

BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ VỀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2015 VÀ 03 NĂM GẦN NHẤT

I. Tình hình sản xuất kinh doanh và đầu tư phát triển năm 2015 và 03 năm gần nhất

1. Thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch 03 năm trước

1.1. Giai đoạn 2012-2014

Nhìn lại giai đoạn 2012-2014, đây là giai đoạn thị trường viễn thông có sự cạnh tranh gay gắt và quyết liệt, cùng với nhiều thách thức từ các yếu tố bên ngoài. Nền kinh tế Việt Nam vẫn tiếp tục bị ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, đã tác động lên thị trường viễn thông nói chung và thị trường các dịch vụ thông tin di động nói riêng. Trong khi đó, thị trường viễn thông Việt Nam đã bắt đầu tiệm cận bão hòa với tỷ lệ người dùng gần cao nhất khu vực. Tốc độ tăng trưởng chung trên thị trường bị chậm lại trong bối cảnh có quá nhiều nhà khai thác.

Sau hơn 3 năm kể từ thời điểm công nghệ 3G bắt đầu được cung cấp tại Việt Nam (10/2009), giai đoạn 2012-2014 được đánh giá là khoảng thời gian dịch vụ này bắt đầu có sự dấu hiệu của sự tăng trưởng chậm lại khi sự phổ biến của smartphone với mức giá ngày càng rẻ được đẩy lên mức bão hòa, xu thế công nghệ tương lai dần chuyển dịch sang 4G LTE bên cạnh vùng phủ sóng ngày một mở rộng của Wifi. Bài toán đầu tư trở nên khó khăn, chật vật hơn khi doanh nghiệp đứng trước hàng loạt các chi phí vận hành cơ bản như chi phí thuê kênh, chi phí đầu tư thiết bị và cơ sở hạ tầng nhà trạm phát sóng để theo đuổi nhu cầu sử dụng và chất lượng dịch vụ từ phía khách hàng nhưng chính trong nhu cầu đó lại không có sự tăng trưởng đột biến.

Đứng rất nhiều những thách thức đó, MobiFone với vị trí là một trong những doanh nghiệp hàng đầu cung cấp dịch vụ thông tin di động, đã nỗ lực hết mình để đảm nhiệm sứ mệnh truyền tải trọn vẹn thông điệp kết nối và liên lạc cho gần 100 triệu người dân trên toàn lãnh thổ Việt Nam, mang đến những dịch vụ tiên tiến nhất, tạo sự hài lòng đến khách hàng. Chính nhờ những động lực và quyết tâm đó, MobiFone đã đạt được nhiều thành công trong kết quả SXKD, cụ thể như sau:

- Tổng doanh thu hợp nhất phát sinh từ 2012-2014 đạt 117.120 tỷ đồng.
- Tổng lợi nhuận trước thuế hợp nhất của MobiFone đạt 21.392 tỷ đồng.
- Riêng Công ty mẹ đã đóng góp vào nộp ngân sách trong giai đoạn này là 14.812 tỷ đồng.

Bên cạnh đó, MobiFone liên tục được đánh giá xếp hạng doanh nghiệp hạng A, xếp hạng cán bộ quản lý hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ. Năng suất lao động đều tăng qua các năm. Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực luôn được quan tâm hàng đầu. Hàng năm hầu hết các cán bộ lao động đều được tham gia các chương trình đào tạo phù hợp để nâng cao trình độ chuyên môn, từ đó áp dụng một cách hiệu quả vào hoạt động SXKD của đơn vị.

