



TOGETHER

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN 2016

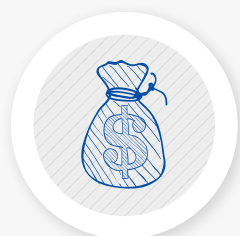


BẢNG THÀNH TÍCH 2016



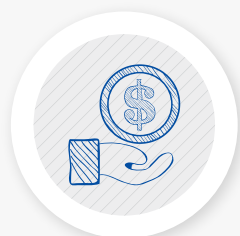
LỢI NHUẬN THUẦN NĂM 2016

2.791 TỶ ĐỒNG



TỔNG TÀI SẢN TẠI NGÀY 31/12/2016

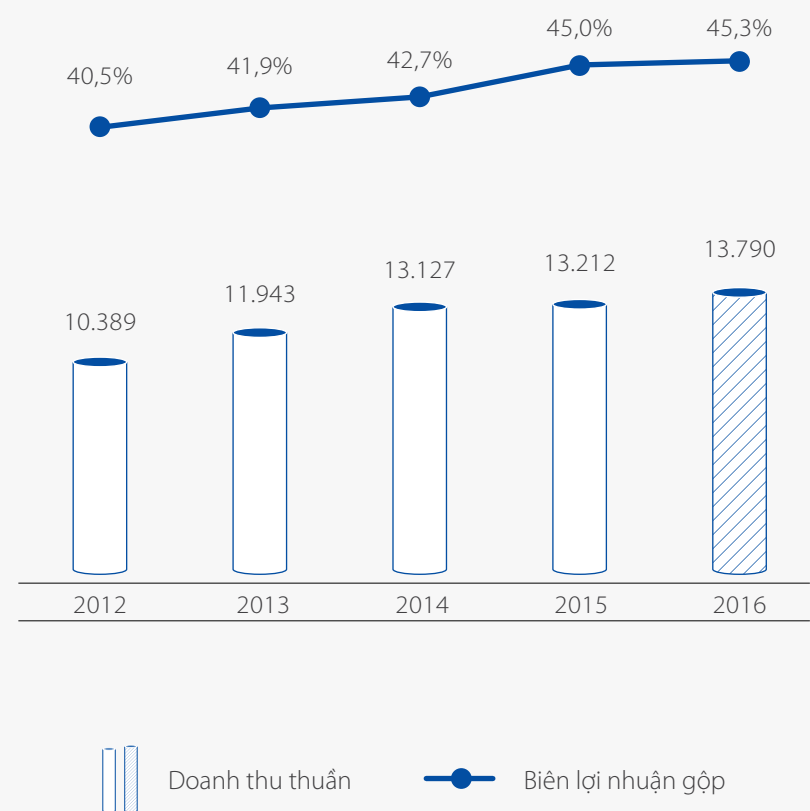
17.378 TỶ ĐỒNG



SỐ DƯ TIỀN TẠI NGÀY 31/12/2016 ⁽¹⁾

8.647 TỶ ĐỒNG

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



MỤC LỤC

04
THƯ NGỎ CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC

16
CÂU CHUYỆN CỦA
MASAN CONSUMER

50
BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH

66
BÁO CÁO TÀI CHÍNH

130
THÔNG TIN DOANH NGHIỆP

1

THỊ PHẦN
NƯỚC MẮM, NƯỚC TƯƠNG,
TƯƠNG ỚT VÀ CÀ PHÊ⁽²⁾

2

THỊ PHẦN
THỰC PHẨM TIỆN LỢI⁽²⁾

98%

HỘ GIA ĐÌNH VIỆT NAM CÓ ÍT NHẤT
MỘT SẢN PHẨM CỦA MASAN⁽²⁾

(1) Bao gồm tiền gửi ngắn hạn | (2) Nielsen, Kantar Worldpanel.



Kính gửi Cộng đồng Masan,

“TẠI MASAN, CHÚNG TA THƯỜNG HAY CHIA SẺ VỚI NHAU RẰNG: “NẾU BẠN MUỐN ĐI NHANH, BẠN CÓ THỂ ĐI MỘT MÌNH. NHƯNG NẾU BẠN MUỐN ĐI XA, THÌ PHẢI ĐI CÙNG NHAU.” LÝ DO MÀ CHÚNG TA THƯỜNG HAY NÓI VỚI NHAU CÂU NÀY LÀ VÌ TẠI MASAN CONSUMER CHÚNG TA MUỐN TẠO NÊN SỰ KHÁC BIỆT: CHÚNG TA VỪA MUỐN ĐI NHANH ĐỒNG THỜI CŨNG MUỐN ĐI XA, VÀ MUỐN ĐẠT ĐẾN MỤC TIÊU NÀY CÙNG NHAU. CHÚNG TA MUỐN GỬI GẮM ĐIỀU GÌ KHI ĐỀ CẬP ĐẾN THÔNG ĐIỆP “CÙNG NHAU” VÀ TẠI SAO LẠI CHỌN THÔNG ĐIỆP NÀY CHO TẦM NHÌN 2020 CỦA CHÚNG TA.”

TOGETHER

Đó là vì những thành tựu của Masan chúng ta phụ thuộc rất nhiều vào sự đồng lòng, hỗ trợ của các bên liên quan và mỗi bên đều đóng vai trò quan trọng khác nhau cho sự tăng trưởng của tập thể chúng ta. “Cùng nhau” có nghĩa là chúng ta đặt niềm tin tuyệt đối vào việc xây dựng mối quan hệ “win-win”, cùng nhau chiến thắng với các thành viên trong Cộng đồng Masan:

Cùng với người tiêu dùng: Masan Consumer tự hào luôn đặt người tiêu dùng làm trọng tâm trong tất cả các hoạt động của chúng ta. Cách tiếp cận này giúp chúng ta tạo ra những sản phẩm sáng tạo, có thương hiệu, được người tiêu dùng tin yêu. Nhờ vậy, hơn 98% các hộ gia đình Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan. Trong năm 2017, chúng ta kỳ vọng vào việc ra mắt các sản phẩm mới có thể đáp ứng nhiều hơn các nhu cầu hằng ngày của người tiêu dùng, đồng thời đáp ứng mô hình 3A của chúng ta (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 tuyệt đối.

Cùng với tập thể nhân viên: Nhân viên là tài sản quý giá nhất của Công ty và chúng ta phấn đấu mỗi ngày để Masan Consumer trở thành nơi làm việc tốt nhất và ngày càng chuyên nghiệp. Xa hơn nữa, chúng ta không ngừng nỗ lực để đảm bảo từng người nhân viên trong gia đình Masan có thể cùng chia sẻ tầm nhìn và tự hào về những thành tựu, mục tiêu của Công ty.

Cùng với các cổ đông: Trong hơn ba năm qua, chúng ta đã chi trả 11.776 tỷ đồng cổ tức bằng tiền mặt cho các cổ đông và dự kiến xin ý kiến cổ đông về việc chấp thuận chi trả thêm 2.341 tỷ đồng cổ tức bằng tiền mặt cho năm 2017.

Cùng với các đối tác: Khi chúng ta trở thành một trong những Công ty hàng đầu Việt Nam về thực phẩm và đồ uống, kết quả tất yếu là các đối tác của chúng ta, từ nhà cung cấp đến nhà phân phối, cũng đã phát triển lớn mạnh cùng với chúng ta trong suốt những năm qua. Năm 2017, chúng ta sẽ tăng cường phối hợp chặt chẽ với các đối tác để mang lại sự tăng trưởng bền vững, đặc biệt là nâng cao hệ thống phân phối, bán hàng hiệu quả và bền vững hơn. Chúng ta cũng sẽ tiếp tục đồng hành cùng đối tác chiến lược Singha Asia để cùng nhau phụng sự người tiêu dùng In-land ASEAN.

Cùng với cộng đồng: Chúng ta cam kết nâng cao chất lượng cộng đồng tại những địa bàn mà chúng ta hoạt động bao gồm: Bình Dương, Phú Quốc, Hải Dương, Đồng Nai, Bình Thuận, Ninh Thuận, Nghệ An và Quảng Ninh... Không chỉ ưu tiên tuyển dụng nhân sự địa phương nhằm giúp người dân cải thiện thu nhập, Masan Consumer còn đầu tư vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng và nhà máy nhằm mang đến những lợi ích thiết thực cho cộng đồng địa phương. Chúng ta cũng cam kết thực thi các biện pháp bảo vệ môi trường nghiêm ngặt nhất. Đây là lần đầu tiên chúng ta chia sẻ những hoạt động liên quan đến việc phát triển bền vững và các đóng góp cho cộng đồng trong nội dung Báo cáo thường niên.

Cùng với Việt Nam: Chúng ta tự hào là công ty Việt Nam, phụng sự người tiêu dùng Việt Nam. Khi chúng ta mở rộng hoạt động kinh doanh sang các nước láng giềng và các quốc gia khác, chúng ta luôn nhất quán với cam kết tạo ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu và khẩu vị đặc thù địa phương bằng các sáng kiến đột phá cho từng thị trường như cách chúng ta đã làm với nước mắm “Chin-su Yod Thong” tại Thái Lan. Chúng ta cũng tin rằng thành công của chúng ta trong việc mở rộng thị trường tại nước ngoài sẽ trở thành niềm tự hào chung của người Việt Nam, khi có một công ty đại diện cho quốc gia của mình có thể chiến thắng trên đấu trường quốc tế. Chúng ta cũng vô cùng vui mừng khi đã giới thiệu được sản phẩm “quốc hồn quốc túy” như nước mắm và cà phê Việt Nam đến bạn bè thế giới, như là người truyền bá văn hóa ẩm thực Việt.

THƯ NGỎ CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC (TIẾP THEO)

Tuy nhiên, để một tổ chức lớn như chúng ta có thể đi nhanh và đi xa hơn cùng nhau là điều không dễ dàng, điều đó đòi hỏi chúng ta phải thực thi cực kỳ xuất sắc và quản lý rủi ro hiệu quả. Trong những năm vừa qua, quá trình tăng trưởng của chúng ta đã gặp phải nhiều thách thức buộc chúng ta phải có các kế hoạch giải quyết trong năm 2017. Đó cũng là những động thái hướng đến sự phát triển bền vững và cam kết của chúng ta trong việc duy trì mối quan hệ hợp tác “win-win” với tất cả các bên.

Cụ thể, những mục tiêu chúng ta phải chiến thắng trong năm 2017 là:

- » Thúc đẩy bán hàng đến người tiêu dùng. Thước đo của chúng ta cho mục tiêu này là việc gia tăng thị phần và doanh số bán ra cho người tiêu dùng chứ không chỉ đơn thuần là vì báo cáo tài chính tốt hơn;
- » Phát triển mô hình phân phối vững mạnh và bền vững hơn bằng việc điều chỉnh hàng tồn kho để cân đối cung và cầu thị trường, chúng ta cũng tối ưu hóa chi phí bán hàng, nâng cao hiệu suất quản lý và vận hành;
- » Chuyển đổi một cách chiến lược nhằm ít phụ thuộc vào mô hình thúc đẩy bán hàng đến nhà phân phối qua các chương trình khuyến mãi mà tập trung nhiều hơn vào đầu tư xây dựng thương hiệu mạnh nhằm thu hút người tiêu dùng;
- » Làm nhiều hơn với chi phí thấp hơn, hay còn gọi là mô hình “Fit to Growth”: trong một thị trường với giá cả nguyên vật liệu đầu vào tăng, chúng ta phải đảm bảo việc vận hành hiệu quả nhằm giảm thiểu chi phí, giúp Masan Consumer có thể đầu tư nhiều hơn vào xây dựng thương hiệu và đưa ra các sáng kiến đột phá. Điều này đòi hỏi tất cả các phòng ban trong Công ty phải phối hợp và đồng lòng cùng thực hiện;
- » Tập trung vào các ngành hàng hiện có: trong quá trình không ngừng nghiên cứu những ngành hàng mới để phục vụ người tiêu dùng tốt hơn, Masan Consumer vẫn ưu tiên thúc đẩy tăng trưởng những ngành hàng vốn có vẫn còn tiềm năng tăng trưởng, cũng như các thách thức phải được lưu tâm. Chúng ta sẽ tập trung vào việc tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng của ngành hàng chủ chốt là nước mắm, giành lại thị phần trong ngành thực phẩm tiện lợi bằng việc củng cố hai nhãn hàng Omachi và Kokomi, đặt mục tiêu chiếm lĩnh 51% thị phần cả phê hòa tan, thúc đẩy tăng trưởng trong ngành hàng đồ uống đóng chai và xây dựng ngành thực phẩm chế biến.

5 mục tiêu phải chiến thắng vừa đề cập thật sự không dễ dàng, nhưng với tâm thế hướng đến mục tiêu năm 2020, tôi cho rằng đây không phải là một giấc mơ xa vời. Với mục tiêu đạt 5 tỷ USD doanh thu năm 2020, trong đó một nửa doanh thu đến từ lĩnh vực đồ uống và 30% từ thị trường nước ngoài, tôi tin rằng chúng ta có thể đạt được mục tiêu lớn này nếu có được sự đồng tâm hiệp lực, cùng nhau làm việc hết sức mình để hoàn thành 5 mục tiêu trên.

Con tàu Masan đang trên hành trình tiến đến năm 2020 và tất cả chúng ta đều cùng đồng hành trên hành trình này. Với gia đình Masan, cá nhân tôi cảm thấy rất vinh dự có được những đồng sự đầy đam mê trên hành trình ý nghĩa này. Hãy đi xa hơn những gì chúng ta mong đợi như một tổ chức lớn. Hãy đi xa hơn những gì được trông đợi như một nhân viên đầy chí tiến thủ. Hãy hành động bằng cả trái tim. Hãy làm điều đúng và tốt nhất để thật sự mang đến lợi ích cho cộng đồng. Đó là lý do chúng ta có mặt tại Masan, và đó cũng là điều hàng triệu người tiêu dùng đặt niềm tin và kỳ vọng vào chúng ta.

Xin cho tôi gửi lời cảm ơn chân thành đến Cộng đồng Masan, từ các đối tác đến các cổ đông vì sự hỗ trợ tuyệt vời của các bạn. Trên tất cả, xin cho tôi gửi lời tri ân đến hàng triệu người tiêu dùng đã và đang lựa chọn các sản phẩm của chúng tôi cho bản thân và gia đình. Chúng tôi luôn mong muốn sẽ tiếp tục tìm ra những phương cách mới để phục vụ các bạn ngày một tốt hơn.

Cùng nhau, chúng ta hãy cùng vững tiến trên con đường “doing well by doing good.”

Trân trọng,



Seokhee Won
Tổng Giám Đốc

Ngày 01/04/2017

Masan
consumer

TOGETHER

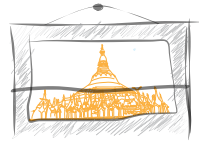
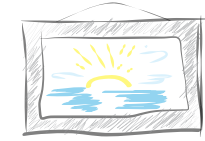
KUMHO ASIANA PLAZA



Cùng với **người tiêu dùng**

Chúng ta tìm hiểu nhu cầu cơ bản hằng ngày để giới thiệu các sản phẩm chất lượng với giá cả hợp lý.





Cùng với gia đình Masan

Chúng ta sẽ biến giấc mơ lớn thành hiện thực.
Tất cả gia đình Việt Nam có tất cả sản phẩm của
Masan và mỗi gia đình "In-land ASEAN" có ít nhất
một sản phẩm của Masan.



4.625

CÁN BỘ NHÂN VIÊN

**ĐỨNG THỨ 10 TRONG NGÀNH FMCG
CỦA TOP 100 NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM**



Cùng với cộng đồng

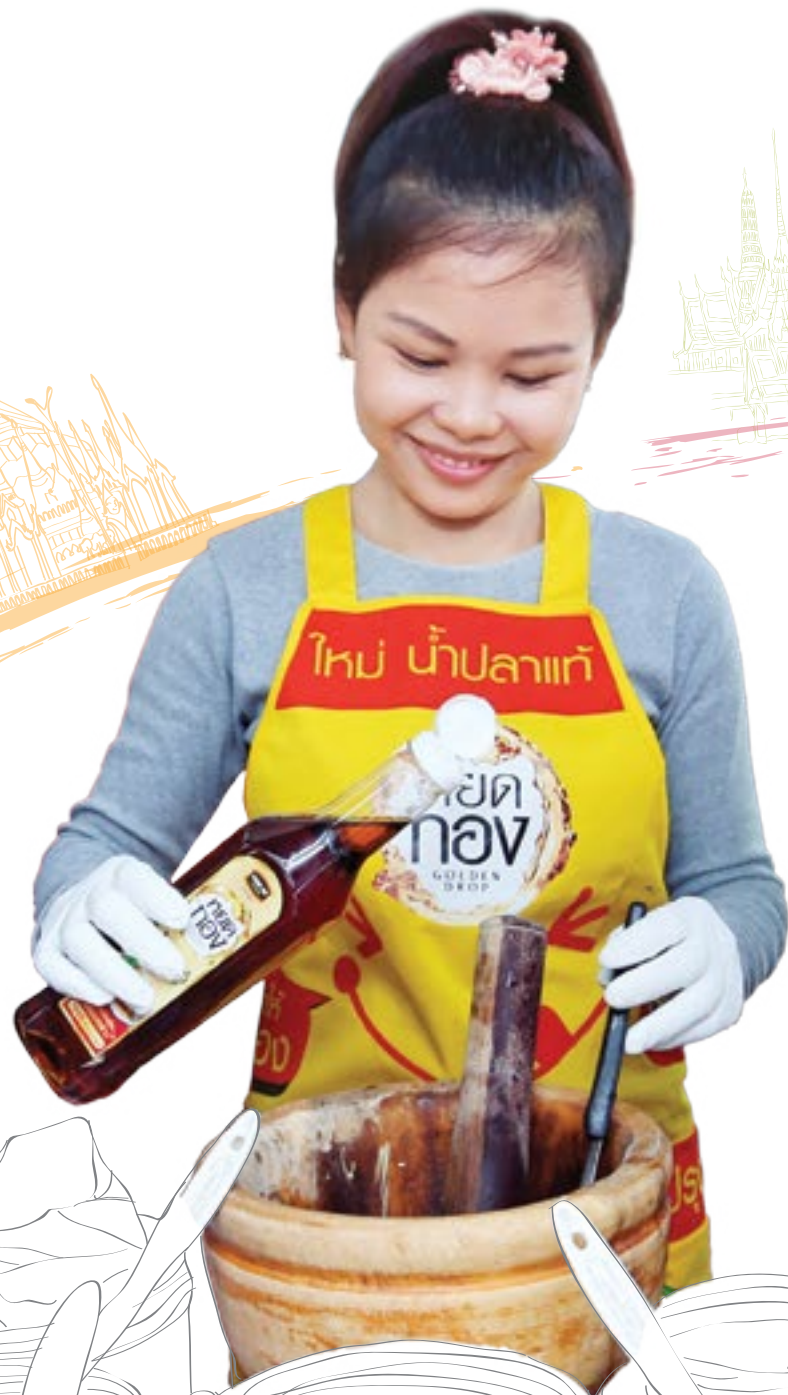
Chúng ta thực hiện sứ mệnh “doing well by doing good”.



Cùng với đối tác

Chúng ta nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng trong In-land ASEAN mỗi ngày.

Bước chân nhỏ đầu tiên
phụng sự 250 triệu người tiêu dùng
In-land ASEAN



MASAN CONSUMER LÀ MỘT TRONG NHỮNG CÔNG TY SẢN XUẤT THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG HÀNG ĐẦU VIỆT NAM. TRIẾT LÝ KINH DOANH CỦA MASAN CONSUMER LÀ “HẰNG NGÀY, CHÚNG TA NÂNG CAO ĐỜI SỐNG VẬT CHẤT VÀ TINH THẦN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT NAM”.



Masan Consumer là một trong những công ty sản xuất thực phẩm và đồ uống hàng đầu Việt Nam. Triết lý kinh doanh của Masan Consumer là “Hằng 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 hằng ngày của người tiêu dùng Việt, mang lại các sản phẩm chất lượng, và giá cả hợp lý cho tất cả người tiêu dùng Việt Nam. 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 tập trung vào khu vực nông thôn, nơi có gần 70% dân số Việt Nam đang sinh sống. Hằng ngày, họ phải chi trả một nửa thu nhập của mình cho các mặt hàng tiêu dùng cơ bản như thịt, thực phẩm và đồ uống, trong khi các sản phẩm mà họ tiêu thụ không 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 tất cả mọi người.

Năm 2016, Masan Consumer đã tung ra một sản phẩm đột phá “Chin-su Yod Thong”, sản phẩm được nghiên cứu và sản xuất độc quyền cho người tiêu dùng Thái Lan.

Ngày nay, chúng tôi không chỉ phục vụ 90 triệu người tiêu dùng Việt Nam, mà còn ấp ủ một giấc mơ to lớn hơn là “phụng sự 250 triệu người tiêu dùng In-land ASEAN”, gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào. Năm 2016, Masan Consumer đã tung ra một sản phẩm đột phá “Chin-su Yod Thong”, sản phẩm được nghiên cứu và sản xuất độc quyền cho người tiêu dùng Thái Lan. Sự kiện này đã đánh dấu bước chân đầu tiên của chúng tôi trên con đường khai phá tiềm năng to lớn của thị trường In-land ASEAN.

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. Một trong những cột mốc quan trọng của Masan Consumer là việc thành lập Công ty Cổ phần Công nghiệp – Thương mại Ma San (“MST”) vào tháng 8/2003, với tổng vốn điều lệ là 28,5 tỷ đồng. Sự kiện này đánh dấu bước tiến mạnh mẽ đầu tiên của Masan vào thị trường nội địa thông qua việc mở rộng năng lực sản xuất và cung cấp hàng hóa cho thị trường trong nước. Đến nay, Masan Consumer đã trở thành một công ty thực phẩm và đồ uống có giá trị vốn hóa thị trường hàng tỷ đô la với danh mục các thương hiệu,

98%

người tiêu dùng Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan ⁽¹⁾

Phụng sự
250

triệu người tiêu dùng In-land ASEAN

sản phẩm đa dạng và đáng tin cậy. Sản phẩm của chúng tôi bao gồm nước tương, nước mắm, tương ớt, mì ăn liền, cháo, xúc xích, cà phê hòa tan, ngũ cốc dinh dưỡng và nước uống đóng chai. Chúng tôi cũng có mạng lưới phân phối rộng khắp Việt Nam, và kết quả là có 98% người tiêu dùng Việt Nam có ít nhất một sản phẩm của Masan (Kantar Worldpanel).

Năm 2016, chúng tôi đã tiếp tục phát triển danh mục sản phẩm của mình theo tiêu chí có lợi cho sức khỏe, sáng tạo, chất lượng cao với giá cả hợp lý



(1) Kantar Worldpanel.

MỤC TIÊU CỦA MASAN CONSUMER CHO NĂM 2020 LÀ TẤT CẢ CÁC GIA ĐÌNH VIỆT CÓ TẤT CẢ CÁC SẢN PHẨM CỦA MASAN VÀ TẤT CẢ CÁC GIA ĐÌNH IN-LAND ASEAN CÓ ÍT NHẤT MỘT SẢN PHẨM CỦA MASAN.



Masan cũng sẽ trở thành công ty hàng tiêu dùng hàng đầu Việt Nam bằng cách tập trung vào một số chiến lược then chốt.

CHIẾN LƯỢC THỰC THI ĐỘT PHÁ

1

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 tuyệt đối. 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.

2

Đối với những ngành hàng mà chúng tôi đã dẫn đầu thị trường, chúng tôi khuyến khích người tiêu dùng chuyển sang sử dụng các sản phẩm trung và cao cấp hơn thông qua những sáng kiến đổi mới giúp tăng giá trị sản phẩm.

3

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 2020.

4

Đẩy mạnh hoạt động bán hàng tại thị trường In-land ASEAN bằng việc hợp tác với các đối tác địa phương, nâng mục tiêu doanh thu từ các thị trường nước ngoài lên 30% trong tổng doanh thu của Công ty vào năm 2020.

5

Củng cố thương hiệu mạnh và tận dụng thương hiệu cao cấp để tối ưu hóa chi phí marketing.

6

Trở thành nhà tuyển dụng hàng đầu và là nơi nuôi dưỡng, phát triển tài năng.

CHIẾN LƯỢC QUẢN LÝ TÀI CHÍNH CHẶT CHẼ

1

Chiến lược "Làm ít hơn nhưng phải lớn hơn", nhằm tập trung vào một số các cơ hội đầu tư giúp cải thiện cuộc sống của nhiều người và bảo toàn nguồn lực nhằm đầu tư dài hạn.

2

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.

3

Áp dụng mô hình "giao hàng thu tiền ngay", cho phép chúng tôi tối ưu hóa vị thế vốn lưu động và hỗ trợ tăng trưởng.

NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ



XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU MẠNH

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.

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 hằng 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 ngành hàng mì ăn liền, chúng tôi chiếm vị trí số một trong phân khúc cao cấp.

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 những 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 hóa 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, Komi, Cao Bồi, Woa! Ngon, Vinacafé, Wake-Up, Phinn, Café de Nam, Vinh Hào, Lemona, Quang Hanh và Faith, 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. Công ty liên kết của chúng tôi, Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex, được chúng tôi mua lại tỷ lệ cổ phần đáng kể vào cuối năm 2014, cũng có các thương hiệu nước chấm và gia vị nổi tiếng với sự hiện diện mạnh mẽ tại các kênh hàng quán. Nhìn chung, nhiều thương hiệu của chúng tôi là những mặt hàng bán chạy nhất trong các ngành hàng tương ứng.

Trong năm 2016, Vinacafé Biên Hòa được Brand Finance công nhận là một trong những công ty có "Giá trị thương hiệu vô hình lớn nhất" tại Việt Nam, và đã được đưa vào danh sách "50 Thương hiệu có Giá trị nhất" của Việt Nam vào tháng 12. Mạng kinh doanh cà phê của chúng tôi cũng giành được giải thưởng "Hàng Việt Nam chất lượng cao" 20 năm liên tiếp của báo Thế giới Tiếp thị.

Vinh Hào, thương hiệu nước khoáng đóng chai của chúng tôi với di sản từ năm 1928, cũng nhận được giải thưởng "Hàng Việt Nam chất lượng cao" lần thứ 20 liên tiếp từ báo Thế giới Tiếp thị.

Vào cuối năm 2016, Masan Consumer sở hữu 8 thương hiệu với doanh thu hơn 500 tỷ đồng. Một số thương hiệu của Masan Consumer được bình chọn là thương hiệu được lựa chọn nhiều nhất tại khu vực nông thôn và đứng thứ hai ở khu vực thành thị (Kantar Worldpanel).

Sở hữu thương hiệu **500** tỷ đồng với doanh thu hơn **500** tỷ đồng cuối năm 2016



Thị phần năm 2016



Nguồn: Nielsen 2016, ước tính của Công ty

SÁNG TẠO ĐỘT PHÁ “MASAN WAY”

“ CHÚNG TÔI ĐÃ ĐẦU TƯ KHOẢNG 3 TRIỆU USD ĐỂ XÂY DỰNG TRUNG TÂM NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM ĐẲNG CẤP THẾ GIỚI TẠI BÌNH DƯƠNG VỚI CÔNG NGHỆ VÀ MÁY MÓC TIÊN TIẾN NHẤT. VỚI KHOẢN ĐẦU TƯ NÀY, CHÚNG TÔI TỰ HÀO KHI SỞ HỮU MỘT TRONG NHỮNG TRUNG TÂM R&D VỀ THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG LỚN NHẤT TẠI VIỆT NAM. ”



50
TRIỆU NGƯỜI

TIÊU DÙNG VIỆT NAM ĐÃ TIN DÙNG
THƯƠNG HIỆU NƯỚC MẮM NAM NGƯ⁽¹⁾

Để đáp ứng những nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn của người tiêu dùng, chúng tôi phải có trí tưởng tượng để nhìn thị trường theo những góc nhìn mới, liên tục đổi mới sáng tạo, nắm bắt các cơ hội thích hợp nhằm chuyển đổi toàn bộ ngành hàng. Do đó, đội ngũ Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm (R&D) của chúng tôi đã dành hết công sức để tạo ra các sản phẩm chất lượng, các sáng kiến đột phá để chinh phục người tiêu dùng. Chúng tôi cũng đặc biệt quan tâm đến việc thúc đẩy tăng năng suất nhằm tạo ra các sản phẩm với giá cả hợp lý.

Chúng tôi đã đầu tư khoảng 3 triệu USD để xây dựng Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm đẳng cấp thế giới tại Bình Dương với công nghệ và máy móc tiên tiến nhất. Với khoản đầu tư này, chúng tôi tự hào khi sở hữu một trong những trung tâm R&D về thực phẩm và đồ uống lớn nhất tại Việt Nam.

Đội ngũ R&D nội bộ của chúng tôi có 75 nhân viên, cùng làm việc chặt chẽ với đội ngũ marketing. Chúng tôi phát triển trung bình 30 sản phẩm mới mỗi năm, trực tiếp đánh giá mức độ chấp nhận của thị trường cho từng sản phẩm, làm cơ sở để phát triển các thương hiệu thành công tiếp theo, như mì Omachi với nước sốt spaghetti được giới thiệu vào năm 2010 nhắm đến khách hàng phân khúc cao cấp là một trường hợp điển hình. Năng lực đổi mới sáng tạo của Masan Consumer đã được chứng minh qua sự phát triển thành công nhiều sản phẩm mới như mì ăn liền có sợi mì dai và giải pháp pha cà phê hương vị Việt Nam bằng phin điện lần đầu tiên được giới thiệu trên thế giới.

Gia vị là tinh túy của văn hóa ẩm thực Việt Nam. Mục tiêu của Masan là phát triển các sản phẩm gia vị an toàn, ngon và giá cả hợp lý vì được sử dụng hằng ngày trong hầu hết các bữa ăn của người Việt. Công nghệ chế biến của chúng tôi đảm bảo rằng nước tương do chúng tôi sản xuất không chứa chất 3-MCPD, một tác nhân hóa học độc hại. Nước mắm Chin-su và Nam Ngư của chúng tôi không hề có vi khuẩn và được tiệt trùng kép với quy trình sản xuất hoàn toàn tự động.

