

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Vũ Duy Thiện

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-
INVOICE TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

(Theo định hướng ứng dụng)

HÀ NỘI – NĂM 2021

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Vũ Duy Thiện

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-
INVOICE TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

MÃ SỐ: 8.34.01.01

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

(Theo định hướng ứng dụng)

NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS. NGUYỄN THỊ VIỆT LÊ

HÀ NỘI - NĂM 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình của riêng tôi. Luận văn này được hoàn thành dựa trên quá trình học tập, hiểu biết, cố gắng tìm tòi của bản thân và có sự hướng dẫn của **TS. Nguyễn Thị Việt Lê**. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn này là do bản thân tôi tự thực hiện điều tra, phân tích, tổng kết, trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Hà Nội, ngày 26 tháng 01 năm 2022

Người cam đoan

Vũ Duy Thiện

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, em xin gửi lời cảm ơn trân trọng đến Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông và Quý Thầy Cô đã tận tình giúp đỡ em hoàn thành chương trình cao học và viết luận văn này.

Đặc biệt, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến ***TS. Nguyễn Thị Việt Lê***, người Cô đã dành rất nhiều thời gian và tâm huyết hướng dẫn nghiên cứu để giúp em hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng để hoàn thiện luận văn này bằng tất cả sự nhiệt tình và năng lực của mình, tuy nhiên chắc chắn sẽ không thể tránh khỏi những hạn chế và thiếu sót. Rất mong nhận được những đóng góp quý báu của Quý Thầy Cô và các bạn.

Trân trọng./.

Tác giả

Vũ Duy Thiện

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
DANH MỤC BẢNG	v
DANH MỤC HÌNH	vi
MỞ ĐẦU.....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu	2
3. Mục đích nghiên cứu.....	3
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
5. Phương pháp nghiên cứu.....	4
6. Kết cấu của luận văn bao gồm 3 chương	4
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT - INVOICE	5
1.1. Khái quát chung về dịch vụ.....	5
1.1.1. Khái niệm dịch vụ	5
1.1.2. Đặc điểm dịch vụ	5
1.1.3. Các cấp độ của dịch vụ.....	6
1.2. Phát triển dịch vụ	10
1.2.1. Quan điểm về phát triển dịch vụ	10
1.2.2. Vai trò của phát triển dịch vụ	11
1.2.3. Các chiến lược phát triển dịch vụ.....	11
1.3. Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice	16
1.3.1. Đặc điểm dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice	16
1.3.2. Các chỉ tiêu về phát triển dịch vụ hoá đơn điện tử VNPT-Invoice.....	21
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice	24
1.4.1 Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.....	24
1.4.2. Yếu tố bên trong.....	27
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-INVOICE TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG.....	30
2.1. Khái quát về Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang	30

2.1.1. Tổng quan về Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang	30
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang	31
2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang giai đoạn 2018-2020	32
2.2. Thực trạng dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang	35
2.2.1. Quy trình kế hoạch phát triển dịch vụ VNPT – INVOICE	35
2.2.2. Kết quả phát triển dịch vụ hoá đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang	38
2.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang	52
2.3. Đánh giá chung về phát triển dịch vụ dịch vụ VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang	54
2.3.1. Những điểm đạt được	54
2.3.2. Hạn chế, nguyên nhân	55
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-INVOICE TẠI ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG	58
3.1. Định hướng phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice	58
3.2. Giải pháp nhằm phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice tại địa bàn tỉnh Bắc Giang	58
3.2.1. Đa dạng hóa dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice	58
3.2.2. Giải pháp về xúc tiến	60
3.2.3 Tăng cường tính bảo mật	61
3.2.4. Tăng cường năng lực thực hiện và đáp ứng	62
3.2.5. Gia tăng sự thuận tiện về giá phí	63
3.2.6. Tăng tính dễ sử dụng của hóa đơn điện tử	63
3.2.7. Một số giải pháp khác	64
KẾT LUẬN	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO	68
PHỤ LỤC	70

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1: Ma trận phát triển dịch vụ theo cấp độ dịch vụ.....	12
Bảng 1.2: Mô hình phát triển dịch vụ theo tiêu chí	14
Bảng 1.3: Ma trận phát triển dịch vụ - thị trường Ansoft.....	15
Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Trung tâm 2018-2020.....	32
Bảng 2.2: Giá cước dịch vụ đề xuất.....	43
Bảng 2.3: Giá cước cho khách hàng sử dụng phương án 1	44
Bảng 2.4: Giá cước cho khách hàng sử dụng phương án 2	47
Bảng 2.5: Thiết bị hạ tầng ban đầu Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đề xuất để KH tự trang bị	47
Bảng 2.6. Đánh giá của khách hàng về sản phẩm dịch vụ	50

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1: Biểu đồ số thuê bao phát triển của dịch vụ qua các năm.....	34
Hình 2.2: Quy trình phát triển dịch vụ.....	36
Hình 2.3. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT-Bắc Giang.....	39
Hình 2.4. Biểu đồ doanh thu dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang.....	40
Hình 2.5: Mô hình triển khai dịch vụ HĐĐT	46

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hiện nay, Việt Nam đang hội nhập sâu và rộng với các nền kinh tế, các tổ chức kinh tế trên toàn thế giới, cùng với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư làm thay đổi phương thức sản xuất, phương thức quản lý của Nhà nước với những đột phá chưa từng có về công nghệ liên quan đến internet, công nghệ đám mây.... Tác động mạnh mẽ đến mỗi quốc gia, chính phủ, doanh nghiệp và người dân trên toàn thế giới. Mọi doanh nghiệp muốn thành công đều phải áp dụng công nghệ thông tin, tự động hóa để tăng năng suất và giảm chi phí.

Hóa đơn điện tử là một trong những sản phẩm của công nghệ thông tin, sử dụng hóa đơn điện tử không chỉ là một giải pháp của Nhà nước mà còn đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. Hoạt động thương mại điện tử diễn ra ở hầu hết mọi doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân thì hóa đơn điện tử là giải pháp giúp thay thế hoàn toàn hóa đơn giấy với lợi ích như: tiết kiệm thời gian, chi phí cho doanh nghiệp; giảm thiểu tình trạng giả mạo hóa đơn; thuận lợi cho công tác quản lý; gia tăng lợi ích với khách hàng, giao dịch thanh toán điện tử từ đó gia tăng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Nhận thấy tầm quan trọng, lợi ích của hóa đơn điện tử đó là thị trường đầy tiềm năng trong định hướng chuyển đổi số, VNPT là một trong những công ty phần mềm tiên phong tại Việt Nam triển khai và phát triển dịch vụ này. Tuy nhiên, hiện nay, VNPT đang phải chịu áp lực bởi sự cạnh tranh rất khốc liệt trong các dịch vụ công nghệ thông tin nói chung và dịch vụ hóa đơn điện tử nói riêng của các công ty phần mềm trong nước và nước ngoài tại Việt Nam dẫn tới vị thế của dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT đang bị đe dọa. Vậy để đứng vững và duy trì vị thế đó, VNPT phải có những chiến lược kinh doanh mới và hiệu quả nhằm nâng cao hình ảnh của VNPT và dịch vụ hóa đơn điện tử.

Tuy nhiên, thực tiễn phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử trên địa bàn Bắc Giang vẫn còn nhiều hạn chế và khó khăn. Việc tìm ra giải pháp nhằm triển khai, phát triển dịch vụ cũng như giúp VNPT nâng cao vị thế, thương hiệu trên địa bàn tỉnh Bắc

Giang là vấn đề cấp thiết. Xuất phát từ thực tế trên, tác giả muốn được đóng góp vào sự phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử cũng như sự phát triển lớn mạnh của VNPT thông qua đề tài luận văn ***“Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang”***.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, tìm hiểu tài liệu thực tiễn liên quan đến phát triển dịch vụ, hiện nay đã có một số các công trình nghiên cứu khoa học được công bố trên các sách, báo, tạp chí, trong đó có thể kể đến một số nghiên cứu tiêu biểu có thể kể đến như sau:

- Đào Lê Kiều Oanh (2015), *“Phát triển dịch vụ ngân hàng bán buôn và bán lẻ tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam”*, Luận văn thạc sỹ Đại học Thương Mại. Luận văn đã tập trung vào các nội dung bán lẻ và bán buôn của ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam. Tuy nhiên, luận văn cũng chưa tập trung nghiên cứu sâu về tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại. Việc nghiên cứu tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại mới chỉ dừng ở việc đánh giá kết quả phát triển tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại. Chưa đi sâu vào các nhân tố ảnh hưởng và đánh giá sự hài lòng của các bên liên quan đến phát triển tín dụng bán lẻ của ngân hàng.

- Lê Hoàng An (2017), *“Phát triển dịch vụ ngân hàng bán buôn và bán lẻ tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam”*, luận văn thạc sỹ Đại học Ngân hàng TP.Hồ Chí Minh. Luận văn đã tập trung vào các nội dung bán lẻ và bán buôn của ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam. Tuy nhiên, luận văn cũng chưa tập trung nghiên cứu sâu về tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại. Việc nghiên cứu tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại mới chỉ dừng ở việc đánh giá kết quả phát triển tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại. Chưa đi sâu vào các nhân tố ảnh hưởng và đánh giá sự hài lòng của các bên liên quan đến phát triển tín dụng bán lẻ của ngân hàng.

- Đề tài nghiên cứu luận văn cao học: *“Phát triển kinh doanh dịch vụ thông tin di động tại VNPT Quảng Trị”*, học viên Đào Bá Hoàng Tâm - Trường Đại học kinh

tế Huế thực hiện (2018). Đề tài phát triển kinh doanh dịch vụ thông tin di động và phạm vi là VNPT Quảng Trị. Tác giả đã phân tích thực trạng về kinh doanh dịch vụ thông tin di động VNPT tại Quảng Trị trong thời gian 2014-2016, đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển kinh doanh dịch vụ thông tin di động VNPT tại Quảng Trị đến năm 2025.

Cho đến nay, chưa có công trình khoa học nghiên cứu phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Do đó góp phần phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, tác giả lựa chọn đề tài *“Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang”* làm luận văn thạc sĩ là cần thiết.

Trên cơ sở kế thừa những công trình nghiên cứu của các tác giả đi trước. Trong luận văn này, tác giả hệ thống hóa cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Chỉ ra những tồn tại trong phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử hiện nay, từ đó đề xuất giải pháp nhằm phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang trong thời gian tới.

3. Mục đích nghiên cứu

- Nghiên cứu, hệ thống hóa một số vấn đề lý luận liên quan đến việc phát triển dịch vụ.
- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc.
- Đề xuất những giải pháp nhằm hoàn thiện việc phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT.

Phạm vi nghiên cứu

- *Về không gian*: Nghiên cứu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.
- *Về thời gian*: Nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang từ năm 2018-2020; từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang đến năm 2025.

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn đã sử dụng một số phương pháp chính yếu như sau để làm nổi bật kết quả của chủ đề nghiên cứu:

- Phương pháp điều tra khảo sát: dựa vào số liệu tổng hợp từ phiếu điều tra khảo sát thực tế một số khách hàng sử dụng dịch vụ của VNPT trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.
- Phương pháp thống kê: dựa vào số liệu thống kê từ các nguồn báo cáo của VNPT, các tạp chí, sách báo, internet..

6. Kết cấu của luận văn bao gồm 3 chương

Ngoài phần mở đầu, kết luận, các bảng biểu, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung chính của luận văn được chia thành 3 chương:

- **Chương 1**: Tổng quan về dịch vụ và phát triển dịch vụ
- **Chương 2**: Thực trạng phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang
- **Chương 3**: Giải pháp nhằm phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT - INVOICE

1.1. Khái quát chung về dịch vụ

1.1.1. Khái niệm dịch vụ

Dịch vụ là công việc phục vụ trực tiếp cho những nhu cầu nhất định của số đông, có tổ chức và được trả công. Định nghĩa về dịch vụ trong kinh tế học được hiểu là những thứ tương tự như hàng hóa nhưng phi vật chất. Theo kinh tế học, bản chất của dịch vụ là sự cung ứng để đáp ứng nhu cầu như: Dịch vụ du lịch, thời trang, chăm sóc sức khỏe,... và mang lại lợi nhuận [2].

Theo Zeithaml & Bitner (2000), dịch vụ là những hành vi, quá trình, cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

Theo Kotler và Armstrong (2004) dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài cho khách hàng.

Tóm lại, có nhiều khái niệm về dịch vụ được phát biểu dưới những góc độ khác nhau nhưng nhìn chung thì dịch vụ là hoạt động có chủ đích nhằm đáp ứng nhu cầu nào đó của con người. Đặc điểm của dịch vụ không tồn tại ở dạng sản phẩm cụ thể (hữu hình) như hàng hóa nhưng nó phục vụ trực tiếp nhu cầu nhất định của xã hội.

1.1.2. Đặc điểm dịch vụ

- **Tính vô hình:** Không thể cảm nhận được những tính chất cơ lý hóa của dịch vụ bằng các giác quan [1]. Người mua sẽ dựa vào những hiểu biết của họ về chất lượng dịch vụ, địa điểm, con người, trang thiết bị, tài liệu thông tin, uy tín và giá cả mà họ thấy. Vì vậy nhiệm vụ của người cung ứng dịch vụ là cần dựa vào những yếu tố mà khách hàng quan tâm để có thể hữu hình hóa sản phẩm của mình và cố gắng

nêu lên được những bằng chứng vật chất và hình tượng hóa món hàng trừu tượng của mình.

- **Tính không đồng nhất:** Dịch vụ không đưa ra một tiêu chuẩn cụ thể được: Tùy từng thời điểm khác nhau mà chất lượng dịch vụ có thể khác nhau và chất lượng dịch vụ cao hay thấp còn phụ thuộc vào sự cảm nhận của từng khách hàng [1].

- **Tính không tách rời:** Dịch vụ thường được cung ứng và tiêu dùng một cách đồng thời, khác với hàng hoá vật chất thường phải sản xuất ra rồi nhập kho, phân phối qua nhiều nấc trung gian, rồi sau đó mới đến tay người tiêu dùng cuối cùng [1].

- **Tính không thể cất giữ và tích trữ:** Dịch vụ chỉ có thể tồn tại vào thời gian mà nó được cung cấp cho khách hàng [1].

1.1.3. Các cấp độ của dịch vụ

Các cấp độ của dịch vụ cung cấp cho khách hàng:

Đối với sản phẩm nói chung người ta phân biệt 3 cấp độ:

- *Cấp độ thứ nhất* - Sản phẩm cốt lõi, đáp ứng lợi ích cơ bản cho người dùng.
- *Cấp độ thứ hai* - Sản phẩm hiện thực (hay hữu hình), là biểu hiện cụ thể của sản phẩm cốt lõi cung cấp cho khách hàng (chất lượng, các thuộc tính, thiết kế, nhãn hiệu, bao gói).
- *Cấp độ thứ ba* - Sản phẩm nâng cao, bao gồm các hàng hoá hữu hình và các dịch vụ, lợi ích bổ sung nhằm thoả mãn các nhu cầu nâng cao của khách hàng và để phân biệt với các sản phẩm cạnh tranh.

Đối với dịch vụ, do tính vô hình và tính không tách rời, việc chia thành 3 cấp độ xem ra không còn phù hợp. Do vậy nhiều nhà nghiên cứu đề nghị chia thành 2 lớp:

- *Cấp độ thứ nhất* – dịch vụ cơ bản, đáp ứng lợi ích cơ bản của khách hàng.
- *Cấp độ thứ hai* – dịch vụ thứ cấp, bao gồm cả lớp sản phẩm hoàn chỉnh (hữu hình) và sản phẩm nâng cao

Dịch vụ cơ bản

DV cơ bản (core service) là DV thoả mãn nhu cầu chính của khách hàng, là lý do chính để khách hàng mua DV (tương tự như *sản phẩm cốt lõi*) [1].

DV cơ bản sẽ trả lời câu hỏi: về thực chất khách hàng mua gì? Khách hàng không mua một DV, mà mua một *lợi ích cơ bản* mà nó mang lại. Nhà kinh doanh không mua điện thoại, mà họ mua một phương tiện hỗ trợ kinh doanh.

Tuy nhiên, DV cơ bản không phải là lý do làm cho khách hàng chọn nhà cung cấp DV này hay khác trong số các nhà cung cấp cùng loại DV đó. Nó là cơ sở để khách hàng lựa chọn loại DV nào.

Dịch vụ thứ cấp

DV thứ cấp (*secondary service*) tương ứng với cấp sản phẩm hữu hình và sản phẩm nâng cao. Nói cách khác, DV thứ cấp là sự kết hợp của cả yếu tố hữu hình và vô hình [1].

Các yếu tố hữu hình rất quan trọng đối với Marketing DV. Các yếu tố vô hình là các DV kèm theo làm tăng thêm lợi ích cho khách hàng. Nhờ các DV thứ cấp mà nhà cung cấp DV giúp cho khách hàng phân biệt DV của mình với DV của các đối thủ cạnh tranh. Các DV thứ cấp rất đa dạng và thay đổi theo sự cạnh tranh trên thị trường. Nó giúp cho khách hàng lựa chọn tiêu dùng DV của nhà cung cấp nào, tức là nó giúp cho nhà cung cấp DV tăng khả năng cạnh tranh.

Trong các DV thứ cấp, có những loại bắt buộc phải có thì mới có thể thực hiện được DV cơ bản, và các DV không bắt buộc phải có. Ví dụ muốn sử dụng DV Internet thuê bao thì phải có DV đăng ký account, DV cấp hoá đơn, thu tiền tại nhà. Tuy nhiên, nhà cung cấp DV Internet VDC đã thay đổi phương thức hoạt động để khách hàng tự truy nhập bằng cách truy nhập với *user name* và *mật khẩu* là *vnn1268* hay *vnn1269*, tức là bỏ qua DV đăng ký account. Nhà cung cấp Internet FPT đã dùng giải pháp thẻ Internet trả trước để giúp khách hàng bỏ qua việc đăng ký thuê bao. Làm như vậy sẽ giảm các thủ tục phiền hà cho khách hàng và nâng cao khả năng cạnh

tranh. Liệu có thể bỏ được DV phát hoá đơn và thu tiền tại nhà không? Khách hàng đi máy bay cũng có thể không cần đặt vé trước, không cần có bữa ăn trên máy bay... (các hãng hàng không giá rẻ đã làm như vậy để giảm chi phí và tăng khả năng cạnh tranh).