1.2. Năm 2015

Thực hiện Quyết định số 309/QĐ-BTTTT ngày 13/03/2015 của Bộ TTTT về việc giao chỉ tiêu đánh giá doanh nghiệp năm 2015 đối với Tổng công ty Viễn thông MobiFone và Quyết định 2539/QĐ-BTTTT ngày 31/12/2015 của Bộ TTTT về việc điều chỉnh chỉ tiêu đánh giá doanh nghiệp năm 2015 đối với Tổng công ty Viễn thông MobiFone, song song với các nhiệm vụ lớn là hoàn thiện công tác tổ chức bộ máy theo mô hình mới, công tác cổ phần hóa, với tinh thần quyết tâm của toàn thể lãnh đạo và cán bộ công nhân viên, MobiFone đã hoàn thành tốt các chỉ tiêu được giao, cụ thể:

- Doanh thu hợp nhất đạt 33.553 tỷ đồng, hoàn thành 105,6% so với kế hoạch được giao.
- Doanh thu công ty mẹ đạt 31.928 tỷ đồng, hoàn thành 105,4% so với kế hoạch được giao.
- Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt 7.129 tỷ đồng.
- Lợi nhuận trước thuế công ty mẹ đạt 7.045 tỷ đồng, hoàn thành 101,5% so với kế hoạch được giao.
- Tỷ suất lợi nhuận trước thuế công ty mẹ trên vốn chủ sở hữu là 47,8%, hoàn thành 101,5% so với kế hoạch được giao.

2. Tiến độ thực hiện các dự án trọng điểm trong các lĩnh vực sản xuất kinh doanh trong 03 năm trước

2.1. Giai đoạn 2012-2014

Trong giai đoạn 2011 - 2014, MobiFone đã đặt mục tiêu phát triển trọng tâm là tập trung hoạt động kinh doanh vào các lĩnh vực chính bao gồm cung cấp dịch vụ thông tin di động và các dịch vụ giá trị gia tăng. Vì vậy, mục tiêu đặt ra của MobiFone trong giai đoạn này là tiến tới việc hoàn thành cơ bản cấu trúc kỹ thuật của một hãng viễn thông, cụ thể như sau:

- Phát triển song hành cả 2 yếu tố chất lượng và số lượng phát sóng.
- Đi sâu hơn vào các giải pháp công nghệ mới.

- Cải tiến các hệ thống công nghệ thông tin, tính cước và giá trị gia tăng đáp ứng chính sách giá cước, gói cước, dịch vụ mới.
- Xây dựng các công trình kiến trúc tại các khu vực kinh doanh, đưa thương hiệu MobiFone trở nên gần gũi và gắn bó với khách hàng.
- Thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội hài hòa với mục tiêu kinh doanh của Tổng công ty như mở rộng vùng phủ sóng khu vực biển đảo, xã hội hóa công tác cơ sở hạ tầng.

Trên cơ sở đó, MobiFone đã xác định đầu tư chủ yếu vào các hạng mục chính là thiết bị mạng lưới, thiết bị công nghệ thông tin và cơ sở hạ tầng. Trong giai đoạn này, khi toàn bộ lợi nhuận nộp về Tập đoàn và Ngân sách Nhà nước, Tổng công ty thực hiện đầu tư bằng nguồn khấu hao và vốn vay.

Kết quả đầu tư đưa vào phục vụ sản xuất kinh doanh của MobiFone như sau:

- Năng lực mạng lưới tăng thêm: MobiFone đã đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án đầu tư mạng Core, mạng Vô tuyến, truyền dẫn để tăng cường năng lực mạng lưới, đáp ứng nhu cầu kinh doanh của Tổng công ty cũng như đáp ứng yêu cầu của khách hàng về chất lượng dịch vụ và xu thế tiêu dùng các dịch vụ dữ liệu và GTGT.
- Hệ thống các công trình kiến trúc phục vụ mục đích quản lý, bán hàng: Trong giai đoạn này, Tổng công ty đã đưa vào sử dụng 03 tòa nhà Trung tâm KTKT tại Vĩnh Phúc, Huế và An Đồn.
- Năng lực hệ thống CNTT tăng thêm: trong giai đoạn này, hệ thống CNTT bước đầu đã đạt được các mục tiêu cơ bản như cung cấp các ứng dụng phần mềm hỗ trợ việc cung cấp dịch vụ, giám sát, báo cáo, tổng hợp nội bộ và đảm bảo chất lượng kết nối mạng ổn định đáp ứng được tốc độ truy cập mạng cho các hệ thống cũng như kết nối mạng giữa Tổng công ty và các đơn vị trực thuộc, từ công ty dịch vụ khu vực, MobiFone tỉnh, thành phố đến đại lý cửa hàng.

