

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Hoàng Thị Mai Duyên

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH
TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT- HẢI DƯƠNG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH
(Theo định hướng ứng dụng)

HÀ NỘI – 2022

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Hoàng Thị Mai Duyên

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH
TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT- HẢI DƯƠNG**

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 KHOA HỌC:

TS. NGUYỄN VĂN PHƯỚC

TS. ĐẶNG THỊ VIỆT ĐỨC

HÀ NỘI – 2022

LỜI CAM ĐOAN

Đề tài “Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương” là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng cá nhân tôi. Các số liệu sử dụng trong luận văn là trung thực và có trích dẫn nguồn gốc rõ ràng. Kết quả nghiên cứu của luận văn chưa từng được tuyên bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu khoa học nào trước đây.

Hà Nội, ngày tháng năm 2022

Tác giả

Hoàng Thị Mai Duyên

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt thời gian nghiên cứu và hoàn thành luận văn, tôi đã may mắn nhận được sự hướng dẫn, chỉ bảo tận tình của các Thầy cô giáo, sự giúp đỡ từ của bạn bè, đồng nghiệp và sự ủng hộ của gia đình.

Đặc biệt, tôi xin được bày tỏ lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc đến người hướng dẫn **TS. Nguyễn Văn Phước** và **TS. Đặng Thị Việt Đức**, đã tận tình hướng dẫn, dành nhiều công sức, thời gian và tạo điều kiện cho tôi trong suốt quá trình học tập và thực hiện đề tài.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới Ban Giám đốc, Ban Quản lý đào tạo sau Đại học, Khoa Quản trị kinh doanh - Học viện Công Nghệ BCVT đã tận tình giúp đỡ tôi trong quá trình học tập, thực hiện đề tài và hoàn thành luận văn.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn tới Ban lãnh đạo Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương, đã hỗ trợ nhiệt tình, cung cấp số liệu, giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu đề tài.

Với tất cả sự tâm huyết và cố gắng trong quá trình nghiên cứu và thực hiện Luận văn, tuy nhiên do trình độ, hiểu biết và thời gian nghiên cứu có hạn nên Luận văn khó tránh khỏi những thiếu sót, tồn tại. Kính mong nhận được sự góp ý, chỉ bảo của các thầy giáo, cô giáo, cùng ý kiến đóng góp quý báu của các bạn đồng nghiệp và bạn đọc để Luận văn được hoàn thiện hơn.

Hà Nội, ngày.... tháng.... năm 2022

Học viên

Hoàng Thị Mai Duyên

MỤC LỤC

MỤC LỤC	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	vi
DANH SÁCH BẢNG, HÌNH VẼ	vii
MỞ ĐẦU	1
Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP	6
1.1. Khái quát chung về hiệu quả kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.....	6
1.1.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh	6
1.1.2. Phân loại hiệu quả kinh doanh.....	9
1.1.3. Bản chất của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh	11
1.1.4. Vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp....	12
1.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.....	13
1.2.1. Môi trường vi mô của doanh nghiệp	13
1.2.2. Môi trường vĩ mô của doanh nghiệp	17
1.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	19
1.3.1. Yêu cầu đối với các chỉ tiêu.....	19
1.3.2. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh	20
1.4. Các phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	23
1.4.1. Phương pháp so sánh	23
1.4.2. Phương pháp liên hệ đối chiếu.....	24
1.4.3. Phương pháp phân tích nhân tố	24
1.4.4. Phương pháp khác.....	24
1.5. Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp viễn thông	26
1.5.1. Nâng cao hiệu quả hoạt động quản trị	26
1.5.2. Nâng cao doanh số.....	26
1.5.3. Tăng thị phần trên thị trường	27

Chương 2 THỰC TRẠNG KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT – HẢI DƯƠNG28

- 2.1. Tổng quan về Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương28
 - 2.1.1. Giới thiệu về Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương28
 - 2.1.2. Cơ cấu tổ chức và nguồn lực cơ bản của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương30
 - 2.1.3. Đặc điểm thị trường và đối thủ cạnh tranh34
 - 2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương thời gian gần đây36
- 2.2. Phân tích hiệu quả kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian qua38
 - 2.2.1. Phân tích hiệu quả kinh doanh tổng hợp của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương38
 - 2.2.2. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản41
 - 2.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí55
 - 2.2.4. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động60
- 2.3. Đánh giá hiệu quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương66
 - 2.3.1. Những kết quả đạt được66

Chương 3 GIẢI PHÁP NÂNG CAO KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT – HẢI DƯƠNG70

- 3.1. Định hướng phát triển và nhiệm vụ của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới70
 - 3.1.1. Định hướng phát triển của Tập đoàn VNPT70
 - 3.1.2. Định hướng phát triển của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới72
- 3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới73
 - 3.2.1. Giải pháp về sản phẩm dịch vụ, khách hàng và doanh thu73

3.2.2. Giải pháp về quản trị chi phí.....	78
3.2.3. Giải pháp về tổ chức quản lý người lao động.....	80
3.2.4. Giải pháp về lập kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm.....	81
3.2.5. Một số giải pháp khác.....	82
KẾT LUẬN	85
DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO	86

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Tiếng Việt
CNV	Công nhân viên
DN	Doanh nghiệp
DTT	Doanh thu thuần
HTK	Hàng tồn kho
KD	Kinh doanh
LNST	Lợi nhuận sau thuế
NVL	Nguyên vật liệu
STB	Thiết bị Settopbox
TCF	Tổng chi phí
TSBQ	Tài sản bình quân
TSCĐ	Tài sản cố định
TSDH	Tài sản dài hạn
TSLD	Tổng số lao động
TSNH	Tài sản ngắn hạn
TTKD VNPT- Hải Dương	Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương
VCSH	Vốn chủ sở hữu
VT-CNTT	Viễn thông – Công nghệ thông tin

DANH SÁCH BẢNG, HÌNH VẼ

Bảng 2.1: Kết quả kinh doanh của TTKD Hải Dương từ năm 2018-2021	36
Bảng 2.2: Các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng vốn của TTKD VNPT – Hải Dương ...	39
Bảng 2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản tại TTKD VNPT – Hải Dương	42
Bảng 2.4 Phân tích vòng quay tài sản tại TTKD VNPT – Hải Dương	50
Bảng 2.5 Phân tích hiệu quả sử dụng Vốn chủ sở hữu tại TTKD VNPT – Hải Dương.....	53
Bảng 2.6 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí tại TTKD VNPT – Hải Dương.....	56
Bảng 2.7 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí trực tiếp tại TTKD VNPT – Hải Dương.....	58
Bảng 2.8 Cơ cấu lao động của TTKD VNPT – Hải Dương	60
Bảng 2.9 Các chỉ số về hiệu quả sử dụng lao động của TTKD VNPT – Hải Dương	63
Hình 2.1 Sơ đồ tổ chức Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương	31