Những thành phần cấu thành trong mức DV thứ cấp:

1.1.3.1. Các đặc tính (features)

Một chiếc máy điện thoại di động ngoài khả năng cơ bản là liên lạc được ở bất kỳ đâu trong vùng phủ sóng, có thể có hoặc không có các đặc tính như: báo rung, báo giờ, quay số bằng giọng nói, truy cập Internet...

Đối với DV cũng vậy. Các đặc tính sẽ tạo ra các DV khác nhau cùng thoả mãn một loại nhu cầu cốt lõi, nhưng nhằm vào các đoạn thị trường khác nhau. Cùng là DV vận chuyển hành khách bằng máy bay, nhưng có các loại vé khác nhau: Hạng nhất, hạng nhì, hạng ba. Tàu hoả thì có ghế ngồi, giường nằm mềm, cứng^{1/4}Đối với DV chuyển tiền thì có thêm DV báo trả. Đối với DV chuyển bưu kiện thì có nhận tại nhà, phát tại nhà, báo phát, truy tìm và định vị^{1/4}

1.1.3.2. Kiểu cách

Kiểu cách (*styling*) của một sản phẩm hữu hình tạo cho nó một nét khác biệt. Đối với DV cũng vậy [2]. Kiểu cách (hay phong cách) hình thành bởi sự kết hợp giữa các yếu tố hữu hình như trang trí nội thất, nơi phục vụ, kiểu cách, màu sắc đồng phục của nhân viên giao dịch... và yếu tố vô hình như phong cách giao tiếp với khách hàng của đội ngũ nhân viên giao dịch. Vào các nhà hàng khác nhau ta cảm thấy các kiểu cách khác nhau. Lên máy bay của các hãng hàng không khác nhau chúng ta cũng cảm nhận được điều đó.

1.1.3.3. Đóng gói

Do tính vô hình của DV, đóng gói (packaging) ở đây không phải là dùng bao bì gói bọc. Đóng gói DV là cách kết hợp giữa các yếu tố vô hình và hữu hình để tạo nên một DV tổng hợp cung cấp cho các khách hàng. Các cách đóng gói khác nhau

tạo ra các gói DV khác nhau, mang lại tính đa dạng của DV, đáp ứng các nhu cầu đa dạng của thị trường, như vậy tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp [3].

Ví dụ: Một nhà hàng có thể đưa ra các gói DV như: Phục vụ gia đình trong các phòng nhỏ, ấm cúng; phục vụ tiệc cưới, sinh nhật, hội nghị $\frac{1}{4}$ trong một phòng lớn, sang trọng; phục vụ liên hoan tại nhà. Một công ty Bưu chính có thể cung cấp cho khách hàng doanh nghiệp một gói DV bao gồm nhận tại nhà, phát tại nhà, chia nhỏ lô hàng, đóng gói, bao bì, thanh toán theo hình thức ghi nợ.

1.1.3.4. Nhãn hiệu

Nhãn hiệu (brand) của DV ngày nay được các doanh nghiệp rất coi trọng. Nó giúp cho khách hàng nhận biết được DV, phân biệt được DV của doanh nghiệp với các DV cùng loại của các đối thủ cạnh tranh. Nếu một nhà cung cấp DV xây dựng được một nhãn hiệu mạnh, họ sẽ có lợi thế lớn trong cạnh tranh, khắc phục được tính vô hình của DV [1].

Nhãn hiệu đối với DV cũng có các yếu tố tương tự như nhãn hiệu sản phẩm hữu hình. DV thường ít được gán nhãn hiệu hơn so với sản phẩm hữu hình. Thông thường nhãn hiệu DV là nhãn hiệu chung của công ty. Tuy nhiên cũng có các nhãn hiệu riêng cho từng loại DV của công ty. Bưu chính Newzealand gán nhãn cho các DV của mình bằng cách kết hợp giữa logo của công ty và nhãn riêng cho từng DV.

1.1.3.5. Các yếu tố hữu hình

Để nâng cao khả năng cạnh tranh, các doanh nghiệp cung cấp hàng hoá thì thêm vào cấp độ 3 của sản phẩm (sản phẩm nâng cao) các DV bổ sung. Còn các doanh nghiệp cung cấp DV thì lại thêm các yếu tố hữu hình vào DV thứ cấp. Đó là các yếu tố như trang trí nội thất, nơi giao dịch, logo, đồng phục của nhân viên, các ấn phẩm quảng cáo, giao dịch, các thiết bị phục vụ cung cấp DV như xe cộ, máy móc...

1.1.3.6. Chất lượng dịch vụ

Chất lượng là yếu tố quan trọng mà khách hàng đánh giá và so sánh giữa các DV cạnh tranh [1]. Hàng hoá hữu hình có thể được thiết kế và sản xuất theo một tiêu

chuẩn định lượng trước. Tuy nhiên, đối với DV, do rất khó đo lường chất lượng, khó xác định mức độ quan trọng của các yếu tố chất lượng đối với khách hàng, và do đó khó quản lý, duy trì chất lượng DV đồng đều. Bản chất vô hình của DV làm cho nhà cung cấp DV khó khăn khi thiết kế DV sao cho khách hàng chấp nhận được.

1.2. Phát triển dịch vụ

1.2.1. Quan điểm về phát triển dịch vụ

* Khái niệm “phát triển”

Phát triển là phạm trù triết học chỉ ra tính chất của những biến đổi đang diễn ra trong thế giới. Phát triển là một thuộc tính của vật chất. Mọi sự vật và hiện tượng của hiện thực không tồn tại trong trạng thái khác nhau từ khi xuất hiện đến lúc tiêu vong,...nguồn gốc của phát triển là sự thống nhất và đấu tranh giữa các mặt đối lập” [2].

Phát triển kinh tế là phạm trù kinh tế xã hội rộng lớn, trong khuôn khổ một định nghĩa hay một khái niệm ngắn gọn không thể bao hàm hết được nội dung rộng lớn của nó. Song nhất thiết khái niệm đó phải phản ánh được các nội dung cơ bản sau:

- Sự tăng lên về quy mô sản xuất, làm tăng thêm giá trị sản lượng của vật chất, dịch vụ và sự biến đổi tích cực về cơ cấu kinh tế, tạo ra một cơ cấu kinh tế hợp lý, có khả năng khai thác nguồn lực trong nước và ngoài nước.

- Sự tác động của tăng trưởng kinh tế làm thay đổi cơ cấu xã hội, cải thiện đời sống dân cư.

- Sự phát triển là quy luật tiến hoá, song nó chịu tác động của nhiều nhân tố, trong đó nhân tố nội lực của nền kinh tế có ý nghĩa quyết định, còn nhân tố bên ngoài có vai trò quan trọng.

Từ trước đến nay, có nhiều định nghĩa, khái niệm khác nhau về phát triển kinh tế, nhưng một cách chung nhất “phát triển kinh tế” được xem là tiến trình mà theo đó các nước tăng cường khả năng sản xuất các hàng hoá và dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của xã hội. Vì vậy, phát triển kinh tế là phương thức duy nhất giúp

cho tất cả các dân tộc trên khắp thế giới sống tốt hơn, đặc biệt là các nước có mức thu nhập thấp và trung bình. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển kinh tế, dù muốn hay không muốn, tất cả các nước dù nghèo hay giàu đều phải đối mặt với những thách thức lớn về môi trường và những vấn đề này lại luôn liên quan chặt chẽ đến các nỗ lực nhằm xoá đói, giảm nghèo và cải thiện mức sống.

1.2.2. Vai trò của phát triển dịch vụ

Trong môi trường kinh doanh hiện đại với sự tham gia ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ, việc phát triển dịch vụ là điều mà mỗi doanh nghiệp đều phải ý thức được tầm quan trọng của nó. Khả năng cạnh tranh mang lại cho doanh nghiệp những lợi ích có thể thấy ngay từ đầu hoặc sau một thời gian nhất định.

Vậy vai trò của việc phát triển dịch vụ là gì?

- Phát triển dịch vụ giúp cho doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sử dụng thiết bị máy móc cung cấp dịch vụ khi các thiết bị này còn dư thừa công suất làm việc.
- Giúp doanh nghiệp có thể giảm mức độ mạo hiểm trong kinh doanh khi chủng loại dịch vụ đa dạng hơn. Thông qua việc phát triển dịch vụ mà doanh nghiệp có thể đa dạng hóa dịch vụ, qua đó làm tăng sản lượng bán hàng và tăng doanh thu. Đồng thời, có thể lấy doanh thu và lợi nhuận của các dịch vụ này để “nuôi sống” các dịch vụ bị thua lỗ để duy trì được hoạt động kinh doanh cho doanh nghiệp.
- Giúp cho doanh nghiệp có thể duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng. Bởi vì, phát triển dịch vụ làm gia tăng lợi ích của dịch vụ, làm thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng ngày càng “khó tính”, dần tạo được nhiều khách hàng trung thành.
- Tăng khả năng đáp ứng các nhu cầu không được thỏa mãn trên thị trường, đồng nghĩa với việc làm tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp.

1.2.3. Các chiến lược phát triển dịch vụ

Để phát triển dịch vụ chúng ta cần hình thành căn cứ để phát triển dịch vụ đó.

Sau đây là một số cách thức phát triển dịch vụ:

Theo cấp độ phát triển của dịch vụ

Một dịch vụ bao gồm hai cấp độ là: Dịch vụ cơ bản và dịch vụ thứ cấp. Đứng trên quan điểm này thì phát triển dịch vụ là sự thay đổi tỷ lệ dịch vụ cơ bản (yếu tố vô hình) và dịch vụ thứ cấp (yếu tố hữu hình) trong một dịch vụ tổng thể.

Từ đó ta có thể hình thành một ma trận phát triển dịch vụ như sau:

Bảng 1.1: Ma trận phát triển dịch vụ theo cấp độ dịch vụ

<div style="text-align: center;"> Dịch vụ cơ bản Dịch vụ thứ cấp </div>		
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> Cao Thấp </div>	
Cao	Dịch vụ hoàn hảo	Mức độ vô hình cao
Thấp	Mức độ hữu hình cao	Dịch vụ thông thường

Theo ma trận này thì có thể phát triển dịch vụ theo 4 xu hướng sau:

+ Dịch vụ thông thường

Doanh nghiệp tiến hành “bình thường” dịch vụ, với mức độ lợi ích cơ bản và các tính năng gia tăng của dịch vụ là ở mức độ thấp. Đây là một kiểu dịch vụ thông thường mà các doanh nghiệp tập trung vào thị trường có thu nhập thấp, có thể chấp nhận những dịch vụ thuần túy. Tuy nhiên, nếu dịch vụ đó đang ở giai đoạn đầu trong chu kỳ sống thì doanh nghiệp có thể “nâng cấp” dịch vụ đó theo 2 hướng: Gia tăng yếu tố vô hình hoặc gia tăng yếu tố hữu hình.

Trong xu thế thu nhập của người tiêu dùng ngày càng tăng và nhu cầu sử dụng dịch vụ mới có nhiều tính năng hơn thì xu hướng phát triển dịch vụ bình thường theo hướng gia tăng yếu tố hữu hình được các doanh nghiệp coi trọng và ưu tiên thực hiện.

Gia tăng yếu tố hữu hình

Theo cách này doanh nghiệp tập trung làm khác biệt dịch vụ của mình thông qua việc phát triển thêm những tính năng mới của dịch vụ thứ cấp. Dịch vụ này nhằm vào các khách hàng muốn được phục vụ cao, khách hàng cao cấp. Đây cũng là xu hướng phát triển dịch vụ trong nền kinh doanh hiện tại và trong tương lai. Do đó, xu hướng này được các doanh nghiệp hướng tới. Biểu hiện cụ thể của loại hình dịch vụ gia tăng yếu tố hữu hình là ngày càng có thêm nhiều dịch vụ hậu mãi, dịch vụ chăm sóc khách hàng kèm theo dịch vụ cơ bản.

Gia tăng yếu tố vô hình

Đây là kiểu dịch vụ thiên về dịch vụ thuần túy, theo đó, các doanh nghiệp khi phát triển dịch vụ phải nhấn mạnh vào việc cung cấp cho khách hàng những lợi ích cơ bản và dễ dàng nhận thấy khi sử dụng dịch vụ ngay từ lần đầu.

Dịch vụ kiểu này giúp cho người tiêu dùng dễ dàng lựa chọn dịch vụ chứ chưa thể thấy sự khác biệt giữa các dịch vụ cùng loại của các đối thủ cạnh tranh.

+ Dịch vụ hoàn hảo

Đây là loại dịch vụ cao cấp với nhiều tính năng và lợi ích vượt trội nhằm vào khách hàng có thu nhập cao, muốn được phục vụ cao. Trong đó, không chỉ có lợi ích cơ bản của dịch vụ mang tính đột phá và khác biệt cao mà các dịch vụ thứ cấp của dịch vụ cũng được nhấn mạnh và gia tăng.

Loại dịch vụ này thường được cung cấp riêng biệt với số lượng nhỏ, thông thường nó được cung cấp cho những “khách hàng đặc biệt” nhưng giá cả rất cao.

Với việc xuất phát từ một dịch vụ, chúng ta có thể phát triển dịch vụ theo 4 xu hướng trên. Mỗi cách thức phát triển đều có những điểm mạnh, điểm yếu. Do đó khi phát triển dịch vụ, các doanh nghiệp cần xác định rõ ràng thứ tự ưu tiên của dịch vụ cấu thành là dịch vụ cơ bản và dịch vụ thứ cấp cũng như thế mạnh của doanh nghiệp trên thị trường dịch vụ hiện tại và nhu cầu tiềm năng cho dịch vụ muốn phát triển.

Dựa vào các tiêu chí cấu thành dịch vụ

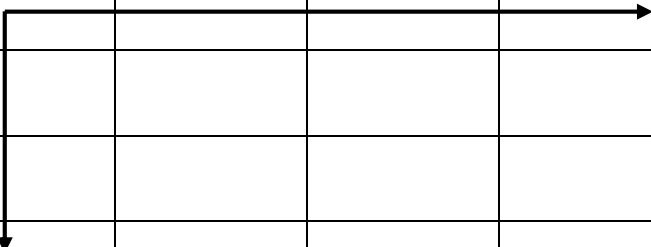
Thông thường, một dịch vụ được cấu thành từ những tính năng hay lợi ích. Tuy nhiên, không phải lúc nào các tính năng đó cũng rõ ràng và đơn nhất mà nó có sự giao thoa rất nhiều các tính năng khác nhau. Nếu phát triển trên một tính năng này thì có thể phát triển dịch vụ và giữ nguyên các tính năng khác.

Sự phát triển theo cách thức này có một xu hướng chung là tính năng được phát triển của dịch vụ sẽ hiện đại hơn, mang tính cạnh tranh cao hơn và mang nhiều lợi ích cho người sử dụng hơn.

Chúng ta có thể hình dung phương pháp này theo mô hình sau:

Bảng 1.2: Mô hình phát triển dịch vụ theo tiêu chí

Tiêu chí Dịch vụ	Tiêu chí 1	Tiêu chí 2	Tiêu chí 3	Tiêu chí khác
Dịch vụ A				
Dịch vụ B				
Dịch vụ C				
Dịch vụ kế tiếp				



- Dựa vào thị trường tiêu thụ dịch vụ

Sự phát triển và mở rộng dịch vụ luôn gắn liền với các chiến lược thị trường. Các chiến lược này nhằm phát triển dịch vụ cả về “chất” và không gian của một dịch vụ. Trong đó, bản chất của sự phát triển dịch vụ không chỉ là dịch chuyển từ dịch vụ hiện có sang dịch vụ mới, còn có cả sự phát triển về không gian, địa điểm tiêu thụ sản phẩm hiện có hoặc sản phẩm mới. Theo quan điểm này thì ta có thể ma trận hóa các chiến lược phát triển dịch vụ như sau:

Bảng 1.3: Ma trận phát triển dịch vụ - thị trường Ansoff

Thị trường Dịch vụ	Hiện có	Mới
Hiện có	Xâm nhập sâu hơn vào thị trường hiện tại	Mở rộng thị trường
Mới	Phát triển dịch vụ mới	Đa dạng hóa dịch vụ

+ Chiến lược xâm nhập thị trường

Đây là chiến lược mà các doanh nghiệp mong muốn tìm kiếm những khách hàng mới cho dịch vụ hiện có, thị trường mới có thể là thị trường vùng khác, khu vực mới trong quốc gia hoặc thị trường nước ngoài.

Theo cách này thì các doanh nghiệp vẫn giữ nguyên sản phẩm hiện có và tập trung vào hoạt động phát triển thị trường mới. Chiến lược này thường áp dụng cho những sản phẩm mà nhu cầu tại thị trường hiện có đang trong giai đoạn bão hòa và suy thoái. Do vậy, các doanh nghiệp cần phải dự báo tốt giai đoạn này để chủ động chuyển hướng sang thị trường khác – nơi mà nhu cầu tiềm năng còn rất cao.

Khi thực hiện chiến lược này thì các doanh nghiệp cần chú ý đến các vấn đề khác tại thị trường mới mà doanh nghiệp định phát triển như : Yếu tố văn hóa, thói quen tiêu dùng của vùng dân cư đó, các đối thủ cạnh tranh đang hiện diện tại thị trường. Những yếu tố này càng trở nên đặc biệt quan trọng khi doanh nghiệp muốn mở rộng thị trường ra nước ngoài – nơi mà có nhiều điều khác biệt với thị trường nội địa, ngay cả cách thức tiêu dùng, thói quen tiêu dùng và chất lượng của việc tiêu dùng của họ.

+ Chiến lược phát triển dịch vụ mới

Đây là chiến lược mà doanh nghiệp đưa dịch vụ mới vào thị trường hiện tại bằng việc nghiên cứu, thiết lập và cung cấp sản phẩm dịch vụ mới tại thị trường đang kinh doanh. Các dịch vụ này có thể là mới hoàn toàn chưa từng có hoặc có thể là mới

trên thị trường này nhưng đã có ở thị trường nào đó (khác vùng trong quốc gia hoặc có từ thị trường nước ngoài).

Chiến lược này khá mạo hiểm cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, vì khi thị phần và dịch vụ của họ trên thị trường chưa lớn, chưa chiếm được sự tin tưởng của nhiều nhóm khách hàng thì sự chấp nhận sản phẩm mới hay dịch vụ mới này sẽ khó khăn hơn so với các đối thủ cạnh tranh có thị phần lớn hơn và lòng tin khá vững chắc của khách hàng. Tuy vậy, có những dịch vụ sản phẩm mới nhưng được các doanh nghiệp đi sau, doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể phát triển và chiếm lĩnh trên một đoạn thị trường nhỏ hơn đoạn thị trường mà các doanh nghiệp dẫn đầu nắm giữ.