Quan trọng hơn, sản phẩm tốt hơn phải đồng nghĩa với ngon hơn. Chúng tôi rất tự hào khi biết rằng hơn 50 triệu người tiêu dùng Việt Nam đã tin dùng thương hiệu nước mắm Nam Ngư trong các bữa ăn hằng ngày. Cuối năm 2016, chúng tôi đã đặt bước chân đầu tiên trên con đường phụng sự 250 triệu người tiêu dùng ở thị trường In-land ASEAN thông qua việc tung nước mắm Chin-su Yod Thong ở Thái Lan với sự hỗ trợ của đối tác chiến lược Singha. Sau thời gian nghiên cứu và phát triển kéo dài bảy tháng để tìm ra tinh túy của nước mắm Thái Lan, Masan đã phát triển được loại nước mắm có khả năng đáp ứng khẩu vị của người tiêu dùng Thái. Theo một khảo sát độc lập, 95% người tiêu dùng và đầu bếp của Thái Lan cho biết họ thích và muốn mua Chin-su Yod Thong, trong đó 75% cho biết họ sẽ thay thế nước mắm hiện tại bằng Chin-su Yod Thong nếu có thể mua ở Thái Lan. Chúng tôi không chỉ giành được sự yêu thích của người tiêu dùng Thái mà còn đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt của Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Thái Lan (FDA Thailand), đây là một minh chứng cho năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm, cũng như cam kết về đảm bảo sản phẩm an toàn sức khỏe của Masan.

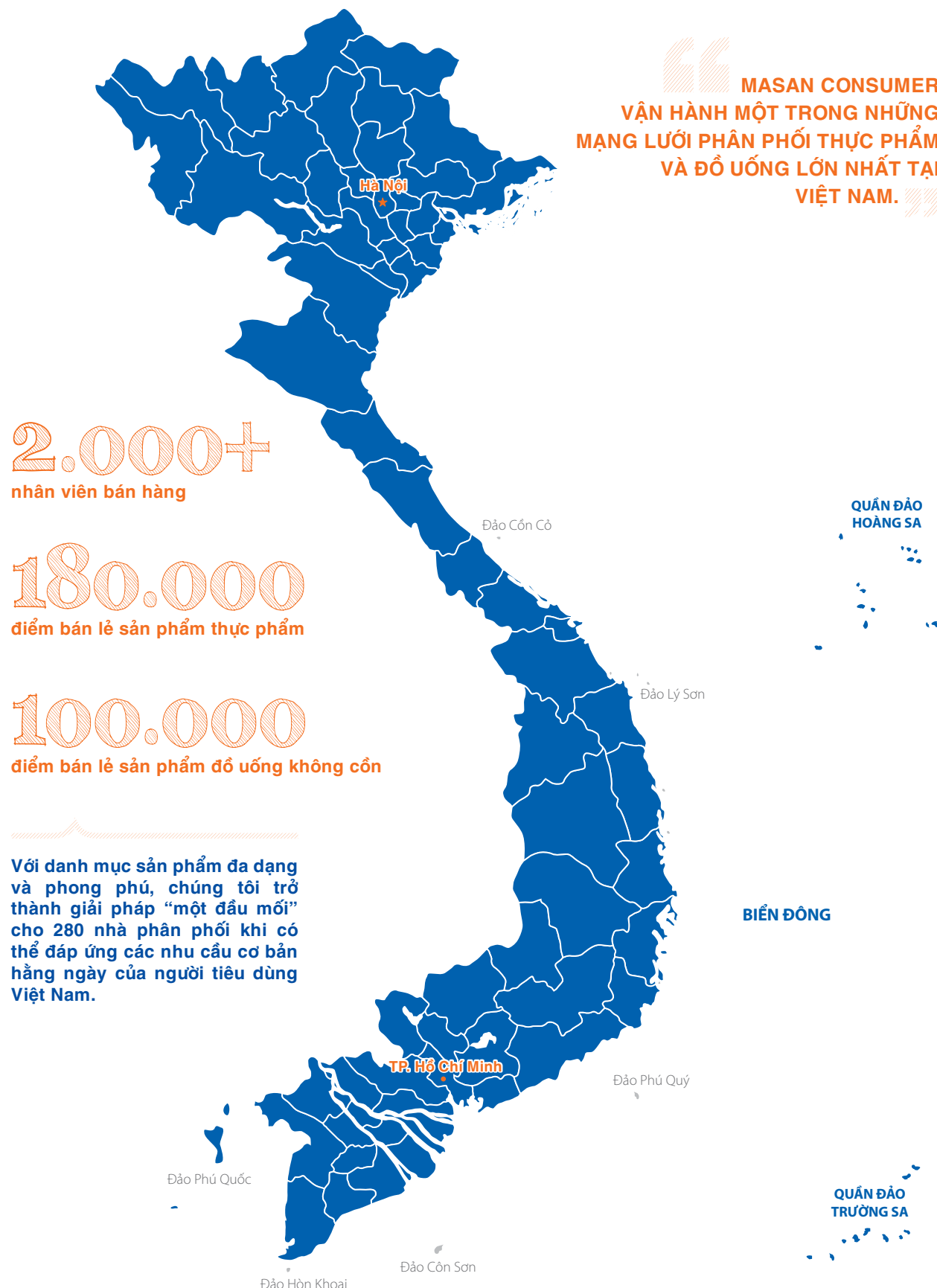
Trong ngành hàng đồ uống, Masan đã giới thiệu đồ uống tăng lực có hương vị cà phê đầu tiên của Việt Nam, Wake-Up 247. Trong tháng 5 năm 2016, chúng tôi đã công bố sản phẩm sáng tạo đột phá mới trong thị trường cà phê Việt Nam với “Phin Điện” Café de Nam. Đây là giải pháp pha chế cà phê đầu tiên trên thế giới có khả năng pha một tách cà phê theo kiểu Việt Nam (“Vietnamo”). Sáng kiến “Phin Điện” Café de Nam được lấy cảm hứng từ bộ lọc cà phê “phin” truyền thống độc đáo của Việt Nam, kết hợp với sự tiện lợi và vệ sinh của nghệ thuật pha chế cà phê đương đại. Chỉ với một viên nén và một thao tác nhấn nút, trong vòng 45 giây, người tiêu dùng đã có thể thưởng thức một tách cà phê 100% chính hiệu theo phong cách Việt Nam.

Vào tháng 8 năm 2016, Masan Consumer đã có một bước chuyển mạnh mẽ trong việc cung cấp các sản phẩm Vinacafé làm từ 100% cà phê nguyên chất mà không sử dụng phụ gia đậu nành. Vinacafé Biên Hòa là công ty đầu tiên tuyên bố cam kết này và đã trở thành người tiên phong trong xu hướng “cà phê thật” ở Việt Nam. Với kinh nghiệm dày dặn của đội ngũ R&D, chúng tôi cũng giới thiệu cà phê hòa tan 3-trong-1 Vinacafé Buôn Mê Thuột được làm từ 100% cà phê Robusta từ Buôn Mê Thuột - thủ phủ cà phê của Việt Nam.

Có thể nói thành công của Masan Consumer cho đến ngày hôm nay bắt nguồn từ niềm đam mê của chúng tôi đối với việc không ngừng đổi mới sản phẩm. Chúng tôi phấn đấu để những nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng ngày càng được đáp ứng tốt hơn, an toàn cho sức khỏe với giá cả phù hợp.

(1) Kantar Worldpanel.

NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (TIẾP THEO)



HIỆN DIỆN MUÔN NƠI CHO TẤT CẢ MỌI NGƯỜI



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 vẫn còn sống ở vùng nông thôn và ngành bán lẻ vẫn phụ thuộc chủ yếu vào kênh bán hàng truyền thống. Kênh bán hàng hiện đại vẫn chiếm tỷ lệ nhỏ, và các kênh bán lẻ vẫn còn phân mảnh.

Sau khi gia nhập ngành hàng đồ uống, chúng tôi đã tích hợp hệ thống phân phối của Vinh Hào và Vinacafé Biên Hòa vào hệ thống phân phối rộng lớn hơn của chúng tôi. Trong quá trình tích hợp, chúng tôi đảm bảo rằng mảng kinh doanh đồ uống của chúng tôi vẫn phát triển đội ngũ bán hàng chuyên biệt của mình, nhờ vậy chúng tôi tung sản phẩm mới ra thị trường một cách hiệu quả hơn, đồng thời giải quyết được các vấn đề phân phối đặc thù của mảng kinh doanh đồ uống.

Nhờ vậy mà 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 đến 180.000 cho sản phẩm thực phẩm và 100.000 cho sản phẩm đồ uống không cồn với hơn 2.000 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.

Với danh mục sản phẩm đa dạng và phong phú, chúng tôi trở thành giải pháp “một đầu mối” cho 280 nhà phân phối khi có thể đáp ứng các nhu cầu cơ bản hàng ngày của người tiêu dùng Việt Nam, cho phép chúng tôi xây dựng mối quan hệ trung thành và thân thiết với các nhà phân phối. Hơn nữa, các trung tâm phân phối của chúng tôi được đặt ở những địa điểm chiến lược có khả năng phân phối các sản phẩm thực phẩm và đồ uống trong ngày đến từng nhà phân phối trên toàn quốc. Điều này cũng mang lại cho chúng tôi khả năng độc đáo trong việc thử nghiệm các sản phẩm mới một cách hiệu quả và tiết kiệm chi phí trên khắp Việt Nam.

Với chiến lược nâng cao năng suất thông qua đổi mới và công nghệ, chúng tôi đã xây dựng nền tảng công nghệ tốt nhất để nâng cao hiệu quả của mạng lưới bán hàng, khả năng tiếp cận các nhà phân phối trên toàn mạng lưới, cũng như hỗ trợ lực lượng bán hàng hiệu quả hơn. Chúng tôi cũng đã triển khai thành công Hệ thống Quản lý Phân phối (“DMS”) hiện đại đến tất cả các nhà phân phối của mình, cho phép chúng tôi truy cập dữ liệu thị trường theo thời gian thực, bao gồm doanh số và hiệu quả điểm bán hàng trên toàn bộ mạng lưới phân phối. Hiện nay, 98% hộ gia đình Việt đều có ít nhất 1 sản phẩm của Masan Consumer trong nhà (Kantar Worldpanel).

NHÀ MÁY SẢN XUẤT ĐẲNG CẤP THẾ GIỚI

“MẠNG LƯỚI NHÀ MÁY ĐẲNG CẤP ĐẶT TẠI NHỮNG ĐỊA BÀN TRỌNG YẾU CHO PHÉP CHÚNG TÔI SẢN XUẤT RA NHỮNG SẢN PHẨM ĐẠT TIÊU CHUẨN CAO NHẤT VỀ VỆ SINH, AN TOÀN THỰC PHẨM CŨNG NHƯ HIỆU SUẤT VỚI CHẤT LƯỢNG ĐỒNG NHẤT. ĐẶC BIỆT, CHÚNG TÔI LÀ CÔNG TY ĐẦU TIÊN TRÊN THẾ GIỚI THIẾT KẾ VÀ XÂY DỰNG DÂY CHUYỀN SẢN XUẤT NƯỚC MẮM HOÀN TOÀN TỰ ĐỘNG.”



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 khách hàng. Niềm tin này thúc đẩy Masan Consumer không ngừng đầu tư xây dựng các cơ sở sản xuất hiện đại để duy trì vị thế hàng đầu của Công ty.

Masan Consumer hiện đang vận hành 11 nhà máy sản xuất ở các địa bàn chiến lược tại 9 tỉnh thành trên cả nước, bao gồm Tp. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Phú Quốc, Hải Dương, Đồng Nai, Bình Thuận, Ninh Thuận, Quảng Ninh và Nghệ An. Các nhà máy đẳng cấp này cho phép chúng tôi sản xuất ra những sản phẩm đạt tiêu chuẩn cao nhất về vệ sinh, an toàn thực phẩm cũng như hiệu suất với chất lượng đồng nhất.

Cuối năm 2015, chúng tôi đã xây dựng và đưa vào vận hành trung tâm sản xuất mới tại Nghệ An, nâng công suất thêm gần 120 triệu lít nước mắm và 600 triệu gói mì ăn liền mỗi năm. Những nhà máy mới này giúp chúng tôi thiết lập mạng lưới sản xuất rộng hơn trên khắp Việt Nam, cắt giảm chi phí phân phối, đáp ứng khẩu vị của từng địa phương và tạo ra hiệu quả nhờ quy mô lớn từ việc áp dụng thiết bị và công nghệ sản xuất tiên tiến nhất mang đẳng cấp thế giới.

Đến cuối năm 2016, Masan Consumer đã sở hữu một trong những mạng lưới sản xuất lớn nhất Việt Nam. Nhờ hiệu quả từ quy mô lớn, chúng tôi hướng đến việc thúc đẩy năng suất để có thể đáp ứng các nhu cầu cơ bản hằng ngày của người tiêu dùng với mức giá phải chăng hơn. Sản phẩm của chúng tôi được bán ở tất cả 63 tỉnh thành. Chúng tôi có 6 trung tâm phân phối trải đều ở cả 3 miền Bắc, Trung, Nam. Nhờ vậy, chúng tôi có thể tối ưu hóa chuỗi cung ứng và tiếp cận khách hàng trên khắp Việt Nam một cách hiệu quả nhất.



NỀN TẢNG TĂNG TRƯỞNG ĐỘT PHÁ (TIẾP THEO)

Trong bối cảnh mới khi doanh nghiệp phát triển, hoạt động vận hành trở nên phức tạp hơn (từ mua bán & sắp nhập, ra mắt sản phẩm mới, gia nhập ngành hàng mới...), chúng tôi cần đến những công cụ thích hợp để quản lý sự tăng trưởng và các rủi ro liên quan. Điều này đòi hỏi phải triển khai các phương pháp quản lý hiệu quả nhất, các chính sách kiểm soát nội bộ và nền tảng ERP thông minh chung cho tất cả các bộ phận trong hoạt động vận hành và các công ty con.

Trên cơ sở này, Masan Consumer đã triển khai thành công Hệ thống Quản lý Tài nguyên Doanh nghiệp Oracle ERP R12 và áp dụng Nền tảng Kinh doanh Điện tử (EBS) vào hoạt động từ tháng 9/2014. Tất cả các công ty con của Masan Consumer đã kết nối thành công đến Hệ thống ERP chung để quản lý kế toán, tài chính và chuỗi cung ứng.

Tháng 1/2017, Trung tâm nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới của chúng tôi đã chính thức đi vào hoạt động. Với khoản đầu tư gần 3 triệu USD, cơ sở này được trang bị công nghệ và máy móc hiện đại nhất. Trung tâm R&D gồm 3 tầng với phòng thí nghiệm, phòng ăn, phòng thử nghiệm và khu vực làm việc. Với mức đầu tư này, chúng tôi có thể tự hào nói rằng đây là một trong những trung tâm R&D lớn nhất Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống.



MASAN CONSUMER ĐƯỢC LÃNH ĐẠO BỞI CÁC CHUYÊN GIA TÀI NĂNG TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC, ĐÃ TỪNG CÓ THÀNH TÍCH TRONG VIỆC XÂY DỰNG NỀN TẢNG KINH DOANH BỀN VỮNG VÀ CÁC THƯƠNG HIỆU MANG TÍNH BIỂU TƯỢNG TẠI CÁC THỊ TRƯỜNG MỚI NỔI. NHIỀU LÃNH ĐẠO CỦA CHÚNG TÔI CŨNG ĐỒNG THỜI LÀ CÁC CỔ ĐÔNG ỦNG HỘ VĂN HÓA DOANH NHÂN VỚI TINH THẦN “NÓI ĐƯỢC LÀM ĐƯỢC”. ĐỂ TIẾP TỤC PHÁT HUY NHỮNG THÀNH TÍCH ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC, MASAN SẼ NỔ LỰC HẾT MÌNH ĐỂ TRỞ THÀNH NƠI LÀM VIỆC ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT VIỆT NAM, XÂY DỰNG VĂN HÓA ĐAM MÊ PHỤNG SỰ VÀ ĐẶT NGƯỜI TIÊU DÙNG LÀM TRỌNG TÂM.

ĐỘI NGŨ NHÂN SỰ “ĐẶT NGƯỜI TIÊU DÙNG LÀM TRỌNG TÂM”

Chúng tôi tin rằng tài sản quý giá nhất chính là con người. Chúng tôi muốn trở thành nơi thu hút những tài năng và nơi làm việc khiến mọi nhân viên cảm thấy tự hào. Sứ mệnh của chúng tôi không chỉ là cải thiện cuộc sống của người tiêu dùng mà còn phát triển thế hệ doanh nhân lãnh đạo tiếp theo.



Để làm được điều này, Bộ phận Nhân sự tập trung vào bốn lĩnh vực:

- 

Xây dựng đội ngũ nhân sự mạnh và chuyên nghiệp nhằm phục vụ cho sự phát triển của Công ty tại thời điểm hiện tại và trong tương lai.
- 

Xây dựng chiến lược về tổng thu nhập, đảm bảo sự nhất quán giữa mức lương thưởng với thành tích làm việc. Chúng tôi muốn những cá nhân mang lại giá trị cho Công ty sẽ nhận được thành quả tài chính tương xứng. Đó là lý do tại sao chúng tôi cam kết tạo mọi cơ hội cho mỗi cá nhân có điều kiện được đầu tư cho tương lai của mình.
- 

Xây dựng Hệ thống Quản trị Nhân sự đơn giản, dễ sử dụng và mang lại hiệu quả cao. Thông qua đó giúp nhân viên có thể tối ưu hóa năng lực và tiềm năng cá nhân, tập trung cho các hoạt động phát triển Công ty.
- 

Xây dựng văn hóa của những người chiến thắng, của những nhà doanh nhân, nơi luôn đề cao sự hợp tác đồng đội, tinh thần khởi nghiệp.

Trong năm 2016, Bộ phận Nhân sự đã đạt được những bước tiến sau:

- Hoàn thiện và đạt kết quả tốt với mô hình “HR chuyên môn và HR phụ trách riêng cho từng bộ phận phòng ban” và đội ngũ nhân sự thực sự hiểu biết và chia sẻ cùng với hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty;
- Áp dụng hiệu quả quy trình “Đánh giá hiệu quả công việc” đồng nhất trong tất cả các doanh nghiệp của Masan Consumer. Đã có 4.558 nhân viên trong toàn Công ty tham gia hoạt động “Đánh giá hiệu quả công việc” trong năm 2016 vừa qua;
- Tiếp tục tiến hành các hoạt động thu hút nhân tài từ bên ngoài, tuyển mới 1.931 nhân viên; trong đó có 27 người ở cấp quản lý từ các doanh nghiệp nổi tiếng khác trong thị trường (kể cả đa quốc gia và trong nước). Chương trình “Doanh nhân trẻ Masan” tiếp tục được duy trì bằng việc tuyển dụng 8 nhân viên trẻ, có tiềm năng cao để đào tạo và phát triển cho đội ngũ lãnh đạo trong tương lai;
- Tiến hành việc đánh giá đội ngũ nhân viên và tìm ra hơn 150 nhân tài nội bộ. Công ty đã thiết kế chương trình đào tạo, phát triển và nuôi dưỡng đội ngũ nhân tài này để đảm bảo việc đào tạo đội ngũ kế cận và kế hoạch kế thừa cho các vị trí trọng yếu, đã có 76 nhân tài được đề bạt lên vị trí cao hơn hoặc được đảm trách các dự án quan trọng của Masan;
- Tiến hành các hoạt động đẩy mạnh việc giao tiếp 2 chiều giữa Công ty và nhân viên: Các buổi họp Quý và các hoạt động giao lưu chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức. Công ty tiếp tục tiến hành “Khảo sát ý kiến nhân viên” để thu thập ý kiến của nhân viên nhằm tiếp tục thúc đẩy môi trường giao tiếp mở cũng như xây dựng một nơi làm việc và văn hóa doanh nghiệp dành cho người chiến thắng;
- Với “Masan University”, chúng tôi tạo nên một môi trường học hỏi chủ động và thân thiện nơi mà kiến thức, kỹ năng, cách làm việc chuyên biệt và kinh nghiệm của nhiều thế hệ tài năng trong Masan sẽ được tập hợp, sử dụng và chia sẻ một cách rộng rãi cho các thành viên trong tổ chức, qua đó giúp tối đa hóa khả năng phát triển của mỗi cá nhân khi làm việc tại Công ty.
- Trong năm 2016, đã có 74 khóa huấn luyện chuyên biệt với giáo trình được biên soạn gắn liền với thực tiễn và nhu cầu kinh doanh của Masan. Đã có 2.523 lượt học viên là lãnh đạo cao cấp, nhân tài và nhân viên thuộc tất cả các công ty trực thuộc Masan Consumer tham dự. Ngoài ra, Công ty đã tổ chức 30 buổi hội thảo chia sẻ kinh nghiệm để cập đến kiến thức tổng quát, kỹ năng chuyên môn và ngoại ngữ.



Masan Consumer cam kết trở thành nơi làm việc mà các tài năng luôn được nồng nhiệt chào đón và tạo điều kiện để phát huy tối đa tiềm năng của mình. Từ đó, Masan Consumer sẽ đạt được mục tiêu lâu dài một cách bền vững.

#23

Trong 100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam năm 2016 ⁽¹⁾

#10

Những nơi làm việc tốt nhất Việt Nam trong ngành FMCG. ⁽¹⁾

(1) Nguồn: Anphabe



DOING WELL
BY
DOING GOOD

Masan Consumer là một trong những doanh nghiệp FMCG hàng đầu tại Việt Nam. Cam kết của chúng tôi là hằng ngày nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người tiêu dùng Việt với các sản phẩm giá cả hợp lý và có mặt tại mọi nơi. Trên tinh thần đó, chúng tôi đã phấn đấu để trở thành một doanh nghiệp phát triển bền vững với mục tiêu đảm bảo các đối tác đều nhận được lợi ích từ hoạt động kinh doanh của chúng tôi. Cũng như đối với các công ty khác của Tập đoàn Masan, công ty mẹ của chúng tôi, Masan Consumer cũng xác định phát triển bền vững là một phần không thể thiếu trong chiến lược của chúng tôi. Chúng tôi không những mang đến những nhu yếu phẩm mang lại giá trị cho người tiêu dùng mà còn đóng góp vào việc phát triển xã hội và bảo tồn môi trường.

SẢN PHẨM ĐỘT PHÁ

Trong các giá trị cốt lõi tạo nên một Masan hôm nay, niềm tin “doing well by doing good” chính là tôn chỉ thôi thúc những con người có chung niềm tin theo đuổi sứ mệnh của mình.

“ TÀI MASAN, “DOING GOOD” KHÔNG CHỈ ĐƠN THUẦN LÀ LÀM TRÒN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP (CSR) MÀ CÒN LÀ TRÁCH NHIỆM CỦA CHÚNG TÔI NHẪM NÂNG CAO ĐỜI SỐNG VẬT CHẤT VÀ TINH THẦN CỦA NGƯỜI VIỆT THÔNG QUA CÁC SẢN PHẨM VÀ SÁNG KIẾN ĐỘC ĐÁO. ”



Chúng tôi thường trăn trở: Làm sao để người Việt chỉ phải trả một nửa giá cho những nhu cầu thiết yếu hàng ngày? Làm sao trẻ em vùng nông thôn được thưởng thức những sản phẩm tiện lợi đầy đủ dinh dưỡng như bạn bè cùng trang lứa nơi thành thị? Làm sao để thu hẹp khoảng cách về năng suất và chất lượng sản phẩm của Việt Nam với thế giới?

Để tìm lời giải đáp cho những câu hỏi đó, chúng tôi đã không ngừng thách thức bản thân để mang đến những gì tốt nhất cho người tiêu dùng thông qua các sản phẩm đột phá thành công trên thị trường. Masan đã đi tiên phong trong việc phát triển nước tương không chứa chất 3-MCPD và tiếp tục đưa những phát kiến mới vào nước mắm truyền thống Việt Nam để sản phẩm trở nên ngon hơn, sạch hơn khi loại bỏ được vi khuẩn gây hại bằng phương pháp tiệt trùng kép trong một quy trình sản xuất hoàn toàn tự động và khép kín. Sản phẩm cà phê hòa tan không độn đậu nành, sản phẩm “Phin điện” Café de Nam chỉ qua một nút bấm để có 1 ly cà phê đậm, ngon kiểu Việt, hoàn toàn nguyên chất.

Chúng tôi phát triển sản phẩm với quy mô lớn để mang lại giá thành hợp lý cho người tiêu dùng trong tất cả mọi phân khúc sản phẩm.

Với nỗ lực của một tập thể có chung một niềm tin, cho đến hôm nay đã có 98% người tiêu dùng Việt Nam sử dụng ít nhất một sản phẩm của Masan. Giờ đây mục tiêu của chúng tôi đã lớn hơn: tất cả gia đình Việt Nam sẽ sử dụng tất cả các sản phẩm của Masan và tất cả các hộ gia đình In-land ASEAN sử dụng ít nhất một sản phẩm của Masan vào năm 2020.

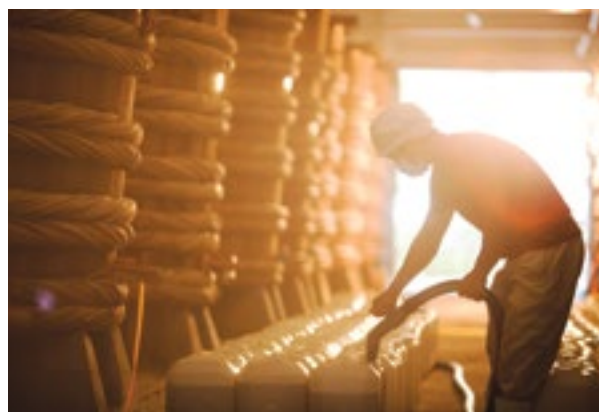


MUA HÀNG **CÓ TRÁCH NHIỆM**



Nguyên liệu sản xuất chính của chúng tôi là những nguyên liệu thực phẩm và vật liệu đóng gói. Các nguyên liệu chính được sử dụng trong sản xuất của chúng tôi bao gồm cá cơm, dầu cọ, rau củ khô, đậu nành, ớt, các hương liệu và các loại gia vị khác nhau, bột mì, cà phê, đường, bột kem, nước khoáng, thịt. Ngoài ra, các vật liệu đóng gói như nhãn giấy, nhựa, thủy tinh, hộp carton, tờ/cốc giấy và túi nhựa là các thành phần quan trọng trong chi phí sản xuất sản phẩm của chúng tôi.

Chất lượng và nguồn cung nguyên vật liệu đầu vào ổn định là yếu tố bắt buộc để chúng tôi có thể mang đến các sản phẩm có chất lượng cao nhất cho người tiêu dùng. Đây là một thách thức và cũng là trách nhiệm của Công ty và chúng tôi chỉ có thể đạt được kết quả tốt nhất khi tạo được mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp theo nguyên tắc "cùng nhau chiến thắng" ("win-win"). Để đảm bảo truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, chúng tôi yêu cầu các nhà cung cấp nước ngoài cung cấp cho chúng tôi giấy chứng nhận xuất xứ, phân tích, kiểm dịch không có biến đổi gene; các nhà cung cấp trong nước thì cần có giấy chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động vật và thực hành nông nghiệp tốt. Các nhà cung cấp đạt chất lượng trong thời gian dài sẽ được đánh giá là "nhà cung cấp đã được phê duyệt" và sẽ tiếp tục được tham gia theo hợp đồng hằng năm.



AN TOÀN LAO ĐỘNG



Nhân viên là tài sản quý giá nhất của chúng tôi. Chúng tôi cam kết đảm bảo chất lượng cuộc sống cho toàn thể nhân viên được thể hiện qua các chính sách an toàn lao động hiệu quả. Chúng tôi chịu trách nhiệm cung cấp cho nhân viên các thiết bị bảo hộ lao động, các biện pháp giữ an toàn và vệ sinh nơi làm việc và môi trường tốt để làm việc. Chúng tôi cũng thường xuyên thực hiện huấn luyện đội ngũ nhân viên về các hành vi phù hợp an toàn lao động cho bản thân và cho người khác, và áp dụng kiến thức này trong cuộc sống hằng ngày.

Các nhà máy của chúng tôi đạt các tiêu chuẩn về sản xuất HACCP, ISO 9001 (hệ thống quản lý chất lượng), ISO 22000 (hệ thống quản lý an toàn thực phẩm) và OHSAS 18001 (chứng nhận hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe người lao động).



“ NHỮNG THÀNH TỰU CỦA MASAN ĐỀU ĐƯỢC TẠO NÊN
TỪ TÀI SẢN QUÝ GIÁ NHẤT CỦA CÔNG TY

NGUỒN NHÂN LỰC.

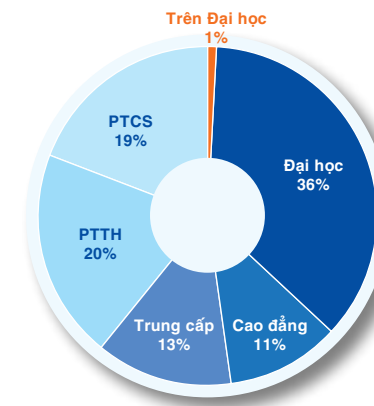
VÌ LẼ ĐÓ, CHÚNG TÔI CAM KẾT THU HÚT VÀ PHÁT TRIỂN NHÂN TÀI, ĐỒNG THỜI ĐÀO TẠO VÀ TRUYỀN CẢM HỨNG ĐỂ HỌ CẢM THẤY TỰ HÀO KHI LÀ MỘT THÀNH VIÊN CỦA CỘNG ĐỒNG MASAN. CHÚNG TÔI TẠO RA MỘT MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC CÔNG BẰNG VÀ BÌNH ĐẲNG ĐỂ DUY TRÌ MỘT VĂN HÓA CÔNG TY THỨC ĐẨY THÀNH CÔNG.



