

**CÔNG TY CỔ PHẦN TRUYỀN THÔNG VIETNAMNET  
VIETNAMNET MEDIA GROUP (VMG)**

**BÁO CÁO  
ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG**

Tháng 05/2008

# NỘI DUNG

TỔNG QUAN.....	3
1. Sứ mệnh, tầm nhìn.....	3
2. Thị trường.....	3
3. Điểm mạnh.....	5
4. Điểm yếu.....	5
5. Cơ hội.....	5
6. Nguy cơ.....	6
QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN.....	7
MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC.....	15
1. Mục tiêu chiến lược.....	15
2. Định hướng kinh doanh.....	15
3. Mục tiêu cụ thể.....	16
KẾ HOẠCH 2008 & CÁC NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM.....	17
PHỤ LỤC.....	19

# TỔNG QUAN

## 1. *Sứ mệnh, tầm nhìn*

Công ty cổ phần truyền thông VietNamNet (VMG) là công ty hoạt động trong lĩnh vực viễn thông và truyền thông được thành lập để trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực truyền thông và dịch vụ giá trị gia tăng viễn thông tại Việt nam.

VMG được thừa hưởng từ Công ty phần mềm và truyền thông VASC hệ thống kỹ thuật cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng sẵn có, thương hiệu dịch vụ đã được khẳng định trên thị trường, các khách hàng, đối tác đã được phát triển.

Thị trường dịch vụ truyền thông và viễn thông Việt nam là thị trường đầy tiềm năng, đang và sẽ vẫn phát triển mạnh trong tương lai, cạnh tranh trên thị trường ngày càng khắc nghiệt, sẽ có nhiều cơ hội, thách thức cho các doanh nghiệp.

Công nghệ luôn tạo ra sự thay đổi và đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ thông tin, truyền thông và viễn thông luôn phải nắm bắt cơ hội về sự phát triển của công nghệ để phát triển dịch vụ mới, nâng cao hiệu quả và đáp ứng nhu cầu của khách hàng tốt hơn.

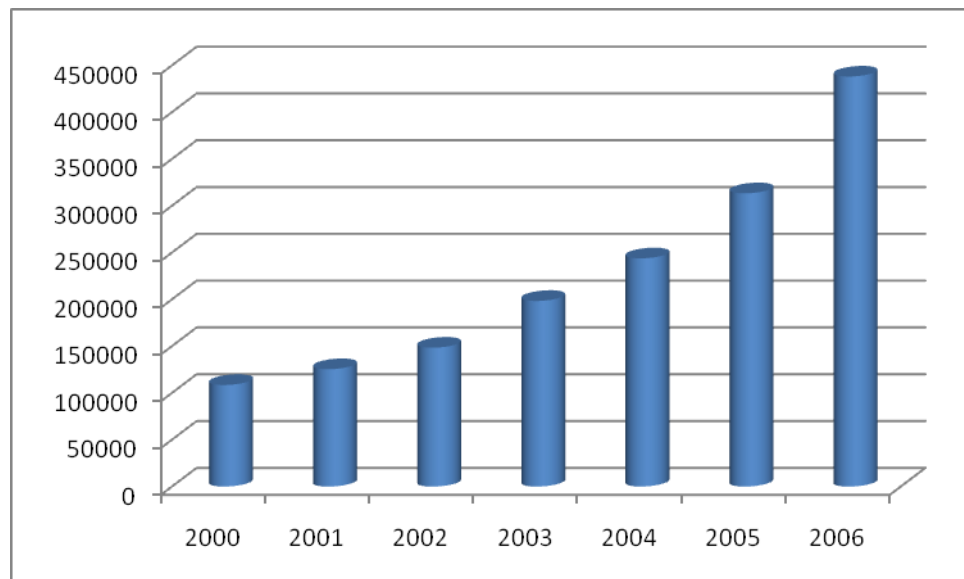
Truyền thông là lĩnh vực của đời sống xã hội và có vai trò đặc biệt quan trọng góp phần kích thích, hỗ trợ phát triển của mỗi con người, tổ chức và toàn thể xã hội, VMG là doanh nghiệp truyền thông vì vậy hướng đến mục tiêu hỗ trợ phát triển của mỗi cá nhân, tập thể, tổ chức, khách hàng và xã hội.

**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.**

## 2. *Thị trường*

### a. Thị trường dịch vụ truyền thông

- Thị trường dịch vụ truyền thông Việt nam là thị trường rất tiềm năng với qui mô lớn đạt trên 500 triệu USD cho năm 2007 và tốc độ tăng trưởng bình quân 40%/năm.

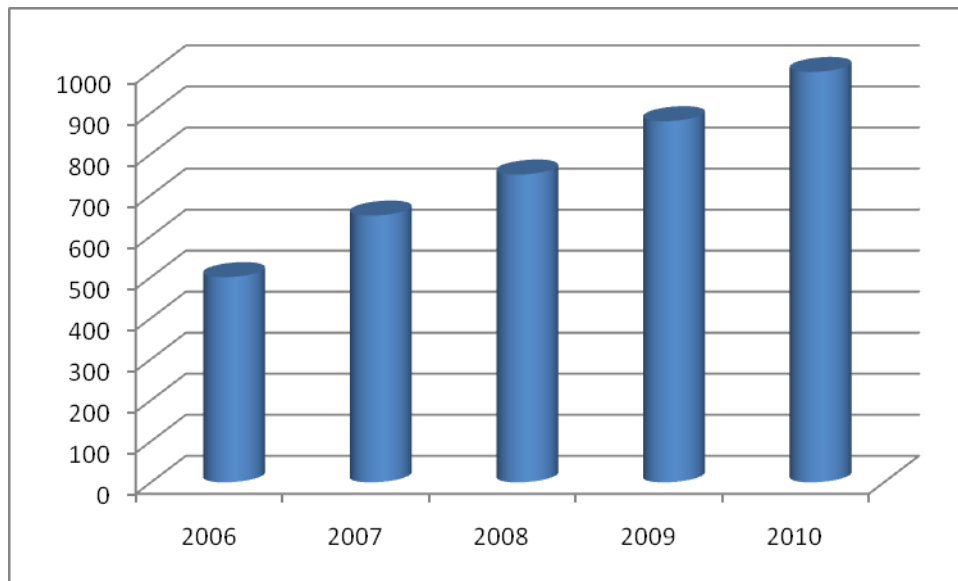


Biểu đồ 1. Doanh số truyền thông qua các năm (*ngàn USD*) – Source: TNS Inforsys)

- Cuộc tranh đấu trên thị trường giữa các đơn vị truyền thông (truyền hình, ấn phẩm, phát thanh, báo, tạp chí điện tử, các phương tiện truyền thông ngoài trời) sẽ tạo nên sự khác biệt và khẳng định vị thế của các phương tiện truyền thông trên thị trường.
- Thị trường dịch vụ truyền thông online Việt nam tăng trưởng nhanh và đạt thị phần 2% trong năm 2007 (150 - 160 tỷ VNĐ).
- Dịch vụ Internet phát triển nhanh tại Việt nam tạo cơ hội lớn cho lĩnh vực truyền thông Online và các dịch vụ giải trí, thương mại, thông tin... trên Internet.
- Đi sau các doanh nghiệp nước ngoài nhưng các doanh nghiệp lớn trong nước ngày càng chi tiêu nhiều cho lĩnh vực truyền thông.

**b. Thị trường dịch vụ giá trị gia tăng Viễn thông**

- Mặc dù hạ tầng viễn thông Việt nam đã được các doanh nghiệp nâng cấp và có khả năng đáp ứng các dịch vụ gia tăng multimedia, dịch vụ dữ liệu nhưng thực tế nhu cầu sử dụng các dịch vụ gia tăng vẫn chủ yếu là dịch vụ nhắn tin SMS. Thu nhập bình quân thấp, giới hạn bởi máy đầu cuối, hạ tầng mạng chưa tốt, chất lượng nội dung dịch vụ và lợi ích sử dụng các dịch vụ multimedia còn hạn chế là nguyên nhân chưa phát triển các dịch vụ gia tăng Multimedia ở Việt nam. Hiện nay và trong tương lai gần thì dịch vụ gia tăng giá trị trên nền SMS, ringtone, SMS voting và games vẫn là dịch vụ chủ yếu tại Việt nam.
- Số liệu thống kê thực tế thì doanh thu dịch vụ SMS chiếm khoảng 15% tổng doanh thu dịch vụ thông tin di động, trong đó dịch vụ giá trị gia tăng SMS chiếm khoảng 15% doanh thu dịch vụ SMS.



