

CÔNG TY CỔ PHẦN TRUYỀN THÔNG VMG
VMG Jsc Co.



BÁO CÁO
ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG 2010

Tháng 04/2010

NỘI DUNG

VMG VÀ THỊ TRƯỜNG CNTT VIỆT NAM	2
I. VMG	2
II. QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN	3
III. THỊ TRƯỜNG CNTT VIỆT NAM– TIỀM NĂNG LỚN, THAY ĐỔI NHANH	3
1. Thị trường dịch vụ di động	3
2. Thị trường dịch vụ Internet.....	4
3. Thị trường dịch vụ nội dung thông tin (CP)	5
IV. CƠ HỘI, NGUY CƠ.....	5
1. Cơ hội	5
2. Nguy cơ.....	5
VMG NĂM 2009	6
I. MÔ HÌNH TỔ CHỨC CỦA VMG.....	6
1. Sơ đồ tổ chức	6
2. Phát triển đối tác	6
II. CÁC DỰ ÁN ĐÃ TRIỂN KHAI TRONG NĂM 2009	7
1. Dịch vụ SMS based	7
2. Dịch vụ nội dung bản quyền	7
3. Dịch vụ cung cấp giải pháp kỹ thuật	7
4. Dịch vụ truyền thông.....	7
5. Dịch vụ B2B.....	7
6. Các dự án khác:	7
III. KẾT QUẢ KINH DOANH 2009.....	8
1. Tình hình thực hiện kế hoạch SXKD năm 2009.....	8
2. Kết quả kinh doanh VMG qua các năm từ năm 2006 -2009.....	10
MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC.....	11
I. MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC	11
II. ĐỊNH HƯỚNG KINH DOANH	11
1. Định hướng kinh doanh lĩnh vực dịch vụ trực tuyến (Online services)	11
2. Định hướng kinh doanh lĩnh vực dịch vụ giá trị gia tăng và nội dung (VAS & content).....	12
3. Định hướng kinh doanh lĩnh vực nội dung bản quyền (Copyright).....	12
KẾ HOẠCH 2010 & CÁC NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM	13
I. KẾ HOẠCH KINH DOANH	13
II. KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ.....	13
1. Mở rộng qui mô tổ chức bộ máy nhân lực chuyên nghiệp.....	13
2. Đầu tư, phát triển giải pháp công nghệ, dịch vụ mới trên Internet	13
3. Đầu tư phát triển công nghệ, dịch vụ cho mạng di động 3G.....	13
4. Đầu tư sản xuất nội dung số	14
5. Mở rộng thị trường, phát triển đối tác phân phối, truyền thông	14
6. Đầu tư mở rộng hạ tầng kỹ thuật và điều kiện làm việc	14

VMG VÀ THỊ TRƯỜNG CNTT VIỆT NAM

I. VMG

Công ty Cổ phần Truyền thông VMG là công ty cổ phần được thành lập và hoạt động theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0103010890 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Hà nội cấp ngày 10/02/2006.

Trụ sở chính của Công ty: tại số 33 Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội

Vốn điều lệ của công ty: 26.000.000.000 (hai mươi sáu tỷ đồng)

Mệnh giá 1 cổ phần: 10.000 đồng

Tổng số cổ phần: 2.600.000

Số cổ phần đã bán: 2.600.000 tương đương: 100%

Cơ cấu sở hữu (theo danh sách cổ đông chốt ngày 12/03/2010)

	Số lượng cổ phần	Tỷ lệ
1. Cổ đông sáng lập:	1.131.000	43,50%
2. Cổ đông khác:	1.468.455	56,48%
3. Cổ phiếu quỹ (*)	545	0,02%
Tổng cộng	2.600.000	100,00%

(*) *Cổ phiếu quỹ là những cổ phiếu do nhân viên trả lại khi rời khỏi công ty theo quy định tại điều lệ.*

Danh sách các cổ đông sở hữu từ 5% cổ phần trở lên:

1. Tập đoàn BCVT Việt Nam	37,00%
2. Ông Dung Tấn Trung	9,41%
3. Ông Nguyễn Nam Hà	6,50%
Tổng cộng	52,91%

Hội đồng quản trị:

Ông Nguyễn Văn Hải	Chủ tịch HĐQT
Ông Phạm Đức Trung Kiên	Phó chủ tịch HĐQT
Ông Nguyễn Mạnh Hà	Ủy viên HĐQT

Ban Giám đốc:

Ông Nguyễn Mạnh Hà	Tổng Giám đốc
Ông Phạm Minh Tuấn	Giám đốc điều hành
Bà Đặng Thị Hương	Giám đốc tài chính
Bà Đinh Thị Hồng Duyên	Giám đốc hành chính và nhân sự
Ông Nguyễn Quốc Thắng	Giám đốc kỹ thuật

Ban Kiểm soát:

Ông Lê Mạc Linh
Bà Phan Thị Anh
Bà Bùi Thị Hồng

Trưởng ban kiểm soát
Thành viên ban kiểm soát
Thành viên ban kiểm soát

II. QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN

Sau hơn 3 năm phát triển kể từ ngày thành lập (tháng 4/2006), từ một mô hình doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trong lĩnh vực truyền thông và nội dung số đến nay VMG đã có rất nhiều thay đổi và đạt được những thành công nhất định:

1. Chuyển từ mô hình tập đoàn phân tán thành mô hình tập đoàn gắn kết và tập trung để phát triển.
2. Tập trung phát triển các dịch vụ nội dung số và khẳng định vị trí dẫn đầu thị trường về nội dung số trên di động
3. Phát triển bộ máy tổ chức, hạ tầng kỹ thuật độc lập đảm bảo chất lượng dịch vụ nội dung số và phát triển các dịch vụ mới.
4. Xây dựng bộ máy tổ chức nhân sự và các đơn vị kinh doanh chuyên môn hóa để phát triển dịch vụ mới và nâng cao hiệu quả các dịch vụ hiện tại.
5. Hợp tác phát triển với nhiều đối tác trong và ngoài nước trong lĩnh vực nội dung số, hạ tầng viễn thông, giải pháp, truyền thông, bản quyền.
6. Xây dựng thương hiệu VMG trở thành doanh nghiệp dẫn đầu thị trường về nội dung số.
7. Hoàn thành vượt chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh các năm.
8. Đảm bảo quyền lợi của cổ đông và nâng cao thu nhập cho CBNV công ty.

Sứ mệnh của VMG: Mang thông tin giá trị đến với mỗi người và đưa mỗi người đến với cộng đồng để hợp tác và cùng phát triển.

Mục tiêu phát triển:

1. Trở thành doanh nghiệp cung cấp dịch vụ gia tăng, nội dung số hàng đầu Việt nam.
2. Tốc độ tăng trưởng bình quân 25%/năm.
3. Đạt mục tiêu doanh thu 30 triệu USD năm 2012 và niêm yết năm 2012.
4. Phát triển đối tác và khách hàng của VMG, đạt mục tiêu 3 triệu khách hàng sử dụng dịch vụ của VMG năm 2012.
5. Nâng cao hiệu quả kinh doanh, đảm bảo quyền lợi của cổ đông và nhân viên tốt.

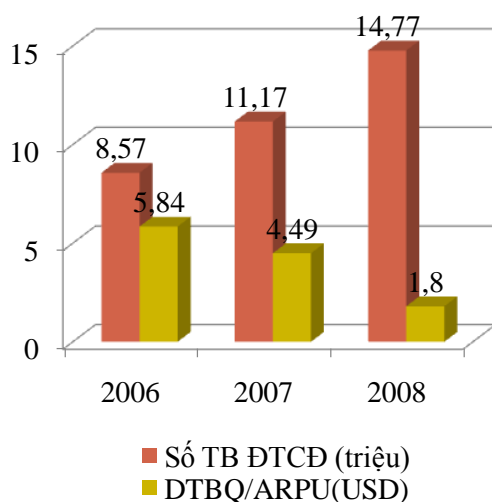
III. THỊ TRƯỜNG CNTT VIỆT NAM– TIỀM NĂNG LỚN, THAY ĐỔI NHANH

1. Thị trường dịch vụ di động

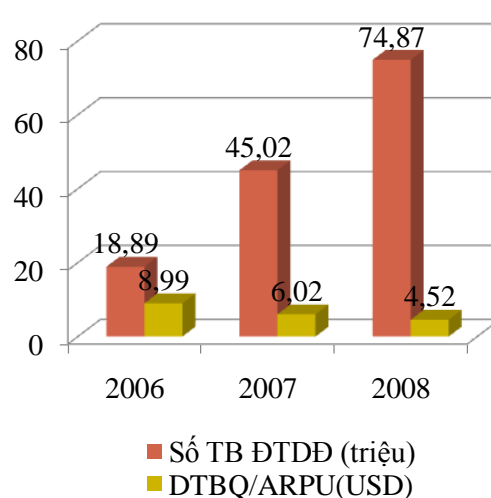
- Cạnh tranh quyết liệt giữa các nhà khai thác dẫn đến giảm giá cước, tăng khuyến mại, doanh thu bình quân trên thuê bao ngày càng giảm. Tất cả các nhà khai thác đều tập trung phát triển dịch vụ gia tăng và nội dung trên di động để tăng doanh thu.
- Các doanh nghiệp di động càng cạnh tranh quyết liệt càng muốn mở rộng lĩnh vực nội dung và VAS, xu hướng tăng tỷ lệ phân chia cước nội dung và chèn ép các CP là tất yếu. Nhiều CP nhỏ không có sản phẩm và thị trường trọng điểm sẽ khó khăn và ra khỏi thị trường.
- Đầu tư lớn cho 3G sẽ tạo áp lực tăng doanh thu cho các nhà khai thác di động, cạnh tranh thông qua các dịch vụ gia tăng là cơ hội cho CP nhưng cũng đồng nghĩa với việc CP sẽ ngày càng phụ thuộc và phải chia sẻ doanh thu nhiều hơn cho Telcos.