Với mục tiêu đó, chúng tôi tự hào trở thành một trong những nơi làm việc tốt nhất Việt Nam. Mục tiêu nâng cao đời sống vật chất tinh thần của người Việt Nam, bên cạnh sứ mệnh phụng sự người tiêu dùng, còn hướng đến những nhân viên nội bộ của chúng tôi. Chúng tôi tạo ra môi trường lao động hấp dẫn, tạo cơ hội việc làm, đóng góp vào sự phát triển chung về an sinh xã hội tại các địa phương nói riêng và cả nước nói chung.

Tính đến hết ngày 31/12/2016, Masan Consumer có 4.625 cán bộ công nhân viên, gồm 2.890 nam (62%) và 1.735 nữ (38%) và đội ngũ này được đào tạo bài bản, có trình độ chuyên môn cao.

Tình hình nhân sự của Masan Consumer phân theo trình độ như sau:

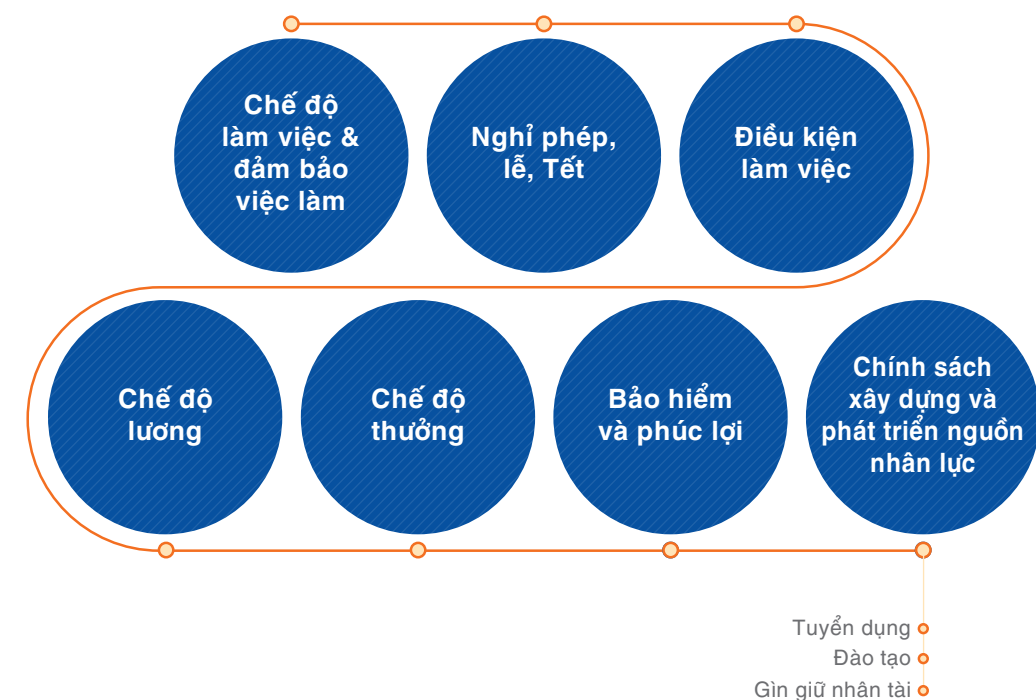


Trình độ	Số lượng	Tỷ lệ
Trên Đại học	45	1%
Đại học	1,653	36%
Cao đẳng	520	11%
Trung cấp	579	13%
PTTH	938	20%
PTCS	890	19%

Ghi chú: Tỷ lệ nhân viên có trình độ học vấn từ Trung cấp trở xuống phần lớn bao gồm lao động trực tiếp của các nhà máy, kho hàng, lái xe, tạp vụ.

Hiện tại, chúng tôi có 11 nhà máy tại 9 tỉnh thành trên cả nước, bao gồm Thành phố Hồ Chí Minh, Phú Quốc, Bình Dương, Đồng Nai, Bình Thuận, Ninh Thuận, Nghệ An, Hải Dương và Quảng Ninh. Nhằm tạo điều kiện phát triển cho địa phương, chính sách nhân sự của chúng tôi luôn ưu tiên tuyển dụng lao động địa phương và thường xuyên đào tạo đội ngũ nhân sự để đáp ứng các nhu cầu đa dạng của ngành.

Chính sách nhân sự của chúng tôi tuân thủ các quy định trong Bộ luật Lao động nhằm tạo điều kiện làm việc tốt nhất cho nhân viên:



BỀN VỮNG VỀ NHÂN LỰC (TIẾP THEO)

CHẾ ĐỘ LÀM VIỆC & ĐẢM BẢO VIỆC LÀM

Công ty cam kết tạo việc làm cho người lao động thông qua việc định hướng phát triển doanh nghiệp, mở rộng thị phần của Công ty. Công ty tổ chức nguồn nhân lực một cách tối ưu nhất và cam kết luôn tạo điều kiện để nhân viên phát triển và thăng tiến trong nghề nghiệp. Để giải quyết việc làm cho hơn 4.600 lao động, Ban Tổng Giám đốc Công ty luôn tìm cách đa dạng hóa ngành nghề, tìm kiếm những khách hàng tiềm năng, những đối tác mới trong và ngoài nước, mở rộng thị trường kinh doanh.

NGHỈ PHÉP, LỄ, TẾT

Nhân viên được nghỉ lễ và Tết theo quy định của bộ Luật Lao động và được hưởng nguyên lương. Những nhân viên làm việc đủ 12 tháng trở lên được nghỉ phép 12 ngày mỗi năm.

ĐIỀU KIỆN LÀM VIỆC

Các văn phòng của Công ty được thường xuyên mở rộng và nâng cấp với trang thiết bị hiện đại và trang bị đầy đủ các phương tiện bảo hộ lao động. Công ty cam kết tạo ra một môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện cho tất cả nhân viên để khuyến khích năng suất và sáng tạo.

CHẾ ĐỘ LƯƠNG

Công ty thực hiện việc chi trả lương cho nhân viên dựa vào cấp công việc của nhân viên, năng lực, chức vụ, thang bảng lương và điều kiện kinh doanh của Công ty. Masan thực hiện xem xét điều chỉnh lương cho CBCNV hằng năm và luôn có sự quan tâm thường xuyên đến thu nhập, đời sống CBCNV.

CHẾ ĐỘ THƯỞNG

Nhằm khuyến khích động viên CBCNV trong Công ty gia tăng hiệu quả đóng góp, Công ty có chính sách thưởng thiết thực hằng năm cho cá nhân và khen thưởng đột xuất cho cá nhân và tập thể có thành tích xuất sắc. Công ty thực hiện khen thưởng xứng đáng, kịp thời cho việc đóng góp tạo ra giá trị, nâng cao hiệu quả trong công việc, phát huy tinh thần sáng kiến cải tiến, tiết giảm chi phí, tăng tính cạnh tranh cho Công ty. Công ty đã ban hành chính sách thưởng bằng cổ phiếu cho các cá nhân xuất sắc, có đóng góp đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh.

BẢO HIỂM VÀ PHÚC LỢI

Công ty tham gia đầy đủ chế độ Bảo hiểm xã hội và Bảo hiểm y tế cho tất cả CBCNV. Ngoài ra, Công ty còn mua Bảo hiểm tai nạn 24/24 cho toàn thể CBCNV của Công ty. Với CBCNV cấp chuyên viên trở lên, Công ty còn mua thêm Bảo hiểm sức khỏe nhằm chăm sóc sức khỏe của nhân viên thông qua hệ thống bệnh viện trong nước và quốc tế hàng đầu tại Việt Nam. Mỗi năm, Công ty kết hợp với Công đoàn tổ chức cho CBCNV tham quan nghỉ mát trong nước ít nhất một lần và tổ chức các chuyến du lịch nước ngoài dành cho các nhân viên được giải thưởng Chairman Awards 2016.

CHÍNH SÁCH XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC

Chúng tôi áp dụng các chính sách tốt nhất giúp Công ty luôn thu hút và giữ được các nhân sự.



Tuyển dụng: Mục tiêu tuyển dụng của Công ty là thu hút nhân sự có năng lực vào làm việc tại Công ty, đáp ứng nhu cầu mở rộng kinh doanh. Tùy theo từng vị trí cụ thể mà Công ty đề ra những tiêu chuẩn bắt buộc riêng. Song, tất cả các chức danh đều phải đáp ứng yêu cầu cơ bản như: trình độ chuyên môn, năng lực, tinh thần làm chủ, học hỏi, sáng tạo. Đối với các vị trí quan trọng, các yêu cầu tuyển dụng khá khắt khe, với các tiêu chuẩn kinh nghiệm công tác, khả năng lãnh đạo, tinh thần doanh nhân... Ngoài lực lượng sẵn có tại đơn vị, Công ty cũng chú trọng bổ sung nguồn nhân lực có chất lượng cao để ngày càng phát triển bộ máy nhân sự đáp ứng kịp thời sự đòi hỏi của quá trình cạnh tranh và phát triển.

Đào tạo: Công ty luôn luôn ý thức rằng con người là tài sản quý giá của doanh nghiệp và để phát huy hiệu quả nguồn vốn quý này, Công ty kết hợp chặt chẽ đến vấn đề đào tạo, phát triển nhân viên, luôn tạo mọi điều kiện cho nhân viên tham gia các khóa huấn luyện nội bộ và bên ngoài để nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, học tập những kỹ năng mới cần thiết cho nhân viên để phát triển năng lực công tác nhằm đáp ứng yêu cầu công việc hiện tại cũng như trong tương lai của Công ty. Công ty đài thọ 100% chi phí học tập cũng như chế độ lương trong thời gian học tập.

Gìn giữ nhân tài: Chiến lược nhân tài của chúng tôi rất rõ ràng, bao gồm: Công ty cho nhân viên được trải nghiệm và lãnh đạo, đánh giá nhân viên theo năng lực thực tế, thường xuyên đào tạo kỹ năng chuyên môn lẫn kỹ năng mềm và đảm bảo chất lượng cuộc sống của nhân viên. Chúng tôi còn có các kế hoạch huấn luyện dài hạn nhằm chuẩn bị hành trang cho các nhân viên giỏi trở thành những nhà lãnh đạo tương lai.



Tại Masan, chúng tôi luôn nghiêm túc đánh giá các tác động đến môi trường. Chúng tôi đảm bảo các cơ sở sản xuất đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường nhưng vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm. Do đó, các biện pháp xử lý chất thải và sử dụng tài nguyên bền vững là yêu cầu bắt buộc trong tất cả nhà máy chúng tôi. Khi bắt đầu lên kế hoạch cho bất kỳ dự án mới nào, chúng tôi luôn tính toán trước các ảnh hưởng đến môi trường xung quanh, từ đó lên các phương án bảo vệ môi trường phù hợp trước khi thực hiện dự án.



Công việc kinh doanh của chúng tôi tuân thủ tuyệt đối các quy định của pháp luật Việt Nam và địa phương về môi trường, như thực hiện các biện pháp phòng ngừa và nghĩa vụ đóng phạt nếu vi phạm các quy định về khí và chất thải.

Trong quá trình sản xuất, nước thải vệ sinh và nước thải công nghiệp từ các nhà máy của chúng tôi được xử lý theo các quy định chặt chẽ trong nước và quốc tế. Để đảm bảo tuân thủ các quy định hiện hành, chúng tôi đã lắp đặt các trang thiết bị bảo vệ môi trường, tái chế chất thải trong trường hợp có thể, bao gồm chất thải rắn, lỏng và khí.

Bộ phận pháp lý và tuân thủ của chúng tôi kết hợp với Bộ phận An toàn, Sức khỏe và Môi trường (SHE) có trách nhiệm giám sát việc tuân thủ pháp luật và các quy định về môi trường trên toàn quốc.

Ngoài ra, bộ phận kỹ thuật của từng công ty con của chúng tôi đã tiến hành thử nghiệm mẫu chất thải định kỳ để giám sát việc tuân thủ pháp luật và các quy định về môi trường. Chúng tôi hoàn toàn tự tin về việc tuân thủ tất cả các khía cạnh trọng yếu của các quy định về môi trường tại Việt Nam. Ngoài ra, chúng tôi cũng đáp ứng được tất cả các quy định nghiêm ngặt từ các khách hàng quốc tế lẫn các đơn vị quản lý hàng hóa nhập khẩu ở nước ngoài.

CHÚNG TÔI TIN RẰNG CÔNG TY CHÚNG TÔI LÀ DOANH NGHIỆP HÀNG ĐẦU TRONG NƯỚC ĐÁP ỨNG CÁC TIÊU CHUẨN VỀ MÔI TRƯỜNG TRONG NGÀNH.



Tại Masan, bảo vệ tài nguyên nước là một trong những vấn đề được ưu tiên. Chính sách sử dụng và bảo vệ tài nguyên nước có trách nhiệm được chúng tôi thực hiện bằng cách áp dụng những giải pháp công nghệ tiên tiến, nhờ vậy, chúng tôi có thể quản lý nguồn nước hiệu quả hơn bao giờ hết.

Chúng tôi mong muốn có được hệ thống xử lý nước thải hàng đầu, điều đó được chứng minh qua mức đầu tư lớn của chúng tôi vào các hệ thống xử lý nước thải và áp dụng các quy chuẩn khắt khe nhất để giám sát những tác động của hoạt động nhà máy đến môi trường xung quanh.

Chúng tôi đã đầu tư xây dựng hệ thống xử lý nước thải hiện đại do đối tác Hà Lan thiết kế tại các nhà máy ở Bình Dương, Hải Dương và Nghệ An. Tất cả các kết quả kiểm tra chất lượng xử lý nước thải đều đạt tiêu chuẩn loại A – tiêu chuẩn cao nhất Việt Nam.

Masan Consumer cũng là một trong những đơn vị tiên phong trong minh bạch hóa quy trình xử lý nước

thải thông qua việc lắp đặt hệ thống quan trắc nước thải tự động, báo cáo trực tiếp và liên tục với Sở Tài nguyên và Môi trường Bình Dương.

Năm 2016, chúng tôi sử dụng 800.000 m³ nước cho công nghiệp và dân sinh, toàn bộ nước thải được xử lý bằng hệ thống xử lý nước thải công nghệ cao có công suất 5.000 m³/ngày. Khoảng 5% lượng nước thải được tái sử dụng để tưới cây và vệ sinh nhà máy.

Có một thực tế là môi trường của toàn cầu đang chịu những tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu, nguồn năng lượng truyền thống ngày càng suy giảm nhưng nhu cầu cho đời sống, sản xuất ngày càng tăng. Do đó, yêu cầu về tiết kiệm hoặc sử dụng năng lượng hiệu quả trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết.

Tại Masan Consumer, chúng tôi đã thực hiện chương trình “**Ý tưởng tiết kiệm năng lượng**” và đã đạt được những thành quả như sau:

- » Tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm thiểu năng lượng tiêu thụ bằng cách tận dụng nhiệt bị mất đi trong quá trình chiên và vô trùng sản phẩm, tránh sử dụng các quy trình làm thay đổi nhiệt, áp dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng.
- » Huấn luyện nhân viên về lợi ích của thói quen tiết kiệm điện bằng việc thường xuyên vệ sinh máy móc, dụng cụ nhằm đạt được thành phẩm đầu ra tốt nhất và giảm thiểu hư hỏng, tích cực sử dụng điện sản sinh từ tự nhiên hơn dùng máy phát điện, tiết kiệm nước và tăng cường sử dụng nguyên liệu tái chế.
- » Chúng tôi áp dụng công nghệ biomass từ trấu và mùn cưa để tạo năng lượng cho toàn bộ nhà máy. Đây là một nguồn năng lượng không những thân thiện với môi trường, chi phí thấp mà còn giúp tạo việc làm và tăng thu nhập cho người dân địa phương.

Từ năm 2013 đến nay, chúng tôi đã giảm năng lượng tiêu thụ từ 15 - 40% tùy theo dây chuyền sản xuất, trên 75% năng lượng sử dụng trong sản xuất có nguồn gốc từ nguyên liệu tái sinh. Nhờ đó, chúng tôi tiết kiệm 28% lượng điện dùng trong quản lý sản xuất gián tiếp, chiếu sáng, tiết kiệm hằng năm khoảng 30 tỷ đồng. Ngoài ra, khoảng 27% các loại nguyên liệu bao bì của Công ty được sản xuất từ nguyên liệu tái chế.



“ TÀI MASAN, CHÚNG TÔI TỰ NGUYỆN GÁNH VÁC TRÁCH NHIỆM NÂNG CAO ĐỜI SỐNG CỘNG ĐỒNG TẠI NHỮNG ĐỊA PHƯƠNG CHÚNG TÔI HOẠT ĐỘNG VÀ TRỞ THÀNH ĐỐI TÁC VỚI NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG. ”



Nhận ra những hạn chế như chất lượng không đồng nhất của hạt cà phê tại tỉnh Đắk Lắk và những khó khăn của người nông dân, Masan đã cùng với Công ty Cổ phần Phân bón Bình Điền ký kết thỏa thuận hợp tác chiến lược toàn diện nhằm phát triển cà phê Buôn Mê Thuột vào tháng 3/2017. Chiến lược hợp tác toàn diện của hai công ty hàng đầu về sản phẩm liên quan tới cà phê sẽ giúp cải thiện chất lượng cà phê Việt Nam và phổ biến thương hiệu “Hòn ngọc Ban Mê” của cà phê Buôn Mê Thuột.

Cụ thể hơn, chúng tôi sẽ áp dụng công nghệ tiên tiến nhằm xây dựng mô hình chế biến cà phê kiểu mẫu, đồng thời quy hoạch lại các hộ nông dân trồng cà phê nhỏ lẻ thành các khu vực trồng cà phê tập trung nhằm cải thiện năng suất của sáu làng và sáu ấp trồng cà phê tại xã Ea Tu, thành phố Buôn Mê Thuột. Chúng tôi tin rằng chương trình này sẽ mang lại những lợi ích về lâu dài cho người nông dân, đồng thời tạo được đà phát triển nông nghiệp bền vững, cải thiện đời sống cho người trồng cà phê và đóng góp vào việc đưa cà phê Việt Nam lên bản đồ cà phê thế giới.

“ TÀI MASAN CONSUMER, CHÚNG TÔI TẬP TRUNG VÀO CÁC CƠ HỘI PHÁT TRIỂN CON NGƯỜI, THÚC ĐẨY NHỮNG THAY ĐỔI TÍCH CỰC TRONG XÃ HỘI VÀ CHIA SẺ VỚI TẤT CẢ CÁC ĐỐI TÁC VỀ GIÁ TRỊ CỦA PHÁT TRIỂN VÀ TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG. VỚI MỤC ĐÍCH ĐÓ, CHÚNG TÔI ĐÃ KHÔNG NGỪNG ĐÓNG GÓP VÀO GIÁO DỤC, XÂY DỰNG NHÀ CỬA, CƠ SỞ HẠ TẦNG, ĐÀO TẠO VÀ TƯ VẤN CHO CỘNG ĐỒNG. ”



Với chương trình “Mái ấm tình thương” nhằm cải thiện cuộc sống của trẻ em mồ côi, Masan Consumer đã tài trợ cho chùa Diệu Pháp (Đồng Nai), nơi nhận nuôi hàng trăm trẻ em mồ côi và tàn tật từ lúc sơ sinh đến trưởng thành.

Để đền đáp công ơn của các bà Mẹ Việt Nam anh hùng, Công ty đã hỗ trợ 200 triệu đồng để xây hai nhà tình nghĩa cho hai Mẹ tại huyện Châu Thành, tỉnh Hậu Giang.

Tại tỉnh Tiền Giang, những cây cầu treo vẫn còn là một thứ xa xỉ ở những địa phương nghèo, vùng sâu vùng xa. Masan Consumer đã cùng với các tổ chức trong nước khác hợp sức xây dựng cho huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang hai cầu treo Khang Linh và Ngọc Hoàng, đảm bảo an toàn và thuận lợi trong giao thông đường thủy cho người dân trên địa bàn.

Với mạng lưới phân phối rộng khắp, cộng với mối tương tác và sự cảm thông với những cộng đồng địa phương đã giúp chúng tôi tiếp cận được những

địa phương khó khăn nhất. Sau khi các cơn lũ tàn phá nặng nề miền Trung Việt Nam trong năm 2016, tập thể nhân viên của Masan, cùng với số tiền đóng góp tương ứng từ Công ty đã quyên góp 3,5 tỷ đồng nhanh chóng hỗ trợ cho các làng, các xã nghèo khó vùng sâu vùng xa bị ảnh hưởng của lũ quét tại Nghệ An, Hà Tĩnh và Quảng Bình.



Cam kết phát triển bền vững của chúng tôi đã mang lại những thành quả sau nhiều năm thực hiện, được thể hiện bởi số lượng giải thưởng và bằng khen của các tổ chức đánh giá thương hiệu cả trong và ngoài nước.



MASAN XẾP HẠNG

#23

100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam năm 2016

#10

Những nơi làm việc hàng đầu trong ngành FMCG tại Việt Nam theo đánh giá của Anphabe.

MASAN CONSUMER TỰ HÀO ĐỨNG VỊ TRÍ

#7

trong Top 50 Thương hiệu hàng đầu Việt Nam năm 2016

#2

trong Ngành hàng tiêu dùng theo kết quả của Brand Finance

Vinacafé Biên Hòa được công nhận là “THƯƠNG HIỆU CÓ GIÁ TRỊ VÔ HÌNH LỚN NHẤT VIỆT NAM”, đồng thời nằm trong “Top

50

THƯƠNG HIỆU HÀNG ĐẦU VIỆT NAM” của Brand Finance

Hơn thế nữa, Vinacafé Biên Hòa còn được công nhận là

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

5 lần liên tiếp bởi Chính phủ Việt Nam và đạt danh hiệu

HÀNG VIỆT NAM CHẤT LƯỢNG CAO

20 năm liền theo bình chọn của báo Thế giới Tiếp thị.

Nước khoáng Vĩnh Hảo đã nhận được nhiều giải thưởng về thương hiệu và chất lượng, tiêu biểu như “Sao vàng đất Việt”, “Top 100 Thương hiệu mạnh” và đạt danh hiệu

HÀNG VIỆT NAM CHẤT LƯỢNG CAO

20 năm liền theo bình chọn của báo Thế giới Tiếp thị.

Tại Masan, phát triển bền vững nghĩa là sự dung hòa giữa hiệu quả của doanh nghiệp với môi trường và con người xung quanh. Chọn con đường phát triển theo triết lý “Doing well by doing good”, Masan tự hào là doanh nghiệp dẫn đầu trên nền tảng quan điểm kinh doanh bền vững, tạo những kỳ tích mang dấu ấn của chính mình.

Đối với chúng tôi, thành công không dừng lại ở những con số biết nói mà niềm hạnh phúc lớn nhất là nhìn thấy và cảm nhận những đổi thay tích cực trong đời sống hằng ngày. Đó là khát khao giúp cho người tiêu dùng Việt có thể chi trả ít hơn nhu cầu cơ bản hằng ngày của họ, giúp họ có cơ hội cải thiện cuộc sống và đầu tư vào tương lai.





BÁO CÁO CỦA
BAN ĐIỀU HÀNH

“ NHU CẦU TIÊU DÙNG TRONG NƯỚC TĂNG LÀ ĐỘNG CƠ THÚC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG. THEO NIELSEN, CHỈ SỐ NIỀM TIN NGƯỜI TIÊU DÙNG TĂNG MẠNH TRONG QUÝ IV/2016 GIÚP VIỆT NAM TRỞ THÀNH MỘT TRONG NĂM NƯỚC ĐỨNG ĐẦU THẾ GIỚI VỀ MỨC ĐỘ LẠC QUAN. ”

KHÁI QUÁT

Nền kinh tế Việt Nam vẫn là một trong những nền kinh tế tăng trưởng tốt nhất thế giới trong năm 2016, với mức tăng trưởng GDP đạt 6,2% theo Tổng cục Thống kê (GSO). Dòng tiền đầu tư nước ngoài cộng với nhu cầu tiêu dùng trong nước tăng là các yếu tố tạo nên mức tăng trưởng này. Mặc dù tăng trưởng kinh tế có phần chậm lại so với mức 6,7% của năm 2015, phần lớn là do các biến đổi khí hậu tác động xấu đến ngành nông nghiệp, nhưng GDP trên đầu người của Việt Nam vẫn tăng 5% đạt mức 2.215 USD theo Ngân hàng Thế giới.

Trong năm 2016, hạn hán và xâm nhập mặn ở Đồng bằng sông Cửu Long đã gây thiệt hại nặng cho ngành nông nghiệp trong nửa đầu năm, giá hàng hóa, đặc biệt là gạo và cà phê giảm cũng đã tác động đến giá trị xuất khẩu của Việt Nam. Mặc dù vậy, các nhà đầu tư vẫn đánh giá cao các cơ hội đầu tư tại Việt Nam khi lượng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vẫn gia tăng liên tục đạt mức 15,8 tỷ USD (tăng 9%) trong năm qua theo số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Nhu cầu tiêu dùng trong nước tăng là động cơ thúc đẩy tăng trưởng. Theo Nielsen, chỉ số niềm tin người tiêu dùng tăng mạnh trong quý IV/2016 giúp Việt Nam trở thành một trong năm nước đứng đầu thế giới về mức độ lạc quan. Chỉ số niềm tin

tiêu dùng của Việt Nam tăng 5 điểm lên 112 điểm, giúp Việt Nam đứng thứ năm chỉ sau Ấn Độ, Philippines, Mỹ và Indonesia. Ngoài ra, tầng lớp trung lưu tại Việt Nam tăng lên, mức thu nhập khả dụng tăng, trình độ người dân tăng cao cộng với kinh tế ổn định là những yếu tố giúp Việt Nam được tăng hạng.

Tăng trưởng kinh tế còn được thể hiện qua tăng trưởng tín dụng ngân hàng đạt mức cao 21,8% năm 2016. Tỷ lệ lạm phát tăng chậm hơn dự đoán, chỉ số giá tiêu dùng tăng 4,74%, thấp hơn mức dự báo 5% vào đầu năm. Tiền Đồng Việt Nam ổn định trước đồng đô la Mỹ cũng là yếu tố giúp kiềm chế lạm phát, tỷ giá VNĐ/USD chỉ tăng ở mức 1,2% trong năm qua. Không như một số nền kinh tế mới nổi khác, khi giá trị đồng tiền giảm khiến giá nhập khẩu hàng hóa tăng thì tại Việt Nam giá trị tiền đồng vẫn ổn định suốt năm.

Dự báo cho năm 2017, các tổ chức quốc tế đều cho rằng GDP Việt Nam tiếp tục duy trì mức tăng trưởng cao. Đây sẽ là điều kiện thuận lợi để ngành nông nghiệp tiếp tục phát triển tốt, điều này cũng giúp Công ty có cơ sở phát triển cao hơn trong năm 2017.

Tuy nhiên, trong năm 2017, kinh tế vĩ mô vẫn chịu những áp lực nhất định, tiêu biểu là thâm hụt ngân sách. Ngoài ra, kinh tế Việt Nam cũng như các nước láng giềng sẽ bị ảnh hưởng nhiều từ biến động kinh tế Trung Quốc. Tăng trưởng của Trung Quốc được dự báo là sẽ giảm tốc vào năm 2017, đồng nghĩa với việc đồng Nhân dân tệ sẽ yếu hơn và đặt áp lực tỷ giá lên tiền Đồng Việt Nam.

Các bất ổn kinh tế toàn cầu cũng đặt ra nhiều thách thức hơn cho Việt Nam, vốn đã phụ thuộc nhiều vào các thỏa thuận thương mại quốc tế. Các diễn biến chính trị lớn như bầu cử Tổng thống Mỹ và Brexit có thể sẽ ảnh hưởng ít nhiều đến tăng trưởng kinh tế toàn cầu và giao thương quốc tế. Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP) không được thực thi là yếu tố có ảnh hưởng đến kinh tế Việt Nam. Những bất ổn khác bao gồm giá cả hàng hóa biến động, các chính sách tiền tệ khó đoán của các nền kinh tế lớn, các thảm họa tự nhiên... đều có thể là lý do ảnh hưởng đến tăng trưởng trong năm 2017.

Mặc dù vậy, phải khẳng định rằng nền kinh tế Việt Nam vẫn sẽ có những biểu hiện tích cực bao gồm chỉ số niềm tin tiêu dùng cao sẽ tiếp tục cải thiện, kết cấu dân số trẻ, thu nhập khả dụng cao hơn và đóng góp tốt hơn của khu vực nông thôn vào nền kinh tế sẽ giúp Việt Nam có được sự phát triển bền vững.



BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH (TIẾP THEO)

**Đẩy mạnh và mở rộng
thị phần đồ uống để đạt
mục tiêu doanh thu năm 2020**

50%
thực phẩm

50%
đồ uống

KHÁI QUÁT (tiếp theo)

Năm 2016, chúng tôi cũng đã tăng tỷ lệ chủ sở hữu tại các công ty Vinacafé Biên Hòa, Vĩnh Hào và Quảng Ninh nhằm giảm lợi ích cổ đông không kiểm soát và tăng khả năng sinh lời.

