theo)

### Lịch sử Công ty (tiếp theo)

#### 2011

**Ngày 09/3/2011:** Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Hàng Tiêu dùng Ma San.

**Ngày 15/4/2011:** Công ty phát hành cổ phiếu phổ thông cho KKR tương đương 10% vốn điều lệ sau phát hành.

**Ngày 20/7/2011:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 2.500.000.000.000 đồng.

**Ngày 17/10/2011 và ngày 4/11/2011,** Công ty mua 50,25% cổ phần Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa.

#### 2012

**Ngày 08/6/2012:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.025.000.000.000 đồng.

**Tháng 12/2012:** Công ty mua thêm 2,95% cổ phần của Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa, nâng tổng số cổ phần nắm giữ lên 53,20%.

#### 2013

**Ngày 1/2/2013:** Công ty mua thành công 24,9% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo.

**Ngày 6/2/2013:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.253.409.090.000 đồng, phát hành thêm cho cổ đông chiến lược KKR tương đương 4,35% vốn điều lệ sau khi phát hành, nâng tổng số cổ phiếu sở hữu của KKR lên 18,04%.

**Ngày 27/3/2013:** Công ty mua 38,61% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần nắm giữ lên 63,51%.

**Ngày 1/7/2013:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.273.359.100.000 đồng.

#### 2014

**Ngày 27/6/2014:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.313.263.220.000 đồng.

**Ngày 30/12/2014:** Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan - công ty con của Công ty chào mua thành công 32,84% cổ phần Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex.

#### 2015

**Ngày 14/1/2015:** Công ty TNHH Một thành viên Thực Phẩm Masan - công ty con của Công ty mua 99,99% cổ phần Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn.

**Ngày 10/6/2015:** Công ty thay đổi tên thành “CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN”.

**Ngày 6/8/2015:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.351.601.170.000 đồng.

**Ngày 25/12/2015:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage - công ty con của Công ty hoàn tất mua 65% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh.

# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## LỊCH SỬ VÀ CẤU TRÚC CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN (tiếp theo)

### Lịch sử Công ty (tiếp theo)

#### 2016

**Ngày 6/1/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage - Công ty con của Công ty hoàn tất việc mua thêm 20,29% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 84,23%.

**Ngày 22/2/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage cũng nâng sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 60,16%.

**Ngày 28/4/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage mua thêm 4,32% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 88,56%.

**Ngày 23/5/2016:** Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa mua 85% cổ phần Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN - một công ty hoạt động trong ngành hàng cà phê.

**Ngày 21/6/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan thành lập công ty con là Công ty TNHH Một Thành Viên Nam Ngư Phú Quốc tại Phú Quốc.

**Ngày 8/7/2016:** một công ty con của Công ty là Masan Consumer (Thailand) Limited được thành lập tại Thái Lan.

**Ngày 04/8/2016:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.381.601.170.000 đồng.

**Tháng 10/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Công ty Cổ phần Masan PQ lên 99,99%.

**Đầu tháng 12/2016:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 68,46% thông qua việc chào mua công khai.

#### 2017

**Ngày 2/8/2017:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.431.327.770.000 đồng.

#### 2018

**Ngày 5/2/2018:** Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage nâng tiếp tỷ lệ sở hữu cổ phần tại Vinacafé Biên Hòa lên 98,49% thông qua việc chào mua công khai.

**Năm 2018,** Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh Dưỡng Sài Gòn (“SNF”) đã ký hợp tác chiến lược với Công ty Jinju Ham (“Jinju Ham”) - một công ty sản xuất thịt chế biến có thương hiệu hàng đầu Hàn Quốc. Jinju Ham đã mua 25% cổ phần của SNF thông qua đợt chào bán cổ phiếu sơ cấp và SNF sẽ được đổi tên thành “Masan Jinju”.