Nói tóm lại, nếu muốn đạt được sự thành công như thế, các doanh nghiệp này phải phân đoạn thị trường tốt và lựa chọn một thị trường phù hợp nhất để tung ra sản phẩm mới, đó là thị trường ngách, ngoài ra công ty cũng phải định vị được sản phẩm hay dịch vụ của mình trước khi tung ra thị trường.

+ Chiến lược đa dạng hóa dịch vụ

Đây là chiến lược đưa dịch vụ mới vào thị trường mới. Hoặc là thay đổi các yếu tố hữu hình của dịch vụ tạo ra nhiều dịch vụ hơn và phân đoạn đối tượng khách hàng tốt hơn.

1.3. Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice

1.3.1. Đặc điểm dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice

1.3.1.1. Khái niệm

Hóa đơn điện tử là tập hợp các thông điệp dữ liệu điện tử về: bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Cho phép các đơn vị, tổ chức có các hoạt động bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ có thể phát hành, khởi tạo, lập, gửi, nhận, lưu trữ và quản lý hóa đơn bằng phương tiện điện tử. Được khởi tạo, lập, xử lý và lưu trữ trên máy tính theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử (Theo Thông tư 32/2011/TT-BTC ngày 14/03/2011).

Dịch vụ HĐĐT là dịch vụ giúp cho các tổ chức, doanh nghiệp có thể phát hành, phân phối, xử lý các nghiệp vụ và lưu trữ hóa đơn điện tử thay thế cho việc phát hành và sử dụng hóa đơn giấy. Ở Việt Nam, dịch vụ HĐĐT được triển khai chính thức từ năm 2011, đến nay đã được nhiều doanh nghiệp lựa chọn sử dụng thay cho hóa đơn giấy.

Đáng chú ý nhất là Nghị định 119/2018/NĐ-CP được ban hành ngày 12/9/2018 quy định về HĐĐT khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ. Và việc thực hiện HĐĐT sẽ phải thực hiện xong đối với các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, tổ chức khác, hộ, cá nhân kinh doanh chậm nhất là ngày 01/11/2020. Đây được xem là bước đi quan trọng thể hiện quyết tâm hướng tới Chính phủ số và nền kinh tế số ở Việt Nam bằng việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin để thực hiện chứng từ, hồ sơ điện tử, thực hiện HĐĐT trên phạm vi toàn quốc. Trước sự bùng nổ của chuyển đổi số, việc áp dụng HĐĐT là xu thế tất yếu đối với doanh nghiệp.

Là đơn vị đầu tiên đưa dịch vụ hóa đơn điện tử ra thị trường từ tháng 10/2013, đến nay dịch vụ Hóa đơn điện tử của VNPT đã được triển khai rộng khắp trên cả nước, có giá trị tương đương với hóa đơn giấy và được nhiều doanh nghiệp đánh giá cao bởi những lợi ích mà dịch vụ này mang lại. Hiện VNPT-Invoice đang được nhiều khách hàng lớn sử dụng như Vinamilk, Vingroup, Petrolimex... Tại Hà Nội, không chỉ nhiều doanh nghiệp lớn mà ngay cả các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng đã lựa chọn sử dụng VNPT-Invoice. Gần đây nhất, Trung tâm kinh doanh VNPT Hà Nội đã triển khai VNPT-Invoice với hàng loạt khối khách sạn 5 sao và hàng trăm khách sạn lớn nhỏ.

1.3.1.2. Lợi ích dịch vụ

➤ **Tiết kiệm thời gian và chi phí**

Để sử dụng hóa đơn giấy truyền thống, doanh nghiệp sẽ phải đầu tư nhiều khoản chi phí như: In ấn, vận chuyển, lưu trữ hóa đơn... Theo số liệu khảo sát của

Tổng cục Thuế, chi phí cao nhất mà doanh nghiệp sử dụng hóa đơn tự in là khoảng 2.500 đồng/tờ hóa đơn. Chi phí cao nhất đặt in hóa đơn là 2.000 đồng/tờ hóa đơn.

Trong khi đó, một hóa đơn điện tử chỉ có giá từ khoảng 300 đồng. Chưa kể, doanh nghiệp sẽ không tốn chi phí vận chuyển hay lưu trữ. Như vậy ước tính, loại hóa đơn này sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm 80% chi phí so với hóa đơn giấy.

Cùng với đó, thời gian giao - nhận hóa đơn sẽ được rút ngắn từ vài ngày xuống vài phút bởi toàn bộ quy trình viết và xuất hóa đơn đều được thực hiện trên máy tính. Sau vài cú click chuột, bên mua hàng sẽ nhận được hóa đơn tại bất kỳ nơi nào, chỉ cần có kết nối internet.

➤ **Ngăn chặn tình trạng làm giả hóa đơn**

Đối với hóa đơn điện tử, cơ quan thuế sẽ sử dụng một mã xác thực riêng. Cụ thể, người bán sẽ lập hóa đơn, ký điện tử rồi gửi lên hệ thống của cơ quan thuế. Sau đó, cơ quan này sẽ cấp một mã số duy nhất và gắn lên hóa đơn điện tử đó. Vì vậy, đây là loại hóa đơn không thể làm giả.

Doanh nghiệp cũng có thể dễ dàng kiểm tra nguồn gốc hóa đơn thông qua mã số trên bằng cách truy cập website của nhà cung cấp dịch vụ hóa đơn điện tử để đối chiếu, kiểm tra.

➤ **Giảm thủ tục hành chính**

Một trong những đầu việc chiếm nhiều thời gian và công sức tại các doanh nghiệp là thực hiện báo cáo tình hình sử dụng hóa đơn mỗi quý. Tuy nhiên, với hóa đơn điện tử, doanh nghiệp không cần phải lập báo cáo trên bởi mọi thông tin đều được Tổng cục Thuế lưu trữ qua hệ thống phần mềm.

➤ **Giải pháp hóa đơn điện tử đoạt Giải vàng quốc tế**

Là doanh nghiệp tiên phong trong công cuộc chuyển đổi số tại Việt Nam, Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam (VNPT) đã xây dựng và phát triển nhiều giải pháp công nghệ hiện đại, ưu việt, trong đó phải kể đến hóa đơn điện tử VNPT invoice.

Giải pháp này cho phép khách hàng kết nối nhanh chóng với các phần mềm có sẵn của doanh nghiệp như phần mềm bán hàng, phần mềm kế toán. Nhờ vậy, quá trình xuất hóa đơn diễn ra nhanh chóng, thuận tiện. Đồng thời, doanh nghiệp có thể thống kê, báo cáo, xuất dữ liệu ra các chương trình khai thuế..., từ đó tiết kiệm đáng kể thời gian lập tờ khai thuế.

1.3.1.3. Tính năng và ưu điểm của VNPT-Invoice

- Dễ dàng kết nối/tích hợp với các hệ thống CRM, ERP, Kế toán, Tính cước,... để liên thông và tự động hóa toàn bộ dữ liệu hóa đơn
- Cho phép xuất hóa đơn dưới nhiều hình thức: xuất hóa đơn lẻ khi phát sinh giao dịch, xuất hóa đơn định kỳ theo lô
- Triển khai hệ thống quản lý và phát hành hóa đơn tập trung tại Trung tâm, cho phép các đơn vị thành viên thực hiện xuất, gửi và khai thác hóa đơn
- Tích hợp sẵn giải pháp ký số cho hóa đơn

Đáp ứng nhiều đặc thù quản lý khác nhau của doanh nghiệp Điểm nổi trội nhất của dịch vụ HĐĐT của VNPT so với đối thủ cạnh tranh đó là:

- Tính bảo mật cao: là dịch vụ được cung cấp bởi Tổng công ty Bưu chính viễn thông Việt Nam, dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT đang được biết đến là dịch vụ hàng đầu trong việc đảm bảo tính bảo mật tuyệt đối cũng như tính chính xác, chặt chẽ về chuyên môn nghiệp vụ. Dựa trên hệ thống luôn được đảm bảo hoạt động liên tục 24/7, backup dữ liệu chuyên nghiệp cùng vô số các dịch vụ đi kèm khác như: VNPT-TAX – cổng khai thuế qua mạng, VNPT-CA – dịch vụ chứng thực hóa đơn điện tử đã trở thành thế mạnh đặc biệt của hóa đơn điện tử VNPT so với các dịch vụ hóa đơn điện tử khác.

- Thời gian lưu trữ hóa đơn lâu dài: với chính sách áp dụng cho khách hàng sử dụng hóa đơn điện tử VNPT sẽ được miễn phí lưu trữ trong thời gian 10 năm trên hệ thống server của VNPT, từ đó giải quyết các vấn đề về chi phí lưu trữ, bảo quản hóa đơn cũng như tránh được các rủi ro mất hay cháy hóa đơn.

Chống tấn công thâm nhập

Phương pháp Black box Penetration Testing là hình thức kiểm tra hệ thống có thể bị tấn công hay không bằng cách giả lập các vụ tấn công thử nghiệm. Có thể hiểu một cách đơn giản, Penetration Testing (Pen test) chính là đánh giá độ an toàn bằng cách tấn công vào hệ thống. Phương pháp này chứng minh cho khả năng chống thâm nhập từ bên ngoài của VNPT Invoice. Doanh nghiệp không còn lo bị làm giả hóa đơn, không bị sao chép, không bị đột ngột mất dữ liệu dù thời gian cần tìm có thể là 10 năm về trước. Đây cũng chính là mối quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp trong sử dụng hóa đơn điện tử.

Chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ và Hóa đơn điện tử là xu hướng tất yếu của doanh nghiệp trong cuộc cách mạng 4.0. VNPT Invoice đã và đang đáp ứng tất cả các tiêu chuẩn, yêu cầu cao cấp nhất của doanh nghiệp 4.0 khi hội tụ đầy đủ các yếu tố: Giải pháp thân thiện, dễ thao tác, bảo mật dữ liệu nghiêm ngặt, công tác chăm sóc người dùng tận tâm, giải quyết vấn đề nhanh chóng, tối ưu chi phí doanh nghiệp.

- Không cần đầu tư chi phí hệ thống: khách hàng được sử dụng hệ thống dự phòng (backup) dữ liệu tại 02 điểm Hà Nội, Hồ Chí Minh

- Hỗ trợ sử dụng dễ dàng: để hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp trong quá trình bắt đầu áp dụng hóa đơn điện tử, việc triển khai hóa đơn điện tử vô cùng đơn giản khi nhân viên kỹ thuật VNPT sẽ hỗ trợ các khâu cài đặt cũng như hồ sơ gửi cơ quan chức năng, đồng thời hướng dẫn và tư vấn trong suốt quá trình sử dụng hóa đơn.

1.3.1.4. Đối tượng sử dụng

Khách hàng là các đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp có phát hành hóa đơn/chứng từ dùng kê khai thuế đến khách hàng:

- Bru chính, viễn thông, truyền hình
- Điện, nước, xăng dầu, hệ thống siêu thị
- Ngân hàng, tín dụng, chứng khoán, bảo hiểm

- Nhà hàng, khách sạn, bán hàng trực tuyến
- Các doanh nghiệp cung cấp Dịch vụ, hàng hóa khác...

1.3.2. Các chỉ tiêu về phát triển dịch vụ hoá đơn điện tử VNPT-Invoice

1.3.2.1. Phát triển về chiều rộng

Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice theo chiều rộng có nghĩa là đa dạng hóa các loại dịch vụ hóa đơn điện tử. Không chỉ duy trì các dịch vụ hóa đơn điện tử truyền thống như lập hóa đơn, chữ ký số mà còn giúp các đơn vị sử dụng kê khai thuế. Do đó, phát triển dịch vụ theo chiều rộng là cung cấp dịch vụ mới để đáp ứng mọi nhu cầu mới và ngày càng đa dạng của khách hàng.” (Nguyễn Minh Kiều, 2007)

a. Số lượng khách hàng sử dụng, doanh số sản phẩm

Tiêu chí số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ hóa đơn điện tử là tiêu chí phản ánh thực chất dịch vụ hóa đơn điện tử đã phát triển tốt hay chưa, có đáp ứng được nhu cầu của khách hàng không.

Chỉ tiêu này được tính bằng sự gia tăng số lượng khách hàng và tốc độ tăng trưởng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ HĐĐT. Được tính bằng công thức sau:

$$A = KH(t_1) - KH(t_0)$$

$$KH(t_1) - KH(t_0)$$

$$G = \frac{A}{KH(t_0)}$$

Trong đó: $KH(t_0)$: Số lượng khách hàng năm t_0

$KH(t_1)$: Số lượng khách hàng năm t_1

A: Sự gia tăng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ

G: Tốc độ tăng trưởng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ hóa đơn điện tử ngày càng tăng thể hiện khách hàng quan tâm tới dịch vụ của ngân hàng, một khi thu hút được khách hàng sử dụng và tin dùng một sản phẩm và dịch vụ của Trung tâm thì Trung tâm sẽ dễ dàng lôi kéo họ sử dụng các sản phẩm dịch vụ khác điều này sẽ kéo các sản phẩm khác cùng phát triển. Số lượng khách hàng ngày càng tăng thì uy tín của trung tâm được nâng lên rõ rệt, điều này có ý nghĩa rất lớn trong việc giữ vững khách hàng quen thuộc và thu hút được những khách hàng mới.

b. Doanh thu từ dịch vụ

Doanh thu là một chỉ tiêu tổng hợp phản ánh quy mô hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ HĐĐT. Thông qua chỉ tiêu này, người ta có thể đánh giá được sự trưởng thành và tốc độ phát triển trong kinh doanh của các doanh nghiệp qua các thời kỳ khác nhau.

Doanh thu là một chỉ tiêu vô cùng quan trọng do đó người ta cần phải có sự đánh giá sự phát triển doanh thu qua các năm, để từ đó đánh giá kết quả của quá trình kinh doanh đồng thời đưa ra các biện pháp kịp thời nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh. Để đánh giá doanh thu qua các năm tăng hay giảm, người ta dùng chỉ tiêu tốc độ tăng doanh thu [8].

$$\text{Tốc độ tăng doanh thu} = \frac{\text{Doanh thu năm nay}}{\text{Doanh thu năm trước}} \times 100\%$$

1.3.2.2. Phát triển về chiều sâu

Phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice theo chiều sâu có nghĩa là cải thiện và cải thiện chất lượng dịch vụ hiện có và dịch vụ mới. Khi không có sự khác biệt giữa các đơn vị cung cấp trong việc đa dạng hóa các loại dịch vụ. Chất lượng của dịch vụ hóa đơn điện tử là yếu tố rất quan trọng đóng vai trò quyết định trong cạnh tranh. Do đó, các đơn vị cung cấp cần có kế hoạch và chiến lược để tăng cường và cải thiện dịch vụ hóa đơn điện tử trên cơ sở cung cấp cho khách hàng những sản phẩm tiện lợi và rất nhanh chóng với chi phí khá hợp lý

a. Tính đa dạng sản phẩm

HĐĐT sẽ được áp dụng cho các loại hóa đơn sau:

- Hóa đơn giá trị gia tăng 01GTKT
- Hóa đơn bán hàng 02GTTT
- Hóa đơn bán hàng (dành cho tổ chức, cá nhân trong khu phi thuế quan) 07KPTQ
- Hóa đơn khác gồm: tem, vé, thẻ, phiếu thu tiền bảo hiểm ...;
- Phiếu xuất kho kiêm vận chuyển hàng hóa nội bộ 03XKNB
- Phiếu xuất kho gửi bán hàng đại lý 04HGDL

b. Tính tiện tích và dịch vụ hỗ trợ đi kèm

Với những khách hàng hiện đại, thời gian là vàng bạc. Do đó, họ cần những dịch vụ HĐĐT nhanh nhất, tiết kiệm thời gian, công sức nhất và mang lại hiệu quả cao nhất. Không chỉ đơn thuần phát triển mạng lưới rộng khắp, ứng dụng công nghệ hiện đại mà Đơn vị còn phải đơn giản hóa tối đa mọi thủ tục khi khách hàng tiến hành giao dịch cũng như nhanh chóng xử lý sự cố.

c. An toàn và bảo mật

Căn cứ Điều 1 Thông tư 32/2011/TT-BTC định nghĩa về hóa đơn điện tử như sau: hóa đơn điện tử là tập hợp các cơ sở dữ liệu, thông tin, báo cáo, thống kê điện tử về các loại hàng hóa, dịch vụ, được bán ra thị trường, được khởi tạo, lập ra hoặc lưu giữ bằng các phương tiện và thiết bị điện tử.

Cũng theo Thông tư 32/2011/TT-BTC, tại Điều 4, tính bảo mật hóa đơn điện tử được xem là: Việc thiết lập ra các hàng rào bảo vệ dữ liệu thông tin và cơ sở phần mềm quản lý hóa đơn điện tử của doanh nghiệp, nhằm giữ cho các thông tin trên hóa đơn điện tử không bị thất thoát hoặc bị đánh cắp

Như vậy, có thể thấy được rằng việc bảo mật hóa đơn điện tử được pháp luật Việt Nam rất được chú trọng. Bởi việc bảo mật thông tin nói chung, bảo mật hóa đơn

điện tử nói riêng của doanh nghiệp là việc làm cần thiết để bảo vệ chính hoạt động kinh doanh của đơn vị, chống lại sự xâm nhập bất hợp pháp.

d. Sự hài lòng của khách hàng

Mức độ hài lòng của khách hàng phản ánh chất lượng của sản phẩm đó. Do vậy để đánh giá sự thành công của một sản phẩm cần đánh giá được mức độ hài lòng của khách hàng sản phẩm đó. Để lấy thông tin đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng có thể thông qua hình thức lấy ý kiến của khách hàng thông qua phiếu khảo sát hay hòm thư góp ý, v.v... Thông qua kết quả thống kê sẽ giúp Đơn vị có những chính sách phù hợp nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice

1.4.1 Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

1.4.1.1 Môi trường chính trị - pháp luật

Một môi trường chính trị ổn định, một hệ thống văn bản pháp luật hoàn chỉnh, đảm bảo tính đồng bộ, nhất quán, ổn định và minh bạch sẽ là nhân tố thúc đẩy nền kinh tế nói chung và trong lĩnh vực tài chính - kế toán. Chính vì vậy, để phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử nhà nước cần ban hành các văn bản, quy phạm pháp luật xác định rõ quyền lợi và trách nhiệm của ngân hàng, khách hàng để khách hàng thấy rõ quyền lợi cũng như trách nhiệm của mỗi bên khi sử dụng các dịch vụ hóa đơn điện tử. Việc sửa đổi khái niệm sử dụng hóa đơn bất hợp pháp sẽ góp phần minh bạch chính sách để việc áp dụng quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực hóa đơn được thuận lợi.