Nỗ lực của chúng tôi trong việc khai phá tiềm năng tiêu dùng ở Việt Nam được củng cố khi Công ty mẹ Masan Consumer Holdings ký kết thỏa thuận hợp tác chiến lược với đối tác Singha Asia Pte Ltd., đặt nền móng để chúng tôi có thể tiếp tục thắng ở thị trường In-land ASEAN. Qua thỏa thuận hợp tác này, Masan và Singha có thể tiếp cận độc quyền hệ thống phân phối và danh mục hàng hóa đa dạng trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống của đối tác. Vào tháng 10/2016, chúng tôi triển khai thương hiệu gia vị đầu tiên tại Thái Lan là nước mắm Chin-su Yod Thong, đánh dấu bước đi đầu tiên của chúng tôi nhằm phụng sự 250 triệu người tiêu dùng tại thị trường In-land ASEAN bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Lào và Campuchia. Trong tương lai, chúng tôi sẽ liên kết với các đối tác địa phương để tăng quy mô hoạt động kinh doanh tại khu vực nhằm đạt được mục tiêu tỷ lệ doanh thu từ các hoạt động kinh doanh trong nước và nước ngoài là 70/30 vào năm 2020. Hiện tại, chúng tôi đang đẩy mạnh và mở rộng thị phần của chúng tôi trong lĩnh vực đồ uống bằng việc cải tiến sản phẩm và xây dựng thương hiệu mạnh để đạt mục tiêu doanh thu từ lĩnh vực đồ uống là 50% trên tổng doanh thu, bằng với thực phẩm.

Năm 2016, cụm công nghệ thực phẩm sản xuất mì gói và nước mắm lớn nhất tỉnh Nghệ An của chúng tôi chính thức hoạt động hết công suất. Cụm sản xuất này sẽ rút ngắn khoảng cách giữa chúng tôi và người tiêu dùng miền Bắc, cải thiện thời gian giao hàng và giảm chi phí vận chuyển. Đây cũng là nơi sẽ giúp chúng tôi phát triển các sản phẩm mới đặc trưng nhằm đáp ứng khẩu vị của người tiêu dùng miền Bắc, đồng thời triển khai các sản phẩm mới đột phá với chất lượng cao nhất và được người tiêu dùng tin dùng. Năm 2016, chúng tôi đã giới thiệu một số thương hiệu mới đến thị trường này như Café de Nam "Phin Điện", Vinacafé Buôn Mê Thuật và Wo! Ngon.



**Biên lợi nhuận gộp
của Công ty**

45,3%

năm 2016

Về mạng lưới phân phối, trong năm 2016, Masan Consumer đã tăng số điểm bán hàng lên 180.000 cho ngành hàng thực phẩm và 100.000 cho ngành hàng đồ uống không cồn. Sự mở rộng này phần lớn đến từ mảng kinh doanh đồ uống, giúp tăng cường mạnh mẽ sự hiện diện của chúng tôi ở kênh hàng quán. Hiện nay, Vinacafé cũng đã có mặt trên các chuyến bay của Vietnam Airlines, các chuyến tàu lửa của Việt Nam, góp phần đẩy mạnh hình ảnh thương hiệu của Công ty.

Trong năm 2016, chúng tôi đã nâng cao hiệu năng vận hành dẫn đến biên lợi nhuận cao hơn. Từ các lợi ích nhờ quy mô lớn, hoạt động thu mua nguyên liệu hiệu quả hơn, việc quản lý chuỗi cung ứng được cải thiện và hiệu quả sản xuất cao hơn, biên lợi nhuận gộp của Công ty đã tăng từ 45,0% trong năm 2015 lên 45,3% vào năm 2016. Chúng tôi cũng đã đầu tư nhằm tăng tỷ lệ sở hữu của chúng tôi tại các thương hiệu chính và kết nạp thêm nhiều thương hiệu mới nhằm mở rộng danh mục thương hiệu. Cuối năm 2014, chúng tôi trở thành cổ đông lớn của Cholimex, điều này thể hiện niềm tin của chúng tôi vào tiềm năng của ngành gia vị. Chúng tôi cũng đã mua lại cổ phần của Công ty Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn nhằm đẩy mạnh nền tảng thức ăn tiện lợi, mở đầu bằng sản phẩm snack xúc xích nhằm bước đầu tiếp cận thị trường thịt. Vào tháng 12/2015, chúng tôi mua lại 65% cổ phần của Công ty Nước khoáng Quảng Ninh, và khi kết hợp với Vĩnh Hào, giúp Masan Consumer trở thành công ty nước khoáng trong nước lớn nhất. Gần đây nhất, vào đầu năm 2016, chúng tôi đã tăng tỷ lệ sở hữu tại Nước khoáng Vĩnh Hào lên 88,6%. Vinacafé Biên Hòa cũng đã mua 85% cổ phần của CDN, một doanh nghiệp sản xuất cà phê nhằm mở rộng sang lĩnh vực cà phê rang xay với mô hình kinh doanh mới. Cuối năm 2016, chúng tôi cũng đã tăng tỷ lệ sở hữu tại Vinacafé Biên Hòa lên 68,46%.

KHÁI QUÁT (tiếp theo)



Về tài chính, Masan Consumer đạt doanh thu thuần 13.790 tỷ đồng trong năm 2016, tăng 4,4% so với năm 2015, và lợi nhuận thuần đạt 2.791 tỷ đồng, giảm 3,8% so với năm 2015. Sự sụt giảm này là do thu nhập tài chính thuần thấp hơn và lãi suất ngân hàng giảm trong năm 2016. Tuy nhiên, do hiệu quả vận hành được cải thiện như đã nói trên, lợi nhuận gộp tăng 5,1% từ 5.948 tỷ đồng trong năm 2015 lên 6.250 tỷ đồng trong năm 2016.

Trong bối cảnh kinh tế vĩ mô Việt Nam cải thiện và các khoản đầu tư vào những nền tảng kinh doanh của chúng tôi mang lại những kết quả rõ rệt, Masan đã có đủ nền tảng để nắm lấy những cơ hội sinh lời từ nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng cao tại Việt Nam và rộng hơn là thị trường In-land ASEAN. Tuy nhiên, con đường phía trước sẽ có rất nhiều chông gai và thử thách. Việt Nam, với vị thế là một thị trường mới nổi, sẽ phải đối mặt với những bất ổn về kinh tế và chúng tôi cũng sẽ gặp phải nhiều đối thủ cạnh tranh, nhất là những công ty nước ngoài. Do đó, chúng tôi luôn giữ vững những giá trị và niềm tin đã dẫn dắt chúng tôi trong lịch sử hơn 20 năm của tập đoàn. Chúng tôi sẽ tiếp tục giữ vững nguyên tắc thành công của chúng tôi là Giá cả phải chăng, Phân phối rộng rãi, Chất lượng đảm bảo. Chúng tôi sẽ tiếp tục nuôi dưỡng một văn hóa mà trong đó, các nhân tài sẽ được truyền cảm hứng để dẫn dắt sự thay đổi để kiến tạo giá trị. Quan trọng hơn cả, chúng tôi phải làm việc "CÙNG NHAU" – cùng với nhân viên, cùng với người tiêu dùng, các đối tác và cộng đồng". Chúng tôi mong muốn đáp ứng các nhu cầu lớn chưa được thỏa mãn cùng nhau, và điều này sẽ giúp cho chúng tôi có cơ hội đạt được mục tiêu năm 2020: Mỗi hộ gia đình Việt Nam sẽ có tất cả sản phẩm Masan và mỗi một gia đình tại In-land ASEAN sẽ có một sản phẩm Masan.



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. Năm 2016, Masan giới thiệu sản phẩm gia vị đầu tiên tại Thái Lan mang tên Chin-su Yod-Thong, là bước đầu tiên của một chiến lược lớn hơn nhằm gia nhập thị trường In-land ASEAN bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào. Trong tương lai, môi trường kinh tế của Việt Nam nói riêng và In-land ASEAN nói chung, 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 của Masan.

Các yếu tố kinh tế vĩ mô có thể ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động bao gồm chi tiêu và mua sắm cá nhân, nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ, tỷ lệ lạm phát, lãi suất, mặt bằng giá cả hàng hóa, gánh nặng trả nợ của người tiêu dùng

“ NĂM 2016, MASAN GIỚI THIỆU SẢN PHẨM GIA VỊ ĐẦU TIÊN TẠI THÁI LAN MANG TÊN CHIN-SU YOD-THONG, LÀ BƯỚC ĐẦU TIÊN CỦA MỘT CHIẾN LƯỢC LỚN HƠN NHẪM GIA NHẬP THỊ TRƯỜNG IN-LAND ASEAN BAO GỒM VIỆT NAM, THÁI LAN, MYANMAR, CAMPUCHIA VÀ LÀO. ”

hoặc doanh nghiệp và khả năng cho vay tín dụng cũng như các yếu tố khác như sự lây lan của bệnh dịch, xung đột vũ trang quy mô lớn, khủng bố hay bất cứ sự cố xã hội, địa lý hoặc chính trị bất lợi nào.

Năm 2017, nền kinh tế của Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng nhờ gia tăng tiêu dùng do thu nhập khả dụng ngày càng cao, tầng lớp trung lưu đông hơn, tốc độ đô thị hóa cao và hệ thống ngân hàng có chất lượng tài sản tốt hơn.

Trên bình diện quốc tế, giá nguyên vật liệu đầu vào có thể sẽ tăng trong năm 2017, dẫn đến biên lợi nhuận giảm trong những ngành kinh doanh chủ chốt của Masan. Những diễn biến phức tạp về chính trị, đặc biệt là tại Biển Đông, có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam và dẫn đến tăng trưởng kinh tế bị chậm lại. Tương tự như nửa đầu năm 2016, các hiện tượng hạn hán và xâm nhập mặn có thể ảnh hưởng đến ngành nông nghiệp Việt Nam, làm tác động đến sức mua của người tiêu dùng và tăng trưởng kinh tế nói chung. Áp lực mạnh từ phía cầu và khả năng mất giá của tiền đồng Việt Nam so với đồng đô la Mỹ có thể khiến cho việc nhập khẩu hàng hóa trở nên đắt đỏ hơn, từ đó đẩy mặt bằng giá cả hàng hóa và dịch vụ lên cao.

TOGETHER



Thị trường hàng tiêu dùng tại Việt Nam

Thị trường hàng tiêu dùng tại Việt Nam là một thị trường hấp dẫn và thay đổi nhanh chóng, được thúc đẩy bởi sự gia tăng của tầng lớp trung lưu và lối sống thay đổi. Tầng trưởng tiêu thụ thực phẩm được dự báo sẽ ở mức cao nhất khu vực ASEAN, điều này được thúc đẩy bởi mức lạm phát thấp, cơ sở hạ tầng được cải thiện và ngành bán lẻ tăng trưởng nhanh.

Một phần ba dân số sẽ thuộc tầng lớp trung lưu vào năm 2020 với mức thu nhập tăng nhanh ở mức 8,8%/năm, giúp thu nhập bình quân đầu người đạt mức 3.400 USD vào cuối thập kỷ này. Nhu cầu tiêu dùng nội địa được thúc đẩy bởi các yếu tố như nhân khẩu học thuận lợi, tỷ lệ đô thị hóa cao và thu nhập khả dụng tăng. Cơ sở hạ tầng, yếu tố quyết định thị hiếu tiêu dùng trong thời gian qua, đã được cải thiện trong những năm gần đây với thị trường bán lẻ hấp dẫn đang thu hút nhiều nhà bán lẻ nước ngoài.

Việt Nam có dân số đông thứ ba Đông Nam Á, với 70% dân số còn trong độ tuổi lao động (15 đến 64 tuổi). Ngoài thống kê nhân khẩu học cho thấy cơ hội tăng trưởng tuyệt vời của ngành hàng tiêu dùng, vẫn còn có những xu hướng khác được cho là sẽ ảnh hưởng tích cực đến những thay đổi về mặt cấu trúc của thị trường này. Những yếu tố bao gồm: nhu cầu thực phẩm tiện lợi cao hơn, mức

độ quan tâm đến chất lượng và ảnh hưởng sức khỏe của sản phẩm lớn hơn, các sản phẩm có thương hiệu rõ ràng sẽ có chỗ đứng hơn, nhu cầu cho các sản phẩm chính và các sản phẩm thay thế sẽ nhiều hơn.

Năm 2005, dân số thành thị tại Việt Nam chỉ khoảng hơn 25% tổng dân số. Đến năm 2016, con số này đã tăng lên 33,6%. Tương quan so sánh với các nước trong khu vực Đông Nam Á thì các nước Thái Lan, Indonesia, Malaysia có mức độ đô thị hóa lần lượt là 50%, 54% và 75% (Ngân hàng Thế giới). Việc di cư vào đô thị sẽ là yếu tố nòng cốt thúc đẩy tăng trưởng tiêu dùng trong thời gian tới.

GDP thực tế trên đầu người tại Việt Nam hiện đang ở mức khoảng 2.100 USD vào năm 2016 (Ngân hàng Thế giới), mức này tương đương với Trung Quốc và Indonesia lần lượt vào những năm 2005 và 2008. Cả hai nền kinh tế này đều đã trải qua những giai đoạn siêu tăng trưởng về chỉ tiêu tiêu dùng. Trong bối cảnh GDP thực tại Việt Nam tăng (8,5% CAGR trong giai đoạn 2016 - 2020 theo IMF) thì chỉ tiêu tiêu dùng được dự báo sẽ tăng với CAGR ở mức 8,0%. Việt Nam, một trong những nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất khu vực Đông Nam Á, đã sẵn sàng để bước vào giai đoạn tăng trưởng tiêu dùng cao nhất từ trước đến nay.

Ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam vẫn còn có tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ vì điều kiện sống của người dân



Việt Nam đã tăng lên đáng kể. Tính theo cơ sở trung bình trên đầu người thì chi tiêu của người Việt cho các sản phẩm thức ăn và đồ uống đóng gói vẫn tương đối thấp so với các thị trường mới nổi khác, điều này cho thấy tiềm năng tăng trưởng to lớn của thị trường. Chúng tôi cho rằng tăng trưởng trong tương lai sẽ bị chi phối bởi sự thay đổi trong lối sống ở thành thị, do người tiêu dùng quan tâm nhiều hơn đến sự tiện lợi, an toàn và sức khỏe. Ngoài ra, mức tiêu thụ tốt của các sản phẩm FMCG có thương hiệu ở vùng nông thôn Việt Nam sẽ giúp thúc đẩy tăng trưởng ở thị trường này do người tiêu dùng tiếp cận được sản phẩm dễ dàng hơn và thu nhập khả dụng tăng cao.

Danh mục thực phẩm và đồ uống của Masan đã tiếp tục tăng trưởng trong năm 2016. Trong đó, ngành đồ uống đã có một năm vô cùng thành công nhờ vào sức tiêu thụ mạnh của các sản phẩm nước uống đóng

chai với các chiến dịch xây dựng thương hiệu hiệu quả (Wake-Up 247, Vĩnh Hảo, Quang Hanh). Các sản phẩm gia vị của Masan tiếp tục phát triển với mức độ tập trung cao hơn cho các sản phẩm thuộc phân khúc cao cấp. Vào tháng 10/2016, Masan đã ra mắt sản phẩm Chin-su Yod Thong tại Thái Lan, bắt đầu hành trình chinh phục thị trường In-land ASEAN. Doanh thu từ thực phẩm tiện lợi giảm trong năm 2016 do sự cạnh tranh khốc liệt trong phân khúc và tăng trưởng thị trường giảm. Do đó, Masan đã tập trung hơn vào các sản phẩm cao cấp và phổ thông với biên lợi nhuận gộp cao hơn, tạo điều kiện cho việc cải tiến sản phẩm và gia tăng lợi nhuận. Trong tương lai, Masan sẽ tiếp tục đẩy mạnh các sáng kiến nhằm mang lại những giải pháp về bữa ăn hoàn chỉnh cho người tiêu dùng thay cho các sản phẩm mì ăn liền nhằm phát triển ngành hàng này.

KHÁI QUÁT (tiếp theo)

NGÀNH HÀNG THỰC PHẨM TIỆN LỢI

Kể từ khi mở rộng sản phẩm mì ăn liền sang những phân khúc khác của ngành thực phẩm tiện lợi, chúng tôi đã giới thiệu các giải pháp cho bữa ăn hoàn chỉnh như cháo ăn liền Komi. Trong dòng sản phẩm mì ăn liền, phân khúc phổ thông vẫn đang là phân khúc thúc đẩy tăng trưởng chính và được chúng tôi quan tâm nhất. Doanh thu từ thực phẩm tiện lợi giảm trong năm 2016 do sự cạnh tranh khốc liệt trong phân khúc và tăng trưởng thị trường giảm, dù thị phần của Masan vẫn ổn định ở mức 24%. Các thương hiệu thuộc phân khúc cao cấp vẫn tăng trưởng tương đối tốt cho dù quy mô toàn ngành giảm do các đối thủ tiếp tục hạ giá các sản phẩm bình dân nhằm chiếm lĩnh thị trường bằng mọi giá. Do đó, Masan đã tập trung hơn vào các sản phẩm cao cấp và phổ thông với biên lợi nhuận gộp cao hơn, tạo điều kiện cho việc cải tiến sản phẩm và gia tăng lợi nhuận. Trong tương lai, Masan sẽ tiếp tục đẩy mạnh các phát kiến nhằm mang lại những giải pháp về bữa ăn hoàn chỉnh cho người tiêu dùng thay cho các sản phẩm mì ăn liền nhằm phát triển ngành hàng này.

Đầu năm 2015, chúng tôi đã mua lại 99,99% cổ phần của Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn, một công ty chuyên kinh doanh xúc xích ăn liền nhưng sẽ là bàn đạp cho chúng tôi xâm nhập ngành thịt rộng lớn với quy mô thị trường được ước tính ở mức 18 tỷ USD. Thương vụ này sẽ giúp chúng tôi đạt mục tiêu cung cấp dinh dưỡng và thực phẩm với giá cả hợp lý cho người tiêu dùng vì thực phẩm chế biến là một nguồn cung cấp protein,

đồng thời là một bổ sung đáng giá vào danh mục sản phẩm thực phẩm hiện có của chúng tôi. Hiện nhu cầu cho thịt chế biến mới chỉ chiếm 1% tổng nhu cầu tiêu thụ thịt và con số này sẽ có khả năng tăng lên khi thu nhập người dân tăng lên. Gần đây, Masan đã giới thiệu một thương hiệu mới là "Woa! Ngon" nhằm gia nhập thị trường xúc xích ăn liền và tạo nên một xu hướng mới trong một ngành luôn thay đổi không ngừng. Sản phẩm mới này được người tiêu dùng đánh giá cao và là cơ hội cho chúng tôi tiến vào thị trường thịt, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, nơi gần 70% dân số đang sinh sống.



NGÀNH HÀNG GIA VỊ

Chúng tôi đã tái cấu trúc toàn bộ danh mục sản phẩm gia vị và mang đến cho người tiêu dùng những lựa chọn mới về nước mắm, nước tương và tương ớt với các mức giá khác nhau. Chiến lược hợp nhất thị trường các sản phẩm gia vị không thương hiệu của Masan đạt những kết quả ấn tượng ở thị trường miền Nam và động cơ thúc đẩy tăng trưởng trong tương lai sẽ là những sản phẩm đột phá mới trong phân khúc cao cấp nhằm mang đến sản phẩm chất lượng cao hơn nữa cho người tiêu dùng. Việc nước mắm Chin-su Yod Thong ra mắt thành công tại Thái Lan với sự hỗ trợ của đối tác Singha sẽ giúp mang lại tăng trưởng lớn hơn cho ngành hàng gia vị. Chúng tôi cũng là cổ đông lớn tại Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex, một đơn vị sản xuất gia vị, đặc biệt là tương ớt, có uy tín tại Việt Nam.



NGÀNH HÀNG CÀ PHÊ

Wake-Up 247 là một sản phẩm đột phá thành công của chúng tôi, giúp cho người tiêu dùng có một lựa chọn nước uống caffeine khác biệt. Ngoài ra, chúng tôi cũng định vị "Vinacafé" như một thương hiệu mẹ có chỗ đứng trên thị trường. Trên cơ sở đó, chúng tôi đã tung ra sản phẩm mới "Vinacafé Chất" vào cuối năm 2015, áp dụng công nghệ đột phá nhằm chiết xuất cà phê ở nhiệt độ thấp nhằm giữ nguyên hương vị vốn có. Đầu năm 2016, chúng tôi ra mắt "Café de Nam" dành cho đối tượng khách hàng ưa thích hương vị đặc trưng của cà phê rang xay truyền thống, phân khúc lớn nhất trong ngành hàng cà phê hiện nay. Chúng tôi cũng đã giới thiệu sản phẩm cà phê hòa tan 3-trong-1 Vinacafé Buồn Mê Thuật làm từ 100% hạt cà phê Robusta từ Buồn Mê Thuật – thủ phủ cà phê của Việt Nam. Sản phẩm này được người tiêu dùng đánh giá cao và được kỳ vọng sẽ là một trong những động cơ thúc đẩy tăng trưởng ngành hàng cà phê của chúng tôi.



NGÀNH HÀNG ĐỒ UỐNG

Sau khi mua lại Vinh Hào, thương hiệu nước khoáng lâu đời nhất Việt Nam, chúng tôi đã mở rộng danh mục sản phẩm từ nước khoáng cho đến các loại nước đóng chai khác. Chúng tôi đã làm mới thương hiệu Vinh Hào bằng việc tái ra mắt nước khoáng Vinh Hào và thương hiệu Lemona trên toàn quốc. Lemona là sản phẩm nước khoáng chanh muối có ga và có vị ngon đặc trưng, vốn đã quen thuộc với người tiêu dùng Việt Nam.

Bằng việc mua 65,7% cổ phần của Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh tại miền Bắc Việt Nam, Masan đã trở thành công ty nước khoáng trong nước lớn nhất. Nước khoáng Việt Nam từ lâu là một tài nguyên thiên nhiên được nhiều người tiêu dùng ưa chuộng. Quan trọng hơn cả, giờ đây chúng tôi đã triển khai được nền tảng thúc đẩy tăng trưởng ngành hàng đồ uống trên toàn quốc.

BẰNG VIỆC MUA 65,7% CỔ PHẦN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN NƯỚC KHOÁNG QUẢNG NINH TẠI MIỀN BẮC VIỆT NAM, MASAN ĐÃ TRỞ THÀNH CÔNG TY NƯỚC KHOÁNG TRONG NƯỚC LỚN NHẤT.

KHÁI QUÁT (tiếp theo)

Thị trường In-land ASEAN

Tháng 12/2015, công ty mẹ của chúng tôi, Masan Consumer Holdings, đã ký một thỏa thuận hợp tác với đối tác chiến lược Singha Asia Holding Pte Ltd. (Singha). Qua đó, chúng tôi đã tiếp cận được thị trường Thái Lan và danh mục sản phẩm thực phẩm và đồ uống đa dạng của đối tác mà chúng tôi có thể bán tại Việt Nam. Ấn tượng hơn cả, quan hệ hợp tác chiến lược này là bước đầu tiên của chúng tôi để có thể phụng sự 250 triệu người tiêu dùng In-land ASEAN, bao gồm các nước Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào. Chúng tôi tin rằng các quốc gia tạo nên thị trường In-land ASEAN không chỉ tương tự nhau về vị trí địa lý (trong đất liền, khoảng cách gần nhau) mà còn tương đồng về văn hóa (đạo Phật) và ẩm thực (dùng cơm và nước mắm trong các bữa ăn).

Chúng tôi rất phấn khởi vì đã có bước đi nhỏ đầu tiên tiếp cận thị trường In-land ASEAN bằng việc ra mắt sản phẩm nước mắm đầu tiên mang tên Chin-su Yod Thong tại Thái Lan vào cuối năm 2016. Không thể phủ nhận rằng việc chinh phục thị trường lớn này không hề dễ dàng, chúng tôi vẫn tin tưởng rằng với lợi thế về nền tảng kinh doanh sẵn có, cùng với sự hỗ trợ của Singha, chúng tôi đang ở một vị thế lý tưởng để chinh phục các ngành hàng ở thị trường nước ngoài.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG 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.

Triển vọng kinh doanh của chúng tôi gắn liền trực tiếp với triển vọng kinh tế của Việt Nam. Do đó, nếu Việt Nam trải qua một cuộc suy thoái kinh tế, điều này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến Công ty.

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 tại Việt Nam sẽ ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn khi có nhiều thương hiệu và công ty thực phẩm quốc tế nổi tiếng thâm nhập vào thị trường. Sức ép cạnh tranh có thể khiến cho các đối thủ phải gia tăng đáng kể chi phí dành cho quảng cáo và các hoạt động khuyến mãi, hoặc thực hiện 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.

Các sản phẩm của Masan Consumer phụ thuộc rất lớn vào nguồn cung cấp nguyên liệu thô mà chúng tôi không có khả năng kiểm soát. Nếu giá của nguyên liệu thô tăng, chúng tôi có thể sẽ phải chịu lỗ vì chúng tôi không thể tăng giá sản phẩm vì phải cạnh tranh với các công ty khác với những sản phẩm tương tự.

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 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 mất mát 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.

Doanh số 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, mang lại giá trị tích cực cho cộng đồng và có nhiều hoài bão lớn. 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 nhằm củng cố lại thương hiệu.

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

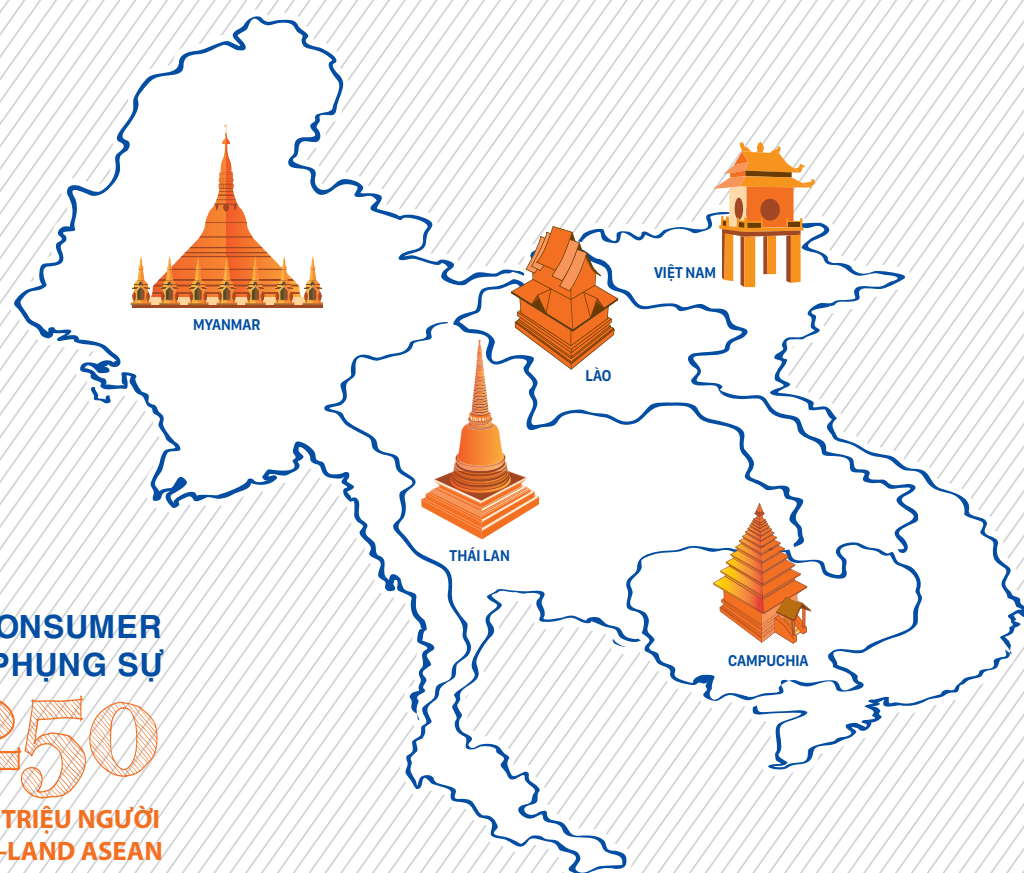
Chúng tôi có một đội ngũ nghiên cứu và phát triển sản phẩm nội bộ, dành toàn thời gian cho việc phát triển sản phẩm mới và các phiên bản của những sản phẩm hiện có. Cụ thể, chúng tôi tập trung vào việc tạo nên những sản phẩm sáng tạo, tốt cho sức khỏe, giá cả hợp lý và tiện dụng. Việc phát triển và ra 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.

Sự mở rộng vào thị trường In-land ASEAN không chắc chắn thành công.

Thông qua quan hệ đối tác với Singha, Masan muốn tung sản phẩm của mình ở Thái Lan và cuối cùng mở rộng sang các thị trường lân cận trong khu vực In-land ASEAN. Cho dù đây là một cơ hội để chúng tôi mở rộng và tăng trưởng trong một thị trường to lớn hơn, chúng tôi không thể đảm bảo việc chúng tôi sẽ thành công tại thị trường này vì đây là sự khởi đầu của một nhiệm vụ đầy thử thách.

MASAN CONSUMER
CÓ THỂ PHỤNG SỰ
250
TRIỆU NGƯỜI
TIÊU DÙNG IN-LAND ASEAN



THẢO LUẬN KẾT QUẢ KIỂM TOÁN

Doanh thu

Năm 2016, doanh thu thuần của Masan Consumer đạt 13.790 tỷ đồng, tăng 4,4% so với năm 2015. Mức tăng này là kết quả của tăng trưởng 22,8% từ ngành hàng đồ uống, bù vào sụt giảm của ngành thực phẩm tiện lợi do quy mô thị trường mì ăn liền nói chung giảm và sự cạnh tranh khốc liệt trong phân khúc bình dân.