**Ngày 26/7/2018:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.483.736.040.000 đồng.

**Ngày 14/9/2018:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 6.279.291.230.000 đồng.



# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## LỊCH SỬ VÀ CẤU TRÚC CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN (tiếp theo)

### Lịch sử Công ty (tiếp theo)

#### 2019

**Ngày 30/7/2019:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 6.309.784.480.000 đồng.

**Ngày 12/9/2019:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 7.229.246.040.000 đồng.

**Tháng 12/2019,** Masan HPC, một công ty thành viên thuộc ngành hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình đã chào mua tối đa 60% cổ phần của Công ty cổ phần Bột giặt Net (“NETCO”) với giá 48.000 đồng/cổ phiếu. Kết quả của việc chào mua này là Masan HPC đã sở hữu 52,25% cổ phiếu NET vào đầu năm 2021. Giao dịch này nhất quán với chiến lược 5 năm của Masan nhằm mở rộng danh mục sản phẩm để phục vụ thị trường gần 100 triệu dân.

#### 2020

**Ngày 12/10/2020:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 7.267.938.180.000 đồng.

**Tháng 12/2020:** Công ty đã thành lập thêm Công ty TNHH Masan Innovation và Công ty TNHH Hi-Fresh, hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ các sản phẩm hàng tiêu dùng trong các cửa hàng chuyên doanh.

#### 2022

**Ngày 29/8/2022:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 7.274.618.790.000 đồng.

**Tháng 9/2022:** Công ty đã thực hiện tái cấu trúc việc sở hữu Công ty Cổ phần Masan Jinju lên Công ty TNHH MasanConsumerHoldings.

**Tháng 2/2022:** Công ty Cổ phần Café De Nam hoàn tất việc sáp nhập vào Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo. Đồng thời, Công ty đã thành lập thêm Công ty TNHH Masan HG 2 nhằm mở rộng hệ thống sản xuất và phân phối ở miền Tây Nam Bộ.

#### 2023

**Ngày 21/9/2023:** Công ty thay đổi trụ sở chính đến 23 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

**Ngày 31/1/2024:** Công ty tăng vốn điều lệ lên 7.284.225.440.000 đồng.

# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## LỊCH SỬ VÀ CẤU TRÚC CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN (tiếp theo)