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng khốc liệt mang lại nhưng cơ hội kinh doanh mới cũng như thách thức đe dọa sự tồn tại của doanh nghiệp. Nâng cao kết quả kinh doanh luôn là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp. Có nâng cao kết quả kinh doanh doanh nghiệp mới tồn tại và phát triển, qua đó mở rộng sản xuất, nâng cao đời sống cán bộ nhân viên và tạo được sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

Vấn đề nâng cao kết quả kinh doanh là bài toán khó với nhiều doanh nghiệp. Có nhiều nguyên nhân ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh như: hạn chế trong công tác quản lý, hạn chế trong năng lực sản xuất hay kém thích nghi với sự biến đổi trong nhu cầu của thị trường... Do đó các biện pháp nâng cao kết quả kinh doanh ngày càng được các doanh nghiệp chú trọng.

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương (viết tắt TTKD VNPT- Hải Dương) là đơn vị trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tổng Công ty dịch vụ Viễn thông. TTKD VNPT - Hải Dương được tách ra từ Viễn thông Hải Dương từ tháng 10 năm 2015 với nhiệm được giao là kinh doanh dịch vụ Viễn thông – Công nghệ thông tin (viết tắt VT-CNTT) trên địa bàn tỉnh Hải Dương. Nhân lực của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương lúc đó bao gồm lãnh đạo, nhân viên hầu hết được đào tạo các chuyên ngành về kỹ thuật và làm tại các bộ phận kỹ thuật. Sau khi Trung tâm Kinh doanh VNPT –Hải Dương được thành lập đội ngũ nhân lực đó được điều động sang làm công tác kinh doanh, bán hàng nên chưa có nhiều kỹ năng về bán hàng và quản trị. Qua các năm hoạt động với kỳ vọng kinh doanh hiệu quả, tăng trưởng ổn định bền vững lâu dài đơn vị đã rất chú trọng đến việc phân tích, đánh giá, nâng cao hiệu quả kinh doanh tại đơn vị. Tuy nhiên vẫn còn bộc lộ nhiều hạn chế như dịch vụ chăm sóc khách hàng còn hạn chế, nhân sự già hóa, chi phí quản lý chưa hiệu quả... Vì vậy, với kiến thức đã học bản thân tôi mạnh dạn lựa chọn đề tài “nâng cao hiệu

quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương” để nghiên cứu kỹ và có được những giải pháp phù hợp nhất để nâng cao hiệu quả kinh doanh tại đơn vị.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Nâng cao hiệu quả kinh doanh đã được đề cập nhiều trong các đề tài nghiên cứu trước đây của các tác giả trong và ngoài nước. Các ấn phẩm đã phát hành và một số đề tài nghiên cứu trong các năm gần đây như sau:

Bùi Văn Vân, Vũ Văn Ninh; 2013; Giáo trình “Tài chính doanh nghiệp”; Nhà xuất bản Tài chính. Bùi Xuân Phong; 2010; Giáo trình “Phân tích hoạt động kinh doanh”; Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông. Đặng Thị Việt Đức; 2021; Bài giảng “Quản trị tài chính doanh nghiệp”; Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Nguyễn Trọng Cơ, Nghiêm Thị Thà; 2017; Giáo trình “Đọc và phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp”; Nhà xuất bản Tài chính. Phan Quang Niệm; 2008; Giáo trình “Phân tích hoạt động kinh doanh”; Nhà xuất bản Thống kê. Trần Ngọc Thơ; 2005; “Tài chính doanh nghiệp hiện đại”; NXB thống kê.

Luận văn thạc sỹ của Lưu Triệu Cơ (2013), “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Bưu điện Thành phố Hồ Chí Minh”, Đại học kinh tế TP Hồ Chí Minh. Trên cơ sở lý thuyết về hiệu quả kinh doanh, phân tích đánh giá thực trạng kinh doanh của Bưu điện thành phố Hồ Chí Minh trong giai đoạn 2008-2012, tác giả đã phân tích những yếu tố chủ yếu tác động hiệu quả kinh doanh của Bưu điện thành phố Hồ Chí Minh, từ đó đề ra những giải pháp khắc phục yếu kém, nâng cao hiệu quả kinh doanh của Bưu điện thành phố Hồ Chí Minh trong giai đoạn 2013-2018.

Luận văn thạc sỹ của Nguyễn Thị Ngọc Bích (2017), “Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của VNPT Hải Phòng”, Đại học dân lập Hải Phòng. Tác giả đã nêu được cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh, phân tích thực trạng hoạt động của VNPT Hải Phòng từ đó đưa ra một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới cho VNPT Hải Phòng.

Luận văn thạc sỹ của Phạm Tuấn Anh (2018), “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần xăng dầu HFC”, Đại học dân lập Hải Phòng. Tác giả

đã phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014-2017. Qua đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

Luận văn thạc sỹ của Đỗ Thị Mai Linh (2020), “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty Cổ phần cấp nước tỉnh Lào Cai”, Đại học Thái Nguyên. Trên cơ sở phân tích rõ thực trạng hiệu quả kinh doanh, từ đó tác giả đưa ra những kiến nghị, giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty Cổ phần Cấp nước tỉnh Lào Cai.

Luận văn thạc sỹ của Trần Xuân Chinh (2020), “Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH Nhựa đường Petrolimex”, đại học Ngoại Thương. Tác giả đã tiến hành phân tích thực trạng đặc điểm kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH nhựa đường Petrolimex và đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh như: Định hướng phát triển Khách hàng và thị trường mục tiêu trong thời gian tới; đầu mạnh công tác giới thiệu sản phẩm; đầu tư hệ thống vật chất kỹ thuật; cơ cấu nguồn vốn; phòng ngừa rủi ro tỷ giá, giá dầu biến động; chính sách hàng hàng, đánh giá khách hàng và thu hồi công nợ.

Nhìn chung các nghiên cứu trên đã đạt được nhưng kết quả nhất định như đưa ra được hệ thống lý luận, phân tích được thực trạng tình hình quản trị và hiệu quả kinh doanh tại đơn vị nghiên cứu, cũng như đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao được hiệu quả sử dụng nhân lực cho doanh nghiệp. Các nhóm giải pháp tập trung vào việc hoàn thiện quản lý chi phí, tiết kiệm chi phí đầu vào, tăng doanh thu....