Doanh thu thuần năm 2016
13.790
TỶ ĐỒNG

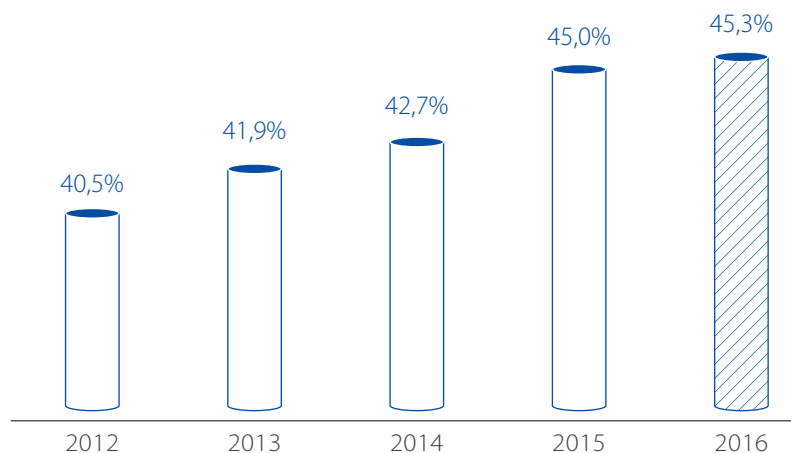
Giá vốn hàng bán

Giá vốn hàng bán (tính theo tỷ lệ phần trăm doanh thu thuần) giảm xuống còn 54,7% trong năm 2016 từ mức 55,0% trong năm 2015. Tỷ lệ này giảm là do hiệu suất cao hơn và Công ty áp dụng các sáng kiến tiết kiệm chi phí ở tất cả các ngành hàng gồm gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống đóng chai và cà phê hòa tan.

Lợi nhuận gộp

Lợi nhuận gộp của Masan đạt 6.250 tỷ đồng trong năm 2016, tăng 5,1% so với năm 2015. Biên lợi nhuận gộp năm 2016 tăng lên 45,3% so với 45,0% trong năm 2015. Biên lợi nhuận gộp được cải thiện là nhờ hiệu quả vận hành cải thiện, việc quản lý chi phí nguyên liệu đầu vào và các sáng kiến tiết giảm chi phí.

Biên lợi nhuận gộp qua các năm (%)



Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp

Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp (SG&A) trong năm 2016 đạt 3.460 tỷ đồng, so với mức 3.195 tỷ đồng trong năm 2015. SG&A theo tỷ lệ phần trăm doanh thu trong năm 2016 tăng nhẹ lên 25,1% so với tỷ lệ 24,2% trong năm 2015 do Masan Consumer tiếp tục đầu tư vào xây dựng thương hiệu và giới thiệu sản phẩm mới.



Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp năm 2016
3.460
TỶ ĐỒNG

Lợi nhuận tài chính thuần

Lợi nhuận tài chính thuần trong năm 2016 là 366 tỷ đồng so với 668 tỷ đồng năm 2015, giảm 45,2%. Đó là do lãi suất vay tăng và số dư tiền của Công ty thấp hơn do Công ty thực hiện chia cổ tức 2.896 tỷ đồng tiền mặt.



Lợi nhuận tài chính thuần năm 2016
366
TỶ ĐỒNG

Lợi nhuận thuần

Lợi nhuận thuần sau thuế năm 2016 đạt 2.791 tỷ đồng, giảm 3,8% so với năm 2015. Mức giảm này là do chi phí SG&A tăng và doanh thu tài chính giảm năm 2016.



Lợi nhuận thuần năm 2016
2.791
TỶ ĐỒNG

THẢO LUẬN KẾT QUẢ KIỂM TOÁN (tiếp theo)

Số dư tiền

Tính đến ngày 31/12/2016, Masan Consumer nắm giữ 8.647 tỷ đồng số dư tiền (bao gồm tiền gửi ngân hàng), tăng 156,8% từ mức 3.367 tỷ đồng so với ngày 31/12/2015. Mức tăng này là do hoạt động quản lý dòng tiền của Công ty chuyển đổi các khoản cho vay đầu tư thành tiền mặt và tiền gửi ngân hàng.



Số dư tiền tính đến ngày 31/12/2016

8.647
TỶ ĐỒNG

Tài sản cố định

Tính đến ngày 31/12/2016, tổng tài sản cố định (bao gồm chi phí xây dựng dở dang) đạt 4.816 tỷ đồng, tăng 1,0% từ 4.767 tỷ đồng so với ngày 31/12/2015. Tài sản cố định của chúng tôi không thay đổi nhiều bởi vì chi phí vốn đầu tư vào nhà máy ở Nghệ An đã được chuyển đổi từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang sang tài sản cố định hữu hình.



Tài sản cố định tính đến ngày 31/12/2016

4.816
TỶ ĐỒNG

Đầu tư vào công ty liên kết

Khoản đầu tư vào công ty liên kết bao gồm 32,8% lợi ích kinh tế trong Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimes tại thời điểm ngày 31/12/2016.

Tổng tài sản

Tính đến ngày 31/12/2016, tổng tài sản giảm 1,2% xuống 17.378 tỷ đồng từ mức 17.591 tỷ đồng vào ngày 31/12/2015 do việc thay đổi vốn lưu động.



Tổng tài sản tính đến ngày 31/12/2016

17.378
TỶ ĐỒNG

Các khoản vay

Tính đến ngày 31/12/2016, các khoản vay ngắn và dài hạn tăng 37,8% lên 3.098 tỷ đồng từ mức 2.249 tỷ đồng so với cùng kỳ 2015. Mức tăng này là do các khoản nợ ngắn hạn tăng lên 2.888 tỷ đồng vào ngày 31/12/2016 từ mức 1.929 tỷ đồng vào ngày 31/12/2015.

Vốn chủ sở hữu

Tính đến ngày 31/12/2016, vốn chủ sở hữu đạt 11.928 tỷ đồng, giảm 6,9% so với mức 12.815 tỷ đồng vào ngày 31/12/2015. Mức giảm vốn chủ sở hữu này là do Công ty thực hiện chi trả cổ tức với lượng tiền mặt lớn 2.896 tỷ đồng.



Vốn chủ sở hữu tính đến ngày 31/12/2016

11.928
TỶ ĐỒNG

TRIỂN VỌNG 2017

Trong năm 2017, Masan Consumer sẽ tập trung vào việc thay đổi toàn diện mô hình kinh doanh và cách thức hoạt động, với nhiệm vụ tăng trưởng doanh số và xây dựng các mối quan hệ "win-win" với các nhà cung cấp và phân phối. Tỷ lệ tăng trưởng sẽ bị ảnh hưởng trong nửa đầu năm 2017 do chiến lược của Masan nhằm giảm hàng tồn kho tại các nhà phân phối có thể đáp ứng tốt hơn cung và cầu của thị trường, đặc biệt là trong lĩnh vực thực phẩm. Điều này sẽ giúp cho Masan có kết quả kinh doanh mạnh mẽ hơn vào nửa năm sau và đảm bảo tăng trưởng bền vững trong trung hạn cho lĩnh vực thực phẩm và đồ uống.

Ngoài ra, điều này sẽ giúp giảm chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp giúp tăng khả năng sinh lời và dòng tiền nhằm xây dựng thương hiệu mạnh. Việc tập trung vào xây dựng thương hiệu mạnh cũng sẽ giúp thay đổi mô hình hiện nay từ "đẩy" sang "kéo", tạo nên bởi nhu cầu lớn của người tiêu dùng. Biên lợi nhuận có thể sẽ bị ảnh hưởng bởi giá nguyên vật liệu đầu vào tăng. Tuy nhiên, việc đầu tư vào cải tiến sản phẩm sẽ giúp giảm chi phí sản xuất và giá nguyên vật liệu đầu vào, như vậy sẽ bù vào áp lực chi phí nguyên vật liệu đầu vào. Ngoài ra, việc cải thiện quy trình hoạt động sẽ giúp cắt giảm chi phí vận chuyển và các chi phí gián tiếp, giúp tăng biên lợi nhuận trước thuế và trước lãi.

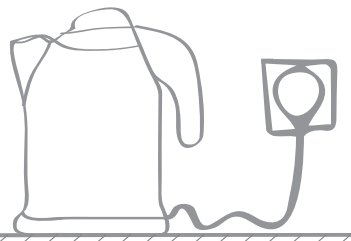
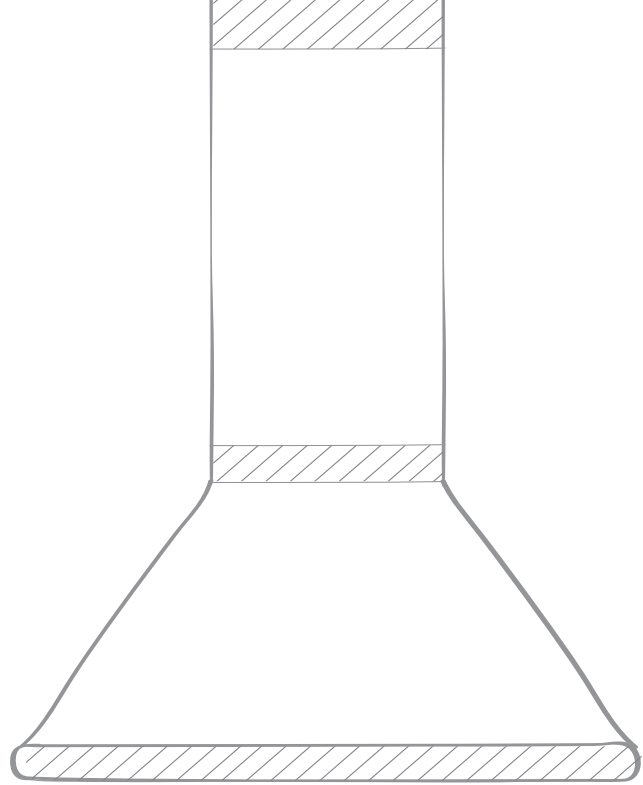
Masan cũng sẽ tập trung vào việc xây dựng và củng cố vị thế của Công ty trong ngành hàng nước mắm tại Việt Nam, đồng thời mở rộng thị trường vào In-land ASEAN nhằm thúc đẩy tăng trưởng.

Chúng tôi sẽ tập trung vào việc xây dựng các thương hiệu cao cấp và phổ thông trong ngành thực phẩm tiện lợi nhằm mang lại dòng tiền đáng kể và tạo nên nhiều thương hiệu thành công như chúng tôi đã làm với Omachi và Kokomi.

Trong ngành hàng đồ uống, mục tiêu của chúng tôi là tăng thêm thị phần cả phê nổi riêng và đẩy mạnh tăng trưởng trong lĩnh vực đồ uống nói chung.

Cuối cùng, việc bổ sung một ngành hàng quy mô lớn như thịt sẽ giúp Công ty tăng trưởng đáng kể trong tương lai gần.

Với những thông tin này, Masan Consumer dự báo sẽ tăng trưởng doanh thu từ 5% đến 11% trong năm 2017, với lợi nhuận thuần sau thuế và sau lợi ích cổ đông thiểu số giảm 5% đến tăng 5% do giá cả hàng hóa đầu vào cao hơn mà chúng tôi đã đề cập, cũng như do giảm thu nhập thuần tài chính vì thực hiện chính sách chi trả cổ tức.



THÔNG TIN VỀ CÔNG TY

Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh số	0302017440	ngày 31 tháng 5 năm 2000
	Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh đã được điều chỉnh nhiều lần, lần mới nhất là vào ngày 4 tháng 8 năm 2016. Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh và các giấy chứng nhận điều chỉnh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.	
Hội đồng Quản trị	Tiến sĩ Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch
	Ông Hồ Hùng Anh	Thành viên
	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Thành viên
	Ông Nguyễn Thiếu Quang	Thành viên
	Ông Seokhee Won	Thành viên
	Ông Lu Ming	Thành viên (đến ngày 27 tháng 1 năm 2016)
	Ông David Tan Wei Ming	Thành viên (đến ngày 27 tháng 1 năm 2016)
Ban Giám đốc	Ông Seokhee Won	Tổng Giám đốc
	Bà Nguyễn Hoàng Yến	Phó Tổng Giám đốc
	Ông Phạm Hồng Sơn	Phó Tổng Giám đốc
	Ông Phạm Đình Toại	Phó Tổng Giám đốc
	Ông Lê Trung Thành	Phó Tổng Giám đốc (đến ngày 15 tháng 2 năm 2017)
	Ông Nguyễn Anh Nguyên	Phó Tổng Giám đốc
	Bà Đinh Kim Nhung	Phó Tổng Giám đốc (từ ngày 31 tháng 5 năm 2016)
Trụ sở đăng ký	Tầng 12, Kumho Asiana Plaza Saigon 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh Việt Nam	
Công ty kiểm toán	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 bản báo cáo này và báo cáo tài chính hợp nhất đính kèm của Công ty và các công ty con (gọi chung là "Tập đoàn") cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016.

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:

- báo cáo tài chính hợp nhất được trình bày từ trang 72 đến 129 đã phản ánh trung thực và hợp lý tình hình tài chính hợp nhất của Tập đoàn tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, kết quả hoạt động kinh doanh 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
- tại ngày lập báo cáo này, không có lý do gì để Ban Giám đốc Công ty cho rằng Công ty 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



Seokhee Won
Tổng Giám đốc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 3 năm 2017

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 (gọi chung là “Tập đoàn”) bao gồm bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, 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 15 tháng 3 năm 2017, được trình bày từ trang 72 đến trang 129.

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 hợp nhất. 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 hợp nhất 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 hợp nhất trung thực và hợp lý nhằm thiết kế các thủ tục kiểm toán phù hợp với tình hình thực tế, tuy nhiên không nhằm mục đích đưa ra ý kiến về hiệu quả của kiểm soát nội bộ của Tập đoàn. Công việc kiểm toán cũng bao gồm việc đánh giá tính thích hợp của các chính sách kế toán được áp dụng và tính hợp lý của các ước tính kế toán của Ban Giám đốc Công ty, cũng như đánh giá việc trình bày tổng thể báo cáo tài chính hợp nhất.

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 2016, kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất và lưu chuyển tiền tệ hợp nhất cho năm kết thúc cùng ngày, phù hợp với các Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Chế độ Kế toán Doanh nghiệp Việt Nam và các quy định pháp lý có liên quan đến việc lập và trình bày báo cáo tài chính.

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

Việt Nam

Báo cáo kiểm toán số: 16-01-723



Chang Hung Chun

Giấy chứng nhận đăng ký hành nghề

Kiểm toán số 0863-2013-007-1

Phó Tổng Giám đốc

Chong Kwang Puay

Giấy chứng nhận đăng ký hành nghề

Kiểm toán số 0864-2013-007-1

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 3 năm 2017

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN HỢP NHẤT

tại ngày 31 tháng 12 năm 2016

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

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
TÀI SẢN				
Tài sản ngắn hạn (100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)	100		11.519.694.860.637	4.736.863.860.399
Tiền và các khoản tương đương tiền	110	6	6.914.244.921.330	3.366.663.621.920
Tiền	111		113.124.921.330	262.513.621.920
Các khoản tương đương tiền	112		6.801.120.000.000	3.104.150.000.000
Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		1.732.948.841.175	-
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	123	7(a)	1.732.948.841.175	-
Các khoản phải thu ngắn hạn	130		2.121.205.426.935	524.172.871.757
Phải thu của khách hàng	131	8	232.759.444.755	204.488.051.594
Trả trước cho người bán	132		61.482.083.206	293.268.256.650
Phải thu về cho vay ngắn hạn	135	12	1.663.716.876.592	-
Phải thu ngắn hạn khác	136	9(a)	164.464.049.739	27.198.707.736
Dự phòng các khoản phải thu khó đòi	137	10	(1.217.027.357)	(805.801.581)
Tài sản thiếu chờ xử lý	139		-	23.657.358
Hàng tồn kho	140	11	715.921.028.319	790.231.721.814
Hàng tồn kho	141		729.024.288.790	806.854.622.797
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		(13.103.260.471)	(16.622.900.983)
Tài sản ngắn hạn khác	150		35.374.642.878	55.795.644.908
Chi phí trả trước ngắn hạn	151		19.718.137.599	12.528.673.029
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	152		15.656.505.279	43.109.758.161
Thuế phải thu Nhà nước	153		-	157.213.718

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 2016 (tiếp theo)

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

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Tài sản dài hạn (200 = 210 + 220 + 240 + 250 + 260)	200		5.858.131.385.763	12.853.782.649.222
Các khoản phải thu dài hạn	210		24.757.902.339	7.123.035.720.424
Phải thu về cho vay dài hạn	215		-	6.729.614.068.000
Phải thu dài hạn khác	216	9(b)	24.757.902.339	393.421.652.424
Tài sản cố định	220		4.444.692.083.576	4.047.507.545.881
Tài sản cố định hữu hình	221	13	3.132.110.361.000	2.592.621.284.887
<i>Nguyên giá</i>	222		4.694.881.086.995	3.743.546.719.305
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	223		(1.562.770.725.995)	(1.150.925.434.418)
Tài sản cố định vô hình	227	14	1.312.581.722.576	1.454.886.260.994
<i>Nguyên giá</i>	228		2.102.498.034.268	2.052.630.727.848
<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	229		(789.916.311.692)	(597.744.466.854)
Tài sản dở dang dài hạn	240		371.351.502.339	719.382.303.260
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	242	15	371.351.502.339	719.382.303.260
Đầu tư tài chính dài hạn	250		249.391.858.906	254.802.292.906
Đầu tư vào một công ty liên kết	252	7(b)	249.391.858.906	254.802.292.906
Tài sản dài hạn khác	260		767.938.038.603	709.054.786.751
Chi phí trả trước dài hạn	261	16	193.229.086.523	126.947.338.090
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	17	150.172.693.140	117.078.881.599
Lợi thế thương mại	269	18	424.536.258.940	465.028.567.062
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (270 = 100 + 200)	270		17.377.826.246.400	17.590.646.509.621

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 2016 (tiếp theo)

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

	Mã số	Thuyết minh	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
NGUỒN VỐN				
NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 330)	300		5.449.387.898.339	4.775.199.506.191
Nợ ngắn hạn	310		4.942.371.387.944	4.149.379.994.667
Phải trả người bán ngắn hạn	311	19	708.987.463.602	888.714.668.760
Người mua trả tiền trước	312		18.887.115.066	33.942.871.425
Thuế phải nộp Nhà nước	313	20	312.750.964.401	277.975.491.700
Phải trả người lao động	314		4.383.144.705	16.179.341.565
Chi phí phải trả	315	21	958.703.296.344	864.961.703.475
Phải trả ngắn hạn khác	319	22(a)	27.461.089.550	104.479.000.714
Vay ngắn hạn	320	23(a)	2.887.958.787.537	1.928.631.096.153
Quỹ khen thưởng, phúc lợi	322		23.239.526.739	34.495.820.875
Nợ dài hạn	330		507.016.510.395	625.819.511.524
Phải trả người bán dài hạn	331	19	88.334.503.000	75.845.316.000
Phải trả dài hạn khác	337	22(b)	22.360.630.839	22.803.867.543
Vay dài hạn	338	23(b)	209.856.177.246	319.890.279.824
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	341	17	177.354.781.060	205.232.109.782
Dự phòng phải trả dài hạn	342		9.110.418.250	2.047.938.375
VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410)	400		11.928.438.348.061	12.815.447.003.430
Vốn chủ sở hữu	410	24	11.928.438.348.061	12.815.447.003.430
Vốn cổ phần	411	25	5.381.601.170.000	5.351.601.170.000
Thặng dư vốn cổ phần	412	25	5.088.056.394.992	5.088.056.394.992
Vốn khác của chủ sở hữu	414		(265.775.657.006)	(265.775.657.006)
Cổ phiếu quỹ	415	25	(1.640.252.631.255)	(1.640.252.631.255)
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	417		(2.253.725.216)	-
Quỹ đầu tư phát triển	418		22.731.972.844	22.731.972.844
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	421		2.434.650.312.379	2.984.708.427.270
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	429		909.680.511.323	1.274.377.326.585
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)	440		17.377.826.246.400	17.590.646.509.621

Ngày 15 tháng 3 năm 2017

Người lập:


Huỳnh Việt Thăng
Kế toán Trưởng

Người duyệt:


Nguyễn Hoàng Tùng
Quyền Giám đốc Tài chính


Seokhee Won
Tổng Giám đốc



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

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016

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

	Mã số	Thuyết minh	2016 VND	2015 VND
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	28	13.971.502.083.035	13.395.193.258.142
Các khoản giảm trừ doanh thu	02	28	181.742.640.558	183.268.214.315
Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 01 - 02)	10	28	13.789.759.442.477	13.211.925.043.827
Giá vốn hàng bán	11	29	7.539.940.954.915	7.264.239.572.313
Lợi nhuận gộp (20 = 10 - 11)	20		6.249.818.487.562	5.947.685.471.514
Doanh thu hoạt động tài chính	21	30	486.486.717.049	1.151.095.979.529
Chi phí tài chính	22	31	120.181.485.914	483.121.282.748
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	23		<i>117.857.140.158</i>	<i>335.761.168.464</i>
Phần lãi trong một công ty liên kết	24		6.648.042.500	14.377.236.580
Chi phí bán hàng	25	32	2.619.544.147.421	2.451.004.233.235
Chi phí quản lý doanh nghiệp	26	33	840.490.029.516	743.978.469.840
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 - 22) + 24 - (25 + 26)}	30		3.162.737.584.260	3.435.054.701.800
Thu nhập khác	31		3.946.391.087	4.260.887.581
Chi phí khác	32		3.831.459.210	12.772.930.635
Kết quả từ các hoạt động khác (40 = 31 - 32)	40		114.931.877	(8.512.043.054)
Lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50		3.162.852.516.137	3.426.542.658.746
Chi phí thuế TNDN – hiện hành	51	34	432.682.942.969	550.865.518.617
Lợi ích thuế TNDN – hoãn lại	52	34	(60.942.674.227)	(25.040.545.188)
Lợi nhuận sau thuế TNDN (60 = 50 - 51 - 52) (mang sang trang sau)	60		2.791.112.247.395	2.900.717.685.317

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 2016 (tiếp theo)

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

	Mã số	Thuyết minh	2016 VND	2015 VND
Lợi nhuận sau thuế TNDN (mang từ trang trước sang)	60		2.791.112.247.395	2.900.717.685.317
Phân bổ cho:				
Chủ sở hữu của Công ty	61		2.679.382.871.020	2.822.340.170.298
Cổ đông không kiểm soát	62		111.729.376.375	78.377.515.019
Lãi trên cổ phiếu				
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	70	35	5.165	5.479

Ngày 15 tháng 3 năm 2017

Người lập:


Huỳnh Việt Thăng
Kế toán Trưởng

Người duyệt:


Nguyễn Hoàng Tùng
Quyển Giám đốc Tài chính


Seokhee Won
Tổng Giám đốc



BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (Phương pháp gián tiếp)

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	2016 VND	2015 VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ CÁC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH			
Lợi nhuận kế toán trước thuế	01	3.162.852.516.137	3.426.542.658.746
Điều chỉnh cho các khoản			
Khấu hao và phân bổ	02	684.365.934.207	569.089.790.695
Các khoản dự phòng	03	52.262.080.735	92.508.919.639
Lỗ/(lãi) chênh lệch tỷ giá hối đoái do đánh giá lại các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ	04	88.494.016	(6.522.336.545)
Lỗ từ thanh lý tài sản cố định và chi phí xây dựng cơ bản dở dang	05	1.935.134.443	10.684.115.455
Thu nhập lãi từ các hoạt động đầu tư	05	(480.348.042.703)	(1.137.715.591.754)
Lỗ từ thanh lý khoản đầu tư vào một công ty liên kết	05	-	1.800.000.000
Lợi nhuận được chia từ một công ty liên kết	05	(6.648.042.500)	(14.377.236.580)
Chi phí lãi vay	06	117.857.140.158	335.761.168.464
Lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh trước những thay đổi vốn lưu động	08	3.532.365.214.493	3.277.771.488.120
Biến động các khoản phải thu và tài sản ngắn hạn khác	09	42.648.772.998	(27.888.375.712)
Biến động hàng tồn kho	10	34.018.360.660	63.301.972.816
Biến động các khoản phải trả và nợ phải trả khác	11	(108.318.131.689)	475.841.759.438
Biến động chi phí trả trước	12	25.963.823.781	20.190.850.653
		3.526.678.040.243	3.809.217.695.315
Tiền lãi vay đã trả	14	(115.044.203.443)	(203.807.081.700)
Thuế thu nhập doanh nghiệp đã nộp	15	(431.051.744.862)	(1.122.692.332.265)
Tiền chi khác cho hoạt động kinh doanh	17	(12.840.046.137)	(6.429.605.721)
Lưu chuyển tiền thuần từ các hoạt động kinh doanh	20	2.967.742.045.801	2.476.288.675.629

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

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 2016 (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	2016 VND	2015 VND
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ CÁC HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ			
Tiền chi mua tài sản cố định và tài sản dài hạn khác	21	(634.843.683.452)	(1.154.673.055.924)
Tiền thu từ thanh lý tài sản cố định và chi phí xây dựng cơ bản dở dang	22	3.863.456.185	2.542.787.564
Tiền chi cho vay	23	(3.559.078.712.592)	(8.285.000.000.000)
Tiền thu hồi các khoản cho vay	24	6.735.714.068.000	11.175.158.802.265
Gửi tiền gửi có kỳ hạn	23	(41.036.269.841.175)	(34.267.508.726.883)
Rút tiền gửi có kỳ hạn	24	39.303.321.000.000	38.129.156.940.966
Tiền chi đầu tư vào một công ty liên kết và mua lại cổ đông không kiểm soát trong các công ty con	25	(773.433.922.965)	(354.108.064.193)
Mua một công ty con, đã trừ đi số dư tiền của công ty con được mua (Thuyết minh 5(a))	25	(11.555.624.763)	(236.743.058.482)
Tiền thu từ thanh lý lợi ích trong một công ty con và một công ty liên kết và cổ tức trước ngày mua nhận được từ một công ty liên kết	26	5.410.434.000	501.800.000.000
Tiền thu lãi và cổ tức	27	724.885.024.521	840.336.503.800
Lưu chuyển tiền thuần từ các hoạt động đầu tư	30	758.012.197.759	6.350.962.129.113
LƯU CHUYỂN TIỀN TỪ CÁC HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH			
Tiền thu từ phát hành cổ phiếu	31	30.000.000.000	38.337.950.000
Tiền thu từ vốn góp vào một công ty con bởi cổ đông không kiểm soát	31	134.010	1.475.060.000
Tiền thu từ các khoản vay ngân hàng	33	8.481.450.471.251	11.603.228.942.899
Tiền trả nợ gốc vay cho ngân hàng	34	(7.682.156.882.445)	(17.625.477.362.486)
Tiền chi trả cổ tức	36	(1.005.198.769.200)	(3.080.229.986.000)
Lưu chuyển tiền thuần từ các hoạt động tài chính	40	(175.905.046.384)	(9.062.665.395.587)
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20 + 30 + 40)	50	3.549.849.197.176	(235.414.590.845)
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm	60	3.366.663.621.920	3.595.756.092.576
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái đối với tiền và các khoản tương đương tiền	61	(14.167.886)	6.322.120.189
Chênh lệch quy đổi tỷ giá hối đoái	61	(2.253.729.880)	-
Tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60 + 61) (Thuyết minh 6)	70	6.914.244.921.330	3.366.663.621.920

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 2016 (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)

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

	2016 VND	2015 VND
Cần trừ cổ tức phải trả với các khoản cho vay phải thu từ công ty mẹ	1.889.261.836.000	-

Người lập:


Huỳnh Việt Thăng
Kế toán Trưởng

Ngày 15 tháng 3 năm 2017

Người duyệt:


Nguyễn Hoàng Tùng
Quyển Giám đốc Tài chính


Seokhee Won
Tổng Giám đốc



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

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016

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 các 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 2016 bao gồm Công ty và các công ty con (gọi chung là “Tập đoàn”) và lợi ích của Tập đoàn trong một công ty liên kết.

(b) Hoạt động chính

Hoạt động chính của Công ty là mua bán thực phẩm; mua bán đồ uống không cồn và nước khoáng; tổ chức giới thiệu và xúc tiến thương mại và hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật có liên quan theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh 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 Công ty nằm trong phạm vi 12 tháng.