Biểu đồ 2. Dự báo doanh thu dịch vụ giá trị gia tăng SMS (Tỷ đồng)

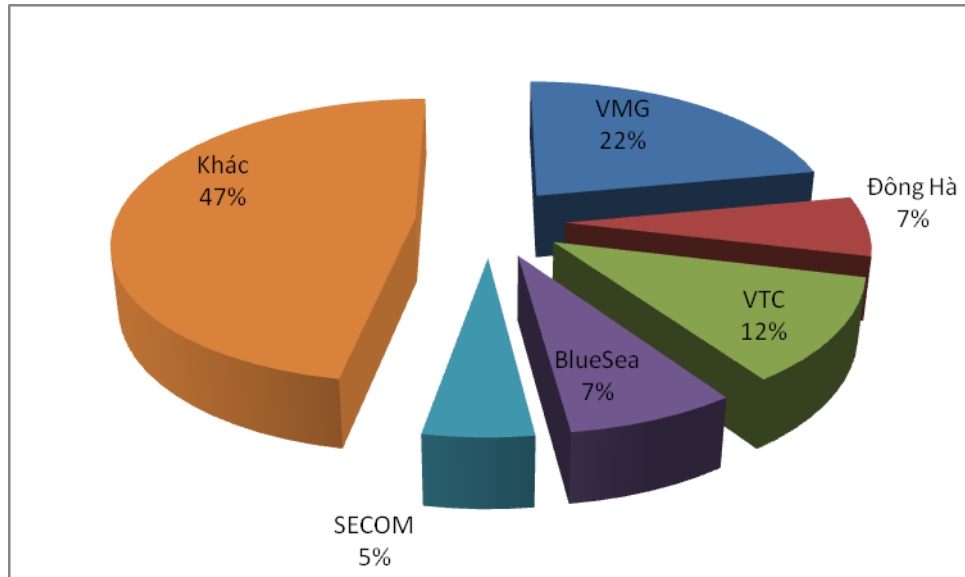
- Các đơn vị cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng hiện tập trung cung cấp các dịch vụ gia tăng với nội dung đơn giản chi phí không cao và cạnh tranh chủ yếu trên các kênh thông tin đến khách hàng.
- Thị trường dịch vụ cung cấp nội dung thông tin và dịch vụ gia tăng tại Việt nam với gần 100 doanh nghiệp cung cấp, cạnh tranh và chia sẻ thị trường mạnh mẽ. Với thế mạnh về

hạ tầng kỹ thuật, bộ máy truyền thông và đội ngũ nhân lực nhiều kinh nghiệm, trình độ cao, VMG hiện chiếm 25% thị phần.

- Thị phần dịch vụ gia tăng ở Việt nam hiện nay:

### THỊ PHẦN DỊCH VỤ GIÁ TRỊ GIA TĂNG TẠI VIỆT NAM

Số liệu tháng 3/2008



#### 3. Điểm mạnh

- VMG là đơn vị đi đầu và lớn nhất về cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng, thừa hưởng thương hiệu từ VietnamNet, tài nguyên, hạ tầng, đầu số từ VASC.
- Đội ngũ nhân sự nhiều kinh nghiệm, trình độ chuyên môn cao, luôn đi đầu về sáng tạo, phát triển dịch vụ mới.
- Hệ thống kỹ thuật hạ tầng lớn được kết nối với các mạng thông tin di động tại Việt nam đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt nhất.

#### 4. Điểm yếu

- Phụ thuộc nhiều vào đối tác như các nhà khai thác mạng, các đơn vị cung cấp nội dung thông tin, các đối tác kinh doanh.

#### 5. Cơ hội

- Thị trường truyền thông Việt Nam có quy mô lớn và tăng trưởng mạnh. Các doanh nghiệp ngày càng tập trung vào lĩnh vực quảng cáo, truyền thông. VMG hoạt động trong lĩnh vực viễn thông và truyền thông có nhiều lợi thế khai thác mảng truyền thông cho dịch vụ viễn thông và dịch vụ giá trị gia tăng.
- Hạ tầng viễn thông Việt nam đang được đầu tư và nâng cấp mạnh, số lượng thuê bao điện thoại tăng trưởng cao tạo điều kiện cung cấp ngày càng nhiều và đa dạng dịch vụ giá trị gia tăng.

- Thị trường dịch vụ giá trị gia tăng cạnh tranh gay gắt và dần dần loại bỏ các doanh nghiệp nhỏ là cơ hội để mở rộng thị trường.

#### **6. Nguy cơ**

- Các Nhà khai thác viễn thông bắt đầu triển khai hạ tầng để cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng cho khách hàng của mình.
- Tỷ lệ thất thoát cước và tỷ lệ chia sẻ khuyến mại với Telco quá cao ảnh hưởng nhiều đến hiệu quả kinh doanh dịch vụ SMS của các đơn vị.
- Cạnh tranh trên thị trường dịch vụ truyền thông và nội dung thông tin ngày càng quyết liệt, cạnh tranh cả về đầu ra và đầu vào nội dung thông tin dẫn đến chi phí đầu vào ngày càng tăng cao.

# QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN

**Công ty Cổ phần Truyền thông VietNamNet** 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 4 Láng Hạ, 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: 2.590.105 tương đương: 99,62%

Số cổ phần còn lại: 9.895 tương đương: 0,38%

**Cơ cấu sở hữu (theo danh sách cổ đông chốt ngày 31/03/2008)**

	Số lượng cổ phần	Tỷ lệ
1. Cổ đông sáng lập:	1.300.000	50,00%
2. Nhân viên:	239.415	9,21%
3. Cổ đông khác:	1.038.800	39,95%
4. Cổ phiếu quỹ (*)	11.890	0,46%
<b>Tổng cộng</b>	<b>2.590.105</b>	<b>99,62%</b>

(\*) *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. Công ty phần mềm và truyền thông VASC	37,00%
2. Công ty cổ phần truyền thông và thông tin di động MW	6,50%
3. Ông Nguyễn Nam Hà	6,50%
4. Ông Phạm Đức Trung Kiên	11,92%
5. Ông Dung Tấn Trung	11,54%
6. Ông Lê Mạc Linh	5,00%
<b>Tổng cộng</b>	<b>78,46%</b>

(\*) *Các cổ đông số 1, 2, 3 là các cổ đông sáng lập của công ty.*

**Hội đồng quản trị:**

Ông Nguyễn Văn Hải	Chủ tịch HĐQT
Ông Phạm Đức Trung Kiên	Phó chủ tịch HĐQT
Ông Nguyễn Anh Tuấn	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
Ông Trần Ngọc Lương	Giám đốc hành chính và nhân sự
Ông Phạm Việt Dũng	Giám đốc kỹ thuật
Bà Nguyễn Thị Bắc	Giám đốc phát triển kinh doanh

## **Ban Kiểm soát:**

Bà Trương Thị Quỳnh Chi	Trưởng ban kiểm soát
Ông Lê Mạc Linh	Phó ban kiểm soát

## **Những sự kiện quan trọng của công ty**

Tháng 4/2006: ký hợp đồng hợp tác toàn diện với Công ty VASC trên các lĩnh vực quảng cáo, tổ chức sự kiện, quan hệ công chúng, dịch vụ giá trị gia tăng trên mạng viễn thông.

Tháng 5/2006: triển khai các dịch vụ giá trị gia tăng có thương hiệu “Let’s Play” và dịch vụ “Ngày mới” hợp tác với báo Thanh Niên. Ký hợp đồng hợp tác về quảng cáo trực tuyến với Công ty cổ phần quảng cáo trực tuyến 24h.

Tháng 6/2006: triển khai dịch vụ bình chọn qua SMS cho chương trình “Sao Mai điểm hẹn” trên VTV3.

Tháng 7/2006: Ký hợp đồng bán cổ phần cho Công ty BMCC, một tổ chức đầu tư của Hoa Kỳ. Đồng thời công ty góp vốn thành lập các công ty con: Công ty cổ phần Vietnamnet Cộng (VNN Plus), Công ty cổ phần Vietnamnet truyền thông quốc tế (VNN Incom), Công ty cổ phần truyền thông Vietnamnet M5 (VNN M5).

Tháng 10/2006: Thành lập trung tâm IT R&D.

Tháng 11/2006: Thành lập trung tâm VNN ID và trung tâm VNN Links.

Tháng 12/2006. Triển khai bán cổ phần cho cán bộ, nhân viên. VMG kết thúc năm tài chính 2006 với lợi nhuận sau thuế là 2.649.857.506 VND.