Yếu tố chính trị, pháp luật được thể hiện ở mức độ ổn định chính trị của quốc gia, cơ sở hành lang pháp lý ... Các sản phẩm phần mềm muốn được tiêu thụ trên thị trường phải tuân theo các quy định của Chính phủ về chất lượng, mẫu mã ... Chúng có thể là cơ hội hoặc là mối đe dọa đối với các sản phẩm phần mềm. Để bảo vệ các

doanh nghiệp trong nước, có những sự cạnh tranh lành mạnh, nhà nước ban hành luật quyền sở hữu trí tuệ để các doanh nghiệp không bị đánh cắp bản quyền sản phẩm.

1.4.1.2 Môi trường kinh tế

Hệ thống chính sách thuế hiện đã có nhiều chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho sự phát triển của ngành công nghệ thông tin. Để thêm nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp công nghệ thông tin, đẩy mạnh thu hút đầu tư phục vụ cho phát triển công nghệ thông tin theo các mục tiêu đã đặt ra trong điều kiện hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, Quốc hội, Chính phủ thấy cần thiết phải có thêm các chính sách hỗ trợ, trong đó có chính sách ưu đãi thuế nhằm thúc đẩy hơn nữa ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin tại Việt Nam.

Cụ thể:

- Dự án sản xuất sản phẩm nội dung thông tin số, dịch vụ phần mềm, sản xuất sản phẩm công nghệ thông tin trọng điểm, dịch vụ khắc phục sự cố an toàn thông tin, bảo vệ an toàn thông tin được ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp như mức đang áp dụng đối với dự án sản xuất sản phẩm phần mềm theo quy định của Luật thuế thu nhập doanh nghiệp.

- Giảm 50% số thuế thu nhập cá nhân phải nộp đối với thu nhập từ tiền lương, tiền công của các cá nhân nhân lực công nghệ cao làm việc trong lĩnh vực công nghệ thông tin; dịch vụ công nghệ cao trong lĩnh vực công nghệ thông tin, quản lý hoạt động công nghệ cao trong lĩnh vực công nghệ thông tin; vận hành các thiết bị, dây truyền sản xuất sản phẩm công nghệ cao trong lĩnh vực công nghệ thông tin; quản lý an toàn hệ thống thông tin.

1.4.1.3 Môi trường công nghệ

Hệ thống hóa đơn điện tử sẽ được xây dựng trên nền tảng kiến trúc ứng dụng công nghệ 4.0 theo hướng triển khai hệ thống dữ liệu lớn (Big Data), phù hợp với yêu cầu về xử lý số lượng lớn giao dịch về hóa đơn, khối chức năng xử lý nghiệp vụ được

thiết kế triển khai linh hoạt, có độ mở cao, theo mô hình vừa xây dựng phát triển phần mềm, vừa triển khai và vận hành mà không ảnh hưởng tới hoạt động của ứng dụng.

1.4.1.4 Đối thủ cạnh tranh hiện tại

Số lượng, quy mô và sức mạnh của từng đối thủ cạnh tranh đều có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh cũng như chiến lược của doanh nghiệp. Mức độ cạnh tranh càng cao, giá cạnh tranh càng giảm kéo theo lợi nhuận giảm. Do đó yếu tố cạnh tranh về giá là một nguy cơ đối với lợi nhuận của công ty.

Thông tin về từng đối thủ cụ thể tại mỗi khu vực thị trường là cơ sở để doanh nghiệp xác định được nhiệm vụ và các mục tiêu cạnh tranh, là căn cứ để hoạch định các chiến lược cạnh tranh thích hợp và có hiệu quả trong từng thời kỳ.

Căn cứ những dữ liệu thu thập được về đối thủ cạnh tranh, các nhà quản trị chiến lược sẽ đánh giá và so sánh điểm mạnh, điểm yếu của từng đối thủ tương ứng với doanh nghiệp mình. Trong thực tế, bất cứ doanh nghiệp lớn, nhỏ trên thị trường đều có điểm mạnh và điểm yếu riêng, mỗi đối thủ có thái độ và phản ứng khác nhau trong cạnh tranh. Vì vậy, việc thu thập thông tin đầy đủ và kịp thời sẽ giúp doanh nghiệp chủ động trong các chiến lược cạnh tranh.

1.4.1.5 Khách hàng

Khách hàng là những cá nhân, tổ chức có nhu cầu về sản phẩm hay dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp. Mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng là mối quan hệ giữa người mua và người bán là mối quan hệ tương quan thế lực. Khách hàng là đối tượng có ảnh hưởng rất mạnh trong các chiến lược kinh doanh, quyết định sự tồn tại và phát triển lâu dài của các doanh nghiệp. Trong nền kinh tế thị trường, khách hàng là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp, mọi nỗ lực của doanh nghiệp đều hướng vào khách hàng nhằm thu hút sự chú ý, kích thích sự quan tâm, thúc đẩy khách hàng đến với sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp. Khi nghiên cứu môi trường kinh doanh để hoạch định chiến lược, thông tin về khách hàng được các nhà quản trị thu thập, phân tích và đánh giá đầu tiên. Qua đó, nhà quản trị có cơ sở lựa

chọn khách hàng mục tiêu, phát triển các chính sách và chương trình hành động nhằm đáp ứng tốt các nhu cầu, mong muốn của khách hàng trong từng thời kỳ. Mặt khác, hiểu biết khách hàng còn giúp doanh nghiệp không ngừng hoàn thiện tại các hoạt động marketing, xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng hiện tại phát triển khách hàng mới.

Tóm lại, khách hàng trên thị trường rất đa dạng, thông tin về khách hàng biến động thường xuyên và ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của các hoạt động của doanh nghiệp. Vì vậy, các nhà quản trị chiến lược cần cập nhật thông tin về khách hàng để có chiến lược kinh doanh thích hợp, xử lý kịp thời những rắc rối có thể xảy ra một cách hiệu quả.

1.4.2. Yếu tố bên trong

1.4.2.1. Quan điểm của nhà quản trị

Là những người nắm quyền quyết định lớn nhất tác động mạnh mẽ nhằm kích hoạt, thúc đẩy tiến bộ hay kìm hãm, sẽ ảnh hưởng tích cực hay tiêu cực đến phát triển dịch vụ thậm chí bác bỏ các chương trình, dự án phát triển dịch vụ trong tổ chức.

Mặt khác, mức độ nỗ lực phấn đấu nhằm phát triển sự nghiệp của người lãnh đạo có thể là tấm gương, sự khích lệ cho nhân viên noi theo.

1.4.2.2 Nguồn nhân lực

Con người là yếu tố cốt lõi trong mọi hoạt động của các loại hình doanh nghiệp, quyết định sự thành công hay không thành công của doanh nghiệp, các tổ chức ở mỗi quốc gia. Trong các doanh nghiệp yếu tố này cực kỳ quan trọng vì mọi quyết định liên quan đến quá trình quản trị chiến lược đều do con người quyết định, khả năng cạnh tranh trên thị trường mạnh hay yếu, văn hóa tổ chức tốt hay chưa tốt... đều xuất phát từ con người. Vì vậy, nhân lực là yếu tố đầu tiên trong các nguồn lực mà các nhà quản trị của các doanh nghiệp có định hướng kinh doanh lâu dài cần xem xét, phân tích để quyết định nhiệm vụ, mục tiêu và những giải pháp cần thực hiện.

1.4.2.3 Nguồn lực vật chất

Nguồn lực vật chất bao gồm các yếu tố như: vốn sản xuất, nhà xưởng máy móc thiết bị, thông tin môi trường kinh doanh... Mỗi doanh nghiệp có các đặc trưng về các nguồn lực vật chất riêng, trong đó có cả điểm mạnh lẫn điểm yếu so với các đối thủ cạnh tranh trong ngành.

Do đó, việc phân tích và đánh giá đúng mức các nguồn lực vật chất là cơ sở quan trọng giúp nhà quản trị các doanh nghiệp hiểu được các nguồn lực vật chất tiềm tàng, những hạn chế.. để có các quyết định quản trị thích nghi với thực tế.

1.4.2.4. Tổ chức hệ thống kinh doanh

- Tăng doanh thu: kinh doanh theo hệ thống phát triển, quy trình tổ chức chặt chẽ là nền tảng làm tăng doanh thu cho doanh nghiệp

- Những vấn đề của khách hàng được giải quyết nhanh chóng: việc kinh doanh hệ thống, theo tổ chức giúp bạn phân tích và đo lường được chính xác các mong muốn của khách hàng từ đó việc kiểm tra, so sánh và đánh giá cũng dễ dàng hơn.

- Mang lại hiệu quả nhất quán: kinh doanh theo hệ thống giúp việc khắc phục và sửa lỗi khi có vấn đề xảy ra một cách dễ dàng

- Tạo điều kiện cho nhân viên phát triển: mục tiêu của hệ thống là sự đoàn kết và phát triển bền vững, đây là cơ hội để các nhân viên phát triển giúp họ hoàn thành công việc hiệu quả và nhanh chóng.

- Tăng lợi nhuận, giảm chi phí tối đa: Khi triển khai một mô hình kinh doanh hợp lý sẽ giúp giảm các chi phí cần thiết. Tuy nhiên, khi cắt giảm chi phí cần lưu ý đến chất lượng. Khi chi phí bị cắt giảm thường các doanh nghiệp sẽ không chú trọng đến chất lượng. Khiến chất lượng bị giảm sút.

- Tạo ra một hệ sinh thái bền vững: kinh doanh theo hệ thống tạo tiền đề thuận lợi cho sự phát triển một hệ sinh thái bền vững và có thể giúp tổ chức mở rộng lợi thế cạnh tranh. Các doanh nghiệp sẽ có được cách giải quyết các vấn đề nhanh chóng và đổi mới cách thức sao cho phù hợp và chuyên nghiệp.

1.4.2.5. Các nguồn lực vô hình

Chúng bao gồm nhiều yếu tố tiêu biểu như:

- Tư tưởng chủ đạo trong triết lý kinh doanh.
- Chiến lược và chính sách kinh doanh thích nghi với môi trường.
- Cơ cấu tổ chức hữu hiệu.
- Uy tín doanh nghiệp trong quá trình phát triển.
- Sự tín nhiệm và trung thành của khách hàng.
- Ý tưởng sáng tạo của nhân viên.
- Văn hóa tổ chức bền vững.

Tùy theo tiềm lực sẵn có, quy mô và giá trị những nguồn lực này của mỗi doanh nghiệp có sự khác nhau và thay đổi theo thời gian. Nếu không nhận diện và đánh giá đúng mức các nguồn lực vô hình, nhà quản trị doanh nghiệp dễ đánh mất các lợi thế sẵn có của mình trong quá trình kinh doanh.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-INVOICE TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG

2.1. Khái quát về Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang

2.1.1. Tổng quan về Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang

Tên tiếng việt: Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang – Chi nhánh Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông.

Tên giao dịch quốc tế: Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang.

Địa chỉ trụ sở chính: 34 Nguyễn Thị Lưu – Trần Phú - TP Bắc Giang – Bắc Giang.
Điện thoại: (84-0240)3529699.

E-mail: info@vnptbacgiang.com.vn

Website: www.vnptbacgiang.com.vn

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 01/08/2014. Đơn vị được thành lập trên cơ sở sáp nhập các bộ phận kinh doanh, bán hàng của các đơn vị cũ trực thuộc Viễn thông Bắc Giang.

Từ 15/10/2015, theo đề án tái cơ cấu của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang được tách ra khỏi VNPT Bắc Giang và trở thành đơn vị kinh tế trực thuộc Tổng Công ty dịch vụ Viễn thông (VNPT VinaPhone).

Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang có trụ sở chính đặt tại 34 Nguyễn Thị Lưu, Phường Trần Phú, TP Bắc Giang, tỉnh Bắc Giang là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT-Vinaphone); là một bộ phận cấu thành của hệ thống tổ chức và hoạt động của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông; thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch do Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông giao. Được thành lập theo Quyết định số: 862/QĐ-VNPT VNP-NS ngày 28/10/2015 của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT-Vinaphone), có tư cách pháp nhân, có con

dấu riêng theo tên gọi, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật, được mở tài khoản tại ngân hàng, kho bạc Nhà nước trên địa bàn, được Tổng Công ty DVVT giao cho quản lý vốn và tài sản tương ứng với nhiệm vụ kinh doanh và phục vụ của đơn vị. Có quyền tự chủ kinh doanh theo phân cấp của Tổng Công ty DVVT, chịu sự ràng buộc về nghĩa vụ và quyền lợi đối với Tổng Công ty DVVT, có bảng cân đối kế toán, các quỹ theo quy định của Nhà nước, Tập đoàn và Quy chế quản lý tài chính của Tổng Công ty DVVT;

2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang

Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là đơn vị hạch toán phụ thuộc VNPT, có tư cách pháp nhân, được đăng ký kinh doanh, có con dấu riêng theo tên gọi, được mở tài khoản tại Ngân hàng và Kho bạc Nhà nước, chịu trách nhiệm trước pháp luật và trước Tập đoàn, Tổng Công ty về các hoạt động của đơn vị mình trong phạm vi quyền hạn và nghĩa vụ được quy định; Chịu trách nhiệm kế thừa quyền, nghĩa vụ pháp lý và lợi ích hợp pháp khác về dịch vụ VT - CNTT của Bưu điện Tỉnh Bắc Giang cũ theo quy định của pháp luật.

Ngành nghề kinh doanh chính của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là kinh doanh các sản phẩm dịch vụ VT – CNTT, bao gồm di động, băng rộng, cố định, truyền hình, truyền dẫn, dịch vụ giá trị gia tăng, giải pháp CNTT, kinh doanh thiết bị phần cứng... phục vụ cho việc điều hành thông tin của các cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương, đáp ứng nhu cầu của các cơ quan, các nhà đầu tư, các doanh nghiệp và nhân dân trong toàn tỉnh.

Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang thực hiện kinh doanh và phục vụ trên các lĩnh vực sau:

- Tổ chức, xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn toàn tỉnh Bắc Giang;
- Tổ chức, quản lý, kinh doanh và cung cấp các dịch vụ VT – CNTT trên địa bàn toàn tỉnh Bắc Giang;

- Sản xuất, kinh doanh, cung cấp, đại lý vật tư, thiết bị VT – CNTT theo yêu cầu sản xuất kinh doanh của đơn vị và yêu cầu của khách hàng;
- Khảo sát, tư vấn, thiết kế, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình VT – CNTT;
- Kinh doanh dịch vụ quảng cáo, dịch vụ truyền thông;
- Tổ chức phục vụ thông tin đột xuất theo yêu cầu của các cấp uỷ Đảng, Chính quyền địa phương và cấp trên;

Kinh doanh các ngành nghề khác trong phạm vi được Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam cho phép và phù hợp với quy định của pháp luật.

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang giai đoạn 2018-2020

Những năm gần đây, trong môi trường kinh doanh với sự cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh cùng ngành khác ngoài VNPT, cùng với sự gia tăng của các dịch vụ điện thoại di động thì việc rời mạng của các dịch vụ kinh doanh truyền thống của VNPT như điện thoại cố định, MegaVNN gặp khó khăn hơn. Giai đoạn 2018 - 2020, kết quả hoạt động kinh doanh tại Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang như sau:

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Trung tâm 2018-2020

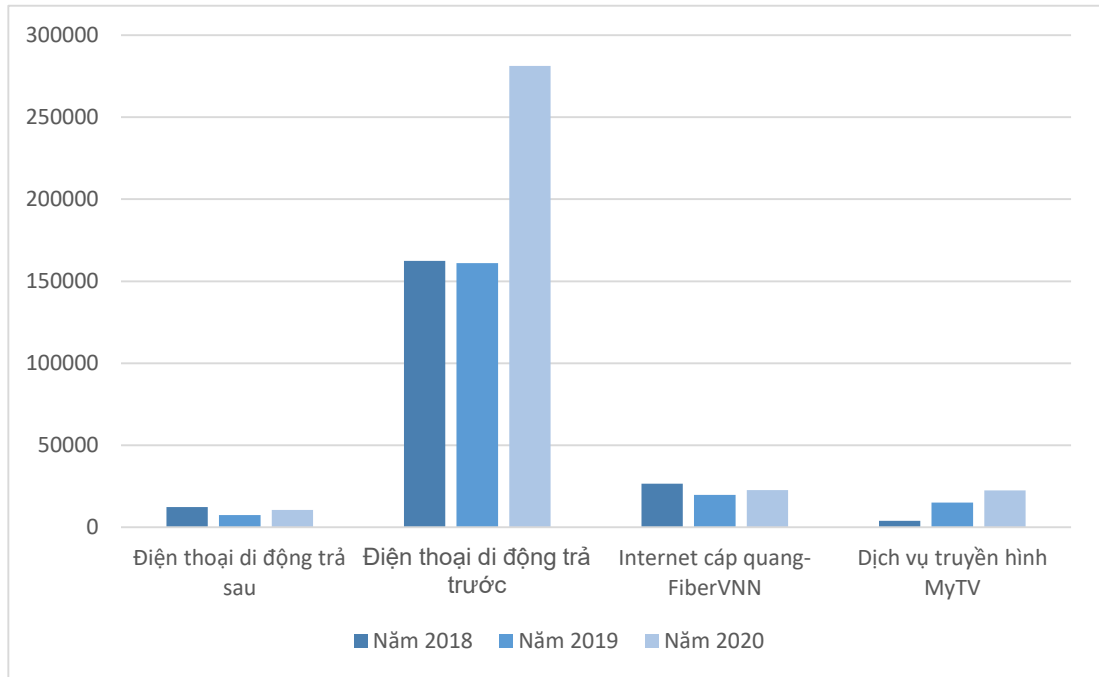
	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Chênh lệch 2019/2018		Chênh lệch 2020/2019	
					Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
I. Tổng doanh thu	Triệu đồng	490.73	489.625	490.483	-1.108	99,77%	858	100,17

	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Chênh lệch 2019/2018		Chênh lệch 2020/2019	
					Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
II.Số Thuê bao phát triển	Thuê bao	205.181	203.333	336.889	-1.848	99,10%	133.556	165,68
2.1 Điện thoại di động trả sau	Thuê bao	12.285	7.521	10.583	-4.764	61,22%	3.062	140,1
2.2 Điện thoại di động trả trước	Thuê bao	162.394	161.075	281.181	-1.319	99,19%	120.106	174,57
2.3 Internet cáp quang- FiberVNN	Thuê bao	26.564	19.758	22.687	- 6.806	74,38 %	2.929	114,8 2
2.4 Dịch vụ truyền hình MyTV	Thuê bao	3.938	14.979	22.438	11.04 1	380,37 %	7.459	149,8

Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT- Bắc Giang

Nhìn chung, các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cơ bản phát triển ổn định. Theo đó, doanh thu cung cấp dịch vụ tại Trung tâm năm 2020 đạt 490,483 triệu đồng, bằng 100,17% so với năm 2019; số lượng thuê bao năm 2020 của Trung tâm là 336.889 thuê bao, tăng 165,68% so với năm 2019; Đạt được kết quả như trên là do trong quá trình hoạt động, Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang thường xuyên triển khai các chương

trình khuyến mãi, tri ân, điều chỉnh chính sách giá cước, tiếp thị bán hàng một cách linh hoạt, tăng cường phân cấp, cho phép các đơn vị chủ động đề xuất khuyến mại một số dịch vụ mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng. Từ đó, góp phần đẩy mạnh công tác bán hàng, gia tăng doanh thu cho Trung tâm và thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ.