- Các yếu tố quyết định vị trí của các đối tác tham gia thị trường Viễn thông Việt nam thời gian tới sẽ bao gồm: Số lượng thuê bao trực tiếp, phương tiện thanh toán hiệu quả, dịch vụ độc đáo, nội dung khác biệt và thương hiệu trên thị trường. Trong đó ưu thế về thuê bao và phương tiện thanh toán của các nhà khai thác di động là yếu tố quyết định.
- Năm 2010 sẽ là năm của VAS và nội dung số, trong đó các nhà khai thác di động sẽ cạnh tranh trực tiếp thông qua các dịch vụ mới trên nền 3G và dịch vụ gia tăng mới.

Phát triển điện thoại cố định



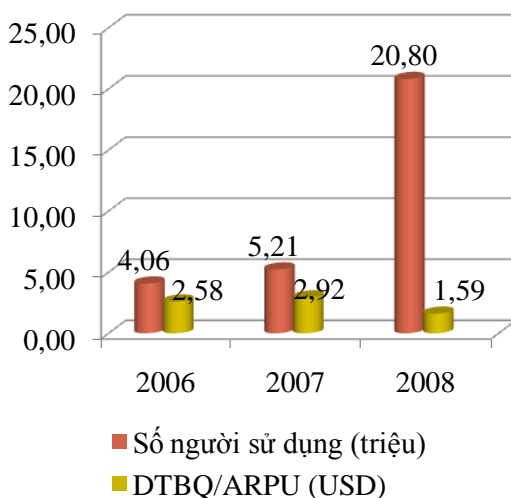
Phát triển điện thoại di động



2. Thị trường dịch vụ Internet

- Dịch vụ Internet Việt nam sẽ tiếp tục bùng nổ, với hạ tầng được nâng cấp và đầu tư lớn, số lượng thuê bao Internet tăng nhanh là cơ hội rất lớn cho những dịch vụ khai thác được tập khách hàng này.
- Cộng đồng người sử dụng dịch vụ Internet sẽ bị thu hút bởi các trang web được đầu tư nhiều vào nội dung, khả năng tương tác và tạo được cộng đồng. Thứ tự xếp hạng của các site sẽ nhanh chóng thay đổi, những site nào không được đầu tư sẽ nhanh chóng bị mất khách hàng, doanh thu từ quảng cáo vì vậy sẽ di chuyển sang các site mới.

Phát triển Internet



Top 10 website tại VN

TT	Website	Nội dung
1	Google.com.vn	Tìm kiếm, email
2	Yahoo.com	Chat, email, search
3	Vnexpress.net	News
4	Zing.vn	Entertainments
5	Google.com	Search (english)
6	Facebook.com	Social network
7	Dantri.com.vn	News
8	Youtube.com	Video sharing
9	24h.com.vn	Giải trí, news
10	Ngoisao.net	Thông tin giải trí

3. Thị trường dịch vụ nội dung thông tin (CP)

- Năm 2009 Viettel thực hiện giảm tỷ lệ phân chia doanh thu cho CP, doanh thu CP bị giảm 25%, sang năm 2010 VNPT và các nhà khai thác khác sẽ tiếp tục giảm tỷ lệ phân chia cho CP, dự báo mức doanh thu CP sẽ bị giảm khoảng 15-20%.
- Các CP nhỏ sẽ từ bỏ thị trường hoặc kinh doanh thông qua thuê đầu số của các CP lớn để tiết kiệm chi phí hạ tầng, bộ máy, chủ động hơn về dòng tiền. Đây là cơ hội cho các CP lớn.
- Doanh thu chia cho CP ngày càng giảm sẽ dẫn đến giảm mạnh đầu tư của CP vào lĩnh vực truyền thông, việc thắt chặt quản lý của Telcos và Bộ TTTT sẽ càng làm cho việc quảng cáo dịch vụ của CP khó khăn hơn nữa. Năm 2010 kênh quảng cáo dịch vụ hiệu quả nhất sẽ là kênh trực tiếp thông qua các nhà khai thác di động, sau đó là kênh bán hàng trực tiếp, kênh Internet cũng sẽ phát triển tuy nhiên hiệu quả chưa cao.
- Tỷ trọng doanh thu nội dung của các CP ngày càng giảm so với tổng thị trường do các nhà khai thác di động cạnh tranh trực tiếp trên các dịch vụ hiện tại.
- Các dịch vụ nội dung trên nền thoại sẽ phát triển do đầu tư ít, khách hàng dần dần không quan tâm đến cước gọi vào số dịch vụ 1900. Đây là cơ hội để phát triển thị trường dịch vụ thoại qua đầu số 1900.

IV. CƠ HỘI, NGUY CƠ

1. Cơ hội

- Cơ hội hợp tác với các doanh nghiệp di động để triển khai các dịch vụ gia tăng trên 2G và 3G. Điểm quyết định là chất lượng dịch vụ bao gồm chất lượng hạ tầng kỹ thuật, thời gian triển khai nhanh và nội dung phong phú.
- Trở thành Content Aggregator khi các CP nhỏ không đủ sức đứng độc lập phải kinh doanh thông qua hạ tầng và đầu số của CP lớn. Yếu tố quyết định là chất lượng hạ tầng, khả năng tài chính và qui trình kinh doanh chuyên nghiệp.
- Liên kết với các CP lớn xây dựng hệ thống thanh toán độc lập với Telcos để tiết kiệm chi phí và xây dựng kênh phân phối riêng. Yếu tố quyết định là kết nối với các đơn vị cung cấp giải pháp thanh toán khác Telcos và tạo thói quen thanh toán mới cho khách hàng.