Tháng 2/2007: Triển khai hệ thống SMS Content Management & Delivery platform với bản quyền mua của đối tác Boungionor Spa Italia. Đây là hệ thống SMS platform qua thực tế hoạt động được đánh giá là tốt nhất hiện nay ở Việt Nam trong các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng trên mạng viễn thông.

Tháng 3/2007: Góp vốn thành lập Công ty cổ phần Truyền thông VietNamNet Phương Nam (VNN South) có trụ sở tại thành phố Hồ Chí Minh.

Tháng 4/2007: Tiếp nhận và cải cách dịch vụ Luckyfone cả về kịch bản dịch vụ, phần mềm cũng như phương thức quảng cáo, hợp tác kinh doanh. Đến cuối năm 2007 dịch vụ Luckyfone đạt doanh số bình quân 250 triệu đồng/ ngày, đến nay là 350 triệu đồng/ ngày, chiếm 60% thị phần của dịch vụ cung cấp kết quả xổ số qua tin nhắn.



Tháng 5/2007: Góp vốn thành lập Công ty cổ phần Truyền thông VietNamNet Ngôi Sao (VNN Star) tại thành phố Hồ Chí Minh.

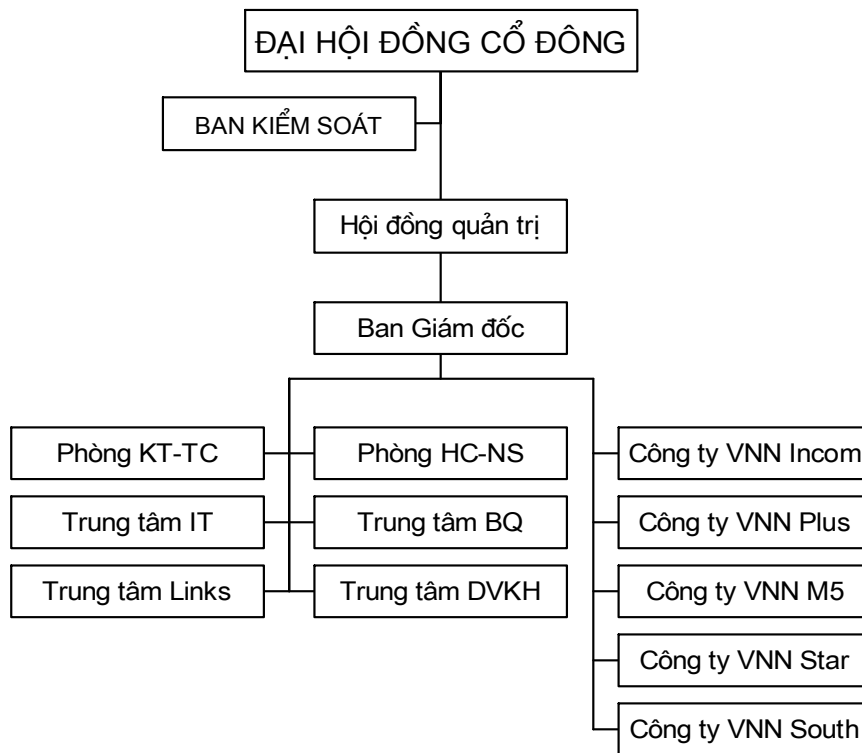
Tháng 7/2007: Thành lập trung tâm Bản quyền.

Tháng 10/2007: Ký hợp đồng với công ty Vietad triển khai hình thức quảng cáo bằng từ khoá.

Tháng 1/2008: Thành lập trung tâm Dịch vụ khách hàng.

Tháng 2/2008: Ký hợp đồng với Công ty Innity Malaysia triển khai các hình thức quảng cáo Rich Media

### Sơ đồ tổ chức của VMG



VMG là một công ty kinh doanh điển hình trong kỷ nguyên số. VMG hội tụ đủ các yếu tố TMT (Technology, Media & Telecommunications) để bước vào nền kinh tế tri thức. Đội ngũ nhân viên của VMG còn rất trẻ, độ tuổi bình quân khoảng 26 tuổi với sức sáng tạo, sức làm việc dồi dào. Đây là tài sản lớn nhất của doanh nghiệp, là động lực để VMG có thể cung cấp cho khách hàng những dịch vụ có chất lượng cao và luôn luôn đổi mới, mang lại nguồn doanh thu cao và vững chắc cho công ty. Đội ngũ nhân viên được dẫn dắt bởi Hội đồng quản trị và Ban lãnh đạo nhiều kinh nghiệm cả trong và ngoài nước trong lĩnh vực truyền thông – viễn thông. Ngoài ra VMG cũng có nhiều thuận lợi khi được kế thừa những thương hiệu, hạ tầng và kinh nghiệm kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ giá trị gia tăng từ cổ đông lớn nhất là công ty VASC

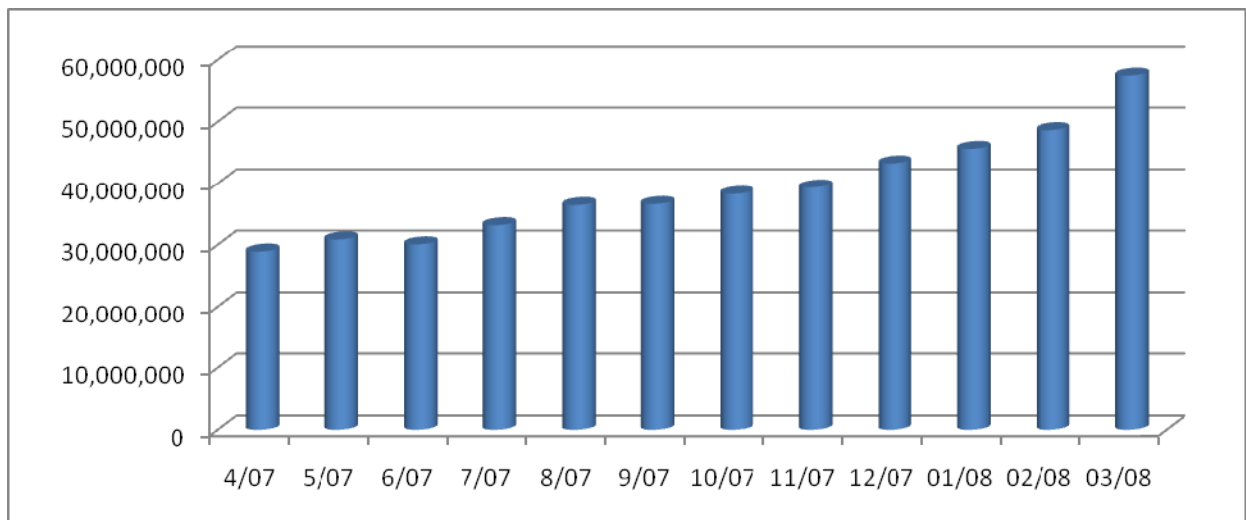
### Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2007

Sau năm 2006 là năm bước đầu ổn định cơ cấu tổ chức và nhân sự, bước vào năm 2007 VMG một mặt vừa tiếp tục kiện toàn tổ chức, một mặt tập trung củng cố, mở rộng và phát triển kinh

doanh. Năm 2007 là năm phát triển thuê bao rất mạnh của các mạng di động và cũng là năm đánh dấu sự bùng nổ của các nhà cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng (VAS) trên mạng viễn thông. Tổng cộng có gần 100 đơn vị cung cấp dịch vụ VAS độc lập trên thị trường, ngoài ra còn có nhiều đơn vị nhỏ phối hợp cung cấp dịch vụ. Có quá nhiều nhà cung cấp đã dẫn tới sự cạnh tranh rất quyết liệt, đôi khi là không lành mạnh. Chi phí marketing, khuyến mại bị đẩy lên rất cao, mặt khác hệ thống tính cước của các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông cũng còn nhiều trục trặc nên đã bị lợi dụng sử dụng dịch vụ mà không trả tiền dẫn tới số doanh thu bị thất thoát không thu được tiền khá lớn. Vì vậy đến cuối năm 2007 đã có một số công ty kinh doanh dịch vụ VAS không đạt được hiệu quả về lợi nhuận đã phải thu hẹp kinh doanh hoặc đóng cửa.