(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Hình 2.1: Biểu đồ số thuê bao phát triển của dịch vụ qua các năm

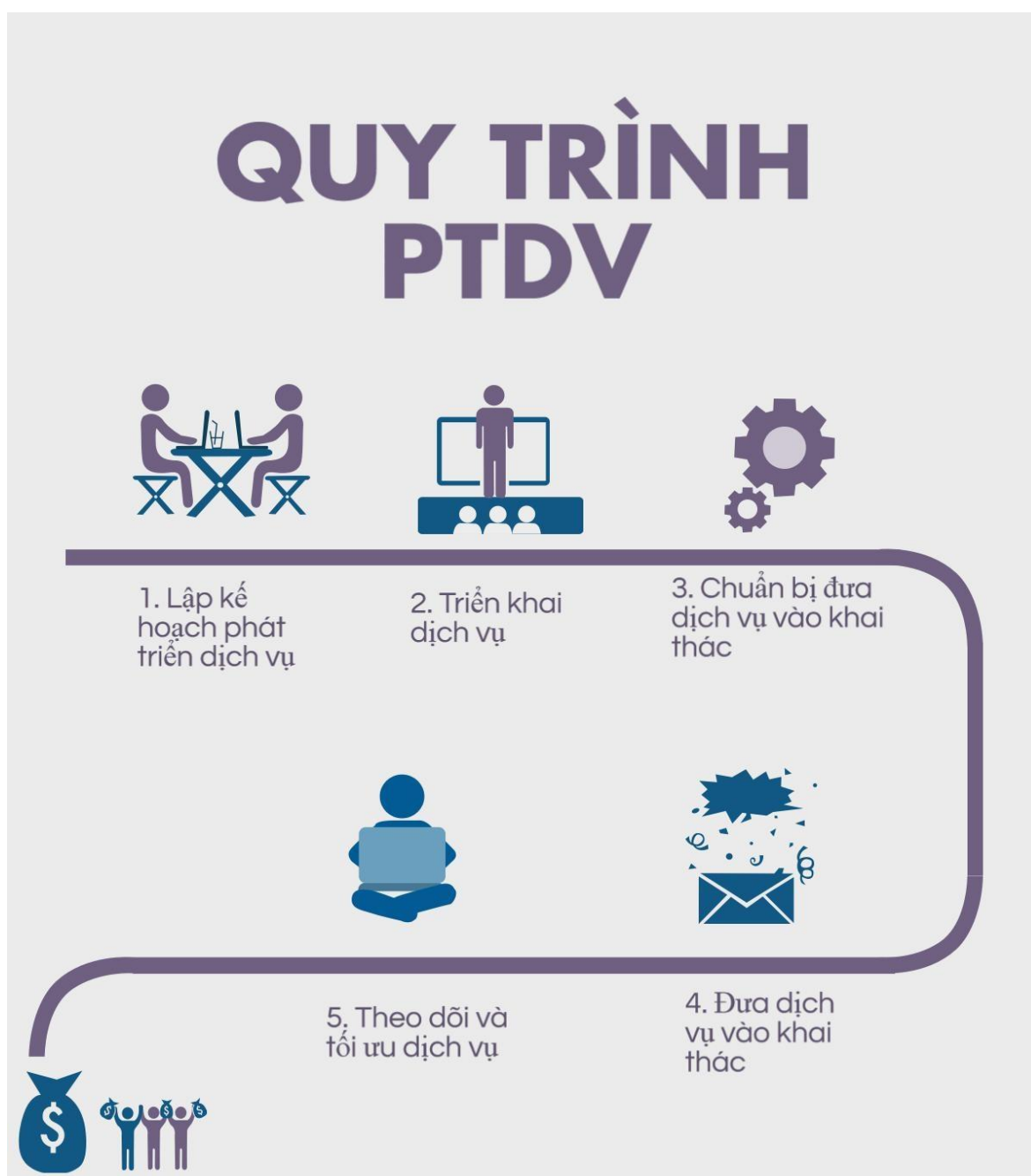
Trong tổng doanh thu cung cấp dịch vụ của Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang, doanh thu chủ yếu đến từ hoạt động kinh doanh dịch vụ di động, hoạt động này chiếm tới 140% trong tổng doanh thu của đơn vị (cả dịch vụ di động trả trước và trả sau). Do năm 2020 dịch bệnh diễn ra phức tạp tại các địa bàn bên cạnh đó các nhu cầu thiết yếu cho ngành giáo dục tăng cường về học online nên tỷ lệ phát triển dịch vụ băng rộng tăng 114,82% so với năm 2019. Hiện tại, mức độ phổ cập điện thoại di động tại Việt Nam nói chung và Bắc Giang nói riêng ở mức khá cao, trung bình có 2 thuê bao/người.

Như vậy, hoạt động kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang đã đạt nhiều kết quả tích cực với mảng kinh doanh chủ lực là dịch vụ di động. Trong thời gian tới, mảng kinh doanh dịch vụ Internet cáp quang và dịch vụ truyền hình MyTV có nhiều cơ hội phát triển do tỷ lệ sử dụng Internet cáp quang và các tiện ích trên nền internet tốc độ cao của người dân tăng mạnh.

2.2. Thực trạng dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

2.2.1. Quy trình kế hoạch phát triển dịch vụ VNPT – INVOICE

2.2.1.1. Quy trình phát triển dịch vụ



Hình 2.2: Quy trình phát triển dịch vụ

Quy trình phát triển dịch vụ được thực hiện qua 05 bước:

– **Bước 1:** Lập kế hoạch phát triển dịch vụ

+ Xây dựng kế hoạch phát triển dịch vụ hàng năm: thực hiện trước ngày 15/12 hàng năm, lên kế hoạch phát triển dịch vụ cho năm tiếp theo.

- + Xây dựng chủ trương cung cấp dịch vụ và hợp thống nhất kế hoạch triển khai của từng dịch vụ cụ thể.

- **Bước 2:** Triển khai dịch vụ

- + Xây dựng phương án kinh doanh, phương án kỹ thuật chi tiết.

- + Triển khai kỹ thuật hệ thống dịch vụ đảm bảo đáp ứng các yêu cầu tính năng phục vụ kinh doanh, chăm sóc khách hàng, quản trị/vận hành hệ thống.

- **Bước 3:** Chuẩn bị đưa dịch vụ vào khai thác

- + Chuẩn bị về mặt chủ trương, cung cấp nội dung dịch vụ (nếu có), cung cấp thông tin và công cụ CSKH.

- + Sẵn sàng kỹ thuật chính thức cung cấp dịch vụ.

- + Thực hiện các thủ tục bàn giao hệ thống dịch vụ từ P.PTDV sang P.KT đảm nhiệm vận hành.

- **Bước 4:** Đưa dịch vụ vào khai thác

- + Đơn vị phụ trách kỹ thuật đưa hệ thống vào chính thức cung cấp dịch vụ sau khi có quyết định/công văn về việc chính thức đưa dịch vụ vào khai thác.

- + Thực hiện truyền thông cho dịch vụ.

- **Bước 5:** Theo dõi và tối ưu dịch vụ

- + Thực hiện đánh giá và tối ưu dịch vụ.

- + Theo dõi và điều chỉnh CSKH, truyền thông, điều chỉnh về hệ thống kỹ thuật.

- + Chấm dứt dịch vụ (nếu cần).

2.2.1.2 Lập kế hoạch phát triển dịch vụ

1. Xây dựng kế hoạch cung cấp DVGTGT hàng năm

Đối với các dịch vụ mới có tiềm năng không nằm trong kế hoạch cung cấp DVGTGT hàng năm, các đơn vị trong Trung tâm chủ động đề xuất triển khai cung cấp.

2. Xây dựng chủ trương cung cấp dịch vụ

Các bước thực hiện như sau:

Bước 1: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang phê duyệt chủ trương hoặc giao nhiệm vụ Trung tâm triển khai dịch vụ.

Bước 2: ĐVKD chủ trì, P.PTDV phối hợp yêu cầu đối tác hoàn thiện PAKD, PAKT.

Bước 3: ĐVKD chủ trì, P.PTDV phối hợp đánh giá và báo cáo Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang

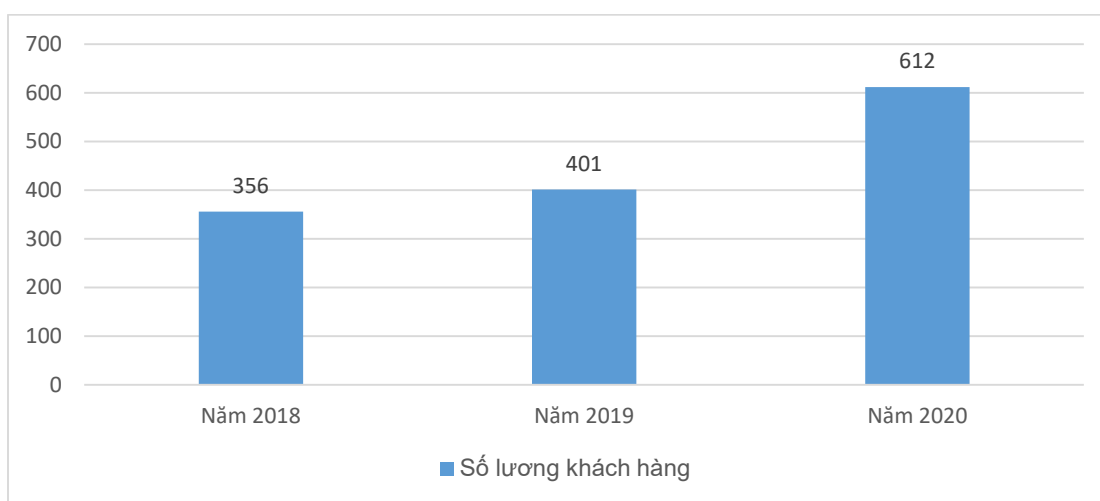
Bước 4: P.PTDV chủ trì, ĐVKD phối hợp kick off, thống nhất kế hoạch triển khai dịch vụ chi tiết tại cuộc họp kick off.

2.2.2. Kết quả phát triển dịch vụ hoá đơn điện tử VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

2.2.2.1. Phát triển về chiều rộng

a. Số lượng khách hàng

Trước sự bùng nổ của chuyển đổi số, việc áp dụng HĐĐT là xu thế tất yếu đối với tất cả các doanh nghiệp. Các nhà cung cấp dịch vụ càng có nhiều cơ hội để thu hút khách hàng sử dụng các dịch vụ HĐĐT của mình. Đối tượng khách hàng mà Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đang muốn nhắm đến là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tình hình khách hàng sử dụng dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang được trình bày ở hình sau:



(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Hình 2.3. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT-Bắc Giang

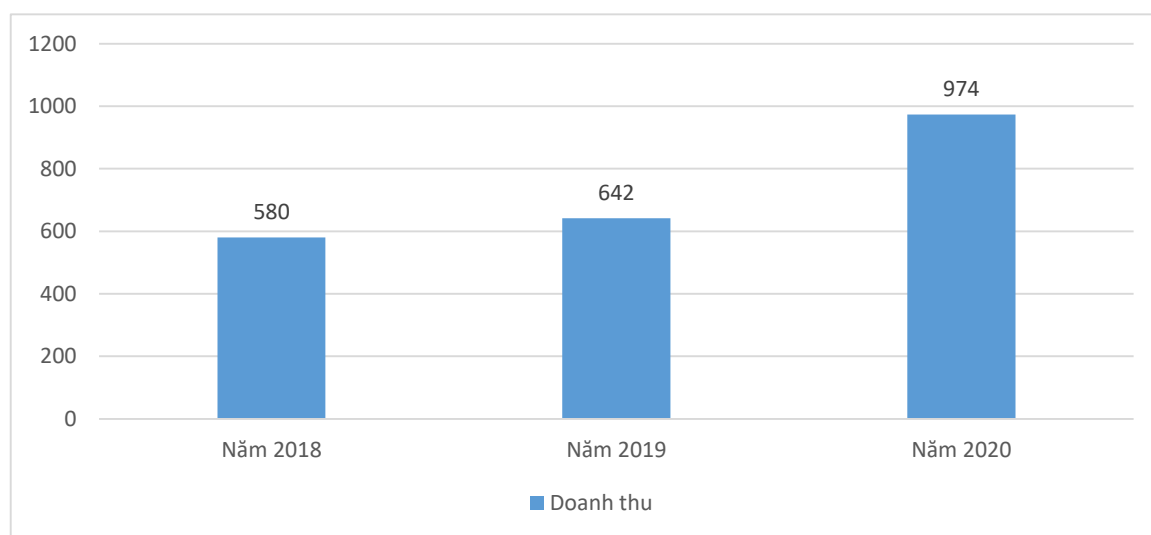
Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ hóa đơn điện tử của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang tăng mạnh theo từng năm. Cụ thể, hình 2.2 thể hiện số lượng khách hàng doanh nghiệp sử dụng dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang trong giai đoạn năm 2018- 2020.

Năm 2018, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang bắt đầu triển khai hợp tác với Cục thuế tỉnh Bắc Giang triển khai hóa đơn điện tử cho các tổ chức/doanh nghiệp trên toàn địa bàn như Bệnh viện đa khoa huyện Hiệp Hòa, Bệnh viện đa khoa Lục Ngạn, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đã phối hợp Sở Giáo dục tỉnh Bắc Giang cũng như các phòng Giáo dục triển khai đến các trường học, đơn vị trực thuộc nên mới chỉ có 356 khách hàng doanh nghiệp sử dụng dịch vụ HĐĐT. Sang năm 2019, số lượng khách hàng tăng lên 401 doanh nghiệp trong năm 2019. Đặc biệt trong giai đoạn 2020, với chính sách quy định rõ ràng được ban hành, doanh nghiệp đồng loạt chuyển đổi hóa đơn giấy sang HĐĐT khiến số lượng khách hàng đạt con số 612 doanh nghiệp.

b. Doanh thu

Từ số lượng doanh nghiệp sử dụng HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang, có thể nhận thấy tương ứng doanh thu của dịch vụ này cũng có sự tăng trưởng đáng kể trong giai đoạn 2018-2020

Đơn vị tính: triệu đồng



(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Hình 2.4. Biểu đồ doanh thu dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang

Cụ thể trong hình 2.3, doanh thu năm 2018 của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là 580 triệu đồng đến năm 2019 tăng lên 642 triệu đồng tăng 13% so với năm 2018. Năm 2020 do số lượng khách hàng tăng nên doanh thu cũng tăng lên 974 triệu, tăng 53% so với năm 2019. Nhìn chung doanh thu dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang tăng hàng năm cũng khẳng định được vị thế của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ HĐĐT nói riêng và dịch vụ CNTT nói chung.

2.2.2.2. Phát triển về chiều sâu

a. Cung cấp đa dạng các gói dịch vụ

Với nền tảng hạ tầng tốt của VNPT, dịch vụ công nghệ thông tin vẫn luôn được chú trọng phát triển. Đặc biệt với đối tượng khách hàng đa dạng, từ Ngân hàng, Tập đoàn lớn, khách sạn, bệnh viện đến những doanh nghiệp kinh doanh nhỏ, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đều có những bộ giải pháp sản phẩm phù hợp cho từng đối tượng và dịch vụ HDDT là một trong số đó. Hướng đến tạo nên hệ sinh thái dịch vụ VT, CNTT tạo sự tin tưởng, thống nhất, gắn kết giữa khách hàng và Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang. Đặc biệt, để góp phần hỗ trợ các doanh nghiệp chuyển sang sử dụng hóa đơn điện tử, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cũng đã ban hành nhiều chính sách mới nhằm phát triển mạnh hơn dịch vụ này. Theo đó, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang ban hành gói cước tích hợp dịch vụ Hóa đơn điện tử VNPT-Invoice với 4 phần mềm: vnEdu, VNPT-Pos, VNPT-iGate, VNPT-His.

Cụ thể, gói tích hợp vnEdu và VNPT-Invoice ưu đãi với nhà trường chưa sử dụng hỗ trợ tích hợp vnEdu và VNPT -Invoice, giảm đến 25% cước phí số liên lạc điện tử. Đối với các trường chưa sử dụng vnEdu và các trường đã sử dụng, đồng giá 400 đồng/hóa đơn khi sử dụng gói cước dưới 10.000 hóa đơn, mức giảm lên đến gần 50% đơn giá hóa đơn điện tử thông thường. Với gói tích hợp VNPT-His và VNPT-Invoice, VNPT ưu đãi cho khách hàng 20% số lượng hóa đơn khi khách hàng ký hợp đồng lần đầu. Gói tích hợp VNPT-iGate và VNPT-Invoice, khách hàng chưa sử dụng phần mềm sẽ được ưu đãi 12 tháng dùng thử phần mềm VNPT-iGate, đồng giá 500 đồng/biên lai. Còn với gói tích hợp các dịch vụ VNPT-Pos và VNPT Invoice, VNPT ưu đãi cho khách hàng 20% số lượng hóa đơn khi ký hợp đồng lần đầu.