Những kết quả tốt MobiFone đạt được trong công tác đầu tư về cơ bản đã đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của khách hàng, đảm bảo đủ năng lực để cung cấp đa dạng những dịch vụ trên các nền tảng 2G-3G. Như vậy, chỉ sau 4 năm đầu tư, kết cấu mạng 3G của 1 doanh nghiệp viễn thông đã được định hình tại MobiFone, tạo môi trường ổn định cho các dịch vụ truyền thông và giá trị gia tăng. Đến hết 2014, hơn 3 triệu thuê bao MobiFone 3G được trải nghiệm dịch vụ tiện ích từ kết nối internet chất lượng cao thay thế cho phương

thức thoại truyền thống, hướng đến một kỷ nguyên mới kết nối không giới hạn và rào cản địa lý.

2.2. Năm 2015:

Tổng công ty Viễn thông MobiFone đẩy nhanh tiến độ thực hiện công tác đầu tư, chú trọng phát triển hạ tầng mạng lưới, phát sóng các trạm 3G với mục tiêu lấy kinh doanh data làm trọng tâm, tăng cường chất lượng và vùng phủ sóng. Bên cạnh những chương trình đầu tư truyền thống, MobiFone đã bước đầu mở rộng sang những chương trình đầu tư mới như truyền dẫn, hệ thống công nghệ thông tin phục vụ sản xuất kinh doanh. Trong năm 2015, Tổng công ty đã hoàn thành 82/278 dự án (7 dự án nhóm B và 75 dự án nhóm C), tổng giá trị giải ngân đạt khoảng 2.448 tỷ đồng, giá trị tài sản đã hình thành đưa vào sử dụng khoảng 3.177 tỷ đồng. Ngoài ra, Tổng công ty tiếp tục đẩy nhanh tiến độ đầu tư, xây dựng các công trình kiến trúc. Trong năm 2015, Tổng công ty đã hoàn thành xây dựng bàn giao và đưa vào sử dụng 02 trung tâm Kỹ thuật khai thác MobiFone An Giang, Kiên Giang.

3. Những thay đổi chủ yếu

3.1. Về đầu tư mới

Sau hơn 3 năm kể từ thời điểm công nghệ 3G bắt đầu được cung cấp tại Việt Nam (10/2009), giai đoạn 2012-2014 được đánh giá là khoảng thời gian dịch vụ này bắt đầu có sự dấu hiệu của sự tăng trưởng chậm lại khi sự phổ biến của smartphone với mức giá ngày càng rẻ được đẩy lên mức bão hòa, xu thế công nghệ tương lai dần chuyển dịch sang 4G LTE bên cạnh vùng phủ sóng ngày một mở rộng của Wifi, các nền tảng chia sẻ dung lượng. Tuy nhiên, các nhà mạng trong đó có MobiFone đều nhận thấy xu thế tất yếu của sự chuyển dịch 2G lên 3G và những thế hệ tiếp theo, đặt ra yêu cầu bắt buộc cần phải tiếp tục đầu tư để bình dân hóa dịch vụ 3G trong cả nước kể cả khu vực nông thôn cũng như làm nền tảng cho các dịch vụ gia tăng và mở rộng lên LTE. Sang năm 2015, hội tụ trong xu hướng toàn cầu, tại thị trường Việt Nam, các doanh nghiệp viễn thông cũng chuẩn bị các công tác phát sóng thử nghiệm 4G, tiến tới việc mang dịch vụ 4G với ưu thế tốc độ và trải nghiệm vượt trội gần hơn tới khách hàng.