Đứng trước tình hình quy mô thị trường tăng lên nhanh chóng, VMG đã đầu tư hệ thống SMS platform chuyên nghiệp với phần cứng bao gồm 25 server cấu hình mạnh cùng phần mềm đồng bộ có bản quyền của đối tác Boungiorno Spa Italy. Hệ thống này cùng với hạ tầng mạng và các kết nối rất tốt với các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông đã tạo nên một hệ thống cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng qua tin nhắn SMS được đánh giá là tốt nhất tại Việt Nam hiện nay. Hiện tại lưu lượng trên hệ thống của VMG trong giờ cao điểm đã lên tới 400 nghìn tin nhắn lên/xuống 1 giờ. Việc VMG đầu tư hệ thống tốt cũng đã thu hút một số công ty cung cấp dịch vụ nội dung (CP) hợp tác cung cấp dịch vụ thông qua hệ thống của VMG. Có đối tác hợp tác mang lại doanh thu tới 2 tỷ đồng / tháng, vượt hơn nhiều CP cung cấp dịch vụ nội dung kinh doanh độc lập trên thị trường.

Số liệu về lưu lượng tin nhắn lên/xuống trên hệ thống của VMG sau 12 tháng đưa hệ thống mới vào sử dụng thể hiện trên biểu đồ dưới đây:

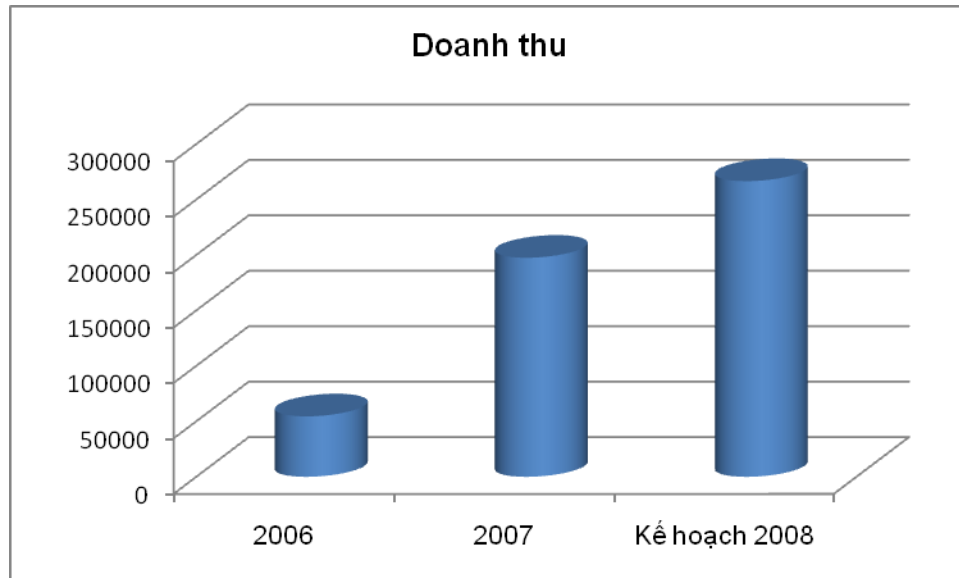


Biểu đồ 3. Sản lượng tin nhắn (SMS) hàng tháng trên hệ thống của VMG

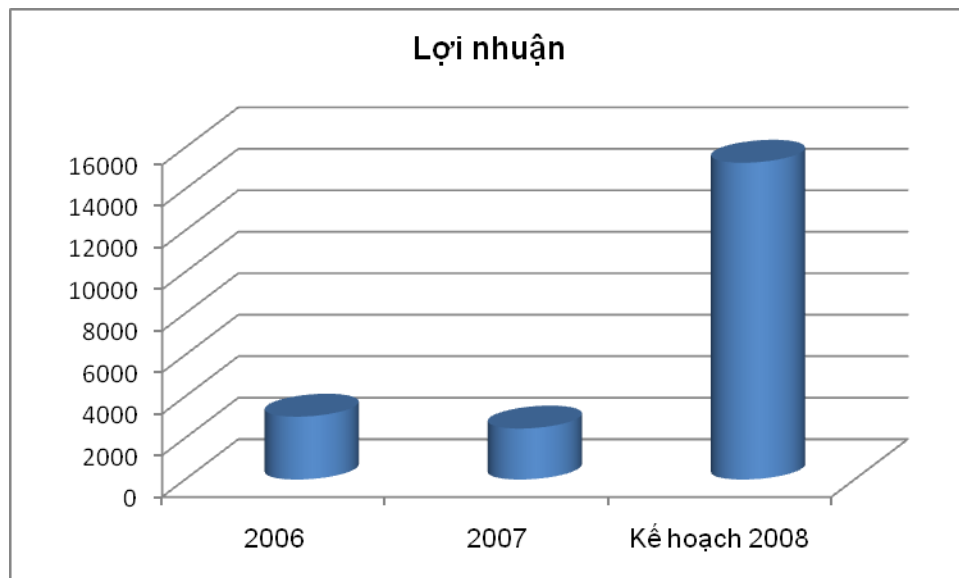
Cùng với nền tảng kỹ thuật VMG chú trọng xây dựng văn hóa hướng khách hàng cho đội ngũ nhân viên của mình. Tư tưởng này được quán triệt phổ biến từ các cấp lãnh đạo tới toàn thể đội ngũ nhân viên, từ các nhân viên của Trung tâm dịch vụ khách hàng cho tới các nhân viên kỹ thuật, nhân viên kế toán, hành chính, lễ tân. VMG luôn lắng nghe khách hàng nhằm hoàn thiện hơn cả về hình thức và chất lượng của dịch vụ, trao các giải thưởng cho khách hàng nhanh chóng, giải quyết các thắc mắc của khách hàng có lý, có tình. Khi dịch vụ của mình có những sai sót, VMG đều có những lời xin lỗi chân thành và nhanh chóng khắc phục. VMG cũng đã phát triển phần mềm thông minh sửa những lỗi trong cú pháp sử dụng dịch vụ của khách hàng, qua đó luôn có thể nắm được mong muốn sử dụng dịch vụ của khách hàng để phục vụ một cách

chính xác. Có những dịch vụ như Luckyfone tỷ lệ khách hàng được phục vụ lên tới gần như 100%. Từ đó VMG duy trì và phát triển được tập khách hàng trung thành, góp phần ngày càng tăng doanh thu và giảm được chi phí marketing.

*Các số liệu chi tiết về Bảng cân đối kế toán, Báo cáo kết quả kinh doanh xin xem tại Phụ lục kèm theo Báo cáo này. Dưới đây là các biểu đồ so sánh số liệu doanh thu và lợi nhuận qua các năm 2006, 2007 và kế hoạch năm 2008.*



Biểu đồ 4: Doanh thu 2006-2008 (triệu đồng)



Biểu đồ 5: Lợi nhuận 2006-2008 (triệu đồng)

Trong năm 2007 VMG cũng đã xác định hướng phát triển chiến lược trong thị trường miền Nam, đặc biệt là thị trường thành phố Hồ Chí Minh. Công ty đã tung lực lượng nhân viên kinh doanh thường xuyên bám trụ trong thị trường, qua đó đã phát triển được nhiều mối quan hệ hợp

tác kinh doanh rất tốt với các công ty xỏ số miền Nam, với các đài truyền hình lớn trong khu vực như đài TH Bình Dương, đài TH Đồng Nai, đài TH Vĩnh Long. Để tăng cường hơn nữa sự hiện diện của mình tại thị trường miền Nam, VMG cũng đã góp vốn để thành lập 2 công ty con tại thành phố Hồ Chí Minh là Công ty cổ phần Truyền thông VietNamNet Phương Nam (VNN South) vào tháng 03/2007 và Công ty cổ phần Truyền thông VietNamNet Ngôi Sao (VNN Star) vào tháng 05/2007. Tuy nhiên 2 công ty này đã gặp không ít khó khăn trong việc khởi đầu kinh doanh tại một thị trường có nhiều cơ hội nhưng cạnh tranh cũng rất khốc liệt và chi phí hoạt động rất cao.

## **Các công ty con**

### *1. Công ty cổ phần Vietnamnet Cộng (VNN Plus):*

Địa chỉ: Số 4 Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội

Đăng ký KD số: 0103013424 do Sở KH-ĐT Hà nội cấp ngày 9/8/2006.