Chiến lược sản phẩm của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là cung cấp đa dạng các gói dịch vụ để đáp ứng được mọi yêu cầu sử dụng của khách hàng. Ngoài ra Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang còn đưa ra rất nhiều các dịch vụ phụ hỗ trợ cho dịch vụ chung đó.

Đặc biệt với dịch vụ HDDT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang, để đa dạng về mặt mẫu mã cũng như mang tới cho khách hàng nhiều sự lựa chọn hơn,

hiện tại Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đã thiết kế và đưa lên hệ thống hóa đơn điện tử giá rẻ 10 mẫu hóa đơn cơ bản. Các hóa đơn đều đảm bảo tiêu chuẩn theo mẫu của cơ quan quản lý thuế và ngoài ra còn có các mẫu truyền thống, phổ biến đang được nhiều tổ chức, doanh nghiệp sử dụng.

Riêng với dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang, khách hàng có thể lựa chọn phương thức triển khai dịch vụ tùy theo hiện trạng của DN, với những DN đã có sẵn cơ sở hạ tầng hoàn toàn có thể mua giải pháp HĐĐT thay vì mua cả gói dịch vụ với chi phí cao hơn mà lại không tận dụng được hạ tầng sẵn có. Phương thức triển khai linh hoạt, mức giá phù hợp và đội ngũ kỹ thuật sẵn sàng hỗ trợ hệ thống của khách hàng. Bên cạnh đó, để thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice, đồng thời cạnh tranh với các nhà cung cấp khác, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đã cho ra nhiều bảng giá, nhiều lựa chọn gói theo nhu cầu riêng của từng đối tượng khách hàng.

➤ **Khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ**

Doanh nghiệp sử dụng toàn bộ giải pháp hóa đơn điện tử do VNPT triển khai kèm theo phí tích hợp phần mềm kế toán, chi phí thiết kế lại mẫu hóa đơn và thiết bị ký số chuyên dụng theo yêu cầu của các doanh nghiệp.

Bảng 2.2: Giá cước dịch vụ đề xuất

Gói Cước	Số Lượng	Giá Cước	Phí khởi Tạo	Thành Tiền
HD300	300 số	330.000đ	550.000đ	880.000đ
HD500	500 số	462.000đ	550.000đ	1.012.000đ
HD1000	1.000 số	737.000đ	550.000đ	1.287.000đ
HD2000	2.000 số	1.100.000đ	550.000đ	1.650.000đ
HD5000	5.000 số	2.365.000đ	Miễn phí	2.365.000đ
HD10.000	10.000 số	3.960.000đ	Miễn phí	3.960.000đ
HD MAX	300.000.000	330đ/số	Miễn phí	330đ/số
Ghi chú	Giá trên đã bao gồm 10% VAT			

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Với giá cước này, doanh nghiệp sử dụng dịch vụ còn được:

- Miễn phí thiết kế theo mẫu của VNPT
- Phí thiết kế theo mẫu riêng của Doanh Nghiệp: 1.100.000đ (Không bắt buộc)
- Phí tích hợp vào phần mềm kế toán: 5.500.000đ (Không bắt buộc)
- Phí trên đã bao gồm: Phí lưu trữ cho mỗi hóa đơn trong vòng 10 năm, tính từ ngày phát hành hóa đơn.
- Với khách hàng đăng ký: số lượng hóa đơn ≤ 10.000 Hóa đơn/lần, đăng ký theo gói hóa đơn mặc định từ HD300 đến HD10.000;
- Không giới hạn thời gian sử dụng. Hết năm tài chính, các hóa đơn đã đăng ký trong gói vẫn còn, thực hiện chuyển sang năm sau sử dụng tiếp.
- Sử dụng hết số lượng hóa đơn quy định, khách hàng mua bổ sung gói hóa đơn để tiếp tục phát hành

➤ **Khách hàng dự án lớn**

VNPT cung cấp 2 phương án cung cấp dịch vụ linh hoạt, tùy thuộc vào hạ tầng đang sẵn có của khách hàng.

Phương án 1: Sử dụng hạ tầng có sẵn của dịch vụ HĐĐT VNPT

Bảng 2.3: Giá cước cho khách hàng sử dụng phương án 1

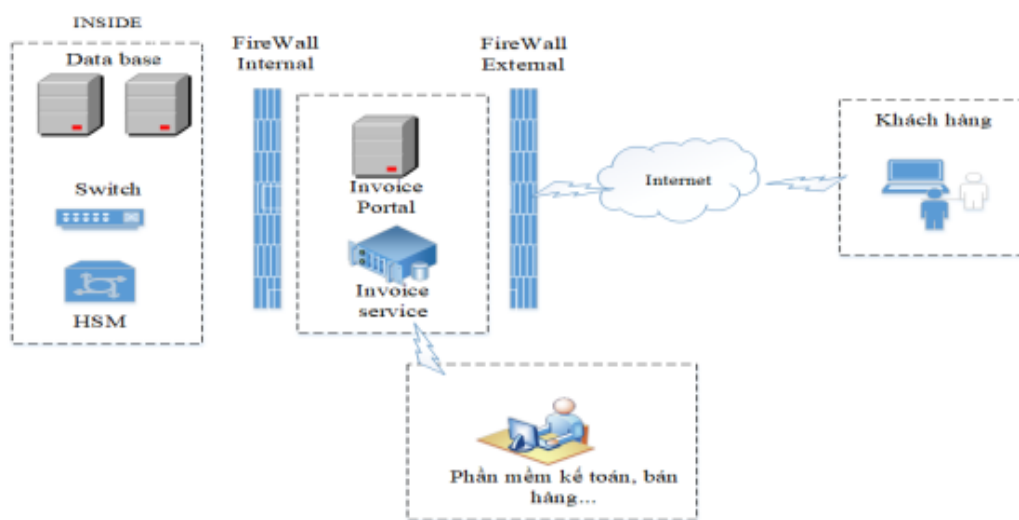
ST T	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Tên gói cước	Giá (VNĐ)	Ghi chú
1	Phí gói cước hóa đơn	Gói	<5000	HD 5000	2.150.000	<ul style="list-style-type: none"> - Không giới hạn thời gian sử dụng hóa đơn - Miễn phí lưu trữ 10 năm - Chưa bao gồm VAT 10%
		Gói	10000	HD 10.000	3.600.000	
		Tờ	>10.000	HD_Max	300đ/tờ	
2	Phí kết nối phần mềm quản lý/phần mềm kế toán...với phần mềm HĐĐT của VNPT (nếu có)	Gói	1			<ul style="list-style-type: none"> - Đầu tư 1 lần duy nhất. Phí tích hợp phần mềm không chịu thuế VAT - Báo giá theo

ST T	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Tên gói cước	Giá (VNĐ)	Ghi chú
						khảo sát yêu cầu thực tế của khách hàng
3	Khởi tạo hệ thống, thiết lập mẫu hóa đơn	Gói	1	0-2.000.000đ		- Đầu tư 1 lần duy nhất - Phí tích hợp phần mềm không chịu thuế VAT. Phí phụ thuộc vào yêu cầu khởi tạo hóa đơn của KH

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Phương án 2: Khách hàng tự đầu tư hạ tầng

Mô hình kết nối:



(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Hình 2.5: Mô hình triển khai dịch vụ HDDT

Là dịch vụ Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cung cấp giải pháp để khách hàng phát hành hóa đơn điện tử cho khách hàng của mình, trong đó:

- Trách nhiệm Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang: Khảo sát, tư vấn, xây dựng giải pháp. Tích hợp hệ thống VNPT-invoice với phần mềm bán hàng, phần mềm kế toán, phần mềm quản lý công nợ. Chuyển giao toàn bộ giải pháp cho khách hàng tự vận hành, khai thác sử dụng. Bảo trì, bảo dưỡng, nâng cấp, sửa chữa.

- Trách nhiệm của Khách hàng: Tự đầu tư thiết bị hạ tầng, bao gồm: Máy chủ, đường truyền internet, Firewall, thiết bị lưu trữ, ... Tiếp nhận chuyển giao. Chủ động tự khai thác, vận hành, sử dụng hệ thống. Giá cước dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT: gồm phí đầu tư ban đầu (năm đầu tiên), phí duy trì các năm tiếp theo.

Bảng 2.4: Giá cước cho khách hàng sử dụng phương án 2

TT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá VNĐ	Ghi chú
1	Bản quyền phần mềm (license)	Gói	1	Theo khảo sát thực tế	Chỉ thu 1 lần duy nhất
	Phí tích hợp phần mềm với phần mềm kế toán/quản trị	Gói	1	Theo khảo sát thực tế	Chỉ thu 1 lần duy nhất
2	Phí bảo dưỡng, nâng cấp	VNĐ/năm	1	15-20% (của phí phần mềm (license))	Phần mềm không chịu thuế VAT

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Ngoài ra, nếu khách hàng muốn tự đầu tư thiết bị, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cũng sẵn sàng hỗ trợ đề xuất thiết bị và số lượng cần thiết.

Bảng 2.5: Thiết bị hạ tầng ban đầu Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang đề xuất để KH tự trang bị

STT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (VNĐ)	Ghi chú
1	Thiết bị HSM (Hardware Security Modules): Loại PCI/LAN HSM, tốc độ ký số 1.500 PTS	VNĐ/cái	1		Doanh nghiệp tự đầu tư

STT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (VNĐ)	Ghi chú
2	Server chạy ứng dụng phát hành HĐĐT: Cấu hình tối thiểu: - CPU: 2xIntel® Quad Core X5550 Xeon ® CPU, 2.66Ghz, 8M Cache - Ram: 16G - HDD: 2x300G, support RAID: 0,1,10,5	VNĐ/cái	5		
3	Firewall	VNĐ/cái	2		

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang)

Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là đơn vị cung cấp dịch vụ HĐĐT với nhiều mức giá linh hoạt phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang tự tin với mức giá của mình hoàn toàn đủ sức cạnh tranh với các đối thủ, ngay cả trong trường hợp các đối thủ đưa ra mức giá rất thấp. Hơn nữa, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang với lợi thế là uy tín của nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin hàng đầu Việt Nam, sẵn sàng cung cấp combo nhiều dịch vụ, không chỉ dừng lại ở dịch vụ HĐĐT mà còn nhiều dịch vụ, tiện ích đi kèm để đảm bảo hạ tầng và trải nghiệm người dùng.

b. Tính năng tiện ích của VNPT-Invoice

- Dễ dàng kết nối/tích hợp với các hệ thống CRM, ERP, Kế toán, Tính cước,... để liên thông và tự động hóa toàn bộ dữ liệu hóa đơn

- Cho phép xuất hóa đơn dưới nhiều hình thức: xuất hóa đơn lẻ khi phát sinh giao dịch, xuất hóa đơn định kỳ theo lô
- Triển khai hệ thống quản lý và phát hành hóa đơn tập trung tại Trung tâm, cho phép các đơn vị thành viên thực hiện xuất, gửi và khai thác hóa đơn
- Tích hợp sẵn giải pháp ký số cho hóa đơn
- Đáp ứng nhiều đặc thù quản lý khác nhau của doanh nghiệp
- Thời gian lưu trữ hóa đơn lâu dài: với chính sách áp dụng cho khách hàng sử dụng hóa đơn điện tử VNPT sẽ được miễn phí lưu trữ trong thời gian 10 năm trên hệ thống server của VNPT, từ đó giải quyết các vấn đề về chi phí lưu trữ, bảo quản hóa đơn cũng như tránh được các rủi ro mất hay cháy hóa đơn.
- Không cần đầu tư chi phí hệ thống: khách hàng được sử dụng hệ thống dự phòng (backup) dữ liệu tại 02 điểm Hà Nội, Hồ Chí Minh
- Hỗ trợ sử dụng dễ dàng: để hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp trong quá trình bắt đầu áp dụng hóa đơn điện tử, việc triển khai hóa đơn điện tử vô cùng đơn giản khi nhân viên kỹ thuật sẽ hỗ trợ các khâu cài đặt cũng như hồ sơ gửi cơ quan chức năng, đồng thời hướng dẫn và tư vấn trong suốt quá trình sử dụng hóa đơn.

c. Tính bảo mật của dịch vụ VNPT-Invoice

VNPT-Invoice là dịch vụ được cung cấp bởi Tổng công ty Bưu chính viễn thông Việt Nam, dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT đang được biết đến là dịch vụ hàng đầu trong việc đảm bảo tính bảo mật tuyệt đối cũng như tính chính xác, chặt chẽ về chuyên môn nghiệp vụ. Dựa trên hệ thống luôn được đảm bảo hoạt động liên tục 24/24, backup dữ liệu chuyên nghiệp cùng vô số các dịch vụ đi kèm khác như: VNPT-TAX – cổng khai thuế qua mạng, VNPT-CA – dịch vụ chứng thực hóa đơn điện tử đã trở thành thế mạnh đặc biệt của hóa đơn điện tử VNPT so với các dịch vụ hóa đơn điện tử khác

d. Sự hài lòng của KH về dịch vụ VNPT-Invoice

Qua Bảng 2.6, cho thấy đối với tiêu chí “Chất lượng dịch vụ Hóa đơn điện tử của VNPT tốt” và “Dịch vụ Hóa đơn điện tử của VNPT đáp ứng được nhu cầu sử dụng của khách hàng” được đánh giá với điểm trung bình cao nhất lần lượt là 4,05; 4,07. Dịch vụ HĐĐT là một trong những dịch vụ CNTT triển khai đầu tiên của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang, với kinh nghiệm triển khai và hoàn thiện về giải pháp nên có đến 88,3% khách hàng hài lòng về chất lượng của dịch vụ, 95,5% khách hàng hài lòng về khả năng đáp ứng của dịch vụ. Đặc biệt có 0% số lượng khách hàng được khảo sát không đồng ý với tiêu chí đánh giá dịch vụ này.

Bảng 2.6. Đánh giá của khách hàng về sản phẩm dịch vụ

Ký hiệu	Tiêu chí đánh giá	Điểm trung bình	Mức đánh giá (%)				
			1	2	3	4	5
SP01	Chất lượng dịch vụ Hóa đơn điện tử của VNPT tốt	4,05	0,0	0,0	11,7	72,0	16,3
SP02	Dịch vụ Hóa đơn điện tử của VNPT đáp ứng được nhu cầu sử dụng của khách hàng	4,07	0,0	0,0	4,5	84,2	11,3
SP03	Hóa đơn điện tử của VNPT có nhiều gói dịch vụ (theo số lượng hóa đơn, theo phương án triển khai) cho khách hàng lựa chọn	3,42	0,0	4,5	53,6	37,6	4,3

Ký hiệu	Tiêu chí đánh giá	Điểm trung bình	Mức đánh giá (%)				
			1	2	3	4	5
SP04	Dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT được triển khai nhanh chóng	3,19	0.8	10,2	69,4	18,3	1.3
SP05	Khách hàng được hỗ trợ, hướng dẫn, giải đáp thắc mắc chính xác và nhanh chóng trong quá trình sử dụng	3,54	0.4	5,2	64,2	23.6	6,6
SP06	Tổng đài hỗ trợ/chăm sóc khách hàng đáp ứng được nhu cầu khách hàng	3,73	0,9	5.6	49,3	26	18,2
Ghi chú: Mức đánh giá: 1-Rất không đồng ý; 2-Không đồng ý; 3-Bình thường; 4-Đồng ý; 5-Rất đồng ý							

Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang

Với tiêu chí “Hóa đơn điện tử của VNPT có nhiều gói dịch vụ cho khách hàng lựa chọn” được đánh giá với điểm trung bình là 3,42. Điểm đánh giá thấp hơn so với 2 tiêu chí đánh giá trước đó. Điều này phản ánh việc khách hàng doanh nghiệp muốn nhiều gói dịch vụ hơn nữa.

Tiêu chí “Dịch vụ hóa đơn điện tử của VNPT được triển khai nhanh chóng” được đánh giá với điểm trung bình thấp nhất trong các tiêu chí là 3,19. Sau khi khảo sát hiện trạng khách hàng, chỉ 1-2 ngày là cung cấp được cho khách hàng account vào

hệ thống demo. Điều này là điểm cộng so với các đơn vị cung cấp hóa đơn điện tử khác nhưng có 1 số vướng mắc trong việc chuyển từ hệ thống demo sang hệ thống thật khiến cho điểm đánh giá cho tiêu chí này ở Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang bị thấp. Bên cạnh đó, tiêu chí “Khách hàng được hỗ trợ, hướng dẫn, giải đáp thắc mắc chính xác và nhanh chóng trong quá trình sử dụng” và “Tổng đài hỗ trợ/chăm sóc khách hàng đáp ứng được nhu cầu khách hàng” được đánh giá với điểm trung bình là 3,54 và 3,73. Sau khi nhân viên bán hàng, đại lý trao đổi sẽ cung cấp đầu mỗi nhân viên hỗ trợ kỹ thuật để giải đáp hỗ trợ thắc mắc trong quá trình dùng thử dịch vụ trên hệ thống demo. Quy định của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là nhân viên hỗ trợ kỹ thuật – PreSale sẽ phải sẵn sàng nghe điện thoại trong giờ hành chính để hỗ trợ khách hàng, teamview vào hệ thống demo xử lý lỗi và hướng dẫn cách sử dụng cho khách hàng. Việc chuyên môn hóa, cung cấp riêng đầu mỗi hỗ trợ cho các khách hàng được đánh giá cao nhưng do số lượng khách hàng lớn, 1 nhân viên hỗ trợ kỹ thuật phải phụ trách nhiều khách hàng, đôi khi khiến tốc độ hỗ trợ chưa được tối ưu, khiến khách hàng phải đợi và gọi trong nhiều lần.

2.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

2.2.3.1 Các nhân tố bên trong VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang

- Con người: Là nhân tố quan trọng nhất, đòi hỏi có trình độ chuyên môn cao, có khả năng sáng tạo, nắm bắt tâm lý nhu cầu của khách hàng, nhạy bén với xu hướng công nghệ nhằm đưa ra các sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang có đội ngũ lao động trình độ đại học chiếm 100% là lực lượng lao động chuyên sâu trình độ cao. Tuy nhiên cần có chính sách thu hút lao động và giữ chân lao động có trình độ cao là yêu cầu cấp bách của VNPT.

- Nguồn vốn: là nhân tố quyết định đến việc phát triển dịch vụ Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là đơn vị kinh tế trực thuộc Tổng Công ty dịch vụ Viễn

thông có tình hình kinh doanh ổn định và có chênh lệch thu chi tăng trưởng, đây là một nhân tố hỗ trợ tích cực cho việc phát triển dịch vụ Đa phương tiện.