2. Nguy cơ

- Thị phần các dịch vụ hiện tại sẽ giảm do cạnh tranh mạnh từ các doanh nghiệp di động. Thực tế các doanh nghiệp di động đã mở rộng hoạt động kinh doanh nội dung số và cạnh tranh rất mạnh năm 2009 và đã chiếm được trên 30% thị phần từ các CP.
- Doanh thu giảm do các doanh nghiệp di động thay đổi tỷ lệ phân chia doanh thu. Ước tính doanh thu phân chia cho CP từ các dịch vụ hiện tại giảm khoảng 15% so với năm 2009.
- Chi phí cho hoạt động truyền thông, quảng cáo tăng cao do các đối tác quảng cáo và truyền thông sẽ nâng giá trong năm 2010.

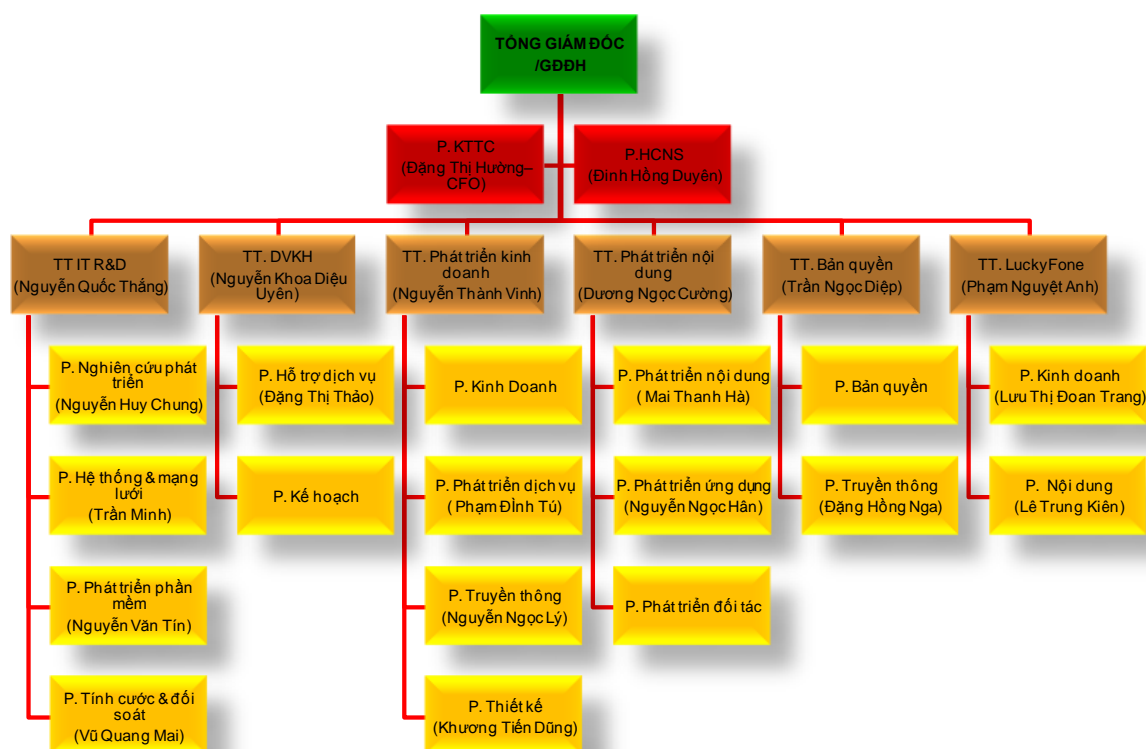
VMG NĂM 2009

I. MÔ HÌNH TỔ CHỨC CỦA VMG

1. Sơ đồ tổ chức

- Năm 2009, VMG đã có những thay đổi về tổ chức, nhân sự để phù hợp với thị trường và chiến lược của công ty:

1. Thành lập mới các Trung tâm phát triển nội dung, Trung tâm phát triển kinh doanh, Trung tâm LuckyFone.
2. Sáp nhập Trung tâm truyền thông vào Trung tâm phát triển kinh doanh.
3. Ban hành qui định về tổ chức các Trung tâm, chức năng nhiệm vụ của các Trung tâm và các đơn vị trong Trung tâm.
4. Tạm ngừng hoạt động công ty VNN M5 do làm ăn không hiệu quả.
5. Tăng vốn điều lệ cho công ty VNN Plus tăng sức mạnh để duy trì tốc độ phát triển, gắn kết với VMG để cùng trở thành doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực nội dung số.