Vốn điều lệ: 3.000.000.000 (ba tỷ đồng)

Vốn đầu tư của VMG: 1.950.000.000 (một tỷ chín trăm năm mươi triệu đồng)

Tỷ lệ: 65%

VNN Plus cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng dưới các thương hiệu đã nổi tiếng như DaLink, Let's Play trong đó tập trung về các nội dung giải trí có bản quyền như nhạc chuông, nhạc chờ. Hiện tại công ty đang hợp tác rất tốt với các mạng di động như Viettel, Sfone, Vinaphone để cung cấp các bản nhạc chờ nổi tiếng, độc đáo, hợp thị hiếu với giới trẻ. Công ty cũng đang cung cấp nội dung cho trang web Nhạc Việt Plus (<http://nhacvietplus.vietnamnet.vn>) thu hút được đông đảo độc giả. Plus được định hướng để trở thành doanh nghiệp cung cấp dịch vụ nhạc Online và nhạc số hàng đầu tại Việt Nam, phối hợp cùng với VMG để trở thành đơn vị phân phối nội dung có bản quyền lớn nhất Việt Nam.

### *2. Công ty cổ phần Vietnamnet truyền thông quốc tế (VNN Incom):*

Địa chỉ: Số 4, Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội

Số đăng ký KD: 0103013502 do Sở KH-ĐT Hà nội cấp ngày 11/08/2006.

Vốn điều lệ: 5.000.000.000 (năm tỷ đồng)

Vốn đầu tư của VMG: 2.550.000.000 (hai tỷ năm trăm năm mươi triệu đồng)

Tỷ lệ: 51%

VNN Incom hướng tới phục vụ các khách hàng doanh nghiệp và người hâm mộ thể thao. Incom đang hợp tác với rất nhiều các ngân hàng và công ty chứng khoán để cung cấp dịch vụ SMS Banking cho các khách hàng của các doanh nghiệp này. Incom có nền tảng tốt về cung cấp thông tin ngân hàng, chứng khoán, thông tin doanh nghiệp, thông tin pháp luật, chính sách. Một thế mạnh khác của Incom là cung cấp các dịch vụ Hosting, DSL/VDSL, VoIP cho các khách hàng doanh nghiệp. Incom cũng đang cung cấp nội dung cho trang web Bóng đá 24h (<http://bongda24h.vietnamnet.vn/>) chuyên về bóng đá quốc tế được tích hợp thêm rất nhiều dịch vụ giá trị gia tăng về bóng đá, thể thao

### *3. Công ty cổ phần truyền thông Vietnamnet M5 (VNN M5):*

Địa chỉ: Số 99 Triệu Việt Vương, Hai Bà Trưng, Hà Nội

Đăng ký KD số: 0103013254 do Sở KH-ĐT Hà nội cấp ngày 20/07/2006.

Vốn điều lệ: 3.800.000.000 (ba tỷ tám trăm triệu đồng)

Vốn đầu tư của VMG: 2.470.000.000 (hai tỷ bốn trăm bảy mươi triệu đồng)  
Tỷ lệ: 65%

VNN M5 được thành lập với mục đích trở thành 1 doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực phát hành báo chí ở Việt Nam. Trong năm 2007 M5 đã đảm nhiệm việc phát hành và kinh doanh quảng cáo cho các tạp chí Echip, Echip Mobile, Sức mạnh công nghệ. M5 cũng có đội ngũ nhân viên và cộng tác viên có chuyên môn cung cấp dịch vụ thiết kế cũng như cung cấp các nội dung về điện thoại di động, ô tô và các vật dụng kỹ thuật cao cho các tạp chí nói trên cũng như các trang web Mobilenet (<http://www.mobilenet.vn>) và Autonet (<http://autonet.com.vn>)

#### *4. Công ty cổ phần Truyền thông VietNamNet Ngôi Sao (VNN Star):*

Địa chỉ: 181 Võ Văn Tần - Quận 3 - Thành phố Hồ Chí Minh  
Số đăng ký KD: 4103006668 do Sở KH-ĐT Tp. Hồ Chí Minh cấp ngày 10/05/2007.  
Vốn điều lệ: 3.000.000.000 (ba tỷ đồng)  
Vốn đầu tư của VMG: 1.530.000.000 (một tỷ năm trăm ba mươi triệu đồng)  
Tỷ lệ: 51%

VNN Star là sự hiện diện của VMG trong thị trường phía Nam trên các lĩnh vực về truyền thông và tổ chức sự kiện. Star tận dụng lợi thế có quan hệ chặt chẽ với các kênh truyền thông lớn và có đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm để tiếp cận, cung cấp dịch vụ truyền thông và tổ chức sự kiện cho các khách hàng doanh nghiệp lớn trong thị trường sôi động ở phía Nam. Ngoài ra Star cũng sẽ chú trọng phát triển mảng dịch vụ online như thương mại điện tử hay e-learning. Tuy mới thành lập gặp nhiều khó khăn nhưng Star có đội ngũ lãnh đạo chủ chốt đoàn kết, gắn bó, biết cách khai thác những khách hàng truyền thông nên đã tạm thời khắc phục được khó khăn trong năm 2007 để tiếp tục phát triển. Mục tiêu của Star là trở thành hãng truyền thông, kênh quảng cáo và PR hàng đầu trên cả nước, có ảnh hưởng lớn đối với thị trường đồng thời trở thành trung tâm hàng đầu về tư vấn và nghiên cứu thị trường trong các lĩnh vực như Công nghệ thông tin - Viễn thông – Truyền thông và dịch vụ Giá trị gia tăng.

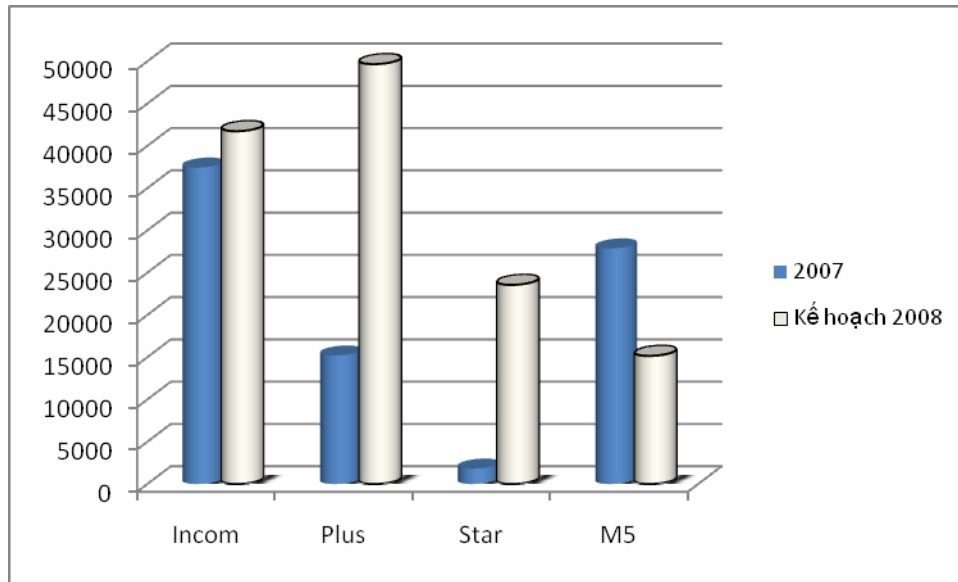
#### *5. Công ty cổ phần Truyền thông VietNamNet Phương Nam (VNN South):*

Địa chỉ: 12 Phan Kế Bính, P. Đa Kao, Quận 1, TP Hồ Chí Minh  
Số đăng ký KD: 4103 006 6271 do Sở KH-ĐT Tp. Hồ Chí Minh cấp ngày 27/03/2007.  
Vốn điều lệ: 9.000.000.000 (chín tỷ đồng)  
Vốn đầu tư của VMG: 1.150.000.000 (một tỷ một trăm năm mươi triệu đồng)  
Tỷ lệ: 100% (do các cổ đông sáng lập còn lại không góp vốn vào công ty như cam kết)