Tuy nhiên, bài toán đầu tư là 1 vấn đề nhiều khó khăn đặt ra cho các nhà mạng, khi một mặt phải nhanh chóng đưa xu hướng công nghệ dịch vụ mới vào mạng lưới để phát sóng và đối phó áp lực cạnh tranh, một mặt phải cân đối thu chi khi thị trường không còn tín hiệu của sự tăng trưởng đột biến về nhu cầu, số lượng nhưng không đầu tư thì sẽ không thể cạnh tranh. Sử dụng lợi nhuận và nguồn vốn từ các dịch vụ thoại, SMS của 2G để đầu tư hạ tầng cho dịch vụ 3G, chấp nhận bù chèo lợi nhuận và chịu lỗ cho dịch vụ 3G

trong thời gian đầu để phát triển thuê bao và điều này hoàn toàn tương tự với trường hợp dịch vụ 3G lên 4G là bức tranh chung của tất cả các nhà mạng trong giai đoạn này.

Tuy nhiên, với mục tiêu cuối cùng là kinh doanh có hiệu quả, đem dịch vụ có chất lượng đến khách hàng, đáp ứng thị hiếu và mong muốn của khách hàng, truyền tải thông tin liên lạc trong hoạt động của gần 100 triệu dân, MobiFone đã luôn nỗ lực hết mình và từng ngày để tăng cường vùng phủ sóng, nâng cao chất lượng cuộc gọi và dịch vụ đi kèm. Điểm nhấn lớn nhất trong chiến lược đầu tư thể hiện xuyên suốt trong giai đoạn này là khối lượng và tốc độ đầu tư mới trạm 2G-3G, đưa số lượng trạm 2G đến cuối năm 2015 vượt 20.000, số lượng trạm 3G xấp xỉ 15.000.

3.2. Về chiến lược kinh doanh

Trong giai đoạn 2012-2015, thị trường viễn thông chứng kiến sự chuyển dịch mạnh mẽ từ nhóm dịch vụ thoại sang nhóm dịch vụ phi thoại, nhu cầu thông tin di động không còn giới hạn chùng mực trong dịch vụ “alo” mà đã phát triển đa dạng theo xu thế của nền kinh tế chia sẻ (sharing economy) như nhu cầu trình duyệt mạng xã hội, nắm bắt tin tức, hay các ứng dụng thông minh... Rõ ràng, xu hướng tiêu dùng giai đoạn này đã hoàn toàn thay đổi so với giai đoạn trước đó, đặc biệt là thói quen sử dụng dịch vụ của khách hàng trẻ tuổi và trong độ tuổi làm việc đang chiếm đại đa số trong tập thuê bao của MobiFone.

Nhạy bén nắm bắt sự chuyển dịch của thị trường, bên cạnh công tác đầu tư mới nói trên đã hậu thuẫn vững chắc, ngay từ chính chiến lược kinh doanh của MobiFone cũng đã có những thay đổi sâu sắc. Cụ thể, MobiFone đã cho ra đời rất nhiều gói cước linh hoạt để đáp ứng các nhu cầu khác nhau của khách hàng để tăng các chính sách khuyến khích khách hàng, cung cấp thêm nhiều dịch vụ giá trị gia tăng và mở rộng kênh phân phối tiếp thị khách hàng đến mọi nơi. Nổi bật trong số đó là các gói cước ngắn ngày hoặc dài kỳ với dung lượng cao; các gói cước dung lượng lớn không giới hạn, theo tháng hoặc các gói ngắn hạn dùng song song với gói đang sử dụng để khách hàng có nhiều sự lựa chọn.

Thay vì phát triển và cạnh tranh đơn thuần về mặt số lượng, chạy đua theo các yếu tố khuyến mại đại trà gây sốc, MobiFone đã đưa ra những chính sách kinh doanh đi vào chiều sâu tâm lý, nhu cầu và sự ổn định trong tiêu dùng của khách hàng. Những gói cước cho cộng đồng như sinh viên, công nhân, nông dân, các gói bundle nhiều dịch vụ... được thiết kế bám sát thói quen sử dụng của người tiêu dùng, các giá cước được đưa ra dựa trên các phân tích thu nhập và khả năng chi trả của mỗi phân khúc khách hàng. MobiFone hiểu rằng giá rẻ ngày nay chỉ trở thành 1 trong vô vàn những thước đo sự hài lòng của người

tiêu dùng bên cạnh chất lượng dịch vụ đẳng cấp, chính sách chăm sóc khách hàng chu đáo hay gói cước sát với nhu cầu sử dụng. Chính vì lẽ đó, trong giai đoạn 2012-2015, thuê bao phát sinh mới của MobiFone phát triển mạnh bên cạnh số lượng thuê bao hiện hữu bền vững ổn định với tỷ lệ rời mạng thấp.