(d) Cấu trúc Tập đoàn

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, Tập đoàn có 4 công ty con sở hữu trực tiếp, 13 công ty con sở hữu gián tiếp và 1 công ty liên kết (1/1/2016: 3 công ty con sở hữu trực tiếp, 11 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 trình bày như sau:

Tên công ty	Hoạt động chính	Địa chỉ	Phần trăm lợi ích kinh tế tại ngày		Phần trăm quyền biểu quyết tại ngày	
			31/12/2016	1/1/2016	31/12/2016	1/1/2016
Các công ty con sở hữu trực tiếp						
Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Kumho Asiana Plaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage	Kinh doanh và phân phối	Tầng 12, Kumho Asiana Plaza Saigon số 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Công ty TNHH Một Thành viên Masan ĐIN	(i) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Đường số 7, Khu Công nghiệp Hòa Khánh, Phường Hòa Khánh Bắc, Quận Liên Chiểu, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Masan Consumer (Thailand) Limited	(vii) Kinh doanh và phân phối	Lầu 4, số 83, Đường Amnuay Songkhram, Tiểu khu Tanon Nakornchaisri, Quận Dusit, Bangkok, Thái Lan	99,99%	-	99,99%	-
Các công ty con sở hữu gián tiếp						
Công ty TNHH Một Thành viên Công nghiệp Masan	(ii) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Lô 6, Khu công nghiệp Tân Đông Hiệp A, Thị xã Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

Tên công ty	Hoạt động chính	Địa chỉ	Phần trăm lợi ích kinh tế tại ngày		Phần trăm quyền biểu quyết tại ngày	
			31/12/2016	1/1/2016	31/12/2016	1/1/2016
Công ty TNHH Một Thành viên Công nghệ Thực phẩm Việt Tiến	(ii) Sản xuất gia vị	Lô III-10, đường số 1, Nhóm Công nghiệp III, Khu công nghiệp Tân Bình, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Công ty Cổ phần Masan PQ	(ii) Sản xuất gia vị	Khu 1, Ấp Suối Đá, Xã Dương Tơ, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam.	99,99%	94,50%	99,99%	94,50%
Công ty TNHH Một Thành viên Masan HD	(ii) Sản xuất thực phẩm tiện lợi	Lô 22, Khu Công nghiệp Đại An, Phường Tứ Minh, Thành phố Hải Dương, Tỉnh Hải Dương, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Công ty TNHH Một Thành viên Masan MB	(ii) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Khu B, Khu Công nghiệp Nam Cấm, Khu Kinh tế Đông Nam Nghệ An, Huyện Nghi Lộc, Tỉnh Nghệ An, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Công ty TNHH Một Thành viên Masan HG	(ii) Sản xuất gia vị, thực phẩm tiện lợi và bao bì	Khu Công nghiệp Sông Hậu, xã Đông Phú, Huyện Châu Thành, Tỉnh Hậu Giang, Việt Nam.	100%	100%	100%	100%
Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn	(ii) Sản xuất và kinh doanh thực phẩm tiện lợi	Lô K4, Đường số 2, Khu công nghiệp Sóng thần 2, phường Dĩ An, Thị xã Dĩ An, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam.	99,99%	99,99%	99,99%	99,99%
Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc	(ii), (vi) Sản xuất gia vị	Khu 1, Ấp Suối Đá, Xã Dương Tơ, Huyện Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam.	100%	-	100%	-

Tên công ty	Hoạt động chính	Địa chỉ	Phần trăm lợi ích kinh tế tại ngày		Phần trăm quyền biểu quyết tại ngày	
			31/12/2016	1/1/2016	31/12/2016	1/1/2016
Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa	(iii) Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Khu Công nghiệp Biên Hòa I, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai, Việt Nam.	68,46%	53,20%	68,46%	53,20%
Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo	(iii) Sản xuất và kinh doanh đồ uống và bao bì	Thôn Vĩnh Sơn, Xã Vĩnh Hảo, Huyện Tuy Phong, Tỉnh Bình Thuận, Việt Nam.	88,56%	63,95%	88,56%	63,95%
Công ty Cổ phần Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Krôngpha	(iv) Sản xuất đồ uống	Km 37, Xa lộ 27, Thị trấn Tân Sơn, Huyện Ninh Sơn, Tỉnh Ninh Thuận, Việt Nam.	88,55%	63,94%	99,99%	99,99%
Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh	(iii) 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.	65,68%	65%	65,68%	65%
Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN	(v) Sản xuất và kinh doanh đồ uống	Số 10 Đường Nội Bộ Hưng Gia 2, Phường Tân Phong, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.	58,19%	-	85%	-
Một công ty liên kết						
Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	(ii) 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.	32,8%	32,8%	32,8%	32,8%

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

- (i) Công ty TNHH Một Thành viên Masan ĐN (“MDN”) được thành lập vào ngày 12 tháng 9 năm 2014 theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Kinh doanh số 0401622417 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Đà Nẵng cấp. Nghị quyết Hội đồng Quản trị số 7/2016/NQ-HĐQT-MSC ngày 28 tháng 3 năm 2016 đã thông qua và chấp thuận thanh lý MDN. Tại ngày phát hành các báo cáo tài chính hợp nhất này, quá trình giải thể MDN vẫn đang được tiến hành.
- (ii) Các công ty con này và công ty liên kết được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm Masan (“MSF”).
- (iii) Các công ty con này được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage (“MSB”).
- (iv) 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.
- (v) Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN (“CDN”) được mua bởi Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”), một công ty con sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua MSB, vào tháng 5 năm 2016 với số tiền là 35.000 triệu VND không bao gồm chi phí giao dịch (Thuyết minh 5(a)). Do kết quả từ giao dịch này, CDN trở thành một công ty con được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua VCF.
- (vi) Công ty TNHH Một Thành viên Nam Ngư Phú Quốc (“NPQ”) được thành lập vào ngày 21 tháng 6 năm 2016 theo Giấy Chứng nhận Đăng ký Doanh nghiệp 1702051991 do Sở Kế Hoạch và Đầu Tư Tỉnh Kiên Giang cấp. NPQ là một công ty con được sở hữu gián tiếp bởi Công ty thông qua MSF. Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, NPQ vẫn chưa đi vào hoạt động và đang trong quá trình xây dựng.
- (vii) Vào tháng 7 năm 2016, Công ty thành lập một công ty con – Masan Consumer (Thailand) Limited (“MTH”) để thâm nhập thị trường Inland ASEAN theo giấy phép 0105559105553 do Phòng Phát triển Doanh nghiệp Thái Lan cấp.

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

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, Tập đoàn có 4.625 nhân viên (1/1/2016: 4.822 nhân viên).

2. CƠ SỞ LẬP BÁO CÁO TÀI CHÍNH

(a) Tuyên bố về tuân thủ

Các 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

Các 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

Đơn vị tiền tệ kế toán của Tập đoàn 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.

(e) Số liệu so sánh

Số liệu so sánh tại ngày 1 tháng 1 năm 2016 được mang sang từ số liệu đã kiểm toán tại ngày 31 tháng 12 năm 2015.

3. TÓM TẮT NHỮNG CHÍNH SÁCH KẾ TOÁN CHỦ YẾU

Sau đây là các chính sách kế toán chủ yếu được Tập đoàn áp dụng trong việc lập các 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. Các báo cáo tài chính của các công ty con đã 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 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 2016 (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). Báo cáo tài chính hợp nhất bao gồm phần mà Tập đoàn được hưởng trong thu nhập và chi phí 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. Khi phần lỗ của đơn vị nhận đầu tư mà Tập đoàn phải chia sẻ vượt quá lợi ích của Tập đoàn trong đơn vị nhận đầu tư được hạch toán theo phương pháp vốn chủ sở hữu, giá trị ghi sổ của khoản đầu tư (bao gồm các khoản đầu tư dài hạn) 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 được loại trừ khi hợp nhất

Các 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, bất kỳ chênh lệch giữa chi 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 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, báo cáo thay đổi vốn chủ sở hữu 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 giai đoạn đề cập trong báo cáo này dưới góc độ nhìn nhận của Cổ đông Kiểm soát hoặc từ lúc các công ty được hợp nhất vào ngày sau ngày bắt đầu của kỳ báo cáo gần nhất, cho giai đoạn từ ngày hợp nhất đến hết ngày kết thúc kỳ báo cáo tương ứng.

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

Hợp nhất kinh doanh không chịu kiểm soát chung được hạch toán theo phương pháp mua tại ngày mua, là ngày mà quyền kiểm soát 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.

Theo phương pháp mua, tài sản và các khoản nợ phải trả của đơn vị bị mua được hợp nhất sử dụng giá trị hợp lý. Giá phí hợp nhất kinh doanh bao gồm tổng giá trị hợp lý của các tài sản đem trao đổi, các khoản nợ phải trả đã phát sinh hoặc đã thừa nhận và các công cụ vốn chủ sở hữu phát hành bởi Tập đoàn để đổi quyền kiểm soát đơn vị bị mua tại ngày trao đổi và các chi phí giao dịch. Lợi thế thương mại là khoản chênh lệch giữa giá phí hợp nhất kinh doanh và lợi ích của Tập đoàn trong phần giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả có thể xác định được và khoản nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua. Khoản chênh lệch âm được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

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

(b) Ngoại tệ

(i) Các giao dịch bằng ngoại tệ

Các giao dịch bằng các đơn vị tiền 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 tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm theo tỷ giá mua bán chuyển khoản trung bình của ngân hàng thương mại nơi Công ty hoặc các công ty con thường xuyên có giao dịch.

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

(ii) Hoạt động ở nước ngoài

Các tài sản và nợ phải trả của cơ sở hoạt động ở nước ngoài được quy đổi sang VND theo tỷ giá 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. Lỗ lũy kế được tính toán từ lỗ thuần đã được quy đổi. Doanh thu, thu nhập, chi phí và báo cáo 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.

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

(c) 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 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 và các công ty con dự định và có khả năng nắm giữ đến ngày đáo hạn. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn 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 của khách hàng và phải thu khác

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 bán hàng.

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 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 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	4 - 30 năm
» nâng cấp tài sản thuê	3 - 5 năm
» thiết bị văn phòng	3 - 10 năm
» máy móc và thiết bị	3 - 25 năm
» phương tiện vận chuyển	3 - 10 năm

(h) Tài sản cố định vô hình

(i) Quyền sử dụng đất

Quyền sử dụng đất gồm có:

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

Quyền sử dụng đất được thể hiện 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 từ 19 đến 50 năm.

(ii) Phần mềm máy vi tính

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

(iii) Quyền khai thác

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 từ 8 đến 30 năm.

(iv) Thương hiệu

Giá mua thương hiệu được vốn hóa và ghi nhận là tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng trong vòng 10 năm.

Giá trị hợp lý của thương hiệu mà Tập đoàn có được từ việc mua lại các công ty con được ghi nhận là một tài sản cố định vô hình và được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng từ 10 đến 20 năm. Giá trị hợp lý của thương hiệu có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng việc chiết khấu các khoản thanh toán tiền bản quyền ước tính có thể tiết kiệm được từ việc sở hữu thương hiệu đó.

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

(v) Quan hệ khách hàng

Giá trị hợp lý của mỗi quan hệ khách hàng mà Tập đoàn có được từ việc mua lại các công ty con được vốn hóa và ghi nhận như một tài sản cố định vô hình. Giá trị hợp lý của mỗi quan hệ khách hàng có được từ việc hợp nhất kinh doanh được xác định bằng phương pháp tính lãi vượt trội trong nhiều giai đoạn, theo đó tài sản này được định giá sau khi trừ đi phần lợi nhuận hợp lý tính cho các tài sản khác đã góp phần tạo ra các luồng lưu chuyển tiền đó. Giá trị hợp lý của mỗi quan hệ khách hàng được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng từ 5 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 các công ty con được vốn hóa và ghi nhận như một 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 từ 10 đến 37 năm.

(i) Chi phí xây dựng cơ bản dở dang

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

(j) Chi phí trả trước dài hạn

(i) Chi phí đất trả trước

Chi phí đất trả trước bao gồm tiền thuê đất trả trước, kể cả các khoản liên quan đến đất thuê mà Tập đoàn đã nhận được giấy chứng nhận quyền sử dụng đất nhưng không đủ điều kiện ghi nhận tài sản cố định vô hình theo các quy định 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 là 42 đến 50 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 trước thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp 5 năm (bao gồm chi phí thành lập doanh nghiệp, chi phí đào tạo nhân viên, chi phí quảng cáo, tuyên truyền 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 vòng 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 vòng từ 2 đến 3 năm.

(k) 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 chi phí mua và lợi ích của Tập đoàn trong giá trị hợp lý thuần của các tài sản, nợ phải trả và nợ tiềm tàng của đơn vị bị mua. Khoản chênh lệch âm (lãi từ giao dịch mua giá rẻ) được ghi nhận ngay vào báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

Lợi thế thương mại phát sinh khi mua công ty con được phân bổ theo phương pháp đường thẳng trong vòng 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 khấu hao.

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

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

(m) 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 mức lương hiện tại của nhân viên và thời gian họ làm việc.

Khoản dự phòng trợ cấp thôi việc phải trả cho các nhân viên đủ điều kiện tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 được lập dựa trên số năm làm việc của nhân viên, là tổng thời gian làm việc thực tế trừ đi 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, và mức lương bình quân của họ trong vòng sáu tháng trước ngày kết thúc kỳ kế toán năm.

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

(n) Các công cụ tài chính phái sinh

Tập đoàn nắm giữ các công cụ tài chính phái sinh để phòng ngừa rủi ro về biến động giá của nguyên vật liệu. Các công cụ tài chính phái sinh được ghi nhận trên bảng cân đối kế toán hợp nhất với giá gốc tại ngày hợp đồng phái sinh được ký kết. Các khoản lãi và lỗ đã thực hiện từ các công cụ phái sinh được ghi nhận là doanh thu hoạt động tài chính hoặc chi phí tài chính trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất.

(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. Chi phí liên quan trực tiếp đến việc phát hành cổ phiếu phổ thông, sau khi trừ đi các ảnh hưởng của thuế, được ghi nhận là khoản giảm trừ 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 thuộc vốn 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) Cổ phiếu quỹ

Khi cổ phiếu phổ thông đã phát hành được mua lại, khoản tiền đã trả để mua lại bao gồm chi phí liên quan trực tiếp, sau khi trừ đi các ảnh hưởng của thuế, được ghi nhận như một khoản giảm trừ vốn chủ sở hữu. Cổ phiếu mua lại được phân loại là cổ phiếu quỹ thuộc vốn chủ sở hữu. Khi cổ phiếu quỹ được bán ra cho mục đích tái phát hành, giá vốn của cổ phiếu tái phát hành được xác định theo phương pháp bình quân gia quyền. Chênh lệch giữa khoản tiền nhận được và giá vốn của cổ phiếu tái phát hành được trình bày trong thặng dư vốn cổ phần.

(p) Thuế

Thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận hoặc lỗ hợp nhất 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 của các khoản mục tài sản và nợ phải trả cho mục đích báo cáo tài chính và giá trị sử dụng cho mục đích tính thuế. 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 hóa 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 hàng bán 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 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.

(iii) 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 tại ngày kết thúc kỳ kế toán năm. 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 lãi tiền gửi ngân hàng, lãi từ các khoản cho vay lãi chênh lệch tỷ giá và lãi đã thực hiện từ các công cụ tài chính phái sinh.

Doanh thu từ tiền 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 vay từ các ngân hàng và các chi phí liên quan, lỗ chênh lệch tỷ giá và lỗ đã thực hiện từ các công cụ tài chính phái sinh.

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

(s) Các khoản thanh toán thuê hoạt động

Các khoản thanh toán 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.

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

(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 hợp nhất thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty 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 hợp nhất 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.

Lãi và lỗ hợp nhất thuộc về cổ đông phổ thông của Công ty được xác định sau khi trừ đi khoản phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi trong kỳ kế toán năm.

(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 của Tập đoàn là dựa theo bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh.

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 lãi tiền gửi liên quan, các khoản đầu tư và các thu nhập 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 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 một 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 cá nhân, bao gồm cả các thành viên gia đình thân cận của các cá nhân được xem là liên quan.

Các công ty liên quan để cập tới công ty mẹ và công ty mẹ cấp cao nhất và các công ty con và công ty liên kết của công ty mẹ này.

Khi xem xét mối quan hệ của các bên liên quan cần chú ý tới bản chất của mối quan hệ và không chỉ đơn thuần là hình thức pháp lý

4. BÁO CÁO BỘ PHẬN

(a) Bộ phận chia theo hoạt động kinh doanh

Tập đoàn phân loại các bộ phận kinh doanh của Tập đoàn thành bốn bộ phận kinh doanh chính là gia vị, thực phẩm tiện lợi, đồ uống và các bộ phận kinh doanh khác. Các bộ phận kinh doanh khác bao gồm dịch vụ cho thuê nhà kho và khác.

Cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016	Gia vị VND	Thực phẩm tiện lợi (*) VND	Đồ uống (*) VND	Khác VND	Hợp nhất VND
Tổng doanh thu của bộ phận – thuần	5.929.762.801.607	3.684.213.605.945	4.159.968.086.897	15.814.948.028	13.789.759.442.477
Lợi nhuận gộp của bộ phận	3.227.439.094.975	1.396.930.220.837	1.620.108.969.229	5.340.202.521	6.249.818.487.562
Kết quả kinh doanh của bộ phận	2.303.210.024.677	585.704.199.827	340.759.488.342	5.340.202.521	3.235.013.915.367
Chi phí quản lý doanh nghiệp không phân bổ					(438.581.562.242)
Doanh thu hoạt động tài chính					486.486.717.049
Chi phí tài chính					(120.181.485.914)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh					3.162.737.584.260
Thu nhập khác					3.946.391.087
Chi phí khác					(3.831.459.210)
Chi phí thuế TNDN					(371.740.268.742)
Lợi nhuận sau thuế TNDN					2.791.112.247.395

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HH

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

	Gia vị VND	Thực phẩm tiện lợi (*) VND	Đồ uống (*) VND	Khác VND	Hợp nhất VND
Cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2015					
Tổng doanh thu của bộ phận – thuần	5.646.133.836.572	4.141.969.337.151	3.388.624.227.274	35.197.642.830	13.211.925.043.827
Lợi nhuận gộp của bộ phận	3.201.552.578.979	1.517.188.122.868	1.222.885.288.905	6.059.480.762	5.947.685.471.514
Kết quả kinh doanh của bộ phận	2.399.143.141.280	650.685.998.053	101.487.979.916	6.059.480.762	3.157.376.600.011
Chi phí quản lý doanh nghiệp không phân bổ					(390.296.594.992)
Doanh thu hoạt động tài chính					1.151.095.979.529
Chi phí tài chính					(483.121.282.748)
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh					3.435.054.701.800
Thu nhập khác					4.260.887.581
Chi phí khác					(12.772.930.635)
Chi phí thuế TNDN					(525.824.973.429)
Lợi nhuận sau thuế TNDN					2.900.717.685.317

Kết quả kinh doanh của bộ phận là doanh thu thuần của bộ phận trừ giá vốn hàng bán của bộ phận, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp trực tiếp thuộc về bộ phận đó và chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp gián tiếp được phân bổ dựa trên cơ sở hợp lý.

Chi phí không phân bổ là chi phí quản lý doanh nghiệp mà Ban Giám đốc Công ty tin rằng không thể phân bổ các chi phí này một cách hợp lý cho từng bộ phận. Những chi phí này phát sinh ở cấp độ Tập đoàn.

(*) Kết quả kinh doanh của bộ phận Thực phẩm tiện lợi và Đồ uống bao gồm khấu hao gồm khấu hao lợi thế thương mại với số tiền là 67.668 triệu VND (2015: 65.837 triệu VND), khấu hao tài sản cố định vô hình phát sinh từ hợp nhất kinh doanh với số tiền là 150.125 triệu VND (2015: 138.103 triệu VND) và khấu hao giá trị hợp lý tăng thêm của tài sản cố định hữu hình phát sinh từ hợp nhất kinh doanh với số tiền là 24.705 triệu VND (2015: 25.389 triệu VND) trong năm.

	Gia vị VND	Thực phẩm tiện lợi VND	Đồ uống VND	Hợp nhất VND
Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016				
Tài sản bộ phận	1.875.082.609.128	1.356.020.120.800	2.783.135.920.430	6.014.238.650.358
Tài sản không phân bổ				11.363.587.596.042
Tổng tài sản				17.377.826.246.400
Nợ phải trả bộ phận	181.934.564.179	170.732.625.606	702.777.024.481	1.055.444.214.266
Các khoản nợ không phân bổ				4.393.943.684.073
Tổng nợ phải trả				5.449.387.898.339
Cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016				
Chỉ tiêu vốn	318.695.966.674	53.310.673.834	128.398.417.563	500.405.058.071
Chỉ tiêu vốn không phân bổ	-	-	-	220.675.756.456
Khấu hao tài sản cố định hữu hình	178.152.639.224	108.019.559.648	123.621.072.455	409.793.271.327
Khấu hao tài sản cố định hữu hình không phân bổ	-	-	-	14.039.906.819
Khấu hao tài sản cố định vô hình, lợi thế thương mại và chi phí trả trước dài hạn	5.510.165.970	21.399.760.419	226.167.066.610	253.076.992.999
Khấu hao tài sản cố định vô hình và chi phí trả trước dài hạn không phân bổ	-	-	-	48.754.062.252

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HH

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

	Gia vị VND	Thực phẩm tiện lợi VND	Đồ uống VND	Hợp nhất VND
Tại ngày 1 tháng 1 năm 2016				
Tài sản bộ phận	1.462.565.696.956	1.200.498.321.968	3.172.238.930.632	5.835.302.949.556
Tài sản không phân bổ				11.755.343.560.065
Tổng tài sản	113.543.169.908	119.183.003.852	756.352.583.636	17.590.646.509.621
Nợ phải trả bộ phận				989.078.757.396
Các khoản nợ không phân bổ				3.786.120.748.795
Tổng nợ phải trả				4.775.199.506.191
Cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2015				
Chi tiêu vốn	231.545.268.110	106.494.269.165	203.976.613.164	542.016.150.439
Chi tiêu vốn không phân bổ	-	-	-	503.988.090.772
Khấu hao tài sản cố định hữu hình	128.422.294.311	101.239.389.606	104.499.546.195	334.161.230.112
Khấu hao tài sản cố định hữu hình không phân bổ	-	-	-	6.674.329.048
Khấu hao tài sản cố định vô hình, lợi thế thương mại và chi phí trả trước dài hạn	5.835.212.577	17.539.338.203	202.439.507.417	225.814.058.197
Khấu hao tài sản cố định vô hình và chi phí trả trước dài hạn không phân bổ	-	-	-	183.799.207.018

Chi tiết các tài sản không phân bổ và các khoản nợ không phân bổ như sau:

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	6.914.244.921.330	3.366.663.621.920
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn	1.732.948.841.175	-
Các khoản phải thu ngắn hạn thuần	2.029.920.765.380	316.474.528.749
Hàng tồn kho	103.734.755.658	87.861.390.774
Tài sản ngắn hạn khác	11.967.257.413	49.745.232.734
Các khoản phải thu dài hạn	24.757.902.339	7.123.035.720.424
Tài sản cố định	278.110.907.616	286.532.885.308
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	22.495.594.849	378.283.553.087
Tài sản dài hạn khác	245.406.650.282	146.746.627.069
Tài sản không phân bổ	11.363.587.596.042	11.755.343.560.065
Phải trả người bán ngắn hạn	155.692.783.011	526.112.327.209
Người mua trả tiền trước	9.862.385.864	18.283.250.322
Thuế phải nộp Nhà nước	266.538.737.389	239.418.537.782
Phải trả người lao động	14.847.747	8.615.000
Chi phí phải trả	664.106.554.350	530.660.379.908
Phải trả ngắn hạn khác	20.934.183.491	14.874.943.144
Vay ngắn hạn	2.887.958.787.537	1.928.631.096.153
Phải trả dài hạn khác	1.624.446.378	3.009.209.671
Vay dài hạn	209.856.177.246	319.890.279.824
Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	177.354.781.060	205.232.109.782
Các khoản nợ không phân bổ	4.393.943.684.073	3.786.120.748.795

(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 không trọng yếu đối với Tập đoàn.

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

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

5. HỢP NHẤT KINH DOANH VÀ GIAO DỊCH VỚI CỔ ĐÔNG KHÔNG KIỂM SOÁT

(a) Mua lại Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN – giao dịch không chịu sự kiểm soát chung

Trong tháng 5 năm 2016, Công ty Cổ phần VinaCafé Biên Hòa (“VCF”), một công ty con của Công ty, đã mua lại 85% quyền sở hữu trong Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN (“CDN”) với số tiền 35.000 triệu VND không bao gồm chi phí giao dịch. Việc mua lại này dẫn đến Công ty nắm giữ 58,19% lợi ích kinh tế trong CDN tại ngày 31 tháng 12 năm 2016.

Việc mua lại này có ảnh hưởng đến tài sản và nợ phải trả của Tập đoàn tại ngày mua như sau:

	Giá trị ghi sổ trước thời điểm mua VND	Các điều chỉnh giá trị hợp lý VND	Giá trị ghi nhận tại thời điểm mua VND
Tiền và các khoản tương đương tiền	23.444.375.237	-	23.444.375.237
Phải thu của khách hàng	361.699.396	-	361.699.396
Trả trước cho người bán	20.893.841.858	-	20.893.841.858
Phải thu ngắn hạn khác	394.448.888	-	394.448.888
Hàng tồn kho	4.437.565.909	-	4.437.565.909
Chi phí trả trước ngắn hạn	1.573.379.697	-	1.573.379.697
Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	1.614.397.960	-	1.614.397.960
Tài sản cố định hữu hình	8.023.114.445	-	8.023.114.445
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	512.819.546	-	512.819.546
Chi phí trả trước dài hạn	1.203.165.220	-	1.203.165.220
Tài sản thuế hoãn lại	28.466.036	-	28.466.036
Phải trả người bán ngắn hạn	(575.538.404)	-	(575.538.404)
Thuế phải nộp Nhà nước	(111.135.384)	-	(111.135.384)
Phải trả người lao động	(412.231.529)	-	(412.231.529)
Chi phí phải trả	(1.567.029.008)	-	(1.567.029.008)
Phải trả ngắn hạn khác	(616.759.903)	-	(616.759.903)
Vay ngắn hạn	(50.000.000.000)	-	(50.000.000.000)
Tổng tài sản thuần có thể xác định được mua	9.204.579.964	-	9.204.579.964
Phần tài sản thuần được mua			7.823.892.969
Lợi thế thương mại phát sinh từ việc mua lại (Thuyết minh 18)			27.176.107.031
Khoản thanh toán cho việc mua lại			35.000.000.000
Khoản tiền thu được			(23.444.375.237)
Tiền thuần chi ra			11.555.624.763

Lợi thế thương mại được ghi nhận từ việc mua lại liên quan chủ yếu đến khả năng hiệp lực mà Ban Giám đốc kỳ vọng đạt được từ việc hợp nhất công ty được mua vào hoạt động kinh doanh hiện hành của Tập đoàn.

Trong giai đoạn từ ngày mua đến ngày 31 tháng 12 năm 2016, doanh thu thuần và lỗ thuần của bên được mua lần lượt là 16.854 triệu VND và 20.809 triệu VND.

(b) Mua thêm vốn cổ phần của Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo

Phần lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo (“VHC”) tăng từ 63,95% lên 88,56% do kết quả của việc mua thêm 24,61% vốn sở hữu của VHC như sau:

- Vào ngày 6 tháng 1 năm 2016, Công ty TNHH Một Thành viên Masan Beverage (“MSB”), một công ty con của Công ty, đã mua thêm 2.657.641 cổ phiếu của VHC, với tổng số tiền là 113.922 triệu VND.
- Vào ngày 28 tháng 4 năm 2016, MSB mua thêm 566.288 cổ phiếu của VHC, với tổng số tiền là 23.275 triệu VND.

Các việc mua lại này có ảnh hưởng như sau:

	VND
Chi phí mua lại – bằng tiền	137.196.800.523
Giá trị ghi sổ tương ứng của tài sản thuần được mua	(135.083.880.318)
Chênh lệch ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối (Thuyết minh 24)	2.112.920.205

(c) Mua thêm vốn cổ phần của VCF

Phần lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong VCF đã tăng từ 53,20% lên 68,46% do kết quả từ việc mua thêm 15,26% lợi ích vốn chủ sở hữu của VCF như sau:

- Vào ngày 24 tháng 2 năm 2016, MSB đã mua thêm 1.850.000 cổ phiếu của VCF, với tổng số tiền là 290.595 triệu VND.
- Vào ngày 9 tháng 12 năm 2016, MSB đã mua thêm 2.204.863 cổ phiếu của VCF, với tổng số tiền là 375.189 triệu VND.

Các việc mua lại này có ảnh hưởng như sau:

	VND
Chi phí mua lại – bằng tiền	665.784.583.648
Giá trị ghi sổ tương ứng của tài sản thuần được mua	(336.782.515.012)
Chênh lệch ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối (Thuyết minh 24)	329.002.068.636

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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) Mua thêm vốn cổ phần của Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh

Vào ngày 28 tháng 4 năm 2016, MSB mua thêm 54.100 cổ phiếu của Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh (“QNW”), với tổng số tiền là 623 triệu VND. Theo đó, phần lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong QNW tăng từ 65,00% lên 65,68%.

Việc mua lại này có ảnh hưởng như sau:

	VND
Chi phí mua lại – bằng tiền	622.862.317
Giá trị ghi sổ tương ứng của tài sản thuần được mua	(1.370.694.835)
Chênh lệch ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối (Thuyết minh 24)	(747.832.518)

(e) Giao dịch với lợi ích cổ đông không kiểm soát của Công ty Cổ phần Ma San PQ

Vào ngày 6 tháng 10 năm 2016, Công ty TNHH Một Thành viên Thực phẩm MaSan (“MSF”), một công ty con của Công ty có các giao dịch sau:

- Mua thêm 385.000 cổ phiếu của Công ty Cổ phần Ma San PQ (“MPQ”), với tổng số tiền là 5.964 triệu VND.
- Bán 20 cổ phiếu của MPQ cho cổ đông không kiểm soát (“NCI”) với tổng số tiền là 309.000 VND.

Do kết quả của các giao dịch trên, phần lợi ích vốn chủ sở hữu của Công ty trong MPQ đã tăng từ 94,50% lên 99,99%.

Việc mua lại này có ảnh hưởng như sau:

	VND
Chi phí mua lại – bằng tiền	5.963.650.000
Giá trị ghi sổ tương ứng của tài sản thuần được mua	(3.953.498.116)
Chênh lệch ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối (Thuyết minh 24)	2.010.151.884

Việc bán cho cổ đông không kiểm soát có ảnh hưởng như sau:

	VND
Khoản thu được – bằng tiền	309.800
Giá trị ghi sổ tương ứng của tài sản thuần được bán	(205.380)
Chênh lệch ghi nhận trong lợi nhuận sau thuế chưa phân phối (Thuyết minh 24)	104.420

6. TIỀN VÀ CÁC KHOẢN TƯƠNG ĐƯƠNG TIỀN

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Tiền mặt	2.064.520.061	6.714.138.115
Tiền gửi ngân hàng	111.060.401.269	255.799.483.805
Các khoản tương đương tiền	6.801.120.000.000	3.104.150.000.000
Tiền và các khoản tương đương tiền trong báo cáo lưu chuyển tiền tệ hợp nhất	6.914.244.921.330	3.366.663.621.920

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 giao dịch.

7. CÁC KHOẢN ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH

(a) Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn		
• Tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn	1.732.948.841.175	-

Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn – ngắn hạn là các khoản tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn với thời gian đáo hạn còn lại không quá mười hai 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 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

(b) Đầu tư vào một công ty liên kết

	31/12/2016		1/1/2016	
	Số lượng cổ phiếu	% sở hữu và % quyền biểu quyết	Số lượng cổ phiếu	% sở hữu và % quyền biểu quyết
Đầu tư vào công ty liên kết:				
• Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex	2.659.217	32,8%	2.660.217	32,8%

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

Trong năm, Tập đoàn không có giao dịch trọng yếu nào với Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex ("CLX"). Xem thêm Thuyết minh 1(d) trình bày về hoạt động chính của CLX.