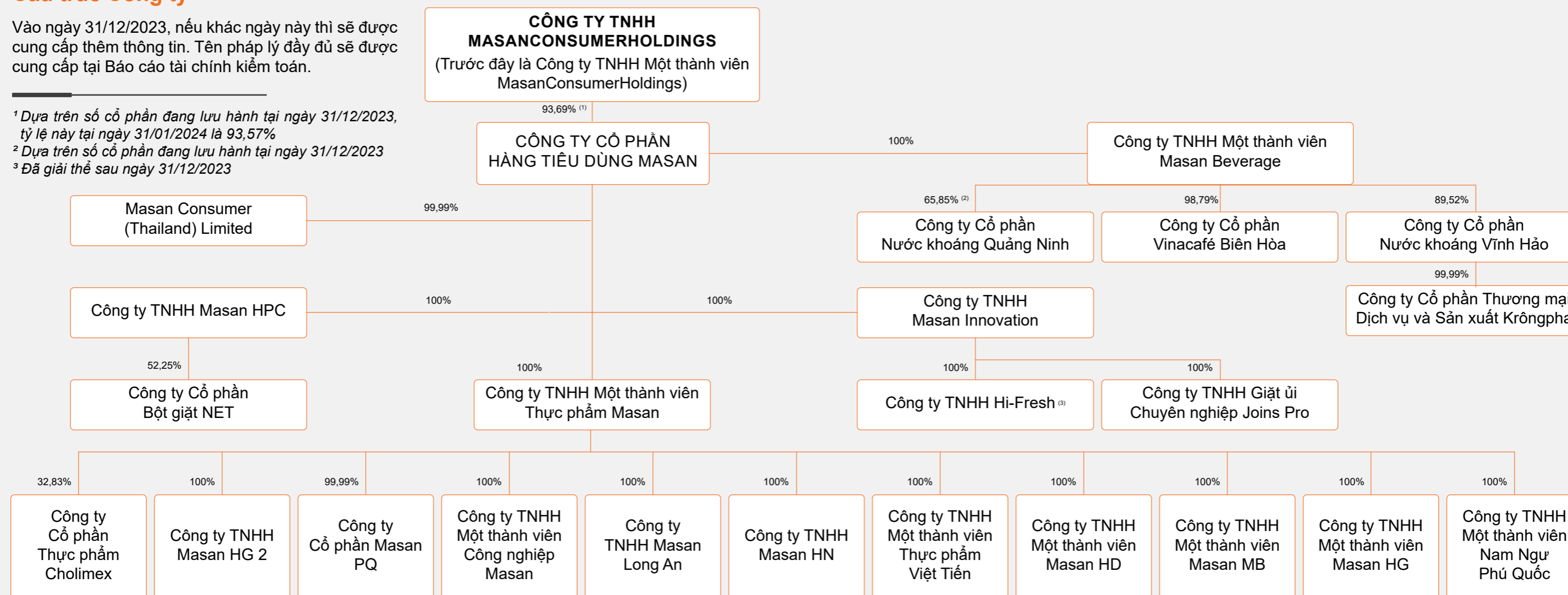
### Cấu trúc Công ty

Vào ngày 31/12/2023, nếu khác ngày này thì sẽ được cung cấp thêm thông tin. Tên pháp lý đầy đủ sẽ được cung cấp tại Báo cáo tài chính kiểm toán.

<sup>1</sup> Dựa trên số cổ phần đang lưu hành tại ngày 31/12/2023, tỷ lệ này tại ngày 31/01/2024 là 93,57%

<sup>2</sup> Dựa trên số cổ phần đang lưu hành tại ngày 31/12/2023

<sup>3</sup> Đã giải thể sau ngày 31/12/2023



# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## TỔ CHỨC VÀ NGUỒN NHÂN LỰC

### Ban Điều hành

#### HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

##### Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Họ và tên: **Danny Le**  
Giới tính: Nam  
Năm sinh: 1984  
Trình độ chuyên môn: Đại học

##### Thành viên Hội đồng Quản trị

Họ và tên: **Trương Công Thắng**  
Giới tính: Nam  
Năm sinh: 1973  
Trình độ chuyên môn: Đại học

Họ và tên: **Nguyễn Hoàng Yến**  
Giới tính: Nữ  
Năm sinh: 1963  
Trình độ chuyên môn: Đại học

Họ và tên: **Nguyễn Thiệu Quang**  
Giới tính: Nam  
Năm sinh: 1959  
Trình độ chuyên môn: Đại học

Họ và tên: **Nguyễn Thị Thu Hà**  
Giới tính: Nữ  
Năm sinh: 1974  
Trình độ chuyên môn: Đại học

Họ và tên: **Nguyễn Thu Hiền**  
Giới tính: Nữ  
Năm sinh: 1978  
Trình độ chuyên môn: Thạc sĩ

#### ỦY BAN KIỂM TOÁN

##### Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán

Họ và tên: **Nguyễn Thu Hiền**  
Giới tính: Nữ  
Năm sinh: 1978  
Trình độ chuyên môn: Thạc sĩ

##### Thành viên Ủy ban Kiểm toán

Họ và tên: **Nguyễn Thiệu Quang**  
Giới tính: Nam  
Năm sinh: 1959  
Trình độ chuyên môn: Đại học

#### BAN GIÁM ĐỐC

Ông **Trương Công Thắng** - Tổng Giám đốc

Bà **Nguyễn Hoàng Yến** - Phó Tổng Giám đốc

Ông **Phạm Hồng Sơn** - Phó Tổng Giám đốc



# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## QUẢN TRỊ CÔNG TY

Nguồn số liệu được tính đến ngày 31/12/2023.