Tại trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương những năm qua đã có một số nghiên cứu về doanh nghiệp, tuy nhiên việc nghiên cứu này tập trung vào việc mở rộng thị phần hoặc phân tích nhằm đưa ra giải pháp để nâng cao hiệu quả công tác bán hàng cho đơn vị. Do đó, tác giả đã lựa chọn nghiên cứu này với mong muốn đóng góp phần nhỏ bé cho doanh nghiệp bằng việc phân tích và đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương.

3. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung: Nghiên cứu và đề xuất giải pháp nâng cao kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương.

Mục tiêu nghiên cứu cụ thể:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh
- Phân tích, đánh giá thực trạng kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2021.
- Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh cho Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu:

- Kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Do Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương là đơn vị hạch toán phụ thuộc Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông nên chỉ tập trung nghiên cứu kết quả đầu ra so với chi phí đầu vào.

- Phạm vi không gian: Nghiên cứu tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương.

- Phạm vi thời gian: đề tài nghiên cứu thực trạng hoạt động của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương giai đoạn 2018-2020

5. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

5.1. Phương pháp thu thập dữ liệu: Luận văn dự kiến sẽ thu thập dữ liệu theo phương pháp sau:

- Quan sát thực địa: Dựa trên điều kiện của bản thân đang công tác tại Phòng kế toán Kế hoạch, TTKD VNPT – Hải Dương.
- Phương pháp nghiên cứu định tính: Phỏng vấn chuyên sâu đội ngũ lãnh đạo, quản lý.

- Phương pháp nghiên cứu tại bàn: Thu thập dữ liệu thứ cấp qua báo cáo kết quả kinh doanh, báo cáo hoạt động nhân sự tại TTKD VNPT – Hải Dương, văn bản quy trình quy định của Tập đoàn và Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông..

5.2. Phương pháp xử lý số liệu:

- Dữ liệu thu thập được thống kê, tính toán, tổng hợp, so sánh.
- Sử dụng phần mềm tính toán Microsoft Excel để xử lý những dữ liệu thu thập được.

5.3. Phương pháp phân tích dữ liệu:

- Đối với dữ liệu thứ cấp: Phân tích tổng hợp, đánh giá.

Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP

1.1. Khái quát chung về hiệu quả kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh của Doanh nghiệp là một phạm trù kinh tế, phản ánh trình độ sử dụng nguồn nhân tài vật lực của doanh nghiệp. Đây là một chuỗi vấn đề phức tạp và có liên quan đến nhiều yếu tố, nhiều mặt của quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp như : lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động...

Hiệu quả là phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được mục tiêu xác định. Nó được đánh giá trong mối quan hệ với kết quả tạo ra để xem xét xem với mỗi sự hao phí nguồn lực xác định có thể tạo ra kết quả ở mức độ nào.

Công thức: $H = K/C$ Trong đó: H – Hiệu quả của hiện tượng (quá trình) nào đó K – Kết quả đạt được của hiện tượng (quá trình) đó C – Hao phí nguồn lực cần thiết gắn với kết quả đó - Hiệu quả phản ánh mặt chất lượng các hoạt động.

Hiện nay có rất nhiều quan điểm khác nhau về hiệu quả kinh doanh. Tùy theo từng lĩnh vực nghiên cứu mà người ta đưa ra các quan điểm khác nhau về hiệu quả kinh doanh. Dưới đây là một số quan điểm về hiệu quả kinh doanh:

Nhà kinh tế học người Anh, Adam Smith, cho rằng: "Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, doanh thu tiêu thụ hàng hoá"[12]. Theo quan điểm này của Adam Smith đã đồng nhất hiệu quả với chỉ tiêu phản ánh kết quả sản xuất kinh doanh. Hạn chế của quan điểm này là kết quả sản xuất kinh doanh có thể tăng lên do chi phí sản xuất tăng hay do mở rộng sử dụng các nguồn lực sản xuất. Nếu với cùng một kết quả sản xuất kinh doanh có hai mức chi phí khác nhau thì theo quan điểm này cũng có hiệu quả. Quan điểm này chỉ đúng khi kết quả sản xuất kinh doanh tăng với tốc độ nhanh hơn tốc độ tăng của chi phí đầu vào của sản xuất.

Tác giả Paul A. Samuelson trong cuốn Kinh tế học (1948) đã đưa ra quan

điểm: “Hiệu quả tức là sử dụng một cách hữu hiệu nhất các nguồn lực của nền kinh tế để thỏa mãn nhu cầu, mong muốn của con người”. Tác giả đã nêu lên được đặc tính của khái niệm hiệu quả đó là sử dụng tối ưu các nguồn lực và mục đích hướng tới của hoạt động. Tuy nhiên, quan điểm này cũng chưa đưa ra được cách thức để xác định hiệu quả kinh doanh. [13]

Theo GS.TS Bùi Xuân Phong, hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp nhằm đạt được kết quả của mục tiêu hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực kinh doanh. [9]

Tác giả Phan Quang Niệm (2008) trong cuốn sách của mình đã đưa ra nhận định: “Các doanh nghiệp quan tâm nhất chính là vấn đề hiệu quả sản xuất. Sản xuất kinh doanh có hiệu quả sẽ giúp cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển. Hiểu theo mục đích cuối cùng thì hiệu quả kinh doanh đồng nghĩa với phạm trù lợi nhuận, là hiệu số giữa kết quả thu về với chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó. Hiệu quả SXKD cao hay thấp phụ thuộc vào trình độ tổ chức sản xuất và quản lý của mỗi doanh nghiệp” [8]

Một quan điểm khác cho rằng: Hiệu quả kinh doanh là phạm trù kinh tế, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sẵn có để đạt kết quả cao nhất trong kinh doanh với chi phí ít nhất. Hiệu quả kinh doanh phải được xem xét một cách toàn diện cả về thời gian và không gian trong mối quan hệ với hiệu quả chung của toàn bộ nền kinh tế quốc dân (hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội) [2]

Theo quan điểm này hiệu quả ở đây hiểu trên một số nội dung sau:

- + Hiệu quả là kết quả hoạt động thực tiễn của con người.
- + Biểu hiện của kết quả hoạt động này là các phương án quyết định.
- + Kết quả tốt nhất trong điều kiện cụ thể.

Để làm sáng tỏ bản chất và đi đến một khái niệm hiệu quả kinh doanh hoàn chỉnh chúng ta phải xuất phát từ luận điểm của triết học Mác - Lênin và những luận điểm của lý thuyết hệ thống.