2. Phát triển đối tác

- Kết nối và hợp tác với tất cả các nhà khai thác di động tại Việt Nam bao gồm Vinaphone, Mobifone, Viettel, Vietnamobile, EVN Telecom, S-Fone, Beeline
- Hợp tác với các đơn vị truyền thông lớn trên cả nước bao gồm báo, tạp chí, truyền hình, website.
- Hợp tác với các đối tác cung cấp và phân phối máy điện thoại di động như Nokia, Samsung, Vienthong A, Thẻ giới di động...
- Hợp tác với các đối tác cung cấp nội dung bản quyền trong nước và quốc tế về âm nhạc, games, ứng dụng phần mềm, video, hình ảnh...
- Hợp tác với các đối tác phát triển thị trường tại các tỉnh thành trong cả nước

- Hợp tác với các đối tác kinh doanh nội dung khác nhằm tận dụng khả năng hạ tầng và nguồn nội dung phong phú của VMG.
- Hợp tác với các đối tác nước ngoài về công nghệ và dịch vụ mới bao gồm các dịch vụ trên di động, Internet và giải pháp phần mềm cho máy điện thoại.

II. CÁC DỰ ÁN ĐÃ TRIỂN KHAI TRONG NĂM 2009

1. Dịch vụ SMS based

- Trung tâm phát triển kinh doanh đã chủ động và phối hợp với các đơn vị khác triển khai các dịch vụ SMS based bao gồm: dịch vụ “Đi tìm triệu phú”, “Chào 092”, dịch vụ Bóng đá, Games, KQXS đạt hiệu quả kinh doanh cao.
- Dịch vụ SMS portal lần đầu tiên được cung cấp tại Việt nam được VMG cung cấp.

2. Dịch vụ nội dung bản quyền

- Đã phát triển kho nhạc bản quyền và làm việc tốt với các đối tác để kinh doanh dịch vụ âm nhạc có bản quyền bao gồm nhạc trong nước và quốc tế. Mở rộng lĩnh vực kinh doanh nội dung bản quyền gồm games, ứng dụng phần mềm, video ...
- Phát triển thêm nội dung bản quyền về karaoke, video, clip. Đã cung cấp bản quyền âm nhạc cho các đối tác lớn như VNPT, Viettel.
- VMG khẳng định vị thế nhà phân phối nội dung bản quyền số lớn nhất Việt nam.

3. Dịch vụ cung cấp giải pháp kỹ thuật

- Các dự án kỹ thuật VMG đã triển khai cho mạng di động như WAP portal, WEB portal, Mobile Application, Subscription service, SMS aggregator platform, Mobile TV, Voice portal (IVR)...
- Năm 2009 VMG là đối tác tin cậy cung cấp các giải pháp kỹ thuật cho các nhà khai thác di động và các đối tác khác. VMG khẳng định vị thế đơn vị hàng đầu về giải pháp VAS tại Việt nam.

4. Dịch vụ truyền thông

- Trong năm thực hiện một số hoạt động truyền thông gồm dự án PR cho Chánh Phương, dự án sản xuất TVC cho MyTV.
- Lĩnh vực truyền thông năm 2009 đã thu hẹp so với năm 2008 để tập trung vào lĩnh vực nội dung số và dịch vụ giá trị gia tăng đem lại hiệu quả cao hơn cho VMG.

5. Dịch vụ B2B

- Hợp tác chặt chẽ với đối tác là các mạng di động để kinh doanh dịch vụ RBT, Subscription services, WAP portal đây là các dịch vụ đảm bảo hiệu quả và ổn định lâu dài.

6. Các dự án khác:

- Triển khai cung cấp dịch vụ qua tổng đài thông tin 1900
- Công thông tin nội dung số cho di động www.xzone.vn
- Sản xuất nội dung giải trí, bóng đá, tin tức cập nhật đa dạng, nhanh, chính xác.

III. KẾT QUẢ KINH DOANH 2009

1. Tình hình thực hiện kế hoạch SXKD năm 2009

Đơn vị : VND

STT	CHỈ TIÊU	THỰC HIỆN 2009	KH 2009	% TH/KH 2009
1	Doanh thu	285.068.134.915	269.705.000.000	106%
2	Lợi nhuận trước thuế	79.384.813.789	32.687.000.000	243%
3	Lợi nhuận sau thuế	65.889.010.409	24.515.250.000	269%

Doanh thu của công ty chỉ vượt 6% so với kế hoạch nhưng lợi nhuận trước thuế vượt 243% so với kế hoạch. Sở dĩ đạt được kết quả như vậy một phần là vì trong năm 2009, một số công ty thông tin di động (Mobifone, Vinaphone) đã điều chỉnh lại phân chia doanh thu trong đó đã điều chỉnh giảm tỷ lệ chia sẻ khuyến mại so với năm 2008 và so với dự kiến ban đầu. Ngoài ra trong công tác quản lý điều hành, Ban lãnh đạo Công ty đã luôn phân tích kỹ cơ cấu doanh thu và tập trung vào những dịch vụ mang lại doanh thu cao và có tỷ suất lợi nhuận lớn nhất. Công ty cũng chú trọng tìm biện pháp tăng doanh thu ở những dịch vụ đã có giá thành cố định cũng như tối ưu hóa doanh thu của các dịch vụ truyền thống mà không mất thêm chi phí.