### Hội đồng Quản trị

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu (%) <sup>1</sup>
Danny Le	Chủ tịch Hội đồng Quản trị	-	-
Trương Công Thắng	Thành viên Hội đồng Quản trị	-	-
Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên Hội đồng Quản trị	894.712	0,123%
Nguyễn Thiều Quang	Thành viên Hội đồng Quản trị	145.776	0,02%
Nguyễn Thu Hà	Thành viên Hội đồng Quản trị	-	-
Nguyễn Thu Hiền	Thành viên Hội đồng quản trị	-	-

### HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Hội đồng Quản trị được bầu bởi cổ đông của Công ty để giám sát các hoạt động của Công ty. Thành viên của Hội đồng Quản trị họp thường xuyên để thảo luận các quyết định chiến lược được đề xuất bởi Ban Điều hành. Hội đồng Quản trị có tối thiểu 5 thành viên và tối đa là 11 thành viên. Năm 2023, Hội đồng Quản trị có 6 thành viên.

Hội đồng Quản trị có thể họp thường kỳ hoặc bất thường tại trụ sở chính của Công ty hoặc ở nơi khác. Cuộc họp thường kỳ được tổ chức mỗi Quý một lần.

Hội đồng Quản trị thông qua quyết định bằng biểu quyết tại cuộc họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản. Mỗi thành viên Hội đồng Quản trị có 1 phiếu biểu quyết.

### ĐÁNH GIÁ VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC VÀ BAN ĐIỀU HÀNH

Tổng Giám đốc và Ban Điều hành có nhiệm vụ thực thi chiến lược của Công ty và quản lý hoạt động kinh doanh hàng ngày. Tổng Giám đốc là người đứng đầu Ban Điều hành của Công ty.

### Trong năm 2023, Hội đồng Quản trị đã thực hiện:

- Giám sát, chỉ đạo Tổng Giám đốc và các Cán bộ Quản lý khác trong điều hành công việc kinh doanh hàng ngày của Công ty;
- Phối hợp chặt chẽ với Tổng Giám đốc và Ban Điều hành để đưa ra các định hướng cũng như giải quyết kịp thời các yêu cầu kinh doanh cho Công ty;
- Quyết định việc cơ cấu lại mô hình kinh doanh và cơ cấu tổ chức của các công ty, mang lại hiệu quả trong công tác quản lý;
- Quyết định các phương án và dự án đầu tư của Công ty và các công ty con.

Không có giao dịch giữa Công ty và các thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty trong năm 2023.

Trong năm 2023, Hội đồng Quản trị hoạt động không có thù lao.

<sup>1</sup> Dựa trên tổng số cổ phần tại ngày 31/12/2023.

# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## QUẢN TRỊ CÔNG TY (tiếp theo)

Nguồn số liệu được tính đến ngày 31/12/2023.

### Ủy ban Kiểm toán

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu (%)
Nguyễn Thu Hiền	Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán	-	-
Nguyễn Thiệu Quang	Thành viên Ủy ban Kiểm toán	145.776	0,02%

### HOẠT ĐỘNG CỦA ỦY BAN KIỂM TOÁN TRONG NĂM 2023

Ủy ban Kiểm toán là cơ quan chuyên môn trực thuộc Hội đồng Quản trị và có từ 2 thành viên trở lên. Hiện Ủy ban Kiểm toán của Công ty có 2 thành viên.

Chủ tịch Ủy ban Kiểm toán phải là thành viên độc lập Hội đồng quản trị. Các thành viên khác của Ủy ban Kiểm toán phải là thành viên Hội đồng quản trị không điều hành.

Ủy ban kiểm toán thông qua quyết định bằng biểu quyết tại cuộc họp, lấy ý kiến bằng văn bản hoặc hình thức khác do Điều lệ công ty hoặc quy chế hoạt động Ủy ban kiểm toán quy định. Mỗi thành viên Ủy ban kiểm toán có một phiếu biểu quyết.

# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## QUẢN TRỊ CÔNG TY (tiếp theo)

Nguồn số liệu được tính đến ngày 31/12/2023.