Hiệu quả kinh doanh, chủ yếu được thẩm định bởi thị trường, là tiêu chuẩn xác định phương hướng hoạt động của doanh nghiệp.

Như vậy hiệu quả kinh doanh phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (bao gồm nhân lực, tài lực và vật lực) vào hoạt động sản xuất kinh doanh để có được kết quả cao nhất với chi phí thấp nhất.

Từ khái niệm này có thể đưa ra công thức chung để đánh giá hiệu quả kinh doanh là:

$$H = K / C \text{ (1) hoặc } H = C / K \text{ (2)}$$

Trong đó :

- H : Hiệu quả kinh doanh
- C : Hao phí yếu tố đầu vào
- K : Kết quả nhận được

Kết quả đầu ra có thể đo bằng các chỉ tiêu như: giá trị tổng sản lượng, doanh thu thuần, lợi nhuận thuần, lợi tức gộp... Còn yếu tố đầu vào bao gồm: lao động đối tượng lao động, vốn chủ sở hữu và vốn vay.

Công thức (1) phản ánh sức sản xuất (mức sinh lời) của các yếu tố đầu vào được tính cho tổng số và riêng cho giá trị gia tăng. Công thức này cho biết cứ một đơn vị đầu vào được sử dụng thì cho ra bao nhiêu kết quả đầu ra.

Công thức (2) được tính nghịch đảo của công thức (1) phản ánh suất hao phí các chỉ tiêu đầu vào, nghĩa là để có một đơn vị kết quả đầu ra thì cần có bao nhiêu đơn vị yếu tố đầu vào.

Như vậy hiệu quả kinh doanh là vấn đề đặt ra cho mọi Doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Có nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm hiệu quả kinh doanh.

Nhìn chung, hiệu quả kinh doanh (HQKD) là một đại lượng so sánh: So sánh giữa đầu vào và đầu ra, so sánh giữa chi phí kinh doanh bỏ ra và kết quả kinh doanh thu được. Nâng cao HQKD được hiểu là làm cho các chỉ tiêu đo lường HQKD của DN tăng lên thường xuyên và mức độ đạt được các mục tiêu định tính theo hướng tích cực.

Tóm lại, hiệu quả kinh doanh phản ánh mặt chất lượng các hoạt động kinh doanh, trình độ nguồn lực sản xuất trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp trong sự vận động không ngừng của các quá trình sản xuất kinh doanh, không phụ thuộc vào tốc độ biến động của từng nhân tố.

1.1.2. Phân loại hiệu quả kinh doanh

- Hiệu quả kinh doanh cá biệt và hiệu quả kinh tế - xã hội

Hiệu quả kinh doanh cá biệt là hiệu quả kinh doanh thu được từ các hoạt động thương mại của từng doanh nghiệp kinh doanh. Biểu hiện chung của hiệu quả kinh doanh cá biệt là lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp đạt được.

Hiệu quả kinh tế - xã hội mà hoạt động kinh doanh đem lại cho nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của nó vào việc phát triển sản xuất, đổi mới cơ cấu kinh tế, tăng năng suất lao động xã hội, tích lũy ngoại tệ, tăng thu cho ngân sách, giải quyết việc làm, cải thiện đời sống nhân dân.

Giữa hiệu quả kinh doanh cá biệt và hiệu quả kinh tế xã hội có quan hệ nhân quả và tác động qua lại với nhau. Hiệu quả kinh tế quốc dân chỉ có thể đạt được trên cơ sở hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp như một tế bào của nền kinh tế, doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả sẽ đóng góp vào hiệu quả chung của nền kinh tế. Ngược lại, tính hiệu quả của bộ máy kinh tế sẽ là tiền đề tích cực, là khung cơ sở cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đạt kết quả cao. Đó chính là mối quan hệ giữa cái chung và cái riêng, giữa lợi ích bộ phận với lợi ích tổng thể. Tính hiệu quả của nền kinh tế xuất phát từ chính hiệu quả của mỗi doanh nghiệp và một nền kinh tế vận hành tốt là môi trường thuận lợi để doanh nghiệp hoạt động và ngày một phát triển.

Vì vậy, trong hoạt động kinh doanh của mình các doanh nghiệp phải thường xuyên quan tâm đến hiệu quả kinh tế - xã hội, đảm bảo lợi ích riêng hài hoà với lợi ích chung. Về phía các cơ quan quản lý nhà nước, với vai trò định hướng cho sự phát triển của nền kinh tế cần có các chính sách tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp có thể hoạt động đạt hiệu quả cao nhất trong khả năng có thể của mình.

- Hiệu quả chi phí bộ phận và hiệu quả chi phí tổng hợp.

Hoạt động của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng gắn liền với môi trường kinh doanh của nó nhằm giải quyết những vấn đề then chốt trong kinh doanh như: Kinh doanh cái gì? Kinh doanh cho ai? Kinh doanh như thế nào và chi phí bao nhiêu?...

Mỗi doanh nghiệp tiến hành hoạt động kinh doanh của mình trong những điều kiện riêng về tài nguyên, trình độ trang thiết bị kỹ thuật, trình độ tổ chức, quản lý lao động, quản lý kinh doanh. Bằng khả năng của mình họ cung ứng cho xã hội những sản phẩm với chi phí cá biệt nhất định và nhà kinh doanh nào cũng muốn tiêu thụ hàng hoá của mình với số lượng nhiều nhất. Tuy nhiên, thị trường hoạt động theo quy luật riêng của nó và mọi doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường là phải chấp nhận “luật chơi” đó. Một trong những quy luật thị trường tác động rõ nét nhất đến các chủ thể của nền kinh tế là quy luật giá trị. Thị trường chỉ chấp nhận mức hao phí trung bình xã hội cần thiết để sản xuất ra một đơn vị hàng hoá sản phẩm. Quy luật giá trị đã đặt tất cả các doanh nghiệp với mức chi phí cá biệt khác nhau trên một mặt bằng trao đổi chung, đó là giá cả thị trường.

Suy đến cùng, chi phí bỏ ra là chi phí lao động xã hội, nhưng đối với mỗi doanh nghiệp mà ta đánh giá hiệu quả kinh doanh thì chi phí lao động xã hội đó lại được thể hiện dưới các dạng chi phí khác nhau: giá thành sản xuất, chi phí sản xuất. Bản thân mỗi loại chi phí này lại được phân chia một cách tỷ mỉ hơn. Vì vậy, khi đánh giá hiệu quả kinh doanh không thể không đánh giá hiệu quả tổng hợp của các loại chi phí trên, đồng thời cần thiết phải đánh giá hiệu quả của từng loại chi phí hay nói cách khác là đánh giá hiệu quả của chi phí bộ phận.

- Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả tương đối.

Việc xác định hiệu quả nhằm hai mục đích cơ bản:

Một là, thể hiện và đánh giá trình độ sử dụng các dạng chi phí khác nhau trong hoạt động kinh doanh.

Hai là, để phân tích luận chứng kinh tế của các phương án khác nhau trong việc thực hiện một nhiệm vụ cụ thể nào đó.

Từ hai mục đích trên mà người ta phân chia hiệu quả kinh doanh ra làm hai loại:

Hiệu quả tuyệt đối là lượng hiệu quả được tính toán cho từng phương án kinh doanh cụ thể bằng cách xác định mức lợi ích thu được với lượng chi phí bỏ ra.

Hiệu quả tương đối được xác định bằng cách so sánh các chỉ tiêu hiệu quả tuyệt đối của các phương án với nhau, hay chính là mức chênh lệch về hiệu quả tuyệt đối của các phương án.

Việc xác định hiệu quả tuyệt đối là cơ sở để xác định hiệu quả tương đối (so sánh). Tuy vậy, có những chỉ tiêu hiệu quả tương đối được xác định không phụ thuộc vào việc xác định hiệu quả tuyệt đối. Chẳng hạn, việc so sánh mức chi phí của các phương án khác nhau để chọn ra phương án có chi phí thấp nhất thực chất chỉ là sự so sánh mức chi phí của các phương án chứ không phải là việc so sánh mức hiệu quả tuyệt đối của các phương án.

- Hiệu quả trước mắt và hiệu quả lâu dài.

Căn cứ vào lợi ích nhận được trong các khoảng thời gian dài hay ngắn mà người ta phân chia thành hiệu quả trước mắt và hiệu quả lâu dài. Hiệu quả trước mắt là hiệu quả được xem xét trong một thời gian ngắn. Hiệu quả lâu dài là hiệu quả được xem xét trong một thời gian dài. Doanh nghiệp cần phải tiến hành các hoạt động kinh doanh sao cho nó mang lại cả lợi ích trước mắt cũng như lâu dài cho doanh nghiệp. Phải kết hợp hài hòa lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài, không được chỉ vì lợi ích trước mắt mà làm thiệt hại đến lợi ích lâu dài của doanh nghiệp

1.1.3. Bản chất của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh

Từ khái niệm hiệu quả nêu trên, có thể thấy bản chất của hiệu quả kinh doanh là phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp để đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội và nó chính là hiệu quả của lao động xã hội được xác định trong mối tương quan giữa lượng kết quả hữu ích cuối cùng thu được với lượng hao phí lao động xã hội bỏ ra. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp phải được xem xét một cách toàn diện cả về không gian và thời gian, cả về mặt định tính và định lượng. Về mặt thời gian, hiệu quả mà doanh nghiệp đạt được trong từng thời kỳ, từng giai đoạn không được làm giảm sút hiệu quả của các giai đoạn, các thời kỳ, chu kỳ kinh doanh tiếp theo. Điều đó đòi hỏi bản thân doanh nghiệp không được vì

lợi ích trước mắt mà quên đi lợi ích lâu dài. Trong thực tế kinh doanh, điều này dễ xảy ra khi con người khai thác sử dụng nguồn tài nguyên thiên nhiên, môi trường và cả nguồn lao động. Không thể coi tăng thu giảm chi là có hiệu quả khi giảm một cách tùy tiện, thiếu cân nhắc các chi phí cải tạo môi trường, đảm bảo môi trường sinh thái, đầu tư cho giáo dục, đào tạo nguồn nhân lực....

“Hiệu quả kinh doanh được đo bằng hệ số giữa kết quả kinh doanh và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó”- phản ánh được kết quả với toàn bộ chi phí, coi hiệu quả kinh doanh là sự phản ánh trình độ sử dụng chi phí. Tuy nhiên, quan niệm này chưa biểu hiện được tương quan về lượng và chất giữa kết quả và chi phí, chưa phản ánh hết mức độ chặt chẽ mối quan hệ này.

“Hiệu quả kinh doanh là mức độ thoả mãn yêu cầu của quy luật kinh tế cơ bản của CNXH” cho rằng quỹ tiêu dùng với tính cách chỉ tiêu đại diện cho mức sống của mọi người trong doanh nghiệp, là chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh. Quan niệm này có ưu điểm là đã bám sát mục tiêu nền sản xuất xã hội chủ nghĩa là không ngừng nâng cao mức sống vật chất và tinh thần của nhân dân. Lựa chọn quỹ tiêu dùng để phản ánh hiệu quả là chưa thấy đầy đủ vai trò của tích lũy là nhằm phát triển sản xuất, là để có quỹ tiêu dùng nhiều hơn trong tương lai. Không thể đưa quỹ tiêu dùng lên tối đa mà lại không tuân theo một tỷ lệ thích hợp giữa quỹ tích lũy và quỹ tiêu dùng, phải kết hợp một cách tốt nhất lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài.

1.1.4. Vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh là công cụ hữu hiệu để các nhà quản trị doanh nghiệp thực hiện nhiệm vụ quản trị kinh doanh: Khi tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh nào thì các doanh nghiệp đều phải huy động và sử dụng các nguồn lực mà doanh nghiệp có khả năng có thể tạo ra kết quả phù hợp với mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra.

Ở mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp thì doanh nghiệp đều có nhiều mục tiêu khác nhau, nhưng mục tiêu cuối cùng bao trùm toàn bộ quá trình SXKD của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận trên cơ sở sử dụng tối ưu các nguồn lực của doanh nghiệp.

Để thực hiện mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận cũng như các mục tiêu khác, các nhà doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương pháp, nhiều công cụ khác nhau.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một trong các công cụ hữu hiệu nhất để các nhà quản trị thực hiện chức năng quản trị của mình.

Thông qua việc tính toán hiệu quả sản xuất kinh doanh không những cho phép các nhà quản trị kiểm tra đánh giá tính hiệu quả của các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (các hoạt động có hiệu quả hay không và hiệu quả đạt ở mức độ nào), mà còn cho phép các nhà quản trị phân tích tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, để từ đó đưa ra được các biện pháp điều chỉnh thích hợp trên cả hai phương diện giảm chi phí tăng kết quả nhằm nâng cao hiệu quả các hoạt động SXKD của doanh nghiệp.

Với tư cách là một công cụ quản trị kinh doanh hiệu quả sản xuất kinh doanh không chỉ được sử dụng để kiểm tra, đánh giá và phân tích trình độ sử dụng tổng hợp các nguồn lực đầu vào trong phạm vi toàn doanh nghiệp mà còn được sử dụng để kiểm tra đánh giá trình độ sử dụng từng yếu tố đầu vào trong phạm vi toàn doanh nghiệp cũng như ở từng bộ phận cấu thành của doanh nghiệp.