Năm 2009, các lĩnh vực kinh doanh mới của VMG bao gồm phát triển nội dung bản quyền đã tiết kiệm được chi phí mua nội dung trước đây, ngoài ra VMG còn phân phối các nội dung bản quyền cho các đối tác nên tăng hiệu quả kinh doanh cho công ty.

Bên cạnh đó các khoản mục chi phí luôn được kiểm soát chặt chẽ trong công tác điều hành hàng ngày với phương châm hiệu quả nhưng tiết kiệm. Các khoản chi phí được hệ thống kế toán quản trị phân chia rõ ràng theo các dịch vụ cho phép nắm bắt được khả năng sinh lời của dịch vụ để có những điều chỉnh hợp lý và kịp thời.

Năm 2009 với chính sách “kích cầu” của Chính phủ, VMG được giảm 30% thuế thu nhập doanh nghiệp là nguyên nhân tốc độ tăng lợi nhuận sau thuế cao hơn lợi nhuận trước thuế.

Năm 2009 là năm VMG tập trung phát triển hạ tầng kỹ thuật và nhân sự nghiên cứu phát triển đã giảm bớt chi phí chi trả cho các đối tác hỗ trợ kỹ thuật, làm chủ công nghệ và hệ thống, nâng cao hiệu quả hoạt động cho VMG.

CÁC CHỈ SỐ CƠ BẢN CỦA NĂM TÀI CHÍNH 2009

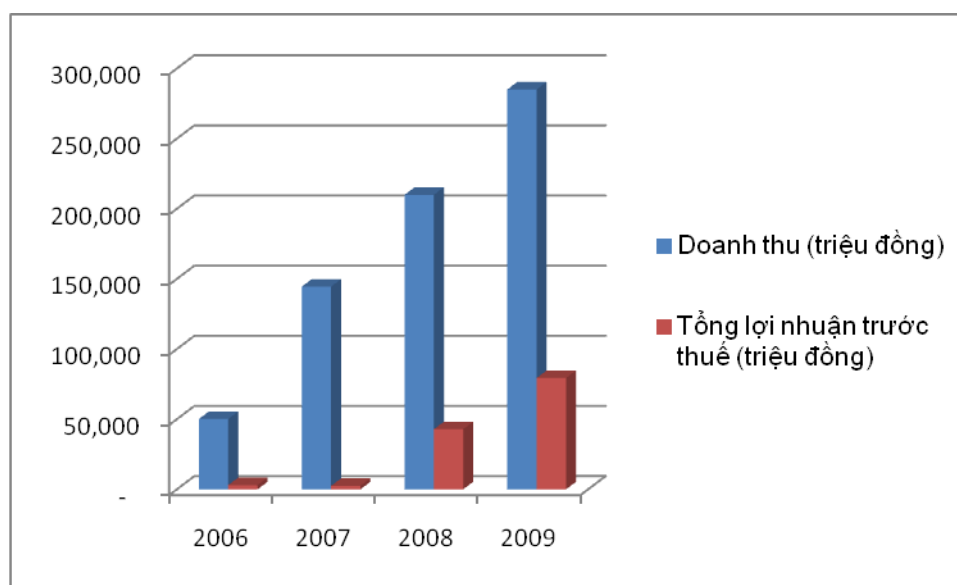
Đơn vị: VND

STT	Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2008
1	Tổng tài sản	188.246.461.898	116.967.863.049
	Tài sản ngắn hạn	173.765.010.333	105.186.738.167
	Trong đó: Các khoản phải thu ngắn hạn	63.027.214.627	59.645.720.913
	Tài sản dài hạn	14.481.451.565	11.781.124.882
2	Tổng nguồn vốn	188.246.461.898	116.967.863.049
	Nợ phải trả	70.380.041.880	58.083.598.997
	Vốn chủ sở hữu	106.875.550.998	54.209.600.482
	Nguồn kinh phí và quỹ khác	10.990.869.020	4.674.663.570
3	Doanh thu bán hàng	285.068.134.915	209.905.387.207
4	Giá vốn hàng bán	194.296.542.398	154.257.781.071
5	Doanh thu hoạt động tài chính	6.300.575.835	4.148.550.052
6	Chi phí tài chính	3.376.020.843	2.284.207.112
7	Chi phí quản lý doanh nghiệp	14.313.278.234	14.811.582.353
8	Thu nhập khác	31.944.514	418.047.273
9	Chi phí khác	30.000.000	304.554.519
10	Lợi nhuận trước thuế	79.384.813.789	42.813.859.477
11	Lợi nhuận sau thuế	65.889.010.409	31.743.192.554
12	Các chỉ tiêu tỷ suất sinh lời		
	Lợi nhuận sau thuế/doanh thu (%)	23%	15%
	Lợi nhuận sau thuế/vốn đầu tư của chủ sở hữu (ROE)	253%	122%
	Lãi cơ bản trên cổ phiếu	26.237	12.097

2. Kết quả kinh doanh VMG qua các năm từ năm 2006 -2009

Đơn vị: Triệu đồng

Năm	2006	2007	2008	2009
Doanh thu (triệu đồng)	50.129	144.457	209.905	285.068
Tổng lợi nhuận trước thuế (triệu đồng)	3.029	2.458	42.813	79.384



MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC

I. MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC

a. Trở thành doanh nghiệp cung cấp dịch vụ gia tăng giá trị lớn nhất Việt nam

- Phát triển dịch vụ giá trị gia tăng cho mạng thông tin di động, cố định và Internet.
 1. Chiếm lĩnh trên 25% thị phần dịch vụ gia tăng di động
 2. Triển khai các dịch vụ gia tăng giá trị trên mạng cố định
 3. Tập trung các giải pháp phát triển nhóm dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu đối tượng khách hàng doanh nghiệp
- Nghiên cứu phát triển các loại hình dịch vụ gia tăng trên Internet như giải trí trực tuyến như xem phim, nghe nhạc, trò chơi trực tuyến.
- Nghiên cứu, phát triển các dịch vụ Online marketing đáp ứng nhu cầu thông tin và quảng bá sản phẩm của các doanh nghiệp.

b. Trở thành đối tác chiến lược với các nhà khai thác viễn thông Việt Nam

- Trở thành đối tác cung cấp giải pháp, ứng dụng phát triển dịch vụ giá trị gia tăng, nội dung thông tin cho các mạng di động Việt nam.
- Trở thành Master content provider cho các mạng thông tin di động tại Việt nam.
- Trở thành đơn vị kinh doanh dịch vụ bản quyền nội dung lớn nhất Việt nam.
- Xây dựng ứng dụng sử dụng dịch vụ GTGT trên máy điện thoại, máy tính...
- Hợp tác với các đối tác quốc tế để phát triển các dịch vụ, ứng dụng mới, cùng phát triển thị trường trên cơ sở hợp tác về công nghệ, thương hiệu.

c. Mục tiêu chiến lược:

- Đạt mục tiêu doanh thu 30 triệu USD năm 2012.
- Phát triển đối tác và khách hàng của VMG, đạt mục tiêu 3 triệu khách hàng sử dụng dịch vụ của VMG năm 2012.
- Nâng cao hiệu quả kinh doanh, đảm bảo quyền lợi của cổ đông và nhân viên.

II. ĐỊNH HƯỚNG KINH DOANH

1. Định hướng kinh doanh lĩnh vực dịch vụ trực tuyến (Online services)

- Internet ngày càng phát triển mạnh và là phương tiện được lựa chọn để tiếp cận khách hàng, người tiêu dùng. Với lợi thế về qui mô, không gian, thời gian và sự tiện lợi các dịch vụ trực tuyến sẽ phát triển mạnh trong thời gian tới.
- Hạ tầng viễn thông, Internet, các giải pháp thanh toán online đang được phát triển và sẽ được sử dụng tại Việt nam trong năm 2010, việc triển khai các dịch vụ trực tuyến ở Việt nam sẽ đón đầu cơ hội bùng nổ trong thời gian tới.
- VMG định hướng kinh doanh dịch vụ online ở Việt nam tập trung vào các lĩnh vực thương mại, giải trí và đào tạo. VMG sẽ sử dụng thế mạnh hạ tầng và kinh nghiệm trong lĩnh vực truyền thông để hợp tác với các đối tác có kinh nghiệm và tài chính để triển khai các dịch vụ online.
- Tập trung phát triển hệ thống cổng thông tin nội dung trên Internet bao gồm cổng thông tin nội dung X-ZONE và cổng thông tin đáp ứng nhu cầu thị trường khác.

- Liên kết công thông tin của VMG với các công thông tin trong nước để tạo ra cộng đồng và liên kết quảng cáo, thanh toán online.
- Tích hợp các dịch vụ nội dung, dịch vụ gia tăng của VMG vào hệ thống công thông tin nội dung tạo hình ảnh thương hiệu và mở rộng tập khách hàng trên Internet.

2. Định hướng kinh doanh lĩnh vực dịch vụ giá trị gia tăng và nội dung (VAS & content)

- Phát triển lĩnh vực nội dung thông tin trên di động theo kế hoạch đã xây dựng bao gồm việc phát triển nội dung, phát triển kênh truyền thông, kênh phân phối để mở rộng thị trường.
- Mở rộng đối tác kinh doanh bao gồm các CP, các nhà cung cấp nội dung, kênh truyền thông, kênh phân phối, đối tác thanh toán qua di động.
- Các dịch vụ VAS cho đối tượng khách hàng doanh nghiệp bao gồm: Các dịch vụ thông tin chứng khoán, thị trường tài chính, dịch vụ giải đáp thông tin cho doanh nghiệp, giải pháp dịch vụ giá trị gia tăng cho doanh nghiệp.
- Dịch vụ VAS cho cộng đồng: các dịch vụ textbase (xổ số, trò chơi trúng thưởng, game show truyền hình, giá cả, thời tiết, thông tin hàng ngày...)
- Dịch vụ giá trị gia tăng kèm theo nội dung bản quyền như âm nhạc, video clip, games, sport.
- Phát triển các dịch vụ mới bao gồm các dịch vụ:
 - Ứng dụng phần mềm trên điện thoại di động
 - Ứng dụng và nội dung cho dịch vụ 3G
 - Dịch vụ nhắn tin biểu tượng Pictalk
 - Dịch vụ tổng đài thông tin 1900
 - Dịch vụ thanh toán qua di động