### Hoạt động của Ban Kiểm toán trong năm 2023

#### Trong năm 2023, Ban Kiểm toán đã thực hiện:

- Ban điều hành thực hiện đúng và đầy đủ trách nhiệm điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty tuân thủ đúng Luật doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty, Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông, các Nghị quyết của Hội đồng Quản trị và các quy định khác của pháp luật.

### SỰ PHỐI HỢP HOẠT ĐỘNG GIỮA ỦY BAN KIỂM TOÁN ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, BAN TỔNG GIÁM ĐỐC VÀ CÁC CÁN BỘ QUẢN LÝ KHÁC

- Rà soát hệ thống kiểm soát nội bộ và quản trị rủi ro của Công ty. Kiểm soát trình tự, thủ tục ban hành các nội quy, quy định, quy chế, quy trình và các văn bản khác của Công ty.
- Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp, tính trung thực và mức độ cẩn trọng trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, trong tổ chức công tác kế toán, thống kê và lập báo cáo tài chính.
- Giám sát tính trung thực của tất cả các báo cáo tài chính của Công ty và kết quả tài chính của Công ty.
- Theo dõi và đánh giá sự độc lập, khách quan của công ty kiểm toán và hiệu quả của quá trình kiểm toán. Xem xét báo cáo của kiểm toán viên độc lập và các báo cáo về các hệ thống kiểm soát nội bộ của Công ty trước khi Hội đồng Quản trị chấp thuận; Tham khảo ý kiến về việc chỉ định Công ty Kiểm toán độc lập; Kết quả sản xuất kinh doanh và số liệu kế toán đã được kiểm tra chặt chẽ, đảm bảo tính chính xác và

- Các báo cáo tài chính hàng quý của Công ty được lập phản ánh trung thực về kết quả tài chính, tình hình hoạt động của Công ty.
- Các nghị quyết của Hội đồng Quản trị đã được ban hành phù hợp với thẩm quyền của Hội đồng Quản trị và nội dung của các nghị quyết này tuân thủ nghị quyết của Đại hội cổ đông, Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Điều lệ của Công ty và các quy định khác của pháp luật.

hợp pháp trong việc ghi chép số liệu. Các báo cáo tài chính của Công ty và các công ty con đã được kiểm toán bởi Công ty TNHH KPMG và bảo đảm rằng các báo cáo này đã phản ánh trung thực và hợp lý, trên các phương diện trọng yếu tình hình tài chính của Công ty, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Việt Nam cũng như các nguyên tắc khác theo quy định của pháp luật.

- Thẩm định báo cáo tình hình kinh doanh, báo cáo tài chính sáu tháng và cả năm của Công ty, báo cáo đánh giá công tác quản lý của Hội đồng Quản trị; Thẩm định các Tài liệu họp Đại hội đồng cổ đông;
- Giám sát nhằm bảo đảm Công ty tuân thủ quy định của pháp luật, yêu cầu của cơ quan quản lý và quy định nội bộ khác của Công ty.
- Trong năm 2023, Ủy ban Kiểm toán đã họp hai lần để thảo luận các vấn đề thuộc thẩm quyền.
- Năm 2023, Ủy ban Kiểm toán hoạt động không có thù lao.



# Thông tin doanh nghiệp (tiếp theo)

## THÔNG TIN CỔ ĐÔNG



### Cổ đông trong nước

Cơ cấu cổ đông trong nước: 97,94%<sup>1</sup>

### Thông tin chi tiết về cổ đông lớn

Tên cổ đông	Địa chỉ thường trú/ trụ sở chính	Nghề nghiệp/ Ngành nghề hoạt động	Số cổ phiếu	Tỷ lệ % <sup>2</sup>
Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	671.353.145	93,69%

### Cổ đông nước ngoài

Cơ cấu cổ đông nước ngoài: 2,06%<sup>1</sup>

Không có cổ đông lớn nước ngoài

<sup>1</sup> Dựa trên danh sách cổ đông chốt gần nhất ngày 19/7/2023 và tổng số cổ phần đang lưu hành tại ngày 31/12/2023.