Giai đoạn 2012-2015, MobiFone cũng từng bước trở lại vị thế dẫn dắt xu hướng dịch vụ thông qua các sản phẩm dịch vụ mới như giá trị gia tăng, các gói cước bundle, các gói truy cập dữ liệu kết hợp với nhiều nhà cung cấp dịch vụ như Facebook, Youtube... Các sản phẩm cũ không ngừng được cải thiện, nâng cấp và thay thế bằng các dịch vụ, sản phẩm mới theo từng khu vực thị trường như Sim 1+ tại Hà Nội, Sim Thần tài tại Hồ Chí Minh, Sim Bông lúa tại khu vực Nghệ An, Hà Tĩnh...

4. Thuận lợi, khó khăn ảnh hưởng đến tình hình sản xuất kinh doanh của Tổng công ty

Bối cảnh môi trường bên ngoài doanh nghiệp của MobiFone cho thấy nhiều thách thức và cơ hội trong hoạt động kinh doanh sắp tới. Là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ - thông tin, ngành được đánh giá có hàm lượng công nghệ cao, việc dè dặt trong tiêu dùng các sản phẩm dịch vụ mới trong giai đoạn sắp tới sẽ tác động đến hoạt động kinh doanh của MobiFone, cũng như khả năng thu hồi vốn đầu tư dù rằng việc đổi mới công nghệ là cần thiết để theo kịp xu hướng trên thế giới. Tuy nhiên, chính xu hướng công nghệ tiến lên 4G, 4G+ hay các thế hệ nền tảng tiếp theo sẽ vừa là bài toán thách thức trong đầu tư và kinh doanh của MobiFone, cũng vừa là cơ hội để tranh thủ đi đầu dịch vụ thu hút và chinh phục khách hàng. Bên cạnh đó, kể từ khi gia nhập thị trường quốc tế, Việt Nam sẽ không tránh khỏi việc chịu ảnh hưởng chung của việc nền kinh tế thế giới phát triển chậm lại và chứa đựng bất ổn hiện nay. Sự chênh lệch kinh tế và thu nhập giữa các vùng miền trên lãnh thổ Việt Nam cũng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của MobiFone, đặc biệt tại khu vực nông thôn thì chi phí đầu tư dàn trải hơn, thời gian thu hồi vốn kéo dài hơn, giá cung cấp dịch vụ nhiều ưu đãi hơn, việc theo đuổi và chinh phục lớp khách hàng này sẽ dài hơi hơn.

Công nghệ thay đổi liên tục chính là yếu tố tác động mạnh mẽ đến sự phát triển dịch vụ của các doanh nghiệp viễn thông. Điển hình trong số đó là sự xuất hiện ngày một nhiều của các dịch vụ gọi và nhắn tin miễn phí – OTT như Viber, Zalo, Kakao Talk, Whatsapp, Facebook Messenger... tạo áp lực giảm giá cước cho các nhà mạng. Doanh thu thoại truyền thống ngày càng bị đe dọa, vai trò dẫn dắt doanh thu chuyển sang cho các

nguồn khác từ data, giá trị gia tăng nhưng thị hiếu người dùng ngày một trở nên kén chọn và có sự so sánh giữa các dịch vụ khác nhau.