Do vậy xét trên phương diện lý luận và thực tiễn thì phạm trù hiệu quả SXKD đóng vai trò rất quan trọng và không thể thiếu được trong việc kiểm tra đánh giá và phân tích nhằm đưa ra các giải pháp tối ưu nhất, lựa chọn được các phương pháp hợp lý nhất để thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp đã đề ra.

Ngoài ra, trong nhiều trường hợp các nhà quản trị còn coi hiệu quả kinh tế như là các nhiệm vụ, các mục tiêu để thực hiện. Vì đối với các nhà quản trị khi nói đến các hoạt động sản xuất kinh doanh thì họ đều quan tâm đến tính hiệu quả của nó.

Từ đó, chúng ta có thể thấy hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò là công cụ để thực hiện nhiệm vụ quản trị kinh doanh đồng thời vừa là mục tiêu để quản trị kinh doanh.

1.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

1.2.1. Môi trường vi mô của doanh nghiệp

Nhân tố vốn

Đây là nhân tố có ý nghĩa vô cùng quan trọng, quyết định trực tiếp tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Không một doanh nghiệp nào có thể tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh mà không có vốn.

Vốn trong doanh nghiệp được hình thành từ 3 nguồn chính: Vốn tự có, vốn ngân sách nhà nước cấp và vốn vay; được phân bổ dưới hai hình thức là vốn cố định và vốn lưu động. Tùy đặc điểm của từng doanh nghiệp, doanh nghiệp nhà nước thì vốn ngân sách nhà nước cấp là chủ yếu, doanh nghiệp tư nhân vốn chủ sở hữu và vốn vay là chủ yếu.

Yếu tố vốn là chủ chốt quyết định đến quy mô của doanh nghiệp và quy mô có cơ hội có thể khai thác. Nó phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp và là sự đánh giá về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong kinh doanh.

Con người

“Con người là nhân tố quyết định cho mọi hoạt động trong doanh nghiệp. Trong thời đại ngày nay thời đại của khoa học công nghệ, hàm lượng chất xám sản phẩm ngày càng cao thì trình độ chuyên môn của người lao động có ảnh hưởng rất lớn tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Nhất là các cán bộ quản lý. Họ là những lao động gián tiếp tạo ra sản phẩm nhưng lại rất quan trọng bởi họ là những người điều hành và định hướng cho doanh nghiệp, quyết định sự thành bại của doanh nghiệp. Trên thực tế, mỗi một doanh nghiệp có một cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý khác nhau, trình độ chuyên môn của công nhân cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả sản xuất kinh doanh. Công nhân có tay nghề cao sẽ làm ra sản phẩm đạt chất lượng cao, tiết kiệm thời gian và nguyên vật liệu, làm tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, trong nhân tố con người trình độ chuyên môn có ý nghĩa quyết định tới hiệu quả sản xuất kinh doanh”.

“Điều đó đòi hỏi doanh nghiệp phải có kế hoạch tỉ mỉ từ khâu tuyển dụng tới việc đào tạo bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động, nhất là đội ngũ các cán bộ quản lý”.

Chính vì vậy nên nhiệm vụ hàng đầu của nhiều doanh nghiệp hiện nay là chăm lo việc đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ lao động. Thực tế cho thấy những doanh nghiệp mạnh trên thị trường thế giới là những doanh nghiệp có đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn cao, có tác phong làm việc khoa học và có kỷ luật nghiêm minh.

Trình độ kỹ thuật công nghệ

Kỹ thuật và công nghệ là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp tới mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp nào áp dụng kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, doanh nghiệp đó sẽ có lợi thế cạnh tranh. Ngày nay vai trò của kỹ thuật và công nghệ được các doanh nghiệp đánh giá cao. Để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp phải không ngừng đầu tư vào lĩnh vực này, nhất là đầu tư cho nghiên cứu và phát triển.

“Căn cứ vào các đặc trưng của công nghệ cũng như nhu cầu cần thiết của việc đổi mới công nghệ thì mục đích chính và quan trọng nhất của đổi mới công nghệ là nhằm đạt hiệu quả kinh tế cao, duy trì và phát triển doanh nghiệp ngày càng đi lên. Mục đích đổi mới công nghệ cần phải tập chung là:

- Tạo lợi nhuận siêu ngạch, đạt năng suất cao trong sản xuất kinh doanh.
- Tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp về chất lượng, sản phẩm, thông qua chiến lược sản phẩm trên cơ chế thị trường.
- Tăng năng suất lao động, tạo ra hiệu quả cao cho các doanh nghiệp
- Góp phần vào việc thực hiện tốt chủ trương của nhà nước về hiện đại hóa, công nghiệp hóa trong các doanh nghiệp phù hợp với xu hướng chung của cả nước”.

Một lần nữa chúng ta khẳng định công nghệ là yếu tố quyết định cho sự phát triển của sản xuất kinh doanh, là cơ sở để doanh nghiệp khẳng định vị trí của mình trên thương trường.

Trình độ quản trị doanh nghiệp và trình độ quản lý sản xuất

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại, nhân tố này đóng vai trò quan trọng đối với việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

“ Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến việc xác định cho doanh nghiệp một hướng đi đúng đắn trong một môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính chất quyết định đến sự thành đạt của một doanh nghiệp”.

Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó. Người đứng đầu doanh nghiệp có nhiệm vụ:

- Hướng và dẫn dắt doanh nghiệp thực hiện được mục tiêu doanh nghiệp đề ra.

- Xây dựng doanh nghiệp thành một khối đoàn kết, thống nhất, sang tạo, chuyên nghiệp đạt hiệu quả kinh doanh cao.

Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin

“Thông tin được coi là một hàng hoá, là đối tượng kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay được coi là nền kinh tế thông tin hoá. Để đạt được thành công khi kinh doanh trong điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp cần nhiều thông tin chính xác về cung cầu thị trường hàng hoá, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh... Ngoài ra, doanh nghiệp còn rất cần đến các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác ở trong nước và quốc tế, cần biết các thông tin về các thay đổi trong các chính sách kinh tế của Nhà nước và các nước khác có liên quan”.

Trong kinh doanh biết mình, biết người và nhất là hiểu rõ được các đối thủ cạnh tranh thì mới có đối sách giành thắng lợi trong cạnh tranh, có chính sách phát triển mối quan hệ hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau.