- Giá cước: có tác động mạnh mẽ đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng, về nhân tố này VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện đang là nhà mạng có giá cước phù hợp nhất so với các nhà mạng khác.

- Truyền thông và quy trình cung ứng: truyền thông như cầu nối giữa nhà cung cấp dịch vụ với khách hàng, giúp khách hàng hiểu rõ về tính năng và giá cả của dịch vụ, đồng thời giúp cho các nhà cung cấp nắm bắt nhu cầu mong muốn của khách hàng. Quy trình cung ứng là khâu quan trọng trong triển khai dịch vụ tới khách hàng, việc đăng ký sử dụng dịch vụ đơn giản thuận tiện sẽ ảnh hưởng đến tâm lý của khách hàng muốn sử dụng dịch vụ.

- Công nghệ: Đây là nhân tố sống còn đối với Doanh nghiệp viễn thông, nắm bắt và đầu tư kịp thời vào xu hướng công nghệ sẽ tác động đến tốc độ, chất lượng, phạm vi, hành vi sử dụng, và nội dung của dịch vụ đa phương tiện. VNPT nói chung và Bắc Giang nói riêng luôn đi đầu trong đổi mới công nghệ từ 2G, 3G, 4G và sắp tới 5G nhằm đem lại cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất, chất lượng ổn định nhất. VNPT hiện là thương hiệu trong TOP 10 doanh nghiệp VN.

2.2.3.2 Các nhân tố bên ngoài VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang

- Tình hình phát triển kinh tế tỉnh Bắc Giang: Tỉnh Bắc Giang là một trong các tỉnh có tốc độ tăng trưởng kinh tế, đô thị hóa cao nhất cả nước, thu nhập của người dân không ngừng tăng lên. Do vậy có ảnh hưởng lớn đến nhu cầu sử dụng các dịch vụ đa phương tiện phục vụ giải trí, mua sắm online, giáo dục, ngân hàng điện tử, games... Đây là điều kiện thuận lợi để VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang mở rộng và phát triển dịch vụ Đa phương tiện.

- Nhân tố văn hóa xã hội: Bắc Giang là mảnh đất giàu truyền thống văn hóa, dân trí cao, bên cạnh đó Bắc Giang nằm tiếp giáp với Hà Nội nên cũng chịu ảnh hưởng

bởi các trào lưu, xu hướng công nghệ mới, đây cũng là các khía cạnh để Doanh nghiệp viễn thông khai thác phát triển dịch vụ đa phương tiện.

- Nhân tố hội nhập: Đa số các dịch vụ đa phương tiện là sự kết hợp với các đối tác nước ngoài, hoặc thông qua các công ty cung cấp nội dung của Việt Nam với sản phẩm do doanh nghiệp nước ngoài cung cấp ảnh hưởng đến giá dịch vụ đa phương tiện.

- Đối thủ cạnh tranh: Bắc Giang là thị trường tiềm năng trọng điểm của nhiều nhà mạng nên tính cạnh tranh rất lớn, có tác động không nhỏ đến sự phát triển dịch vụ đa phương tiện, đòi hỏi VNPT phân tích điểm mạnh điểm yếu của các đối thủ để đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp

- Thị hiếu khách hàng: Đây là nhân tố đòi hỏi VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang cần quan tâm để đưa ra chính sách phát triển dịch vụ cho phù hợp với từng phân khúc khách hàng: loại dịch vụ, giá cả như thế nào..

Hiện nay trên thị trường có rất nhiều nhà cung cấp hoá đơn điện tử, có thể kể ra như VIETTEL, BKAV, Thái Sơn, Einvoice, Meinvoice,... Nếu xét theo nền tảng sử dụng có thể chia ra làm 2 loại chính là hoá đơn điện tử phiên bản website và phiên bản phần mềm. Ngoài ra, còn có thể phân loại theo hoá đơn điện tử do bên thứ ba cung cấp và hoá đơn điện tử do chính công ty phần mềm kế toán, bán hàng mà doanh nghiệp đang sử dụng cung cấp.

2.3. Đánh giá chung về phát triển dịch vụ dịch vụ VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

2.3.1. Những điểm đạt được

Nhìn chung chất lượng dịch vụ VNPT-Invoice trên địa bàn tỉnh Bắc Giang ngày càng có nhiều chuyển biến tích cực so với những năm trước.

Một là, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ tăng nhanh qua các năm.

Thứ hai, doanh số dịch vụ HĐĐT cũng tăng nhanh qua các năm.

Thứ ba, chất lượng dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang tốt được khách hàng đánh giá cao.

Thứ tư, các tiện ích của dịch vụ đa dạng đáp ứng nhu cầu của các loại hình doanh nghiệp từ các doanh nghiệp nhỏ đến các doanh nghiệp lớn.

Thứ năm, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cung cấp combo nhiều dịch vụ, tiện ích đi kèm đảm bảo hạ tầng và trải nghiệm người dùng.

2.3.2. Hạn chế, nguyên nhân

2.3.2.1. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được trong công tác phát triển dịch vụ HĐĐT thì vẫn còn tồn tại những hạn chế sau:

- Dịch vụ HĐĐT của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang chưa có nhiều gói dịch vụ cho khách hàng lựa chọn.
- Hoạt động xúc tiến quảng bá còn yếu
- Khâu hỗ trợ, hướng dẫn, giải đáp thắc mắc của khách hàng chưa có quy trình đầy đủ nên thường chậm trễ khiến khách hàng không hài lòng.
- Giá cả hóa đơn điện tử của VNPT vẫn còn cao hơn các đối thủ cạnh tranh
- Công nghệ, hình thức còn khá mới, nhiều doanh nghiệp chưa quen thao tác, trình độ công nghệ thông tin của một số khách hàng còn hạn chế.
- Có khả năng gặp một số rủi ro như lỗi Internet, lỗi hệ thống, cúp điện...
- Chưa có sự phổ biến rộng rãi, rõ ràng về tính pháp lý
- Cần phải có hệ thống liên kết lớn từ doanh nghiệp tới các khách hàng, đối tác và cả cơ quan thuế nữa
- Các tính năng của phần mềm còn hạn chế chưa liên kết với phần mềm kế toán, giao diện phần mềm chưa bắt mắt.

2.3.2.2. Nguyên nhân

- Do phần mềm hóa đơn điện tử chưa tối ưu hóa được hết các tính năng dịch vụ cho khách hàng lựa chọn và sử dụng.

- Quy trình hướng dẫn, giải đáp thắc mắc khách hàng còn nhiều bất cập.

- Chi phí đầu tư để sử dụng hóa đơn điện tử không nhỏ khi phải có máy tính, trang thiết bị nối mạng, dịch vụ đường truyền... Trong khi đó, hạ tầng thông tin nhiều lúc, nhiều nơi chưa bảo đảm, nhất là ở vùng sâu, vùng xa. Với đối tượng khách hàng DN nhỏ và siêu nhỏ, họ muốn tiết kiệm chi phí tối đa với gói cước HĐ phù hợp nhất với nhu cầu của họ vì thế Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cần cung cấp thêm các gói cước với số lượng hóa đơn nhỏ như HĐ100, HĐ200... Khi so sánh bảng giá dịch vụ của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang và các nhà cung cấp khác thì khách hàng sẽ thấy mức giá thấp nhất trên thị trường không phải là của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang. Vì vậy, VNPT Vinaphone cần chú ý kết hợp với chính sách xúc tiến để nhấn mạnh đến chất lượng dịch vụ và uy tín của nhà cung cấp để khách hàng nhận biết được mức giá cạnh tranh của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang.

- Một số DN không muốn công khai minh bạch thông tin. Triển khai hóa đơn điện tử mang lại nhiều tiện ích giúp cho Doanh nghiệp quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh được dễ dàng, giảm được chi phí. Tuy nhiên nhiều doanh nghiệp làm ăn không minh bạch, muốn lợi dụng cách quản lý cũ để dễ bề gian lận nhằm mục đích mập mờ doanh thu, gian lận thuế thì tìm mọi lý do để ngăn cản, trì hoãn việc triển khai hóa đơn điện tử đây cũng là một cản trở không nhỏ.

- Các DN nhỏ và vừa thường chậm trong việc tiếp cận công nghệ, ngại thay đổi. Mặc dù đã biết ưu điểm của hóa đơn điện tử nhưng nhiều DN do số lượng sử dụng không nhiều và số lượng hóa đơn giấy in còn rất nhiều trong kho nên vẫn còn đang “nghe ngóng” lộ trình chuyển đổi theo yêu cầu của cơ quan thuế. Hiện giờ thói quen sử dụng tiền mặt của người dân cũng là một hạn chế, dẫn tới hóa đơn điện tử “chậm” được áp dụng và triển khai trên quy mô lớn.

- Để có đủ điều kiện sử dụng hóa đơn điện tử, một trong những điều kiện mà các DN phải có được chính là hệ thống máy móc và trang thiết bị đảm bảo cho việc vận hành và sử dụng hóa đơn này. Ngoài ra, còn phải có một hệ thống nhân lực với trình độ cao để có thể sử dụng. Đó là chưa kể đến sự phụ thuộc hoàn toàn vào máy móc khi có sự cố mất điện hay hệ thống lỗi, hoặc mất tín hiệu internet thì các DN sẽ gặp vấn đề với loại hình hóa đơn này. Như vậy, việc chậm trễ trong việc xuất hàng hóa và ảnh hưởng tới công việc kinh doanh là điều rất dễ xảy ra.

- Việc chuyên môn hóa, cung cấp riêng đầu mối hỗ trợ cho các khách hàng được đánh giá cao nhưng do số lượng khách hàng lớn, 1 nhân viên hỗ trợ kỹ thuật phải phụ trách nhiều khách hàng, đôi khi khiến tốc độ hỗ trợ chưa được tối ưu, khiến khách hàng phải đợi và gọi trong nhiều lần.

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-INVOICE TẠI ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG

3.1. Định hướng phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice

Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang là đơn vị kinh doanh dịch vụ Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang được tổng công ty dịch vụ viễn thông Vinaphone giao chỉ tiêu về sản lượng, doanh thu trong kế hoạch hàng năm, do đó đã đề ra cho mình những mục tiêu cụ thể cần phải đạt được trong những năm tới:

- Tiếp tục giữ thị phần dịch vụ và là nhà mạng có thị phần lớn nhất trên địa bàn tỉnh đối với dịch vụ HĐĐT.
- Giữ khách hàng hiện có và phát triển khách hàng mới, đảm bảo số lượng doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn sử dụng VNPT-Invoice tăng từ 10 đến 15%/năm.
- Hoàn thiện hệ thống chăm sóc khách hàng và bán hàng, nâng cao trình độ của đội ngũ nhân viên, thường xuyên mở các khóa đào tạo kỹ năng, nghiệp vụ chuyên môn cho nhân viên.

3.2. Giải pháp nhằm phát triển dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice tại địa bàn tỉnh Bắc Giang

3.2.1. Đa dạng hóa dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice

Một là, đa dạng hóa các tính năng của dịch vụ:

Hiện nay, các tính năng của dịch vụ mới chỉ phát triển ở mức độ nhất định giống với một số dịch vụ khác. Các tính năng hỗ trợ của dịch vụ cũng ảnh hưởng lớn đến quyết định của khách hàng, với nhược điểm là ra đời sau nên phải phổ biến rộng rãi thì khách hàng quan tâm đến là “sự khác biệt” – đây chính là điểm để tạo dấu ấn cho khách hàng, ngoài các tính năng cơ bản của dịch vụ thì “sự khác biệt” ở đây có thể sẽ được tạo nên ở các tính năng hỗ trợ. Vậy nên cần nâng cao chất lượng không

chỉ hoàn thiện những tính năng cơ bản, mà còn phải không ngừng nghiên cứu và kết hợp với nhà cung cấp khác để phát triển thêm các tính năng hỗ trợ thay cho lời cam kết cung cấp dịch vụ tốt nhất đối với khách hàng. Một số tính năng hỗ trợ thêm cho khách hàng như:

Để có thể phát triển dịch vụ đóng vai trò, mang đến lợi ích cho khách hàng sử dụng bằng việc đưa ra các dịch vụ. Để làm được điều này, Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cần thiết phải đưa ra được một hệ thống dịch vụ, khi khách hàng nhận thấy việc sử dụng dịch vụ đem lại nhiều lợi ích, tiện lợi và được chấp nhận rộng rãi ở nhiều nơi thì dịch vụ sẽ ngày càng phát triển và thu hút được nhiều khách hàng sử dụng.

Hai là, đa dạng hóa các loại hình dịch vụ:

- Phát triển trở thành đơn vị cung cấp đa dịch vụ. Như vậy VNPT có thể thu thêm phí dịch vụ và khách hàng được hưởng tiện ích với chi phí thấp và thủ tục đơn giản. Loại hình dịch vụ này giúp VNPT phát huy được lợi thế của mình đó là thị phần về thuê bao di động lớn của thị trường Viễn thông Việt Nam.

- Đẩy mạnh phát triển dịch vụ đa phương tiện. Mô hình này một số nước phát triển khá thành công như ở Philipin. Triển khai mô hình này VNPT có thể khai thác hiệu quả tập khách hàng ở khắp các tỉnh đặc biệt là vùng nông thôn, biển đảo, vùng núi...phát huy tốt lợi thế về mặt mạng lưới rộng khắp.

- Nghiên cứu và cho ra đời các DV HDĐT mới phù hợp với các doanh nghiệp vừa và nhỏ và lựa chọn các hình thức marketing phù hợp và có hiệu quả, đẩy mạnh tiếp thị, thực hiện tốt chính sách khách hàng. Quan tâm đến sự kết hợp hài hoà giữa lợi ích của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang với lợi ích của KH, lợi ích của nền kinh tế xã hội.

- Đa dạng hóa các SP DV hóa đơn điện tử cung cấp trên thị trường theo hướng nâng cao chất lượng DV truyền thống và phát triển các SP mới

3.2.2. Giải pháp về xúc tiến

Tiến hành quảng bá dịch vụ nhân mạnh đến chất lượng dịch vụ và uy tín của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang bằng các phương thức mới có khả năng tiếp cận nhanh chóng đến khách hàng qua môi trường Internet, cụ thể:

- Facebook: Thống kê từ Facebook, trong năm 2018 Việt Nam có hơn 49 triệu người dùng mạng xã hội Facebook, số người sử dụng Facebook hàng ngày vào khoảng 26 triệu người và người Việt dành khoảng 2,5 tiếng mỗi ngày để vào Facebook. Nhu cầu liên kết và chia sẻ thông tin của người dùng Internet ngày càng tăng dẫn đến sự lớn mạnh của các mạng xã hội.

Không chỉ cá nhân mà còn có các tổ chức sử dụng mạng xã hội để tiếp cận khách hàng. Khuyến khích các đại lý bán hàng của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang thường xuyên dùng Facebook để tiếp xúc với khách hàng, thông tin về dịch vụ để khách hàng có thể hiểu rõ hơn. Để cạnh tranh với các nhà cung cấp khác trong việc giới thiệu dịch vụ đến khách hàng thì việc ứng dụng mạng xã hội như Facebook để phục vụ cho hoạt động phân phối rất cần thiết.

Trên trang Facebook của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang quản trị viên sẽ cập nhật các hoạt động nhằm truyền thông quảng cáo về dịch vụ: giới thiệu về dịch vụ, các gói cước, chương trình khuyến mãi,... của VNPT Vinaphone. Ngoài ra, để kết nối thường xuyên với khách hàng cần có các chương trình tặng quà ngẫu nhiên cho các khách hàng chia sẻ thông tin quảng cáo của VNPT Vinaphone lên trang Facebook của họ, như vậy bạn bè của họ cũng sẽ theo dõi được thông tin quảng cáo này. Trang Facebook riêng của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang sẽ hạn chế trao đổi về các vấn đề kỹ thuật khi khách hàng có yêu cầu giải quyết và sẽ hướng dẫn khách hàng liên hệ với tổng đài hoặc đại lý cung cấp dịch vụ, như vậy khách hàng khác mới sẽ ít bị tác động tiêu cực và dẫn đến đánh giá không tốt về dịch vụ.

- Tiếp thị trên công cụ tìm kiếm: Bằng cách tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (Search Engine Optimization - SEO) như Google, Youtube, Facebook ... giúp nâng

cao thứ hạng website của Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang trong kết quả tìm kiếm khi người dùng Internet sử dụng các công cụ tìm kiếm này.

- Quảng cáo trả tiền để được xuất hiện trên trang kết quả tìm kiếm, doanh nghiệp chỉ phải trả tiền khi ai đó click vào quảng cáo (như Quảng cáo Google Adwords)

3.2.3 Tăng cường tính bảo mật

Bảo mật thông tin cho Doanh nghiệp và khách hàng phải luôn luôn được ưu tiên hàng đầu. Vì những thông tin rò rỉ sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến Doanh nghiệp cũng như hoạt động kinh doanh. Bảo mật thông tin báo cáo tài chính được coi là cốt lõi trong điều hành quản trị Doanh nghiệp. Đặc biệt trong đó là các giải pháp nhằm bảo mật hóa đơn điện tử.

Nếu hóa đơn bị thất lạc sẽ gây ra nhiều phiền toái cho cả kế toán và chủ doanh nghiệp. Không chỉ về phạt hành chính của cơ quan quản lý mà còn tốn thêm nhiều thời gian công sức. Tất cả việc đó chỉ phục vụ cho việc xác nhận báo cáo thuế và thủ tục hành chính. Trong thực tế vận hành, việc bảo mật thông tin hóa đơn được giao khoán cho nhân viên kế toán.

Nâng cao nhận thức về an ninh mạng cho khách hàng, trước hết Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cần trang bị kiến thức, giáo dục phổ biến pháp luật trong lĩnh vực công nghệ thông tin đối với nhân viên ngân hàng và khách hàng, nhân viên người trực tiếp giao dịch và xử lý các khiếu nại cho khách hàng và giúp khách hàng hiểu được tính bảo mật thông tin dịch vụ HĐĐT và trách nhiệm của họ khi sử dụng để khách hàng tăng khả năng phòng vệ và cảnh giác trước những loại tội phạm liên quan. Khuyến cáo khách hàng phải giữ bí mật thông tin truy cập, thông tin cá nhân và các dữ liệu khác, không chia sẻ với bất kỳ ai. Ngoài ra, phải khuyến khích khách hàng nên thực hiện các biện pháp phòng ngừa như cài phần mềm chống virus, chống gián điệp, thường xuyên thay đổi mật khẩu,...