<sup>2</sup> Dựa trên tổng số cổ phần đang lưu hành tại ngày 31/12/2023.

# ĐỊNH NGHĨA THUẬT NGỮ/TỪ VIẾT TẮT

<b>CBCNV</b>	Cán bộ công nhân viên	<b>MNC</b>	Công ty đa quốc gia
<b>CDN</b>	Công ty Cổ phần Café De Nam	<b>MSI</b>	Công ty TNHH Một thành viên công nghiệp Masan
<b>Cholimex</b>	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	<b>MTV</b>	Một thành viên
<b>CP</b>	Cổ phần	<b>NETCO</b>	Công ty Cổ phần Bột giặt Net
<b>ESG</b>	Môi trường - Xã hội - Quản trị	<b>Nước khoáng Quảng Ninh</b>	Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh
<b>GDP</b>	Tổng sản phẩm quốc nội	<b>R&amp;D</b>	Nghiên cứu và phát triển sản phẩm
<b>GHG</b>	Ban kiểm kê khí thải nhà kính quốc gia	<b>SG&amp;A</b>	Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp
<b>GRI</b>	Tiêu chuẩn sáng kiến báo cáo toàn cầu	<b>CAGR</b>	Tăng trưởng kép
<b>HĐQT</b>	Hội đồng Quản trị	<b>Tập đoàn hay Công ty</b>	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
<b>HORECA</b>	Điểm bán hàng tại khách sạn, nhà hàng và căn tin	<b>TGD</b>	Tổng Giám đốc
<b>HPC</b>	Hàng hóa mỹ phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình	<b>TNHH</b>	Trách nhiệm hữu hạn
<b>HR</b>	Bộ phận nhân sự	<b>Tp.</b>	Thành phố
<b>IFC</b>	Tổ chức Tài chính Quốc tế	<b>TP.HCM</b>	Thành phố Hồ Chí Minh
<b>IPCC</b>	Ban liên chính phủ về khí thải	<b>USD</b>	Đô la Mỹ
<b>Masan hay Công ty</b>	Thuật ngữ chung nói về Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, bao gồm Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan và các công ty con	<b>UN SDGs</b>	Mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hiệp Quốc
<b>Masan Consumer hay MSC</b>	Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, được đổi tên từ Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San	<b>Vinacafé Biên Hòa</b>	Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
<b>Masan Consumer Holdings</b>	Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	<b>Vinacafé</b>	Thương hiệu cà phê của Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
<b>MHG</b>	Công ty TNHH Masan HG	<b>Vĩnh Hảo</b>	Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo
		<b>VND</b>	Đồng Việt Nam
		<b>WCM</b>	Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại Tổng hợp WinCommerce

# LIÊN HỆ

---

## Công ty Cổ Phần Hàng tiêu Dùng Masan

Tên tiếng Anh	:	MASAN CONSUMER CORPORATION
Tên viết tắt	:	MSC hoặc MASAN CONSUMER CORP.
Trụ sở chính	:	23 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại	:	+84 902 662 660
Website	:	<a href="http://www.masanconsumer.com">www.masanconsumer.com</a>
Mã số thuế	:	0302017440
Vốn điều lệ	:	Vốn điều lệ tại ngày 31/12/2023 là 7.274.618.790.000 VND (Bảy nghìn hai trăm bảy mươi bốn tỷ, sáu trăm mười tám triệu, bảy trăm chín mươi ngàn đồng)
		Vốn điều lệ tại ngày 31/1/2024 là 7.284.225.440.000 VND (Bảy nghìn hai trăm tám mươi bốn tỷ, hai trăm hai mươi lăm triệu, bốn trăm bốn mươi ngàn đồng)





## **CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN**

23 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam  
T: +84 902 662 660 | F: +84 28 3810 9463 | [www.masanconsumer.com](http://www.masanconsumer.com)

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 3 năm 2024  
**XÁC NHẬN CỦA ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CÔNG TY**  
**CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ**