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

	Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex VND
Giá trị ghi sổ của khoản đầu tư vào công ty liên kết tại thời điểm đầu năm	254.802.292.906
Phần lợi nhuận phát sinh sau ngày mua từ công ty liên kết trong năm	6.648.042.500
Cổ tức nhận được từ công ty liên kết liên quan đến giai đoạn trước ngày mua	(5.410.434.000)
Cổ tức nhận được từ công ty liên kết liên quan đến giai đoạn sau ngày mua	(6.648.042.500)
Giá trị ghi sổ của khoản đầu tư vào công ty liên kết tại thời điểm cuối năm	249.391.858.906

8. PHẢI THU CỦA KHÁCH HÀNG

Phải thu của khách hàng là các bên liên quan:

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Các bên liên quan		
• Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY	5.644.586	218.586.661
• Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution	31.752.716.796	16.639.970.914
• Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery HG	3.833.035.010	6.957.627.234

Khoản phải thu thương mại từ các bên liên quan không có đảm bảo, không hưởng lãi và có thời hạn thu hồi từ 30 – 180 ngày kể từ ngày ghi trên hóa đơn.

9. PHẢI THU KHÁC

(a) Phải thu ngắn hạn khác

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Khoản phải thu phi thương mại từ các bên liên quan		
• Lãi dự thu (*)	114.905.802.559	-
• Phải thu khác (**)	11.546.396.400	-
Lãi dự thu từ tiền gửi ngân hàng	26.870.375.441	6.134.424.327
Các khoản ký quỹ ngắn hạn	3.932.192.910	15.378.332.182
Phải thu khác	7.209.282.429	5.685.951.227
	164.464.049.739	27.198.707.736

(*) Khoản phải thu này liên quan đến thu nhập lãi phải thu từ khoản vay Công ty cấp cho một bên liên quan. Xem thêm Thuyết minh 12 và 36 để biết thêm thông tin.

(**) Khoản phải thu ngắn hạn khác từ các bên liên quan không có đảm bảo, không hưởng lãi và có thể thu được khi có nhu cầu.

(b) Phải thu dài hạn khác

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Lãi dự thu	-	373.495.304.103
Các khoản ký quỹ dài hạn	24.757.902.339	19.926.348.321
	24.757.902.339	393.421.652.424

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

10. DỰ PHÒNG PHẢI THU KHÓ ĐÒI

Số ngày quá hạn	31/12/2016			1/1/2016		
	Giá gốc VND	Dự phòng VND	Giá trị có thể thu hồi VND	Giá gốc VND	Dự phòng VND	Giá trị có thể thu hồi VND
0 – 30 ngày	43.712.307.539	-	43.712.307.539	53.855.360.311	-	53.855.360.311
31 – 180 ngày	562.712.024	-	562.712.024	1.274.690.676	-	1.274.690.676
181 – 365 ngày	119.942.347	(4.553.821)	115.388.526	112.706.563	(33.811.969)	78.894.594
Trên 365 ngày	1.283.068.350	(1.212.473.536)	70.594.814	1.469.678.246	(771.989.612)	697.688.634
Dự phòng phải thu khó đòi	45.678.030.260	(1.217.027.357)	44.461.002.903	56.712.435.796	(805.801.581)	55.906.634.215
		(1.217.027.357)			(805.801.581)	
Biến động dự phòng phải thu khó đòi trong năm như sau:						
				2016 VND		2015 VND
Số dư đầu năm				805.801.581		2.063.747.655
Tăng dự phòng trong năm				611.371.481		209.584.106
Sử dụng dự phòng trong năm				(58.476.340)		(598.710.895)
Hoàn nhập				(141.669.365)		(868.819.285)
Số dư cuối năm				1.217.027.357		805.801.581

11. HÀNG TỒN KHO

	31/12/2016		1/1/2016	
	Giá gốc VND	Dự phòng VND	Giá gốc VND	Dự phòng VND
Hàng mua đang đi đường	23.020.158.807	-	52.076.694.647	-
Nguyên vật liệu	350.142.495.576	(9.590.373.377)	460.875.351.554	(10.283.181.128)
Công cụ và dụng cụ	71.745.888.578	-	66.744.430.628	-
Chi phí sản xuất kinh doanh dở dang	67.061.968.283	-	54.162.719.531	-
Thành phẩm	212.346.462.681	(3.512.887.094)	169.571.819.977	(5.906.339.559)
Hàng hóa	4.707.314.865	-	3.423.606.460	(433.380.296)
	729.024.288.790	(13.103.260.471)	806.854.622.797	(16.622.900.983)

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

	2016 VND	2015 VND
Số dư đầu năm	16.622.900.983	22.318.186.169
Tăng dự phòng trong năm	49.109.986.107	94.986.484.380
Sử dụng dự phòng trong năm	(48.249.539.256)	(99.504.636.005)
Hoàn nhập dự phòng	(4.380.087.363)	(1.177.133.561)
Số dư cuối năm	13.103.260.471	16.622.900.983

Bao gồm trong hàng tồn kho của Tập đoàn tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 có lần lượt 13.103 triệu VND (1/1/2016: 16.623 triệu VND) hàng tồn kho chậm luân chuyển.

12. PHẢI THU VỀ CHO VAY NGẮN HẠN

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Các khoản cho vay phải thu từ công ty mẹ	1.663.716.876.592	-

Khoản cho vay phải thu không được bảo đảm và hưởng lãi suất năm 6% trong năm. Các khoản vay này đến hạn sau 12 tháng kể từ ngày giải ngân. Khoản lãi sẽ được thu vào ngày đến hạn của khoản vay.

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH HỮU HÌNH

	Nhà cửa VND	Năng cấp tài sản thuế VND	Thiết bị văn phòng VND	Máy móc và thiết bị VND	Phương tiện vận chuyển VND	Tổng cộng VND
Nguyên giá						
Số dư đầu năm	1.024.775.104.570	10.622.457.648	54.463.116.431	2.621.959.990.570	31.726.050.086	3.743.546.719.305
Tăng từ mua công ty con	-	-	66.966.491	7.431.656.488	524.491.466	8.023.114.445
Tăng trong năm	103.114.200	-	153.933.036	1.647.581.616	725.712.000	2.630.340.852
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	303.630.532.968	52.168.653.336	10.126.708.718	586.361.433.015	88.714.693	952.376.042.730
Chuyển từ/(chuyển sang) chi phí trả trước dài hạn	(1.624.302.165)	-	-	3.132.848.600	-	1.508.546.435
Thanh lý	(1.930.414.206)	-	(1.401.807.166)	(8.370.427.853)	(902.479.286)	(12.605.128.511)
Xóa sổ	-	-	-	(598.548.261)	-	(598.548.261)
Số dư cuối năm	1.324.954.035.367	62.791.110.984	63.408.917.510	3.211.564.534.175	32.162.488.959	4.694.881.086.995
Giá trị hao mòn lũy kế						
Số dư đầu năm	169.394.043.997	9.215.700.908	26.115.841.837	931.850.243.550	14.349.604.126	1.150.925.434.418
Khấu hao trong năm	66.996.045.822	10.268.545.627	8.055.093.576	334.417.078.351	4.096.414.770	423.833.178.146
Thanh lý	(1.604.733.941)	-	(1.376.689.570)	(7.644.861.631)	(763.053.166)	(11.389.338.308)
Xóa sổ	-	-	-	(598.548.261)	-	(598.548.261)
Số dư cuối năm	234.785.355.878	19.484.246.535	32.794.245.843	1.258.023.912.009	17.682.965.730	1.562.770.725.995
Giá trị còn lại						
Số dư đầu năm	855.381.060.573	1.406.756.740	28.347.274.594	1.690.109.747.020	17.376.445.960	2.592.621.284.887
Số dư cuối năm	1.090.168.679.489	43.306.864.449	30.614.671.667	1.953.540.622.166	14.479.523.229	3.132.110.361.000

Bao gồm trong nguyên giá tài sản cố định hữu hình của Tập đoàn có các tài sản có nguyên giá là 303.992 triệu VND, đã khấu hao hết tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 (1/1/2016: 147.224 triệu VND), nhưng vẫn đang được sử dụng.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 và ngày 1 tháng 1 năm 2016, 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 và công ty mẹ.

Không có tài sản cố định hữu hình nào không còn sử dụng được và chờ thanh lý tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 (1/1/2016: 2.555 triệu VND).

Giá trị còn lại của một số thiết bị tạm thời không sử dụng trong tài sản cố định hữu hình của Tập đoàn là 11.261 triệu VND tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 (1/1/2016: 64.989 triệu VND).

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HH

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

14. TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÔ HÌNH

	Quyền sử dụng đất VND	Phần mềm máy vi tính VND	Quyền khai thác VND	Thương hiệu VND	Quan hệ khách hàng VND	Nguồn nước khoáng VND	Tổng cộng VND
Nguyên giá							
Số dư đầu năm	123.577.684.764	266.353.638.873	88.408.197.667	757.478.531.332	404.114.911.701	412.697.763.511	2.052.630.727.848
Tăng trong năm	-	-	27.597.137.629	-	-	-	27.597.137.629
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	24.090.871.914	1.794.878.000	876.285.239	-	-	26.762.035.153
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(4.491.866.362)	-	-	-	-	-	(4.491.866.362)
Số dư cuối năm	119.085.818.402	290.444.510.787	117.800.213.296	758.354.816.571	404.114.911.701	412.697.763.511	2.102.498.034.268
Giá trị hao mòn lũy kế							
Số dư đầu năm	22.787.494.728	30.082.466.090	2.594.792.443	251.480.915.252	283.205.016.061	7.593.782.280	597.744.466.854
Khấu hao trong năm	3.973.493.884	33.298.237.584	5.222.895.451	66.854.958.673	61.580.087.040	21.934.668.276	192.864.340.908
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(692.496.070)	-	-	-	-	-	(692.496.070)
Số dư cuối năm	26.068.492.542	63.380.703.674	7.817.687.894	318.335.873.925	344.785.103.101	29.528.450.556	789.916.311.692
Giá trị còn lại							
Số dư đầu năm	100.790.190.036	236.271.172.783	85.813.405.224	505.997.616.080	120.909.895.640	405.103.981.231	1.454.886.260.994
Số dư cuối năm	93.017.325.860	227.063.807.113	109.982.525.402	440.018.942.646	59.329.808.600	383.169.312.955	1.312.581.722.576

Bao gồm trong nguyên giá tài sản cố định vô hình của Tập đoàn có các tài sản có nguyên giá là 30.767 triệu VND, đã khấu hao hết tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 (1/1/2016: 9.894 triệu VND), nhưng vẫn đang được sử dụng.

15. CHI PHÍ XÂY DỰNG CƠ BẢN DỜ DANG

	2016 VND
Số dư đầu năm	719.382.303.260
Tăng từ mua công ty con	512.819.546
Tăng trong năm	688.531.869.266
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình	(952.376.042.730)
Chuyển sang tài sản cố định vô hình	(26.762.035.153)
Chuyển sang chi phí trả trước dài hạn	(53.354.611.425)
Thanh lý	(4.582.800.425)
Số dư cuối năm	371.351.502.339

Các công trình xây dựng cơ bản dở dang lớn như sau:

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Nhà cửa	188.404.304.707	151.875.818.946
Nâng cấp tài sản thuê	-	55.268.590.055
Máy móc và thiết bị	181.049.669.637	481.713.466.070
Phần mềm máy vi tính	197.379.408	3.542.760.093
Khác	1.700.148.587	26.981.668.096
	371.351.502.339	719.382.303.260

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 và 1 tháng 1 năm 2016, một số chi phí xây dựng cơ bản dở dang của Tập đoàn được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay cấp cho Tập đoàn và công ty mẹ.

Trong năm, chi phí vay được vốn hóa vào chi phí xây dựng cơ bản dở dang của Tập đoàn 7.251 triệu VND (2015: 69.641 triệu VND).

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

16. CHI PHÍ TRẢ TRƯỚC DÀI HẠN

	Chi phí đất trả trước VND	Lợi thế kinh doanh từ cổ phần hóa VND	Công cụ và dụng cụ VND	Tổng cộng VND
Số dư đầu năm	45.566.425.643	31.343.711.533	50.037.200.914	126.947.338.090
Tăng từ mua công ty con	-	-	1.203.165.220	1.203.165.220
Tăng trong năm	42.064.673.420	-	8.491.583.924	50.556.257.344
Chuyển từ chi phí xây dựng cơ bản dở dang	-	-	53.354.611.425	53.354.611.425
Chuyển từ tài sản cố định vô hình	-	-	3.799.370.292	3.799.370.292
Chuyển từ chi phí trả trước ngắn hạn	-	-	177.109.882	177.109.882
Chuyển sang tài sản cố định hữu hình – thuần	-	-	(1.508.546.435)	(1.508.546.435)
Phân bổ trong năm	(2.258.462.168)	(3.134.371.152)	(35.905.465.870)	(41.298.299.190)
Thanh lý	-	-	(1.920.105)	(1.920.105)
Số dư cuối năm	85.372.636.895	28.209.340.381	79.647.109.247	193.229.086.523

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, không có chi phí đất trả trước nào (1/1/2016: 15.709 triệu VND) của Tập đoàn được thế chấp tại ngân hàng để đảm bảo cho các khoản vay cấp cho Tập đoàn.

17. TÀI SẢN THUẾ THU NHẬP HOÀN LẠI VÀ THUẾ THU NHẬP HOÀN LẠI PHẢI TRẢ

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

	31/12/2016		1/1/2016	
	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 và khuyến mãi phải trả	105.248.849.406	-	79.681.805.106	-
Chi phí kho vận phải trả	17.374.503.772	-	8.313.593.022	-
Chiết khấu thương mại phải trả	5.161.030.851	-	6.899.887.301	-
Chi phí phải trả khác	18.846.737.999	-	18.713.216.710	-
Lợi nhuận chưa thực hiện	3.541.571.112	-	3.470.379.460	-
Tài sản cố định hữu hình	-	(5.546.199.648)	-	(8.947.644.157)
Tài sản cố định vô hình	-	(171.808.581.412)	-	(196.284.465.625)
	150.172.693.140	(177.354.781.060)	117.078.881.599	(205.232.109.782)

18. LỢI THẾ THƯƠNG MẠI

	2016 VND
Nguyên giá	
Số dư đầu năm	666.785.307.196
Tăng trong năm	27.176.107.031
Số dư cuối năm	693.961.414.227
Giá trị hao mòn lũy kế	
Số dư đầu năm	201.756.740.134
Khấu hao trong năm	67.668.415.153
Số dư cuối năm	269.425.155.287
Giá trị còn lại	
Số dư đầu năm	465.028.567.062
Số dư cuối năm	424.536.258.940

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

19. PHẢI TRẢ NGƯỜI BÁN

Phải trả người bán chi tiết theo kỳ hạn thanh toán

	31/12/2016		1/1/2016	
	Giá gốc VND	Số có khả năng trả nợ VND	Giá gốc VND	Số có khả năng trả nợ VND
Ngắn hạn	708.987.463.602	708.987.463.602	888.714.668.760	888.714.668.760
Dài hạn	88.334.503.000	88.334.503.000	75.845.316.000	75.845.316.000
	797.321.966.602	797.321.966.602	964.559.984.760	964.559.984.760

20. THUẾ PHẢI NỘP NHÀ NƯỚC

	1/1/2016 VND	Mua công ty con VND	Phát sinh VND	Nộp/hoàn lại VND	Khấu trừ VND	31/12/2016 VND
Thuế giá trị gia tăng	110.670.581.994	-	2.332.702.465.657	(470.564.900.291)	(1.830.522.372.095)	142.285.775.265
Thuế xuất nhập khẩu	-	-	11.791.828.372	(11.791.828.372)	-	-
Thuế thu nhập doanh nghiệp	164.291.190.154	-	432.682.942.969	(431.051.744.862)	-	165.922.388.261
Thuế thu nhập cá nhân	2.132.724.666	111.135.384	54.374.966.199	(53.191.005.845)	(170.233.630)	3.257.586.774
Các loại thuế khác	880.994.886	-	17.747.103.709	(17.342.884.494)	-	1.285.214.101
	277.975.491.700	111.135.384	2.849.299.306.906	(983.942.363.864)	(1.830.692.605.725)	312.750.964.401

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

21. CHI PHÍ PHẢI TRẢ

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Chi phí quảng cáo và khuyến mãi	572.533.158.360	442.111.166.641
Chi phí kho vận	92.335.239.793	53.668.827.458
Chi phí trưng bày	19.595.353.810	23.335.862.860
Thưởng và lương tháng 13	88.970.497.961	80.883.701.607
Chiết khấu bán hàng	29.710.794.483	43.210.817.606
Chi phí nghiên cứu thị trường	16.534.099.796	28.512.695.162
Chi phí lãi vay	5.786.985.888	2.795.596.169
Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	26.528.811.619	9.692.424.510
Mua hàng chưa nhận hóa đơn	29.565.152.100	42.307.537.977
Phải trả liên quan đến giao dịch mua	-	77.788.700.000
Chi phí khác	77.143.202.534	60.654.373.485
	958.703.296.344	864.961.703.475

22. PHẢI TRẢ KHÁC

a. Phải trả ngắn hạn khác

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Phải trả về cổ phần hóa của một công ty con	-	81.604.798.989
Kinh phí công đoàn, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp	12.599.617.645	8.626.250.289
Ký quỹ ngắn hạn	5.108.373.944	6.444.167.762
Cổ tức phải trả	3.074.462.000	2.625.877.218
Các khoản phải trả khác	6.678.635.961	5.177.906.456
	27.461.089.550	104.479.000.714

b. Phải trả dài hạn khác

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Ký quỹ dài hạn	22.360.630.839	22.803.867.543

23. VAY

a. Vay ngắn hạn

	Biến động trong năm			31/12/2016	
	Giá trị ghi sổ VND	Tăng VND	Giảm VND	Giá trị ghi sổ VND	Số có khả năng trả nợ VND
Vay ngắn hạn	1.821.049.413.817	8.425.383.975.487	(7.492.130.784.147)	2.804.302.605.157	2.804.302.605.157
Vay dài hạn đến hạn trả	107.581.682.336	83.656.182.380	(107.581.682.336)	83.656.182.380	83.656.182.380
	1.928.631.096.153	8.509.040.157.867	(7.599.712.466.483)	2.887.958.787.537	2.887.958.787.537

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

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

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

	Loại tiền	Lãi suất năm	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Vay ngắn hạn				
• Khoản vay ngân hàng có đảm bảo	VND	4,0% - 4,5%	453.236.733.465	561.916.299.850
• Khoản vay ngân hàng không có đảm bảo	VND	4,0% - 4,7%	2.351.065.871.692	1.259.133.113.967
			2.804.302.605.157	1.821.049.413.817

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 và ngày 1 tháng 1 năm 2016, khoản vay ngân hàng có đảm bảo của Tập đoàn được bảo lãnh bởi Công ty.

(b) Vay dài hạn

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Vay dài hạn	293.512.359.626	427.471.962.160
Hoàn trả trong vòng 12 tháng	(83.656.182.380)	(107.581.682.336)
Hoàn trả sau 12 tháng	209.856.177.246	319.890.279.824

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

	Loại tiền	Lãi suất năm	Năm đáo hạn	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Vay dài hạn					
• Khoản vay có đảm bảo	VND	8% - 9,3%	2020	293.512.359.626	427.471.962.160

Khoản vay ngân hàng có đảm bảo của Tập đoàn được đảm bảo bằng tài sản cố định và chi phí xây dựng cơ bản dở dang của Tập đoàn với giá trị ghi sổ lần lượt là 816.233 triệu VND và 3.306 triệu VND (1/1/2016: tài sản cố định và chi phí xây dựng cơ bản dở dang với giá trị ghi sổ lần lượt là 784.683 triệu VND và 427.871 triệu VND).

Trong năm, Tập đoàn đã tuân thủ các điều khoản vay của các khoản vay trên.

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016 và ngày 1 tháng 1 năm 2016, Tập đoàn không có khoản nợ gốc và lãi quá hạn nào.

24. THAY ĐỔI VỐN CHỦ SỞ HỮU

	Vốn cổ phần VND	Thặng dư vốn cổ phần VND	Vốn khác VND	Cổ phiếu quỹ VND	Quỹ đầu tư phát triển (*) VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát ("NCI") VND	Tổng cộng VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2015	5.313.263.220.000	5.088.056.394.992	(265.775.657.006)	(1.640.252.631.255)	22.731.972.844	3.245.457.980.524	1.128.253.921.282	12.891.735.201.381
Phát hành cổ phiếu (Thuyết minh 25)	38.337.950.000	-	-	-	-	-	-	38.337.950.000
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	2.822.340.170.298	78.377.515.019	2.900.717.685.317
Cổ tức (Thuyết minh 26)	-	-	-	-	-	(3.079.957.932.000)	-	(3.079.957.932.000)
Phân bổ vào quỹ khen thưởng, phúc lợi	-	-	-	-	-	(1.452.567.034)	-	(1.452.567.034)
Thanh toán thù lao cho Hội đồng Quản trị của công ty con	-	-	-	-	-	(1.679.224.518)	(1.477.031.482)	(3.156.256.000)
Mua công ty con có lợi ích cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	-	67.747.861.766	67.747.861.766
Góp vốn vào công ty con bởi lợi ích cổ đông không kiểm soát	-	-	-	-	-	-	1.475.060.000	1.475.060.000
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2015	5.351.601.170.000	5.088.056.394.992	(265.775.657.006)	(1.640.252.631.255)	22.731.972.844	2.984.708.427.270	1.274.377.326.585	12.815.447.003.430

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

	Vốn cổ phần VND	Thặng dư vốn cổ phần VND	Vốn khác VND	Cổ phiếu quỹ VND	Chênh lệch tỷ giá hối đoái VND	Quý đầu tư phát triển (*) VND	Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối VND	Lợi ích cổ đông không kiểm soát ("NCI") VND	Tổng cộng VND
Số dư tại ngày 1 tháng 1 năm 2016	5.351.601.170.000	5.088.056.394.992	(265.775.657.006)	(1.640.252.631.255)	-	22.731.972.844	2.984.708.427.270	1.274.377.326.585	12.815.447.003.430
Phát hành cổ phiếu (Thuyết minh 25)	30.000.000.000	-	-	-	-	-	-	-	30.000.000.000
Lợi nhuận thuần trong năm	-	-	-	-	-	-	2.679.382.871.020	1.111.729.376.375	2.791.112.247.395
Cổ tức (Thuyết minh 26)	-	-	-	-	-	-	(2.896.096.655.200)	-	(2.896.096.655.200)
Thanh toán thù lao cho Hội đồng Quản trị của công ty con	-	-	-	-	-	-	(967.126.924)	(616.625.077)	(1.583.752.001)
Mua thêm từ NCI (Thuyết minh 5(b), 5(c), 5(d) và 5(e))	-	-	-	-	-	-	(332.377.308.207)	(477.190.588.281)	(809.567.896.488)
Bán cho NCI mà không thay đổi quyền kiểm soát (Thuyết minh 5(e))	-	-	-	-	-	-	104.420	205.380	309.800
Mua công ty con có lợi ích cổ đông không kiểm soát (Thuyết minh 5(a))	-	-	-	-	-	-	-	1.380.686.995	1.380.686.995
Góp vốn vào một công ty con của NCI	-	-	-	-	-	-	-	134.010	134.010
Chênh lệch tỷ giá hối đoái	-	-	-	-	(2.253.725.216)	-	-	(4.664)	(2.253.729.880)
Số dư tại ngày 31 tháng 12 năm 2016	5.381.601.170.000	5.088.056.394.992	(265.775.657.006)	(1.640.252.631.255)	(2.253.725.216)	22.731.972.844	2.434.650.312.379	909.680.511.323	11.928.438.348.061

(*) Quý đầu tư phát triển được trích lập từ lợi nhuận sau thuế theo nghị quyết của Đại Hội đồng Cổ đông Thường Niên của một công ty con. Quý này được thành lập nhằm mục đích mở rộng kinh doanh trong tương lai của một công ty con.

25. VỐN CỔ PHẦN, THẶNG DƯ VỐN CỔ PHẦN VÀ CỔ PHIẾU QUỸ

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

	31/12/2016		1/1/2016	
	Số lượng cổ phiếu	VND	Số lượng cổ phiếu	VND
Vốn cổ phần được duyệt và đã phát hành				
Cổ phiếu phổ thông	538.160.117	5.381.601.170.000	535.160.117	5.351.601.170.000
Cổ phiếu quỹ				
Cổ phiếu phổ thông	18.000.000	1.640.252.631.255	18.000.000	1.640.252.631.255
Vốn cổ phần hiện đang lưu hành				
Cổ phiếu phổ thông	520.160.117	5.201.601.170.000	517.160.117	5.171.601.170.000
Thặng dư vốn cổ phần	-	5.088.056.394.992	-	5.088.056.394.992

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 vốn cổ phần hiện đang lưu hành trong năm như sau:

	2016		2015	
	Số lượng cổ phiếu	Mệnh giá VND	Số lượng cổ phiếu	Mệnh giá VND
Số dư đầu năm - hiện đang lưu hành	517.160.117	5.171.601.170.000	513.326.322	5.133.263.220.000
Cổ phiếu đã phát hành trong năm (*)	3.000.000	30.000.000.000	3.833.795	38.337.950.000
Số dư cuối năm - hiện đang lưu hành	520.160.117	5.201.601.170.000	517.160.117	5.171.601.170.000

(*) Trong tháng 6 năm 2016, Công ty đã phát hành 3 triệu cổ phiếu bằng mệnh giá cho nhân viên theo kế hoạch phát hành cổ phần cho nhân viên sau khi được các cổ đông thông qua tại Đại Hội đồng Cổ đông Thường niên vào tháng 4 năm 2016.

26. CỔ TỨC

Cuộc họp Đại Hội đồng Cổ đông Thường Niên của Công ty vào ngày 26 tháng 4 năm 2016 đã quyết định chia và tạm ứng cổ tức bằng tiền với số tiền là 2.896.097 triệu VND (2015: 3.079.958 triệu VND).

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

27. CÁC KHOẢN MỤC NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

(a) Cam kết thuê ngoài

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

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Trong vòng 1 năm	130.627.053.331	97.315.640.429
Trong vòng 2 đến 5 năm	105.726.617.900	169.304.282.490
	236.353.671.231	266.619.922.919

(b) Ngoại tệ các loại

	31/12/2016		1/1/2016	
	Nguyên tệ	Tương đương VND	Nguyên tệ	Tương đương VND
USD	616.066	13.997.015.659	6.045.007	135.401.815.720
THB	97.959.692	60.637.049.233	-	-
		74.634.064.892		135.401.815.720

(c) Cam kết chi tiêu vốn

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2016, Tập đoàn có các cam kết vốn sau đã được duyệt nhưng chưa được phản ánh trong các bảng cân đối kế toán hợp nhất:

	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Đã được duyệt và đã ký kết hợp đồng	260.303.831.552	80.840.029.341
Đã được duyệt nhưng chưa ký kết hợp đồng	125.949.862.404	679.491.415.314
	386.253.693.956	760.331.444.655

28. 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:

	2016 VND	2015 VND
Tổng doanh thu		
• Bán hàng	13.932.802.827.746	13.314.693.316.861
• Dịch vụ và doanh thu khác	38.699.255.289	80.499.941.281
	13.971.502.083.035	13.395.193.258.142
Trừ đi các khoản giảm trừ doanh thu		
• Chiết khấu thương mại	129.354.512.110	93.203.256.408
• Hàng bán bị trả lại	52.388.128.448	90.064.957.907
	181.742.640.558	183.268.214.315
Doanh thu thuần	13.789.759.442.477	13.211.925.043.827

29. GIÁ VỐN HÀNG BÁN

	2016 VND	2015 VND
Tổng giá vốn hàng bán		
• Hàng đã bán	7.444.564.708.089	7.099.821.098.738
• Dịch vụ đã cung cấp và giá vốn khác	50.646.348.082	70.609.122.756
• Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	44.729.898.744	93.809.350.819
	7.539.940.954.915	7.264.239.572.313

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (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)

30. DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH

	2016 VND	2015 VND
Doanh thu hoạt động tài chính từ tiền gửi ngân hàng	310.130.343.695	230.147.227.042
Thu nhập lãi từ khoản cho các bên liên quan vay	114.905.802.559	533.086.759.239
Thu nhập lãi từ hoạt động đầu tư cho vay khác	55.311.896.449	374.481.605.473
Lãi chênh lệch tỷ giá	3.617.735.128	9.363.293.885
Lãi đã thực hiện từ các công cụ tài chính phái sinh	2.509.420.890	4.017.093.890
Doanh thu hoạt động tài chính khác	11.518.328	-
	486.486.717.049	1.151.095.979.529

31. CHI PHÍ TÀI CHÍNH

	2016 VND	2015 VND
Chi phí lãi vay ngân hàng	117.857.140.158	335.761.168.464
Thuế nhà thầu trên chi phí lãi vay và phí gia hạn khoản vay	-	15.974.611.922
Lỗ chênh lệch tỷ giá	2.243.573.433	117.571.521.431
Lỗ đã thực hiện từ các công cụ tài chính phái sinh	-	12.013.980.931
Lỗ từ bán một công ty liên kết	-	1.800.000.000
Chi phí tài chính khác	80.772.323	-
	120.181.485.914	483.121.282.748

32. CHI PHÍ BÁN HÀNG

	2016 VND	2015 VND
Chi phí bán hàng	1.651.243.161.739	1.453.556.407.048
Chi phí kho vận	574.860.334.364	597.010.522.139
Chi phí nhân viên	278.924.620.729	242.638.266.253
Chi phí trung bày	40.237.657.913	53.327.568.856
Chi phí nghiên cứu thị trường	24.364.413.803	46.121.328.928
Chi phí bán hàng khác	49.913.958.873	58.350.140.011
	2.619.544.147.421	2.451.004.233.235

33. CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

	2016 VND	2015 VND
Chi phí nhân viên	272.314.162.990	237.165.269.661
Phân bổ giá trị hợp lý tăng thêm của tài sản cố định phát sinh từ hợp nhất kinh doanh	174.829.829.682	163.492.245.004
Chi phí thuê hệ thống đường truyền và dịch vụ công nghệ thông tin	130.636.650.920	86.992.654.154
Phân bổ lợi thế thương mại	67.668.415.153	65.836.690.684
Tiền thuê văn phòng	50.502.129.664	40.219.396.759
Chi phí nghiên cứu và phát triển	32.098.863.136	21.224.937.152
Chi phí khấu hao tài sản cố định	58.377.753.606	31.582.485.227
Chi phí quản lý doanh nghiệp khác	54.062.224.365	97.464.791.199
	840.490.029.516	743.978.469.840

34. THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

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

	2016 VND	2015 VND
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành		
Năm hiện hành	432.202.862.289	560.900.410.375
Dự phòng thiếu/(thừa) trong những năm trước	480.080.680	(10.034.891.758)
	432.682.942.969	550.865.518.617
Lợi ích thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại		
Phát sinh và hoàn nhập các chênh lệch tạm thời	(60.942.674.227)	(34.615.781.394)
Ảnh hưởng của thay đổi thuế suất	-	9.575.236.206
	(60.942.674.227)	(25.040.545.188)
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	371.740.268.742	525.824.973.429

THUYẾT MINH BÁO CÁO TÀI CHÍNH HỢP NHẤT

cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HN

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

(b) Đối chiếu thuế suất thực tế

	2016 VND	2015 VND
Lợi nhuận kế toán trước thuế	3.162.852.516.137	3.426.542.658.746
Thuế tính theo thuế suất của Công ty	632.570.503.227	753.839.384.705
Ảnh hưởng của các mức thuế suất ưu đãi áp dụng cho các công ty con	(268.624.750.119)	(225.680.578.595)
Ảnh hưởng của phần lãi trong công ty liên kết	(1.329.608.500)	(3.162.992.048)
Chi phí không được khấu trừ thuế	3.449.838.134	489.411.497
Dự phòng thiếu/(thừa) trong những năm trước	480.080.680	(10.034.891.758)
Ảnh hưởng của thay đổi thuế suất	-	9.575.236.206
Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chưa được ghi nhận	5.194.205.320	799.403.422
	371.740.268.742	525.824.973.429

(c) Thuế suất áp dụng

Công ty có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước thuế thu nhập doanh nghiệp với thuế suất 22% cho năm 2015 và 20% từ năm 2016 trở đi.