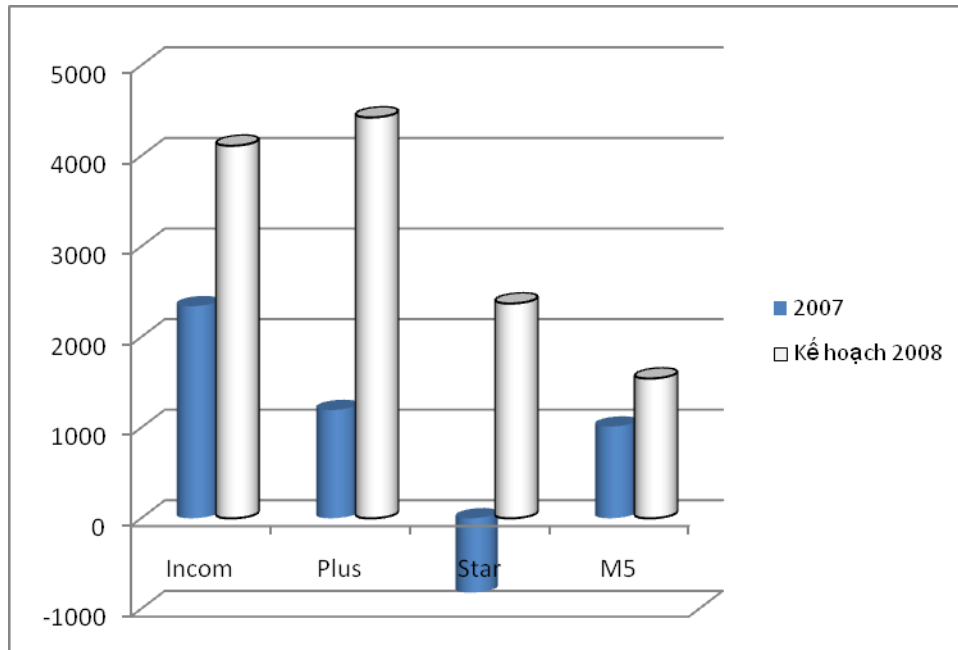
VNN South được giao nhiệm vụ nắm chắc thị trường để phát triển dịch vụ giá trị gia tăng phù hợp với văn hóa, thị hiếu của khách hàng Nam Bộ. Tuy nhiên sau 1 năm hoạt động, VNN South đã không xây dựng được đội ngũ nhân viên để đảm đương được công việc, các cổ đông sáng lập còn lại không giữ cam kết góp vốn vào công ty như ban đầu, do vậy VMG đã quyết định sẽ giải thể công ty này theo các quy định của pháp luật.

*Các số liệu về kết quả kinh doanh năm 2007 và kế hoạch của năm 2008 tại các công ty con xin xem tại Phụ lục kèm theo báo cáo này.* Trừ Star gặp nhiều khó khăn trong năm đầu mới thành lập, các công ty con khác như Incom, Plus, M5 đều đạt được tỷ lệ lợi nhuận/ vốn chủ sở hữu khá cao (lần lượt là 46,83%; 39,86%; 26,65%). 3 công ty này cũng đạt mục tiêu tiếp tục đẩy mạnh kết quả trong năm 2008 với các con số tỷ lệ lợi nhuận/ vốn chủ sở hữu dự kiến là 82%, 147% và 41%. VNN Star bước sang năm hoạt động thứ 2 cũng đạt mục tiêu đạt doanh thu ở mức 23,5 tỷ và lợi nhuận 2,37 tỷ (đạt 79% trên vốn chủ sở hữu).

Dưới đây là các biểu đồ minh họa sự tương quan giữa những con số đã đạt được và con số kế hoạch năm 2008 của các công ty con.



Biểu đồ 6. Doanh thu các công ty con (triệu đồng)



Biểu đồ 7. Lợi nhuận các công ty con (triệu đồng)

# MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC

## 1. Mục tiêu chiến lược

- a. Trở thành doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ gia tăng giá trị và nội dung thông tin lớn nhất Việt Nam bao gồm các dịch vụ gia tăng giá trị trên mạng viễn thông di động, cố định, internet đáp ứng nhu cầu thị trường khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp.
- b. Trở thành đối tác chiến lược cung cấp giải pháp và nội dung cho các nhà khai thác viễn thông Việt Nam, trở thành đơn vị phân phối nội dung thông tin có bản quyền lớn nhất Việt Nam.
- c. Trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực truyền thông, quảng cáo, xây dựng hình ảnh cho các doanh nghiệp lớn tại Việt nam.

## 2. Định hướng kinh doanh

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

- VMG định hướng kinh doanh dịch vụ giá trị gia tăng với 2 đơn vị chủ lực là VNN Incom và VNN Plus cùng với trung tâm VNN Links để khai thác tốt thị trường dịch vụ giá trị gia tăng.
- Định hướng lĩnh vực hoạt động của các công ty và đơn vị thành viên trong VMG theo các các loại hình dịch vụ gia tăng và thông tin cho doanh nghiệp (VAS for business), dịch vụ gia tăng và thông tin cho cộng đồng (Communities VAS), dịch vụ gia tăng và nội dung thông tin bản quyền (âm nhạc, games, sport...).
- Các dịch vụ giá trị gia tăng 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 giá trị gia tăng cho cộng đồng: các dịch vụ Text base (xổ số, trò chơi trúng thưởng, Game show, 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.

### b. 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 2008, 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.

**c. Định hướng kinh doanh lĩnh vực truyền thông (Media services)**

- VMG định hướng phát triển dịch vụ truyền thông để khai thác thị trường ngày càng phát triển với hai loại hình chính là lĩnh vực truyền thông bằng các phương tiện truyền thông như báo mạng, báo giấy và tạp chí và lĩnh vực dịch vụ truyền thông bao gồm các hoạt động quảng cáo, PR, tổ chức sự kiện, tư vấn xây dựng hình ảnh, tư vấn hoạt động marketing.
- Đơn vị định hướng phát triển lĩnh vực truyền thông bằng các phương tiện truyền thông là công ty M5 tập trung phát triển các loại hình báo mạng, báo giấy, tạp chí, xuất bản, phát hành.
- Đơn vị cung cấp dịch vụ truyền thông là VNN Star tập trung khai thác thị trường là các doanh nghiệp trong lĩnh vực Viễn thông, công nghệ thông tin, ngân hàng và đặc biệt là các tập đoàn trong nước.

**3. Mục tiêu cụ thể**

**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 khác 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. Trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực truyền thông, quảng cáo, xây dựng hình ảnh cho các doanh nghiệp lớn tại Việt nam**

- Phát triển nhóm phương tiện truyền thông bao gồm báo mạng, tạp chí, truyền hình đáp ứng nhu cầu truyền bá và tiếp nhận thông tin về công nghệ, viễn thông và đời sống xã hội.
- Tập trung phát triển khách hàng là các tập đoàn, tổng công ty Nhà nước và các tổ chức quốc tế trở thành đối tác truyền thông, quảng cáo xây dựng hình ảnh cho các khách hàng lớn.
- Xây dựng đội ngũ chuyên nghiệp trong lĩnh vực truyền thông, quảng cáo, xây dựng hình ảnh trở thành công ty chuyên nghiệp trong lĩnh vực truyền thông, quảng cáo.



## KẾ HOẠCH 2008 & CÁC NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM

Bước vào năm 2008, nối tiếp đà thành công của năm 2007, VMG đặt mục tiêu có sự phát triển vượt bậc về chỉ tiêu doanh thu cũng như lợi nhuận. Trong đó đặc biệt là chỉ tiêu lợi nhuận dự kiến gấp hơn 5 lần so với năm 2007 (27.724 triệu đồng so với 5.187 triệu đồng) đảm bảo cho việc có thể chi trả cổ tức cho cổ đông theo mức dự kiến là 2.500 đồng/ cổ phiếu. Mục tiêu đó được xây dựng trên cơ sở tối ưu hóa các dịch vụ sẵn có, đẩy mạnh quy mô của những dịch vụ có tỷ suất lợi nhuận cao như Luckyfone, phát triển nhóm các dịch vụ mới, hợp tác với đối tác để kêu gọi đầu tư và hợp tác kinh doanh. Những dịch vụ khác cũng được rà soát để cắt giảm tỷ lệ các khoản chi phí marketing, tích cực kêu gọi tài trợ các giải thưởng cho các game trúng thưởng. Ngoài ra công ty bước vào năm hoạt động thứ 3 nên những chi phí ban đầu khi thành lập công ty cũng không còn trở thành những gánh nặng như trước nữa. Thị trường đang tiếp tục mở rộng rất nhanh, trong năm 2008 có những sự kiện như EURO 2008 hứa hẹn có các cơ hội hấp dẫn khách hàng tham gia các dịch vụ trên mạng. Tình hình thực hiện kế hoạch trong quý I/2008 rất khả quan và đạt được mục tiêu đề ra, do vậy công ty hoàn toàn tự tin có thể thực hiện thắng lợi các mục tiêu của kế hoạch cả năm 2008.

Năm 2007 công ty đã phát triển phần mềm cài trên các máy điện thoại giúp cho khách hàng hiểu biết và tiếp cận một cách dễ dàng và cập nhật đối với các dịch vụ của công ty. Trong năm 2008 công ty sẽ đẩy mạnh việc phân phối phần mềm này thông qua nhiều kênh khác nhau như qua những đối tác là các nhà phân phối handset di động lớn nhất tại Việt Nam, qua Trung tâm dịch vụ khách hàng, qua mạng lưới cộng tác viên. Kế hoạch này sẽ đem lại lượng khách hàng trung thành, ổn định cho công ty.