3.2.4. Tăng cường năng lực thực hiện và đáp ứng

* Hoàn thiện quy trình thủ tục theo hướng đơn giản hóa, rút ngắn thời gian đăng ký và nâng cao tính chuyên nghiệp

Tiếp tục triển khai áp dụng và hoàn thiện chương trình giao dịch một cửa, giảm lượng giấy tờ cần thiết, rút ngắn thời gian đăng ký cho khách hàng. Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang nên nhanh chóng hoàn thiện website, cho phép khách hàng đăng ký dịch vụ trực tuyến, giảm thời gian khách hàng phải hoàn thiện các bước đăng ký tại Trung tâm.

Ban lãnh đạo VNPT cần nhanh chóng xây dựng, tổng hợp hoàn thiện và ban hành các văn bản quy định các bước thực hiện, các giấy tờ cần thiết của tất cả các sản phẩm dịch vụ HĐĐT, nhất là các sản phẩm mới tại Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang thành một chuẩn mực thống nhất như là cẩm nang cho các nhân viên đối chiếu theo khi tiến hành công việc đăng ký dịch vụ cho khách hàng.

Khuyến khích nhân viên sắp xếp công việc mang tính khoa học, thực hiện đúng các quy trình đã được quy định. Nhân viên cần hướng dẫn nhiệt tình, tỉ mỉ cho khách hàng những thủ tục hành chính đúng với quy định, xây dựng được niềm tin nơi khách hàng bằng sự tận tâm, hết lòng giúp đỡ khách hàng của mình.

* Nâng cao chất lượng hệ thống xử lý giao dịch HĐĐT tự động

Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang cần phải tập trung hoàn thiện hơn nữa chất lượng của hệ thống xử lý giao dịch điện tử, nhằm đem lại sự hài lòng cho khách hàng đối với dịch vụ. Một số giải pháp được gợi ý như sau:

- Tập trung xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu thống nhất, đảm bảo quy trình hoạt động xuyên suốt trong toàn hệ thống.

- Tiếp tục đầu tư, hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin phục vụ phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại (ng nghiệp vụ thanh toán trong nước và quốc tế...);

- Hoàn thiện hệ thống các phần mềm Quản trị rủi ro Risk Management...;

- Xây dựng hệ thống công nghệ thông tin hiện đại, tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế, tạo thế mạnh cạnh tranh riêng thông qua việc cạnh tranh bằng công nghệ.

- Nâng cao năng lực xử lý của hệ thống mạng nội bộ, thiết bị chuyển mạch...; nâng cấp hệ thống an ninh, bảo mật ở mức cao...;

- Xây dựng, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ công nghệ thông tin chuyên nghiệp, có trình độ nghiệp vụ cao, đáp ứng nhu cầu quản trị vận hành và làm chủ các hệ thống công nghệ hiện đại.

3.2.5. Gia tăng sự thuận tiện về giá phí

“Giá cả” là nhân tố gây ảnh hưởng lớn đến việc thu hút khách hàng chú ý đến sản phẩm của ngân hàng và cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Nhằm nâng cao tính cạnh tranh về giá, đảm bảo hài hòa lợi ích giữa Chi nhánh và khách hàng.

Xây dựng các gói cước riêng cho các DN, TĐ lớn sử dụng nhiều bộ giải pháp. Ví dụ như với khách hàng là khối khách sạn, có những dịch vụ rất thiết thực với nhu cầu như Wifi offload, Wifi Marketing, MyTV B2B, truyền hình hội nghị, HĐĐT, SMS brandname....Khách hàng khối ngân hàng cần những dịch vụ như bảo mật hệ thống DDoS, Wifi Marketing, tổng đài, SMS brandname, HĐĐT.... Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang chủ động giới thiệu theo bộ giải pháp và đưa ra các mức giá ưu đãi cho từng dịch vụ khi sử dụng bộ giải pháp so với khi dùng đơn lẻ dịch vụ của nhiều nhà cung cấp khác nhau. Phương án giá cho dịch vụ sẽ được triển khai ngay sau khi các bộ giải pháp này hoàn thiện và bàn giao cho khách hàng, dự kiến triển khai trong quý 2 năm 2022.

Xây dựng bộ phận quản lý và phân loại khách hàng nhằm xác định mức chi phí và lợi nhuận của từng phân đoạn khách hàng để từ đó đưa ra các SP dịch vụ ngân hàng điện tử cho phù hợp

3.2.6. Tăng tính dễ sử dụng của hóa đơn điện tử

Quá trình quá lý doanh nghiệp, việc sử dụng dịch vụ điện tử hay phần mềm

tin học nào cũng có thể gặp những vấn đề khó khăn nhất định. Khó khăn của doanh nghiệp phải được hỗ trợ nhanh chóng kịp thời, nhanh chóng và chính xác. Để giải quyết vấn đề này cần có phương án tích hợp với phần mềm kế toán dễ dàng để đảm bảo thông suốt dữ liệu làm giảm tối đa các bước nhập liệu trên hệ thống hóa đơn điện tử. Hệ thống hóa đơn điện tử phải được thiết kế sinh động, sử dụng thuật ngữ dễ hiểu, tránh gây nhầm lẫn, tạo cho điều kiện cho doanh nghiệp sử dụng dễ dàng. Cơ sở dữ liệu hệ thống hóa đơn điện tử phải được cập nhật khi có thông tin của khách hàng mới và gợi ý hay tự điền các thông tin của khách hàng đã có lưu trữ trong hệ thống tạo sự thuận tiện cho người dùng. Mặt khác hệ thống hóa đơn điện tử còn phải ghi nhận nhật ký đăng nhập, và thao tác trên hệ thống để dễ dàng quản lý, kiểm soát được quá trình sử dụng. Tra cứu thông tin về khách hàng, hàng hóa, số lượng và đơn giá cũng cần thiết đối với người sử dụng.

Phần mềm hóa đơn điện tử nên có giao diện gần gũi với người sử dụng, có thể là giao diện nhập thông tin giống như hóa đơn giấy để đối với người sử dụng không có kiến thức về tin học ở mức độ thấp vẫn sử dụng được, đặc biệt khi doanh nghiệp dùng thử phần mềm thì nhân viên vận hành hệ thống hóa đơn điện tử cảm thấy tự tin khi sử dụng từ đó doanh nghiệp mới quyết định sử dụng hóa đơn điện tử chính thức. thực tế nếu doanh nghiệp có đầy đủ cơ sở vật chất và điều kiện công ty thuận lợi, nhân viên có đủ trình độ như máy tính, mạng internet kết nối dễ dàng, cảm thấy thoải mái khi thực hiện hóa đơn điện tử thì việc họ tham gia hệ thống hóa đơn điện tử hầu như rất dễ dàng và điều đó ảnh hưởng mạnh nhất đến xu hướng chọn hóa đơn điện tử

3.2.7. Một số giải pháp khác

3.2.7.1. Giải pháp về con người

Tập huấn về kỹ năng giao tiếp, kỹ năng bán hàng, kỹ năng quản lý, việc ứng dụng các công cụ trực tuyến vào hoạt động kinh doanh...cho nhân sự kinh doanh, marketing, chăm sóc khách hàng, đại lý bán lại. Đặc biệt trong thời đại công nghệ 4.0 phát triển mạnh mẽ như hiện nay thì các hoạt động kinh doanh và marketing

qua các kênh trực tuyến ngày càng phổ biến đòi hỏi người kinh doanh phải nhanh chóng thích nghi và đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Các lớp tập huấn nội bộ về kỹ năng cho bộ phận kinh doanh, chăm sóc khách hàng,...được tổ chức mỗi 6 tháng/lần do các quản lý bộ phận trực tiếp phụ trách. Dự kiến mỗi lớp kéo dài trong 5 buổi, nội dung bao gồm: thảo luận hướng giải quyết cho các trường hợp liên quan trong quá trình cung cấp dịch vụ mà nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang chưa xử lý tốt; các vấn đề mà nhân viên có thể gặp phải trong tương lai; kỹ năng cần thiết để xử lý: phương thức tiếp cận khách hàng, thuyết phục khách hàng, xoa dịu khách hàng, quản lý và sắp xếp công việc hiệu quả; thái độ làm việc của nhân viên; tầm quan trọng của các công cụ trực tuyến trong kinh doanh.

Hoàn thiện bảng tiêu chuẩn đánh giá nhân sự theo KPI để đảm bảo tính chính xác trong công tác lương thưởng cho người lao động, khích lệ nhân sự hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao. Ngoài chính sách trả lương theo hiệu suất công việc thì định kỳ sẽ đánh giá nhân sự (theo tháng, quý, năm) để khen thưởng kịp thời nhằm khích lệ nhân sự nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ được giao, góp phần nâng cao kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Ngoài ra, các nhân sự có sáng kiến cải tiến công việc, mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp cũng được khen thưởng hàng tháng.

3.2.7.2 Giải pháp về quy trình

Xây dựng một Web portal (một nhóm các trang web - còn gọi là cổng thông tin điện tử) cho các dịch vụ nhằm phục vụ khách hàng thực hiện các thủ tục cần thiết trong quá trình sử dụng dịch vụ một cách nhanh chóng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng ngày càng tốt hơn. Thông qua trang web, khách hàng có thể tương tác, thực hiện các thay đổi về dịch vụ HĐĐT và nhiều dịch vụ khác mà không cần phải đến điểm giao dịch. Ngoài ra, trang web này sẽ liên kết đến các trang thanh toán trực tuyến của các ngân hàng để khách hàng có thể dễ dàng thanh toán phí sử dụng dịch vụ một cách thuận tiện nhất. Các công việc liên quan đến nội dung trang web sẽ do Ban Kỹ thuật – Nghiệp vụ chịu trách nhiệm thực hiện.

Xem xét các bước thực hiện trong từng quy trình: Đăng ký, triển khai dịch vụ, hướng dẫn sử dụng, xử lý sự cố, giải quyết khiếu nại...để cải tiến về tiến độ bằng cách: giao kế hoạch triển khai, quy định khung thời gian xử lý công việc cho các bộ phận có liên quan. Nếu công việc cần giải quyết gặp khó khăn và kéo dài hơn quy định thì nhân sự trực tiếp phải có báo cáo cấp trên để có hướng xử lý kịp thời. Hàng tuần có đánh giá kết quả thực hiện để nâng cao hiệu suất công việc.

Yêu cầu VNPT IT giám sát thường xuyên hệ thống phần mềm HĐĐT, cập nhật, làm mới giao diện hệ thống demo, đồng thời đầu tư nâng cấp máy chủ lưu trữ dữ liệu hóa đơn kịp thời để đảm bảo nhu cầu ngày càng lớn của khách hàng

3.2.7.3. Giải pháp về phương tiện hữu hình

Cải thiện hình ảnh các điểm giao dịch nhằm tạo cho khách hàng cảm giác thoải mái, vui vẻ và an tâm mỗi khi đến giao dịch với Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang: Tổ chức “Chương trình 5S: Sàng lọc - Sắp xếp - Sạch sẽ - Sẵn sàng - Sẵn sàng” dành cho các điểm giao dịch, văn phòng. Hàng tháng, đại diện Công đoàn và phòng Hành chánh sẽ đánh giá và cho điểm dựa vào các tiêu chí: ngăn nắp, sạch sẽ và tính thẩm mỹ. Kết quả này sẽ được ghi nhận và đưa vào các chỉ tiêu đánh giá khen thưởng cuối năm cho đơn vị.

Trang bị công cụ làm việc cho nhân viên bán hàng AM, nhân viên kỹ thuật viên PS tiếp xúc với khách hàng để tăng tính chuyên nghiệp và hiện đại. Linh hoạt trong việc trang bị laptop hoặc máy bàn để tiện cho việc đi giới thiệu dịch vụ cho khách hàng. Nâng cấp rà soát sửa và trang bị mới nếu thiết bị hỏng hóc hoặc lỗi thời.

KẾT LUẬN

Đề tài được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng sử dụng hóa đơn điện tử tại địa bàn tỉnh Bắc Giang

Trong môi trường cạnh tranh gay gắt trên mọi lĩnh vực và lĩnh vực công nghệ thông tin cũng không nằm ngoài guồng quay phát triển. Chính vì đó VNPT phải có những chiến lược kinh doanh mới và hiệu quả nhằm nâng cao hình ảnh của VNPT và dịch vụ hóa đơn điện tử

Nghiên cứu này phân tích, đánh giá các nhân tố cấu nên sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice của VNPT. Đồng thời, qua các nhân tố này các nhà kinh doanh sẽ cập nhập liên tục phản hồi từ khách hàng để kịp thời điều chỉnh, cải tiến và phát triển dịch vụ.

Kết hợp giữa lý thuyết và kết quả thực nghiệm nghiên cứu đã đưa ra một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice tại địa bàn tỉnh Bắc Giang

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

- [1] Đinh Tiến Đức; Phân tích và đánh giá sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Vpbank – chi nhánh Giảng Võ; 2016; Luận văn thạc sĩ Trường đại học Bách khoa Hà Nội; tr 72-73.
- [2] Đỗ Quang Thắng; Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu Tư Và Phát Triển Việt Nam - chi nhánh Vũng Tàu; 2018; Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu; tr 74-76
- [3] Kotler, P&Armstrong; G.(2004); Những nguyên lý tiếp thị (tập 2); NXB Thống kê.
- [4] Viễn Thông Bắc Giang; Báo cáo hoạt động kinh doanh giai đoạn từ 2017-2019
- [5] Nguyễn Thị Phương Dung, Lê Thị Thu Trang; Các nhân tố quản trị quan hệ khách hàng ảnh hưởng đến sự hài lòng, lòng trung thành khách hàng: trường hợp các ngân hàng tại cần thơ; 2019; Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ Vol. 17, No. 4, 2019; Trang: 17-22
- [6] Trần Thị Hiền, Nguyễn Hồng Quân; Trải nghiệm, giá trị cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng; 2019; Tạp chí kinh tế và phát triển số 266 tháng 8/2019
- [7] Võ Thị Tố Uyên; Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dùng phần mềm kế toán trong đơn vị hành chính sự nghiệp; 2015; Luận văn thạc sĩ trường Đại học Đà Nẵng.

Tiếng Anh

- [8] Ms.S.Santhini, Mr.R.Jeeva Bharathi and G.Meena Priya; A Study on Customers Satisfaction towards Selective Sony Products with Special Reference to Coimbatore City; 2010; Arts & Science Coimbatore, Journal of Business and Management; p 28-32.

- [9] PROF. Mrs.S.JAMUNA and Ms.M.NANDHINI; Customer satisfaction towards Ponds skin care product in India; 2009; Erode Sengunthar engineering, Journal of Business and Management; p 19-22.
- [10] Zeithaml, V. A. & M. J. Bitner, (2000). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. Irwin McGraw- Hill

PHỤ LỤC 1: THỐNG KÊ MÔ TẢ MẪU NGHIÊN CỨU

KẾT QUẢ PHIẾU KHẢO SÁT

STT	Tiêu chí	Số lượng (phiếu)
1	Số phiếu khảo sát phát ra	100
2	Số phiếu khảo sát thu về	95
3	Số phiếu thu về hợp lệ	90
4	Số phiếu thu về không hợp lệ	5

ĐẶC ĐIỂM PHIẾU KHẢO SÁT

Chỉ tiêu	Số lượng	Tỷ lệ
1. Đang làm việc tại doanh nghiệp		
Doanh nghiệp, Tập đoàn lớn	0	0
Doanh nghiệp vừa và nhỏ	75	83,33
Doanh nghiệp siêu nhỏ	15	16,67
2. Thời gian sử dụng dịch vụ Hóa đơn điện tử		
Dưới 6 tháng	23	25,56
Từ 6 đến 12 tháng	15	16,67
Từ 12 -18 tháng	12	13,33
Từ 18 tháng trở lên	40	44,44
3. Số lượng hóa đơn trung bình doanh nghiệp bạn sử dụng trong 1 năm?		
Dưới 500 hóa đơn	35	38,89
Từ 5000 – 10.000 hóa đơn	12	13,33
Từ 500 – 5000 hóa đơn	19	21,11
Trên 10.000 – 300.000.000 hóa đơn	14	15,56
Trên 300.000.000 hóa đơn	10	11,11
4. Ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp		
Buôn bán, kinh doanh nhỏ lẻ	45	50
Bệnh viện	2	2,22
Khách sạn, nhà hàng	8	8,89
Ngân hàng, tài chính, bảo hiểm	25	27,78
Ngành nghề khác	10	11,11

**PHỤ LỤC 2: KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ
DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT-INVOICE TẠI BẮC GIANG**

Xin anh chị hãy cho biết mức độ hài lòng của anh chị sau khi sử dụng dịch vụ hóa đơn điện tử VNPT-Invoice

Mức độ hiệu quả: Mức 1 là Rất không hài lòng; Mức 2 là Không hài lòng; Mức 3 là Bình thường; Mức 4 là Hài lòng; Mức 5 là Rất hài lòng;

Yếu tố đánh giá	Mức độ hiệu quả				
	1	2	3	4	5
(1). Đánh giá của khách hàng về thái độ phục vụ của nhân viên					
Thái độ phục vụ của nhân viên thu cước					
Thái độ phục vụ của nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng					
(2). Đánh giá của khách hàng về thời gian giải quyết các giao dịch, về trình độ nghiệp vụ của nhân viên VNPT Bắc Giang					
Thời gian phục vụ, giải quyết các giao dịch					
Trình độ nghiệp vụ của nhân viên giao dịch					
(3). Đánh giá của khách hàng về hỗ trợ thông tin sau bán hàng					
Khách hàng được hỗ trợ qua điện thoại về báo dịch vụ hóa đơn điện tử.					
Khách hàng được hỗ trợ tại cửa hàng của VNPT-Bắc Giang khi sử dụng dịch vụ					
(4). Đánh giá của khách hàng về hoạt động duy trì khách hàng					
Chất lượng dịch vụ					
Cách thức chăm sóc khách hàng thường xuyên liên tục					
Giải quyết những mong muốn của khách hàng khi sử dụng					

Yếu tố đánh giá	Mức độ hiệu quả				
	1	2	3	4	5
dịch vụ					
(5). Đánh giá của khách hàng về giải quyết thắc mắc, khiếu nại					
Nội dung trả lời thắc mắc, khiếu nại					
Thái độ của nhân viên trả lời thắc mắc, khiếu nại					
Thời gian, tiến độ trả lời thắc mắc, khiếu nại					