Bên cạnh những thách thức đặt ra, trong thời gian tới vẫn có những thuận lợi về yếu tố chính sách để MobiFone có thể tận dụng để bứt phá. Cụ thể, theo Thông tư 15 về Sửa đổi một số quy định của Thông tư số 18/2012/TT-BTTTT ngày 15/11/2012 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành danh mục doanh nghiệp viễn thông, nhóm doanh nghiệp viễn thông có vị trí thống lĩnh thị trường đối với các dịch vụ viễn thông quan trọng: Viettel là doanh nghiệp viễn thông có vị trí thống lĩnh thị trường, bao trọn cả 3 mảng dịch vụ điện thoại, nhắn tin và truy nhập Internet. Doanh nghiệp SMP sẽ bị quản lý chặt chẽ hơn, chẳng hạn như khi thay đổi giá cước và thực hiện khuyến mãi giảm giá dịch vụ thì sẽ phải đăng ký với Cục Viễn thông và chỉ được phép triển khai sau khi Cục chấp thuận. Biện pháp này nhằm hạn chế việc thao túng thị trường cũng như việc lợi dụng vị thế của doanh nghiệp lớn, ngăn chặn các doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường. Trong khi, các doanh nghiệp không nằm trong nhóm SMP sẽ chỉ thông báo với Cục Viễn thông khi điều chỉnh giá cước và thực hiện khuyến mãi giảm giá đối với dịch vụ thông tin di động, cũng như không bị cấm ban hành giá cước thấp hơn giá thành. Chính sách này phần nào hỗ trợ cho MobiFone trong việc tham gia thị trường công bằng hơn cùng Viettel, Vinaphone cùng các doanh nghiệp khác, tạo động lực để cạnh tranh để tạo nên sự sắp xếp lại vị thế các nhà mạng tại Việt Nam.

5. Triển vọng và kế hoạch trong tương lai

Trong bối cảnh thị trường viễn thông năm 2015 đang cạnh tranh gay gắt và quyết liệt và sẽ còn nhiều cạnh tranh hơn nữa trong giai đoạn tiếp theo, MobiFone đứng trước nhiều thách thức từ các yếu tố bên ngoài. Vì vậy, trong năm 2016, năm đầu tiên trong chặng đường phát triển giai đoạn 2016-2020 của MobiFone với vị thế là Tổng công ty Viễn thông MobiFone, MobiFone đặt ra mục tiêu và tầm nhìn trở thành một doanh nghiệp cung cấp giải pháp đa dịch vụ hàng đầu với 4 trụ cột chiến lược: viễn thông - công nghệ thông tin, truyền hình, phân phối và bán lẻ, đa dịch vụ. Để hoàn thành những mục tiêu có ý nghĩa quan trọng này, Tổng công ty thiết lập lên từ khóa “tốc độ” cho năm khởi đầu giai đoạn mới - năm 2016 và đưa từ khóa này trở thành một thông điệp xuyên suốt trong quyết tâm của toàn thể các cấp quản lý và đội ngũ cán bộ nhân viên của Tổng công ty. MobiFone sẽ thể hiện tốc độ phát triển ở 2 khía cạnh khác là phát triển sản phẩm dịch vụ mới và đầu tư. Trong đó, chú trọng đẩy mạnh lĩnh vực đầu tư trong cả 2 khía cạnh tiến độ và khối lượng, đặc biệt là các dự án truyền dẫn, phá bỏ dần sự phụ thuộc vào các nhà

cung cấp dịch vụ và ngày càng nắm quyền chủ động trong việc xây dựng phát triển những sản phẩm dịch vụ mới theo chiến lược riêng của mình. Trong khi đó, với phân phối và bán lẻ, trong năm 2016 sẽ cần đầu tư xây dựng các hệ thống chuỗi cửa hàng để định hình nên một trụ cột chiến lược mới của Tổng công ty. Ngoài ra, MobiFone đặt mục tiêu triển khai thử nghiệm 4G nhằm mang đến cơ hội thử nghiệm cho đông đảo khách hàng, làm tốt các công tác chuẩn bị cho kinh doanh 4G như xây dựng các gói cước theo đúng xu thế “Data – centric” (Chỉ dùng data, miễn phí thoại và SMS) của các doanh nghiệp viễn thông trên thế giới.

II. TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ TẠI CÁC CÔNG TY CON

- Danh sách các công ty con MobiFone nắm trên 50% vốn điều lệ (năm 2015):

Tên doanh nghiệp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Lợi nhuận sau thuế 2015 (tỷ đồng)	Tỷ lệ sinh lời trên vốn điều lệ (%)
Công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật MobiFone (MobiFone Service) (*)	60,00	24,50	41%
Công ty Cổ phần Công nghệ MobiFone Toàn cầu (MobiFone Global)	111,99	27,14	24%
Công ty Cổ phần dịch vụ gia tăng MobiFone (MobiFone Plus)	106,00	18,73	18%

Ghi chú: () MobiFone nắm quyền chi phối các vấn đề trọng yếu*

- Năm 2015 các công ty con tiếp tục có hoạt động sản xuất kinh doanh tốt, tỷ lệ sinh lời trên vốn điều lệ khá cao. Đồng thời các công ty con dự kiến chia cổ tức năm 2015 ở mức cao so với mặt bằng chung trên thị trường, trong đó: MobiFone Global chia cổ tức 27% (12% bằng tiền và 15% bằng cổ phiếu); MobiFone Service chia cổ tức bằng tiền 15%; MobiFone Plus chia cổ tức bằng cổ phiếu để bổ sung thêm phần vốn góp còn thiếu với tổng số tiền tương ứng 24 tỷ đồng (khoảng 23% trên vốn điều lệ thực góp năm 2015).

Biểu số 1**MỘT SỐ CHỈ TIÊU VỀ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH**

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện năm 2012	Thực hiện năm 2013	Thực hiện năm 2014	Ước thực hiện năm 2015
1	Sản phẩm chủ yếu sản xuất	Dịch vụ	Thông tin di động	Thông tin di động	Thông tin di động	+ Viễn thông – CNTT + Phân phối và bán lẻ
2	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	41.368	39.494	36.258	33.553
3	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	6.709	7.200	7.483	7.129
4	Nộp ngân sách	Tỷ đồng	4.531	4.882	5.399	7.301
5	Kim ngạch xuất khẩu (nếu có)	1000 USD				
6	Sản phẩm dịch vụ công ích (nếu có)					
7	Kế hoạch đầu tư phát triển	Tỷ đồng	4.628	4.040	3.592	2.448
a)	- Nguồn ngân sách	“				
b)	- Vốn doanh nghiệp	“	4.628	4.040	3.592	2.448

** Đối với tập đoàn kinh tế, tổng công ty và nhóm công ty mẹ - công ty con là báo cáo hợp nhất.*

** Chỉ tiêu số 4 – Số liệu nộp ngân sách của Công ty mẹ*

** Chỉ tiêu số 7: Thực hiện kế hoạch đầu tư phát triển qua các năm được hiểu là số thực giải ngân.*

BIỂU SỐ 2
TÌNH HÌNH ĐẦU TƯ TẠI CÁC CÔNG TY CON DO CÔNG TY MẸ NĂM CỔ PHẦN CHI PHỐI

TT	Tên doanh nghiệp	Thực hiện năm 2012			Thực hiện năm 2013			Thực hiện năm 2014			Thực hiện năm 2015		
		Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (Tỷ đồng)	Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (Tỷ đồng)	Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (Tỷ đồng)	Vốn điều lệ (Tỷ đồng)	Tỷ lệ vốn góp của công ty mẹ (%)	Tổng vốn đầu tư (Tỷ đồng)
1	Các công ty con do công ty mẹ nắm giữ 100% vốn điều lệ (cấp 2)												
2	Các công ty con do công ty mẹ nắm giữ cổ phần chi phối (cấp 2)												
2.1	Công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật MobiFone	50,00	32,0%	16,00	50,00	32,0%	16,00	60,00	32,0%	19,20	60,00	32,0%	19,20
2.2	Công ty Cổ phần Công nghệ MobiFone Toàn cầu	100,00	62,3%	62,33	100,00	62,3%	62,33	111,99	62,3%	69,81	111,99	69,4%	77,75
2.3	Công ty Cổ phần dịch vụ gia tăng MobiFone	105,93	96,3%	102,00	105,93	96,3%	102,00	105,93	96,3%	102,00	106,00	96,2%	102,00