Kết hợp cùng với các nhà cung cấp giải pháp nước ngoài, công ty sẽ tiếp tục đẩy mạnh hợp tác kinh doanh cùng với các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông để giới thiệu tới các khách hàng một loạt các dịch vụ mới mang lại những tiện ích đáng chú ý cho khách hàng như dịch vụ P2P transfer, location based, mobile communities, live screen... Việc hợp tác sẽ mang lại lợi ích không nhỏ cho tất cả các bên cũng như phục vụ tốt hơn cho khách hàng. Hiện nay những nhà cung cấp dịch vụ viễn thông đang có xu hướng cung cấp những dịch vụ này cho riêng các thuê bao của họ, tuy nhiên VMG với vị trí của mình sẽ cung cấp các dịch vụ kết hợp được thuê bao các mạng với nhau, tạo ra được hệ số nhân cao cho doanh thu của dịch vụ.

Với thế mạnh về truyền thông và đội ngũ chuyên nghiệp về bản quyền nội dung, công ty cũng sẽ tiếp tục củng cố những thành tựu đã đạt được trong việc cung cấp những nội dung có bản quyền. Công ty hướng tới mục tiêu trở thành đơn vị cung cấp nội dung có bản quyền lớn nhất tại Việt Nam, đảm bảo cho việc chiếm lĩnh thị trường này khi những quy định về bản quyền ngày càng đi vào cuộc sống. Việc có đầy đủ các bản quyền liên quan đến nội dung sẽ góp phần thúc đẩy mảng hợp tác kinh doanh B2B hứa hẹn sẽ mang lại tỷ suất lợi nhuận cao hơn so với các dịch vụ B2C truyền thống. Mục tiêu đặt ra đối với VMG là phải chiếm lĩnh được thị trường âm nhạc Việt Nam để tạo vị thế tương đương trên thị trường Việt Nam so với những người khổng lồ về âm nhạc quốc tế như EMI, SonyBMG...

Đối tượng khách hàng doanh nghiệp tiếp tục được VMG chú trọng. Ngoài việc cung cấp các dịch vụ cho doanh nghiệp như VDSL, VoIP, Call – Video Conference, Stock – Banking SMS thì VMG cũng cung cấp những dịch vụ liên quan đến truyền thông như xây dựng thương hiệu, PR, tổ chức event cho khách hàng. Sự kết hợp này khiến VMG có thể linh hoạt xây dựng các gói dịch vụ khác nhau nhằm thỏa mãn tối đa những nhu cầu của khách hàng, nhất là khi họ tìm kiếm những hướng phát triển dịch vụ mới của họ.

## Các mốc kế hoạch 2008

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Quý I	Quý II	Quý III	Quý IV	Cả năm
Doanh thu	48.970	46.798	49.254	50.184	195.205
Lợi nhuận	4.040	2.453	3.814	4.966	15.273

Số liệu chi tiết về kế hoạch năm 2008 xin xem tại Phụ lục đính kèm Báo cáo này.

Trong năm tài chính 2008, Hội đồng quản trị và Ban Giám đốc công ty đặt mục tiêu đạt mức chia cổ tức cho các cổ đông là 2.000 đồng cho mỗi cổ phiếu.

Để thực hiện được các mục tiêu đã đề ra, các nhiệm vụ trọng tâm cần thực hiện trong năm 2008 như sau

**Xây dựng tổ chức bộ máy nhân lực chuyên nghiệp :** Ổn định về bộ máy tổ chức, xây dựng qui trình quản lý chuyên nghiệp, tuyển dụng và bổ nhiệm các vị trí chủ chốt trong công ty tạo động lực thúc đẩy các bộ phận phát triển.

### **Xây dựng hình ảnh, triết lý văn hóa công ty VMG**

- Xây dựng hệ thống nhận dạng thương hiệu thống nhất trong toàn bộ VMG và các đơn vị thành viên tạo hình ảnh thống nhất
- Xây dựng triết lý kinh doanh, giá trị văn hóa của VMG
- Ban hành nội san của công ty VMG tạo sự gắn kết và là diễn đàn chung của công ty.

### **Xây dựng và ban hành cơ chế hợp tác kinh doanh giữa các đơn vị trong VMG**

- Định hướng kinh doanh và lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của các đơn vị trong VMG
- Cơ chế phối hợp, trách nhiệm và quyền lợi của các đơn vị trong VMG
- Tổ chức bộ máy, hệ thống báo cáo, kiểm soát trong VMG và giữa VMG với các đơn vị thành viên.

### **Tăng cường hợp tác với các đối tác để triển khai dịch vụ mới**

- Hợp tác chặt chẽ với các nhà khai thác dịch vụ viễn thông bao gồm các nhà khai thác dịch vụ điện thoại di động, Internet.
- Hợp tác với các Ngân hàng để cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ truyền thông.
- Hợp tác với các đối tác cung cấp thiết bị đầu cuối viễn thông bao gồm các hãng sản xuất máy điện thoại, các nhà phân phối lớn trong lĩnh vực viễn thông để cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng.

### **Mở rộng lĩnh vực kinh doanh theo định hướng kinh doanh**

- Phát triển đối tác triển khai dịch vụ gia tăng giá trị trên mạng cố định, internet
- Hợp tác kinh doanh dịch vụ nội dung thông tin ở Việt nam để trở thành đơn vị cung cấp nội dung thông tin bản quyền lớn ở Việt nam.
- Hợp tác với các đối tác truyền thông lớn trong nước và quốc tế để phát triển các loại hình báo, tạp chí, phát hành ở Việt nam.

# PHỤ LỤC

KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2007 VÀ KẾ HOẠCH 2008

## BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN HỢP NHẤT NĂM 2007

*Đơn vị tính: đồng*

TT	Tài sản	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
<b>A</b>	<b>TÀI SẢN NGẮN HẠN (100=110+120+130+140+150)</b>	<b>100</b>		<b>89.567.488.198</b>	<b>41.289.034.665</b>
<b>I</b>	<b>Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>110</b>		<b>11.009.892.925</b>	<b>10.509.253.848</b>
1	Tiền	111	V.01	10.009.892.925	7.509.253.848
2	Các khoản tương đương tiền	112		1.000.000.000	3.000.000.000
<b>III</b>	<b>Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	<b>130</b>		<b>76.985.776.431</b>	<b>29.359.433.267</b>
1	Phải thu khách hàng	131	V.02	75.551.255.284	28.829.822.705
2	Trả trước cho người bán	132	V.03	222.505.176	527.937.275
5	Các khoản phải thu khác	135	V.04	1.212.015.971	1.673.287
<b>IV</b>	<b>Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>		<b>144.947.332</b>	<b>1.088.958.065</b>
1	Hàng tồn kho	141	V.05	144.947.332	1.088.958.065
<b>V</b>	<b>Tài sản ngắn hạn khác</b>	<b>150</b>		<b>1.426.871.510</b>	<b>331.389.485</b>
2	Thuế GTGT được khấu trừ	152		23.064.679	
3	Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	154		500.000	
4	Tài sản ngắn hạn khác	158	V.06	1.403.306.831	331.389.485
<b>B</b>	<b>TÀI SẢN DÀI HẠN (200=210+220+240+250+260+270)</b>	<b>200</b>		<b>10.061.297.937</b>	<b>2.947.695.877</b>
<b>II</b>	<b>Tài sản cố định</b>	<b>220</b>		<b>6.095.711.422</b>	<b>2.449.285.289</b>
1	Tài sản cố định hữu hình	221	V.07	3.702.430.239	2.154.123.999
	<i>Nguyên giá</i>	222		4.942.003.548	2.316.313.595
	<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	223		(1.239.573.309)	(162.189.596)
3	Tài sản cố định vô hình	227	V.08	2.393.281.183	295.161.290
	<i>Nguyên giá</i>	228		3.554.400.000	300.000.000
	<i>Giá trị hao mòn lũy kế</i>	229		(1.161.118.817)	(4.838.710)
<b>IV</b>	<b>Các khoản đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>250</b>		<b>650.000.000</b>	-
3	Đầu tư dài hạn khác	258	V.10	650.000.000	
<b>VI</b>	<b>Tài sản dài hạn khác</b>	<b>260</b>		<b>3.315.586.515</b>	<b>498.410.588</b>