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

(d) Các khoản thuế tiềm ẩn

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 Cục thuế này đến Cục thuế khác. Tình hình quyết toán thuế có thể phụ thuộc vào việc xem xét và thanh tra của cơ quan có thẩm quyền khác nhau, mà các cơ quan này được luật cho phép áp đặt các mức phạt thuế và tính lãi phạt chậm trả. Điều này có thể làm cho rủi ro về thuế ở Việt Nam lớn hơn so với các nước khác. Ban Giám đốc cho rằng họ đã tính đủ nghĩa vụ thuế phải trả theo diễn giải về luật thuế, bao gồm các yêu cầu về chứng từ xác định giá trị thị trường trong giao dịch kinh doanh giữa các bên liên quan 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 đáng kể.

35. 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 2016 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 cho kỳ kế toán năm là 2.679.382 triệu VND (cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2015: 2.822.340 triệu VND) và số lượng cổ phiếu phổ thông đang lưu hành bình quân gia quyền là 518.746.418 (cho năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2015: 515.111.925), được tính như sau:

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

	2016 VND	2015 VND
Lợi nhuận thuần thuộc về cổ đông phổ thông	2.679.382.871.020	2.822.340.170.298

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

	2016	2015
Cổ phiếu phổ thông đã phát hành đầu năm - hiện đang lưu hành	517.160.117	513.326.322
Ảnh hưởng của cổ phiếu mới phát hành trong năm	1.586.301	1.785.603
Số cổ phiếu phổ thông bình quân gia quyền cuối năm - hiện đang lưu hành	518.746.418	515.111.925

(iii) Lãi cơ bản trên cổ phiếu

	2016 VND	2015 VND
Lãi cơ bản trên cổ phiếu	5.165	5.479

(b) Lãi suy giảm trên cổ phiếu

Tại các ngày 31 tháng 12 năm 2016 và 1 tháng 1 năm 2016, 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 2016 (tiếp theo)

Mẫu B 09 – DN/HH

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

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

Trong năm và tại thời điểm cuối năm, Tập đoàn có các giao dịch chủ yếu và số dư với các bên liên quan như sau:

Mối quan hệ	TÍNH CHẤT GIAO DỊCH	Giá trị giao dịch		Phải thu/(phải trả) tại ngày	
		2016 VND	2015 VND	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Công ty mẹ					
Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	Khoản cho vay đã cấp	3.559.078.712.592	-	1.663.716.876.592	-
	Thu hồi khoản cho vay	6.100.000.000	9.619.772.870.265	-	-
	Thu hồi khoản cho vay thông qua việc cần trừ với cổ tức phải trả	1.889.261.836.000	-	-	-
	Thu nhập lãi từ các khoản cho vay	114.905.802.559	533.086.759.239	114.905.802.559	-
	Thu hồi lãi từ khoản cho vay	-	552.062.749.559	-	-
	Cổ tức đã phân phối	2.799.261.836.000	2.413.111.542.000	-	-
Công ty liên kết					
Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Cholimex	Cổ tức nhận được trước ngày mua	5.410.434.000	-	-	-
	Cổ tức nhận được sau ngày mua	6.648.042.500	-	-	-
Các bên liên quan khác					
Công ty TNHH Masan Master Brewery	Bán hàng hóa	-	518.984.879	-	-
	Mua hàng hóa	150.070	46.955.091	-	-
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery PY	Bán hàng hóa	39.439.978	15.937.854	5.644.586	218.586.661

Mối quan hệ	TÍNH CHẤT GIAO DỊCH	Giá trị giao dịch		Phải thu/(phải trả) tại ngày	
		2016 VND	2015 VND	31/12/2016 VND	1/1/2016 VND
Công ty TNHH Một Thành viên Masan Brewery Distribution	Mua hàng hóa	1.880.413.261	175.592.727	-	-
	Bán hàng hóa	1.153.360	307.692.000	31.752.716.796	-
	Phí hỗ trợ quản lý	28.990.613.560	15.185.119.012	-	16.639.970.914
Công ty TNHH Một thành viên Masan Brewery HG	Bán hàng hóa	34.422.542	-	6.107.257	-
	Phí hỗ trợ quản lý	3.479.025.231	6.325.115.667	3.826.927.753	6.957.627.234
	Thanh toán hộ phí thuê đất	11.546.396.400	-	11.546.396.400	-
Thành viên quản lý chủ chốt	Thù lao trả cho Thành viên quản lý chủ chốt (*)	29.984.910.463	25.265.348.225	-	-

(*) Không có khoản phí nào phải trả cho thành viên Hội đồng Quản trị của Công ty cho các năm kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2016 và ngày 31 tháng 12 năm 2015.

Người lập:


Huỳnh Việt Thăng
Kế toán Trưởng

Ngày 15 tháng 3 năm 2017

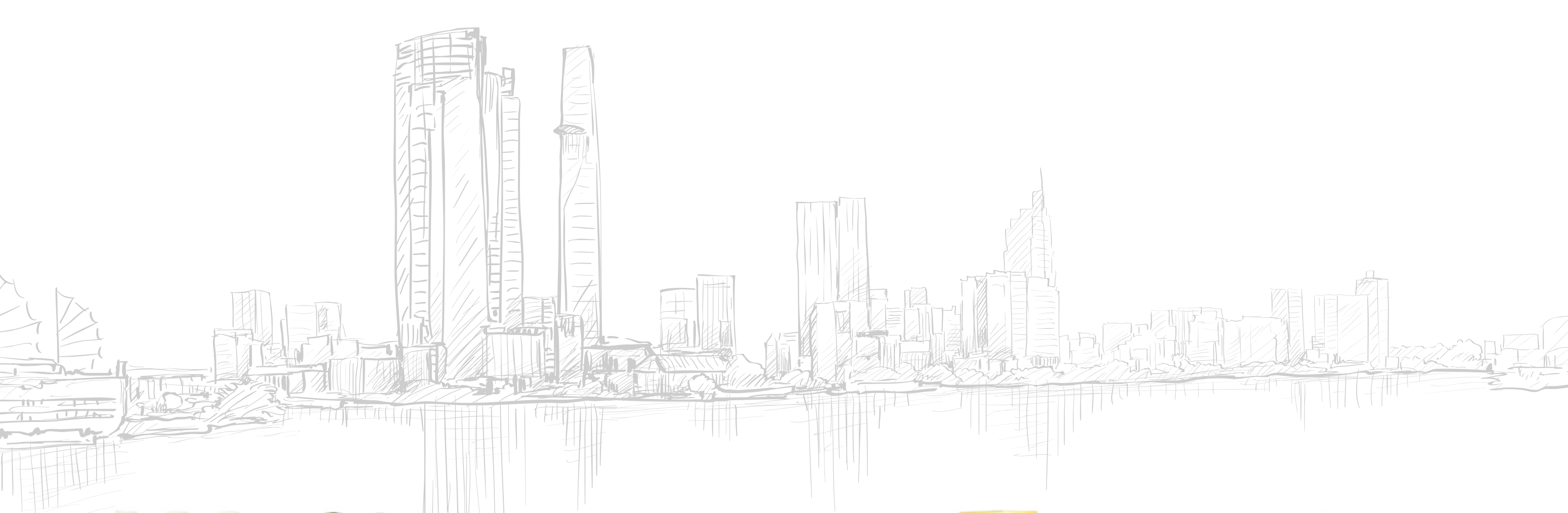
Người duyệt:

Nguyễn Hoàng Tùng
Quyền Giám đốc Tài chính


Seokhee Won
Tổng Giám đốc



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://www.masanconsumer.com/category/shareholder-annual-report/>



LỊCH SỬ CÔNG TY

Ngày 1/4: 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: 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.

1996

2000

Ngày 31/5: 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.

Ngày 1/8: Công ty Cổ phần Công nghiệp - Kỹ nghệ - Thương mại Việt Tiến sát 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.

2003

2004

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

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

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

2006

2007

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

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

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

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

2008

2009

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

Ngày 1/7: 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: 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.

LỊCH SỬ CÔNG TY (TIẾP THEO)

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

2010

2011

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

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

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

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

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

Tháng 12: 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%.

2012

2013

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

Ngày 6/2: 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%.

Tháng 3: 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: Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.273.359.100.000 đồng.

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

Ngày 30/12: Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan - công ty con của Công ty chào mua thành công 32,83% cổ phần Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex.

2014

2015

Ngày 14/1: 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: Công ty thay đổi tên thành "CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN"

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

Ngày 25/12: 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.

2016

TOGETHER

Ngày 6/1: Công ty TNHH Một thành viên Masan Beverage - Công ty con của Công ty hoàn tất việc mua thêm 20,28% cổ phần Công ty Cổ phần Nước khoáng Vĩnh Hảo, nâng tổng số cổ phần sở hữu tại Vĩnh Hảo lên 84,23%.

Tháng 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: 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: 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: Công ty TNHH Một thành viên Thực phẩm Masan thành lập một công ty con là Công ty TNHH Một thành viên Nam Ngư Phú Quốc tại Phú Quốc.

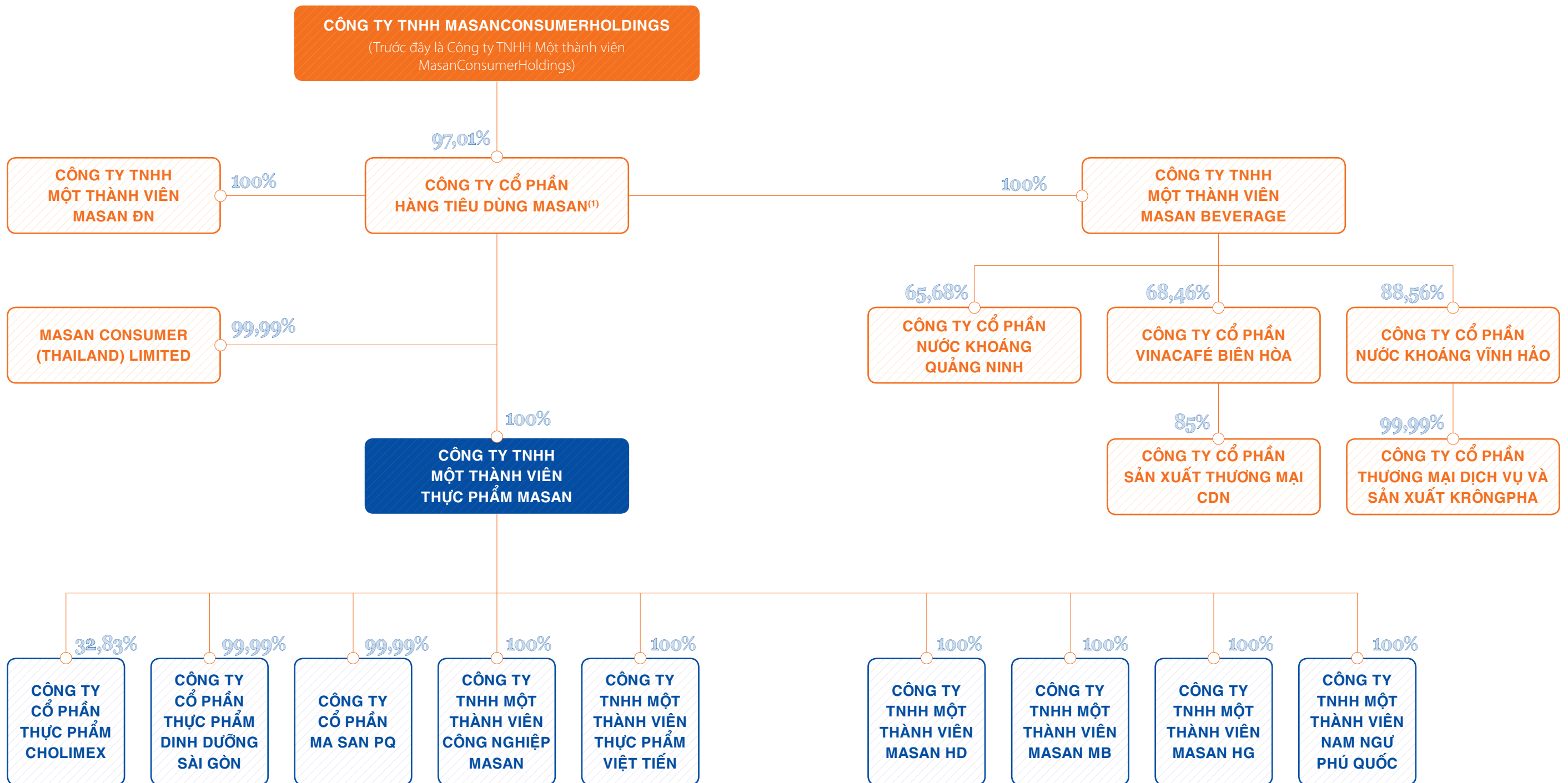
Tháng 7: Một công ty con của Công ty là Masan Consumer (Thailand) Limited được thành lập tại Thái Lan.

Ngày 4/8: Công ty tăng vốn điều lệ lên 5.381.601.170.000 đồng.

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

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

CẤU TRÚC CÔNG TY



1. Dựa trên số cổ phần đang lưu hành tại ngày 31/12/2016



HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Chủ tịch Hội đồng Quản trị

Họ và tên: Nguyễn Đăng Quang
Giới tính: Nam
Năm sinh: 1963
Trình độ chuyên môn: Tiến sĩ

Ủy viên Hội đồng Quản trị

Họ và tên: Hồ Hùng Anh
Giới tính: Nam
Năm sinh: 1970
Trình độ chuyên môn: Đại học

Ủy viên Hội đồng Quản trị (đến ngày 27/1/2016)

Họ và tên: Lu Ming
Giới tính: Nam
Năm sinh: 1958
Trình độ chuyên môn: Đại học

Ủy viên Hội đồng Quản trị

Họ và tên: Seokhee Won
Giới tính: Nam
Năm sinh: 1969
Trình độ chuyên môn: Đại học

Ủy viên Hội đồng Quản trị

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

Ủy viên Hội đồng Quản trị

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

Ủy viên Hội đồng Quản trị (đến ngày 27/1/2016)

Họ và tên: David Tan Wei Ming
Giới tính: Nam
Năm sinh: 1980
Trình độ chuyên môn: Đại học



BAN KIỂM SOÁT

Trưởng Ban Kiểm soát

Họ và tên: Nguyễn Quỳnh Lâm
Giới tính: Nam
Năm sinh: 1965
Trình độ chuyên môn: Đại học

Kiểm soát viên

Họ và tên: Đoàn Thị Mỹ Duyên
Giới tính: Nữ
Năm sinh: 1985
Trình độ chuyên môn: Thạc sĩ

Kiểm soát viên

Họ và tên: Đỗ Thị Hoàng Yến
Giới tính: Nữ
Năm sinh: 1983
Trình độ chuyên môn: Đại học



BAN GIÁM ĐỐC

Ông **Seokhee Won**
Tổng Giám đốc

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

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

Ông **Phạm Đình Toại**
Phó Tổng Giám đốc

Ông **Lê Trung Thành**
Phó Tổng Giám đốc
(đến ngày 15/2/2017)

Ông **Nguyễn Anh Nguyên**
Phó Tổng Giám đốc

Bà **Đinh Kim Nhung**
Phó Tổng Giám đốc
(từ ngày 31/5/2016)

HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu (%) ⁽¹⁾	Thành viên độc lập
Nguyễn Đăng Quang	Chủ tịch Hội đồng Quản trị	23.000	0,004%	
Hồ Hùng Anh	Ủy viên Hội đồng Quản trị	-	-	X
Seokhee Won	Ủy viên Hội đồng Quản trị	56.272	0,011%	
Nguyễn Thiếu Quang	Ủy viên Hội đồng Quản trị	110.228	0,021%	X
Nguyễn Hoàng Yến	Ủy viên Hội đồng Quản trị	261.335	0,05%	

1. Dựa trên tổng số cổ phần đang lưu hành tại ngày 31/12/2016.

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 3 thành viên và tối đa là 11 thành viên. Năm 2016, Hội đồng Quản trị có 5 thành viên do có 2 thành viên từ nhiệm từ ngày 28/1/2016.

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.

Trong năm 2016, 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 hằng 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; và
- » 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 2016.

Trong năm 2016, Hội đồng Quản trị hoạt động không có thù lao.

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 hằng ngày. Tổng Giám đốc là người đứng đầu Ban Điều hành của Công ty.

BAN KIỂM SOÁT

Tên thành viên	Chức vụ	Số cổ phần	Tỷ lệ cổ phần sở hữu
Nguyễn Quỳnh Lâm	Trưởng Ban Kiểm soát	-	-
Đoàn Thị Mỹ Duyên	Kiểm soát viên	-	-
Đỗ Thị Hoàng Yến	Kiểm soát viên	-	-

Hoạt động của Ban kiểm soát và Kiểm soát viên

Ban Kiểm soát của Công ty có từ 3 đến 5 thành viên. Thành viên Ban Kiểm soát có thể được bầu lại với số nhiệm kỳ không hạn chế. Năm 2016, Ban Kiểm soát có 3 thành viên.

Thành viên Ban Kiểm soát phải từ 21 tuổi trở lên, không phải là vợ, chồng, cha, cha nuôi, mẹ nuôi, con, con nuôi, anh, chị, em ruột của thành viên Hội đồng Quản trị, Tổng Giám đốc và cán bộ quản lý khác.

Ban Kiểm soát giám sát và đảm bảo các hoạt động của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành tuân thủ các quy định của Điều lệ Công ty. Cụ thể, Ban Kiểm soát tham gia vào các buổi họp thường kỳ và bất thường của Hội đồng Quản trị và cổ đông của Công ty.

Năm 2016, Ban Kiểm soát hoạt động không có thù lao.

Không có giao dịch giữa Công ty và các thành viên Ban Kiểm soát của Công ty trong năm 2016.

Hoạt động của Ban Kiểm soát trong năm 2016

Trong năm 2016, Ban Kiểm soát đã thực hiện:

- » Đảm bảo các chức năng trong việc giám sát hoạt động của Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc tuân thủ theo quy định của Điều lệ Công ty và pháp luật; Xem xét tính phù hợp của các quyết định của Hội đồng Quản trị và Tổng Giám đốc.

» Kiểm tra, giám sát tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh năm 2016; Giám sát việc thực hiện các Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông.

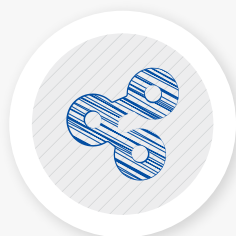
» Kiểm soát trình tự, thủ tục ban hành các nội quy, quy định, quy chế, quy trình và các văn bản khác của Công ty.

» Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp, tính trung thực và mức độ cần 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.

» 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 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 Việt Nam 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.

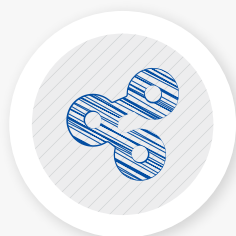
» Thẩm định báo cáo tình hình kinh doanh, báo cáo tài chính sáu tháng và cả năm của Công ty, báo cáo đánh giá công tác quản lý của Hội đồng Quản trị; Thẩm định các tài liệu họp Đại hội đồng cổ đông.

» Trong năm 2016, Ban Kiểm soát đã họp hai lần để thảo luận các vấn đề thuộc thẩm quyền.



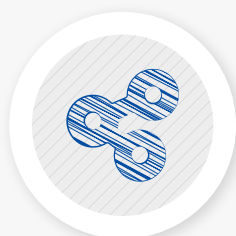
Tổng số cổ phiếu tại ngày 31/12/2016

538.160.117 **CỔ PHIẾU**



Tổng số cổ phiếu đang lưu hành tại ngày 31/12/2016

520.160.117 **CỔ PHIẾU**



Tổng số cổ phiếu quỹ tại ngày 31/12/2016

18.000.000 **CỔ PHIẾU**

Tổng số lượng cổ phiếu hạn chế chuyển nhượng theo quy định của pháp luật: 0 cổ phiếu

CỔ ĐÔNG TRONG NƯỚC

Cơ cấu cổ đông trong nước: 99,63% ⁽¹⁾

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 % ⁽¹⁾
Công ty TNHH MasanConsumerHoldings	Phòng 802, Tầng 8, Tòa nhà Central Plaza, 17 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, TP. HCM	Đầu tư	504.596.934	97,01%

CỔ ĐÔNG NƯỚC NGOÀI

Cơ cấu cổ đông nước ngoài: 0,37% ⁽¹⁾

Không có cổ đông lớn nước ngoài

(1) Dựa trên tổng số cổ phiếu đang lưu hành tại ngày 31/12/2016.



ĐỊNH NGHĨA THUẬT NGỮ/ TỪ VIẾT TẮT

CBCNV	: Cán bộ công nhân viên
CDN	: Công ty Cổ phần Sản xuất Thương mại CDN
Cholimex	: Công ty Cổ phần Thực phẩm Cholimex
CP	: Cổ phần
ESOP	: Chương trình Sở hữu cổ phần cho nhân viên
GDP	: Tổng sản phẩm quốc nội
HĐQT	: Hội đồng Quản trị
HORECA	: Điểm bán hàng tại khách sạn, nhà hàng và căn tin
HR	: Bộ phận nhân sự
In-land ASEAN	: Bao gồm Việt Nam, Thái Lan, Myanmar, Campuchia và Lào
IT	: Công nghệ thông tin
Key account hay KA	: Khách hàng lớn
M&A	: Mua bán và sáp nhập doanh nghiệp
Marketing	: Tiếp thị
Masan hay Công ty	: 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
Masan Consumer hay MSC	: Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan, được đổi tên từ Công ty Cổ phần Thực phẩm Ma San
Masan Consumer Holdings	: Công ty TNHH MasanConsumerHoldings

MNC	: Công ty đa quốc gia
MTV	: Một thành viên
Nước khoáng Quảng Ninh	: Công ty Cổ phần Nước khoáng Quảng Ninh
R&D	: Nghiên cứu và phát triển sản phẩm
Saigon Nutrifood hay SNF	: Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Sài Gòn
Singha	: Singha Asia Holding Pte Ltd.
SG&A	: Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp
Tập đoàn hay Công ty	: Công ty Cổ phần Hàng tiêu dùng Masan
TGD	: Tổng Giám đốc
TNHH	: Trách nhiệm hữu hạn
Tp.	: Thành phố
TP. HCM	: Thành phố Hồ Chí Minh
USD	: Đô la Mỹ
Vinacafé Biên Hòa	: Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
Vinacafé	: Thương hiệu cà phê của Công ty Cổ phần Vinacafé Biên Hòa
Vinh Hảo	: Công ty Cổ phần Nước khoáng Vinh Hảo
VNĐ	: Đồng Việt Nam

TRIỂN VỌNG CỦA MASAN CONSUMER CHỦ YẾU DỰA TRÊN DIỄN GIẢI CỦA CHÚNG TÔI VỀ CÁC YẾU TỐ KINH TẾ QUAN TRỌNG CÓ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NỀN KINH TẾ VIỆT NAM, ĐẾN LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ CÁC DOANH NGHIỆP CỦA CHÚNG TÔI. MẶC DÙ CHÚNG TÔI TIN RẰNG CÁC GIẢ ĐỊNH NỀN TẢNG CỦA NHỮNG NHẬN ĐỊNH VỀ TƯƠNG LAI LÀ HỢP LÝ TRONG THỜI ĐIỂM HIỆN TẠI, NHƯNG BẤT KỲ GIẢ ĐỊNH NÀO CŨNG ĐỀU CÓ THỂ SAI LỆCH TRONG THỰC TẾ KHIẾN CHO NHỮNG NHẬN ĐỊNH VỀ TƯƠNG LAI DỰA TRÊN GIẢ ĐỊNH ĐÓ TRỞ NÊN THIẾU CHÍNH XÁC.



Tất cả các nhận định hoặc phát biểu trong quyển báo cáo này không phải là những dữ liệu ghi lại các sự kiện đã xảy ra, mà trong đó có bao hàm những “nhận định về tương lai”. Những nhận định này có thể có những từ ngữ như “dự đoán”, “tin tưởng”, “có thể”, “ước tính”, “dự kiến”, “dự phóng”, “kỳ vọng”, “dự định”, “kế hoạch”, “nhằm đến”, “sẽ” hoặc những từ ngữ tương tự. Tuy nhiên, đây không phải là những dấu hiệu duy nhất để xác định và nhận biết chúng. Toàn bộ các bài viết dự đoán về tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh, kế hoạch và triển vọng đều được xem là những nhận định về tương lai. Ngoài ra, chúng còn bao gồm cả những bài viết về chiến lược kinh doanh, triển vọng doanh thu và lợi nhuận (bao gồm, nhưng không giới hạn những dự phóng hoặc dự báo về tài chính hoặc hoạt động kinh doanh), dự án đã lên kế hoạch và các vấn đề khác trong tài liệu này mà không phải là những dữ kiện đã xảy ra. Những nhận định về tương lai và dự báo được trình bày trong báo cáo cũng tùy thuộc vào những rủi ro xác định và không xác định, những bất trắc nhất định và các yếu tố khác vốn có thể khiến kết quả tài chính, hiệu quả kinh doanh hoặc thành tích thực tế hoàn toàn khác biệt so với những nhận định về tương lai hoặc dự báo đó.

Những nhận định về tương lai này dựa trên niềm tin và giả định được chúng tôi xây dựng từ những thông tin có sẵn. Triển vọng của Masan Consumer chủ yếu dựa trên diễn giải của chúng tôi về các yếu tố kinh tế quan trọng có ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam, đến lĩnh vực hoạt động kinh doanh và các doanh nghiệp của chúng tôi. Mặc dù chúng tôi tin rằng các giả định nền tảng của những nhận định về tương lai là hợp lý trong thời điểm hiện tại, nhưng bất kỳ giả định nào cũng đều có thể sai lệch trong thực tế khiến cho những nhận định về tương lai dựa trên giả định đó trở nên thiếu chính xác. Kết quả thực tế có thể sai biệt đáng kể so với những thông tin trong nhận định về tương lai do nhiều yếu tố, đa phần nằm ngoài tầm kiểm soát của chúng tôi. Do đó, các nhà đầu tư cần lưu ý không phụ thuộc quá nhiều vào những nhận định về tương lai được trình bày trong báo cáo này. Chúng chỉ có hiệu lực vào ngày lập báo cáo hoặc ngày tương ứng được nêu trong báo cáo, và Masan Consumer không có nghĩa vụ cập nhật hoặc sửa đổi công khai đối với bất kỳ nhận định nào, cho dù có xuất hiện những thông tin mới hoặc những sự kiện tương lai.


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	Tầng 12, Tòa nhà Kumho Asiana Plaza Saigon, số 39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại	+84 8 62555 660
Fax	+84 8 3810 9463
Web	www.masanconsumer.com
Mã số thuế	0302017440
Vốn điều lệ	5.381.601.170.000 VNĐ (Năm ngàn ba trăm tám mươi mốt tỷ, sáu trăm lẻ một triệu, một trăm bảy mươi ngàn đồng).




CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG TIÊU DÙNG MASAN

 Tầng 12, Tòa nhà Kumho Asiana Plaza Saigon,
39 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

 (+84-8) 6255 5660

 (+84-8) 3810 9463

 www.masanconsumer.com