3. Định hướng kinh doanh lĩnh vực nội dung bản quyền (Copyright)

- Mở rộng kinh doanh nội dung bản quyền bao gồm nội dung bản quyền âm nhạc, games, phim, ứng dụng trên điện thoại.
- Hợp tác với các đối tác sản xuất nội dung và tổ chức phát hành hướng đến trở thành đơn vị phân phối độc quyền về các tác phẩm âm nhạc trên mạng Viễn thông.
- Phát triển lĩnh vực truyền thông về nội dung bản quyền, hỗ trợ đối tác trong lĩnh vực truyền thông, liên kết các đơn vị truyền thông để hỗ trợ kinh doanh bản quyền.

KẾ HOẠCH 2010 & CÁC NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM

I. KẾ HOẠCH KINH DOANH

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2010	Thực hiện 2009	Tỷ lệ 2010/2009
1. Tổng doanh thu	325.000	285.068	114%
2. Tổng chi phí	230.000	205.684	112%
3. Lợi nhuận ròng trước thuế	95.000	79.384	120%

II. KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ

Để thực hiện được các mục tiêu đã đề ra, các nhiệm vụ trọng tâm cần thực hiện trong năm 2010 như sau:

1. Mở rộng qui mô tổ chức bộ máy nhân lực chuyên nghiệp

- Mở rộng về bộ máy tổ chức, xây dựng qui trình quản lý chuyên nghiệp, tuyển dụng và bổ sung nhân sự có trình độ chuyên môn và kinh nghiệm trong công ty tạo động lực sáng tạo phát triển.
- Mở rộng chi nhánh VMG phía Nam để khai thác tốt thị trường các tỉnh miền Nam chuẩn bị lực lượng tham gia kinh doanh tại thị trường nước ngoài.

2. Đầu tư, phát triển giải pháp công nghệ, dịch vụ mới trên Internet

- Hợp tác với đối tác nước ngoài phát triển cổng thông tin dịch vụ và cộng đồng trên mạng Internet. Mục tiêu là xây dựng cộng đồng và tập khách hàng lớn trên Internet trở thành cổng thông tin cộng đồng lớn nhất Việt nam trong lĩnh vực nội dung và đối tượng khách hàng phục vụ.
- Hợp tác và đầu tư xây dựng hệ thống thanh toán trên Internet, liên kết với các đối tác có hạ tầng thanh toán và kết nối với Ngân hàng để phát triển kênh thanh toán trực tuyến trên Internet và di động.
- Đầu tư hạ tầng và sản xuất nội dung trên Internet, xây dựng cổng nội dung Multimedia trên Internet.

3. Đầu tư phát triển công nghệ, dịch vụ cho mạng di động 3G

- Hợp tác với đối tác nước ngoài đầu tư cho công nghệ cung cấp dịch vụ gia tăng giá trị và nội dung số cho di động bao gồm Mobile Tivi, Mobile payment, Mobile search, Mobile entertainment...

- Đầu tư hạ tầng kỹ thuật kết nối với các nhà khai thác di động cung cấp các dịch vụ trên nền 3G như WAP, Subscription service, Internet portal, On Device Portal .

4. Đầu tư sản xuất nội dung số

- Xây dựng bộ máy và đầu tư trang thiết bị sản xuất nội dung số cung cấp trên Internet, di động và cung cấp cho các đối tác của VMG như Video, games, Application.
- Hợp tác cùng sản xuất với các hãng thu âm, ghi âm để cung cấp nội dung âm nhạc cho thị trường Việt nam và quốc tế.
- Hợp tác với các công dịch vụ lớn như Nokia Ovi, Itune để đưa nội dung số của VMG lên kinh doanh tại Việt nam và quốc tế.

5. Mở rộng thị trường, phát triển đối tác phân phối, truyền thông

- Tiếp tục mở rộng hợp tác với các đối tác phân phối và truyền thông trên cả nước để mở rộng thị trường và tăng sản lượng.
- Hợp tác kinh doanh với các doanh nghiệp dịch vụ nội dung số ở Việt nam để trở thành đơn vị cung cấp nội dung thông tin bản quyền lớn ở Việt nam.

6. Đầu tư mở rộng hạ tầng kỹ thuật và điều kiện làm việc

- Đầu tư thiết kế, xây dựng và mở rộng hạ tầng cơ sở vật chất đảm bảo hệ thống kỹ thuật ổn định lâu dài để phát triển các hạ tầng kỹ thuật đồng bộ. Nâng cao khả năng vận hành, khai thác ổn định, đảm bảo an toàn và kết nối với tất cả các đối tác, đảm bảo hạ tầng mạnh để trở thành Master CP ở Việt nam.
- Mở rộng văn phòng làm việc, xây dựng môi trường làm việc hiện đại, hiệu quả và gắn kết giữa các đơn vị trong công ty.