1	Chi phí trả trước dài hạn	271	V.11	3.123.751.515	495.410.588
3	Tài sản dài hạn khác	278		191.835.000	3.000.000
	<b>CỘNG TÀI SẢN (280=100+200)</b>	<b>280</b>		<b>99.628.786.135</b>	<b>44.236.730.542</b>
<b>TT</b>	<b>Nguồn vốn</b>	<b>Mã số</b>	<b>Thuyết minh</b>	<b>Số cuối năm</b>	<b>Số đầu năm</b>
<b>A</b>	<b>NỢ PHẢI TRẢ (300=310+330)</b>	<b>300</b>		<b>65.034.209.606</b>	<b>19.145.173.036</b>
<b>I</b>	<b>Nợ ngắn hạn</b>	<b>310</b>		<b>64.814.616.520</b>	<b>19.076.108.659</b>
2	Phải trả cho người bán	312	V.12	40.990.345.472	12.907.279.644
3	Người mua trả tiền trước	313		380.082.516	8.779.600
4	Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	V.13	5.625.572.537	1.954.479.015
5	Phải trả người lao động	315		2.969.542.189	2.573.071.583
6	Chi phí phải trả	316	V.14	13.990.269.301	1.281.613.063
9	Các khoản phải trả, phải nộp ngắn hạn khác	319	V.15	858.804.505	350.885.754
<b>II</b>	<b>Nợ dài hạn</b>	<b>330</b>		<b>219.593.086</b>	<b>69.064.377</b>
3	Phải trả dài hạn khác	333		129.935.000	60.700.000
	<i>Phải trả dài hạn khác</i>			-	
	<i>Nhận ký cược ký quỹ dài hạn</i>			129.935.000	60.700.000
6	Dự phòng trợ cấp mất việc làm	336		89.658.086	8.364.377
<b>B</b>	<b>NGUỒN VỐN CHỦ SỞ HỮU (400=410+430)</b>	<b>400</b>		<b>30.174.986.462</b>	<b>24.415.275.613</b>
<b>I</b>	<b>Vốn chủ sở hữu</b>	<b>410</b>	V.16	<b>29.118.951.876</b>	<b>23.860.536.380</b>
1	Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411		25.751.050.000	21.819.000.000
2	Thặng dư vốn cổ phần	412		115.000.000	
4	Cổ phiếu quỹ	414		(344.105.934)	
7	Quỹ đầu tư phát triển	417		3.402.920.615	1.955.951.858
8	Quỹ dự phòng tài chính	418		7.095.697	10.988.098
10	Lãi chưa phân phối	420		186.991.498	74.596.424
<b>II</b>	<b>Nguồn kinh phí và quỹ khác</b>	<b>430</b>		<b>1.056.034.586</b>	<b>554.739.233</b>
1	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	431		1.056.034.586	554.739.233
<b>C</b>	<b>LỢI ÍCH CỦA CỔ ĐÔNG THIỂU SỐ</b>	<b>500</b>	V.17	<b>4.419.590.067</b>	<b>676.281.893</b>
	<b>CỘNG NGUỒN VỐN (440=300+400+500)</b>	<b>440</b>		<b>99.628.786.135</b>	<b>44.236.730.542</b>

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH HỢP NHẤT**  
**NĂM 2007**

*Đơn vị tính: đồng*

TT	Chỉ tiêu	Mã số	Thuyết minh	Năm 2007	Năm 2006
1	<b>Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ</b>	01	VI.18	<b>197.531.200.318</b>	<b>54.517.132.279</b>
2	Các khoản giảm trừ	02	VI.19	10.926.739.522	586.757.240
4	Giá vốn hàng bán	11	VI.21	159.230.284.768	45.867.300.571
5	<b>Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10C-11)</b>	<b>20</b>		<b>27.374.176.028</b>	<b>8.063.074.468</b>
6	Doanh thu hoạt động tài chính	21	VI.22	414.143.629	217.508.368
7	Chi phí hoạt động tài chính	22		849.989	
	<i>Trong đó: Lãi vay phải trả</i>	23			
8	Chi phí bán hàng	24		5.767.837.832	226.709.028
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	25		16.712.793.756	4.345.840.185
10	<b>Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30=20+21-22-24-25)</b>	<b>30</b>		<b>5.306.838.080</b>	<b>3.708.033.623</b>
11	Thu nhập khác	31		27.529.133	1.682.658
12	Chi phí khác	32		147.065.047	
13	<b>Lợi nhuận khác (40=21-32)</b>	<b>40</b>		<b>-119.535.914</b>	<b>1.682.658</b>
14	<b>Phần lợi nhuận khác trong công ty liên kết, liên doanh</b>	<b>50</b>			
14	<b>Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50=30+40)</b>	<b>60</b>		<b>5.187.302.166</b>	<b>3.709.716.281</b>
15	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	61	VI.23	1.963.967.368	1.059.858.775
16	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại	62			
17	<b>Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (70=60-61-62)</b>	<b>70</b>		<b>3.223.334.798</b>	<b>2.649.857.506</b>
17.1	<i>Lợi ích của cổ đông thiểu số</i>			<i>972.335.114</i>	<i>73.219.245</i>
17.2	<i>Lợi nhuận sau thuế của cổ đông của công ty mẹ</i>			<i>2.250.999.684</i>	<i>2.576.638.261</i>
18	<b>Lãi cơ bản trên cổ phiếu</b>	<b>80</b>		887	1.181

KẾT QUẢ KINH DOANH CÁC CÔNG TY 2007

STT	Tên chỉ tiêu	Đơn vị tính	Công ty mẹ	Các Công ty con					Hợp nhất
				INCOM	PLUS	STAR	M5	SOUTH	
<b>I</b>	<b>Doanh thu</b>	Triệu đồng	144.457	37.427	15.200	1.820	27.866	381	197.531
<b>II</b>	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>		2.458	2.342	1.196	(820)	1.013	(1.000)	5.187
<b><i>Hiệu quả tài chính</i></b>		%							
	Lợi nhuận/ doanh thu		1,70	6,26	7,87	-	3,63	-	2,63
	Lợi nhuận/vốn		9,45	46,83	39,86	-	26,65	-	

## KẾ HOẠCH KINH DOANH 2008

STT	Tên chỉ tiêu	Đơn vị tính	Công ty mẹ	Các Công ty con					Hợp nhất
				INCOM	PLUS	STAR	M5	TỔNG	
<b>I</b>	<b>Doanh thu</b>	Triệu đồng	<b>195.205</b>	<b>41.740</b>	<b>49.671</b>	<b>23.557</b>	<b>15.159</b>	<b>130.127</b>	<b>266.621</b>
	Q1/2008		48.970	8.976	4.524	3.208	2.859	19.566	56.924
	Q2/2008		46.798	10.258	12.541	6.452	3.584	32.834	63.241
	Q3/2008		49.254	11.112	15.021	7.330	3.945	37.407	70.566
	Q4/2008		50.184	11.396	17.586	6.568	4.771	40.319	75.890
<b>II</b>	<b>Chi phí SXKD</b>	Triệu đồng	<b>179.932</b>	<b>37.627</b>	<b>45.247</b>	<b>21.186</b>	<b>13.616</b>	<b>117.675</b>	<b>238.897</b>
	Q1/2008		44.929	9.099	4.258	3.511	3.350	20.218	53.535
	Q2/2008		44.345	8.413	11.535	5.266	3.330	28.544	56.498
	Q3/2008		45.440	8.988	13.772	6.175	3.268	32.203	61.548
	Q4/2008		45.218	11.127	15.682	6.234	3.668	36.711	67.316
<b>III</b>	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>		<b>15.273</b>	<b>4.113</b>	<b>4.425</b>	<b>2.371</b>	<b>1.543</b>	<b>12.452</b>	<b>27.724</b>
<b>IV</b>	<b>NHÂN SỰ</b>	Người	<b>239</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>54</b>	<b>120</b>	<b>264</b>	<b>503</b>
<b>VI</b>	<b>KPI</b>							-	
	<b>Năng suất lao động</b>	Triệu đồng						-	
	Tỷ lệ doanh thu/đầu người		817	835	1.242	436	126		530,06
	Chi phí/đầu người		753	753	1.131	392	113		474,94
	Lợi nhuận/đầu người		64	82	111	44	13		55,12
	<b>Hiệu quả tài chính</b>	%							
	Lợi nhuận/doanh thu		7,82	9,85	8,91	10,06	10,18		10,40
	Lợi nhuận/chi phí		8,49	10,93	9,78	11,19	11,33		11,61
	Lợi nhuận/vốn		59	82	147	79	41		