Kinh nghiệm thành công của nhiều doanh nghiệp nắm được các thông tin cần thiết và biết sử lý sử dụng các thông tin đó kịp thời là một điều kiện quan trọng để ra các quyết định kinh doanh có hiệu quả cao. Những thông tin chính xác được cung cấp kịp thời sẽ là cơ sở vững chắc để doanh nghiệp xác định phương hướng kinh doanh, xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn.

1.2.2. Môi trường vĩ mô của doanh nghiệp

Môi trường chính trị - pháp luật

“Các yếu tố thuộc môi trường chính trị - pháp luật chi phối mạnh mẽ đến quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị được xác định là một trong những tiền đề quan trọng cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng có lợi cho một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm doanh nghiệp khác hoặc ngược lại”.

“Hệ thống pháp luật hoàn thiện, không thiên vị là một trong những tiền đề ngoài kinh tế của kinh doanh. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng lớn đến việc hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi vì môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất ngành nghề, phương thức kinh doanh... của doanh nghiệp. Không những thế nó còn tác động đến chi phí của doanh nghiệp cũng như là chi phí lưu thông chi phí vận chuyển, mức độ về thuế.... Đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu”.

Tóm lại môi trường chính trị - pháp luật có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp qua hệ thống công cụ pháp luật, công cụ vĩ mô.

Môi trường kinh tế

Các doanh nghiệp cần chú ý đến các yếu tố kinh tế cả trong ngắn hạn, dài hạn và sự can thiệp của chính phủ tới nền kinh tế. Thông thường các doanh nghiệp sẽ dựa trên yếu tố kinh tế để quyết định đầu tư vào các ngành, các khu vực.

+ Tình trạng của nền kinh tế: bất cứ nền kinh tế nào cũng có chu kỳ, trong mỗi giai đoạn nhất định của chu kỳ nền kinh tế, doanh nghiệp sẽ có những quyết định phù hợp cho riêng mình.

Các yếu tố tác động đến nền kinh tế: lãi suất, lạm phát,

+ Các chính sách kinh tế của chính phủ: luật tiền lương cơ bản, các chiến lược phát triển kinh tế của chính phủ, các chính sách ưu đãi cho các ngành: giảm thuế, trợ cấp, ...

+ Triển vọng kinh tế trong tương lai: Tốc độ tăng trưởng, mức gia tăng GDP, tỉ suất GDP trên vốn đầu tư...

Môi trường tự nhiên

“Nhân tố ảnh hưởng của môi trường tự nhiên bao gồm những nhân tố chính như: thời tiết, khí hậu, mùa vụ, tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý,...”.

Cơ sở hạ tầng

“Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng như: Hệ thống đường giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, điện nước... đều là những nhân tố tác động mạnh mẽ đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp sản xuất kinh doanh ở vị trí có hệ thống giao thông thuận lợi, dân cư đông đúc và có trình độ dân trí cao sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, tăng tốc độ tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, giảm chi phí sản xuất kinh doanhvà do đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nếu cơ sở hạ tầng yếu kém sẽ ngược lại”.

Môi trường cạnh tranh

Các yếu tố môi trường cạnh tranh liên quan trực tiếp tới ngành nghề và thị trường kinh doanh của doanh nghiệp (hay còn gọi là môi trường ngành) tác động trực tiếp đến hoạt động và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Sức ép của các yếu tố này lên doanh nghiệp càng mạnh thì khả năng sinh lợi của các doanh nghiệp cùng ngành cũng bị hạn chế. Các doanh nghiệp cần xác định cho mình một chiến lược cạnh tranh hoàn hảo.

Yếu tố công nghệ

Đối với doanh nghiệp các yếu tố công nghệ như bản quyền công nghệ, đổi mới công nghệ, khuynh hướng tự động hoá, điện tử hoá, máy tính hoá... đã làm cho chu kỳ sống của sản phẩm bị rút ngắn, sản phẩm mới ra đời có tính năng tác dụng tốt hơn nhưng chi phí sản xuất lại thấp hơn. Bởi vậy các doanh nghiệp phải quan tâm theo sát những thông tin về kỹ thuật công nghệ, ngày nay công nghệ mới từ những phát minh, ở phòng thí nghiệm đều đưa ra sản phẩm đại trà, đưa sản phẩm ra thị trường tốn rất ít thời gian, là cơ hội cho những doanh nghiệp ở thời kỳ khởi sự kinh doanh, họ có thể nắm bắt ngay kỹ thuật mới nhất để gặt hái những thành công lớn, không thể thua kém những doanh nghiệp đã có một bề dày đáng kể.

Yếu tố hội nhập

Toàn cầu hóa tạo ra các sức ép cạnh tranh, các đối thủ đến từ mọi khu vực. Quá trình hội nhập sẽ khiến các doanh nghiệp phải điều chỉnh phù hợp với các lợi thế so sánh, phân công lao động của khu vực và của thế giới

Điều quan trọng là khi hội nhập, các rào cản về thương mại sẽ dần dần được gỡ bỏ, các doanh nghiệp có cơ hội buôn bán với các đối tác ở cách xa khu vực địa lý, khách hàng của các doanh nghiệp lúc này không chỉ là thị trường nội địa nơi doanh nghiệp đang kinh doanh mà còn các khách hàng đến từ khắp nơi, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

1.3.1. Yêu cầu đối với các chỉ tiêu

Những yêu cầu đặt ra cho hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp:

Thể hiện được đặc điểm sản xuất kinh doanh

- Đảm bảo tính thống nhất trong các phương pháp xác định và mối quan hệ giữa các chỉ tiêu

- Đảm bảo tính chính xác, khoa học, thực tế

- Đảm bảo tính hệ thống

Khi đánh giá khái quát hiệu quả kinh doanh cần phải nghiên cứu một cách toàn diện cả về không gian và thời gian, môi trường kinh doanh đồng thời đặt nó trong mối quan hệ với hiệu quả chung của xã hội.

1.3.2. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

- Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản (ROA)

Chỉ tiêu thể hiện khả năng tạo ra lợi nhuận sau thuế của tài sản mà doanh nghiệp sử dụng cho hoạt động kinh doanh, chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản bình quân}}$$

“Chỉ tiêu này cho biết, trong một kỳ phân tích, doanh nghiệp đầu tư 1 đồng tài sản, thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp là tốt, góp phần nâng cao khả năng đầu tư của doanh nghiệp.”

- Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)

ROE là một trong những chỉ tiêu tài chính quan trọng nhất. Nó thường được xem là tỷ lệ lý tưởng có thể được lấy từ báo cáo tài chính của công ty. Nó là chỉ tiêu để đo lường khả năng sinh lời của một công ty đối với chủ đầu tư. Do vậy, khi phân tích hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu, ta thường sử dụng thông qua chỉ tiêu ROE:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu đầu tư thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp. Chỉ tiêu này càng cao, càng biểu hiện su hướng tích cực. Chỉ tiêu này cao thường giúp cho các nhà quản trị có thể đi huy động vốn mới trên thị trường tài chính để tài trợ cho sự tăng trưởng của doanh nghiệp. Ngược lại nếu chỉ tiêu này nhỏ và vốn chủ sở hữu dưới mức vốn điều lệ thì hiệu quả kinh doanh thấp, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn trong việc thu hút vốn.

- Tỷ suất sinh lời của doanh thu (ROS)

“Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS). ROS cho biết một đồng doanh thu tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận”

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu}}$$

- Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản

Khi phân tích hiệu quả sử dụng tài sản phải xây dựng được hệ thống các chỉ tiêu tài chính tổng hợp và chi tiết phù hợp với đặc điểm của từng nhóm tài sản sử dụng trong các doanh nghiệp.

Các chỉ tiêu thường sử dụng phân tích hiệu quả sử dụng tài sản:

Số vòng quay của tài sản

Trong hoạt động kinh doanh, các doanh nghiệp mong muốn tài sản vận động không ngừng, để đẩy mạnh tăng doanh thu, là nhân tố góp phần tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Số vòng quay của tài sản có thể xác định bằng công thức:

$$\text{Số vòng quay của tài sản} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong một kỳ phân tích các tài sản quay được bao nhiêu vòng, chỉ tiêu này càng cao, chứng tỏ các tài sản vận động càng nhanh, góp phần tăng doanh thu và là điều kiện nâng cao lợi nhuận cho doanh nghiệp. Nếu chỉ tiêu này thấp, chứng tỏ các tài sản vận động chậm, có thể hàng tồn kho, làm cho doanh thu của doanh nghiệp giảm. Tuy nhiên, chỉ tiêu này phụ thuộc vào đặc điểm ngành nghề kinh doanh, đặc điểm cụ thể của tài sản trong các doanh nghiệp.

Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích doanh nghiệp đầu tư 1 đồng tài sản ngắn hạn thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, chỉ tiêu này càng cao hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn càng tốt, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

Số vòng quay của tài sản ngắn hạn

$$\frac{\text{Số vòng quay của tài sản ngắn hạn}}{\text{Doanh thu thuần}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích các tài sản ngắn hạn quay được bao nhiêu vòng. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn càng tốt.

Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn

$$\frac{\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn}}{\text{Lợi nhuận sau thuế}} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích của doanh nghiệp, 1 đồng tài sản dài hạn bình quân thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, chỉ tiêu này càng cao hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn càng tốt, là nhân tố hấp dẫn của các nhà đầu tư.

Số vòng quay của tài sản dài hạn (sức sản xuất của tài sản dài hạn)

$$\frac{\text{Số vòng quay của tài sản dài hạn}}{\text{Doanh thu thuần}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, các tài sản dài hạn quay được bao nhiêu vòng. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt, phản ánh tài sản dài hạn được sử dụng hiệu quả.

Số vòng quay của vốn chủ sở hữu (sức sản xuất của vốn chủ sở hữu)

$$\frac{\text{Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu}}{\text{Doanh thu thuần}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, mỗi đồng vốn CSH bỏ ra thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

- **Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí**

Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí

Chỉ tiêu này được xác định như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Chi phí tổng cộng}}$$

tổng chi phí**Tổng chi phí bình quân**

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích của doanh nghiệp, 1 đồng chi phí bỏ ra tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, chỉ tiêu này càng cao càng chứng tỏ mức lợi nhuận trong chi phí càng lớn, doanh nghiệp đã tiết kiệm được các khoản chi phí chi ra trong kỳ.

- Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

Tỷ suất sinh lời của lao động

$$\text{Tỷ suất sinh lời của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng số lao động bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một lao động bình quân tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận cho doanh nghiệp trong kỳ phân tích. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt, phản ánh hiệu quả sử dụng lao động của doanh nghiệp.

Mỗi một doanh nghiệp có thể phân tích các chỉ tiêu hiệu quả hoạt động ở từng bộ phận kinh doanh của doanh nghiệp phản ánh tính hiệu quả của hoạt động chung cũng như từng mặt hoạt động kinh tế diễn ra ở từng bộ phận kinh doanh của doanh nghiệp. Đó có thể là các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả đầu tư đổi mới công nghệ hoặc trang thiết bị lại ở phạm vi toàn doanh nghiệp hoặc từng bộ phận bên trong doanh nghiệp; hiệu quả ở từng bộ phận quản trị và thực hiện các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; hiệu quả của từng quyết định sản xuất kinh doanh và thực hiện chức năng quản trị doanh nghiệp;...Tùy theo từng hoạt động cụ thể có thể xây dựng hệ thống chỉ tiêu và tiến hành đánh giá hiệu quả hoạt động thích hợp.

1.4. Các phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Để phân tích xu hướng và mức ảnh hưởng của từng nhân tố đến từng chỉ tiêu hiệu quả cần phân tích. Trong cuốn luận văn này em sử dụng phương pháp so sánh và phân tích thống kê.

1.4.1. Phương pháp so sánh

Phương pháp này được sử dụng trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ biến động của từng chỉ tiêu.

Để sử dụng phương pháp này cần xác định các vấn đề cơ bản sau:

- Khi nghiên cứu nhịp độ biến động của tốc độ tăng trưởng của các chỉ tiêu, số gốc để so sánh là chỉ tiêu thời kì trước.
- Khi nghiên cứu nhịp điệu thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng thời gian một năm thường so sánh với cùng kì năm trước.
- Khi đánh giá mức độ biến động so với các chỉ tiêu đã dự kiến, trị số thực tế sẽ so sánh với mục tiêu.

1.4.2. Phương pháp liên hệ đối chiếu

Liên hệ, đối chiếu là phương pháp phân tích sử dụng để nghiên cứu, xem xét mối liên hệ kinh tế giữa các sự kiện và hiện tượng kinh tế.

Đồng thời xem xét tính cân đối của các chỉ tiêu kinh tế trong quá trình hoạt động.

Sử dụng phương pháp này cần chú ý đến các mối liên hệ mang tính nội tại, ổn định, chung nhất và được lặp đi lặp lại, các liên hệ ngược, liên hệ xuôi, tính cân đối tổng thể, cân đối từng phần...

Vì vậy, cần thu thập được thông tin đầy đủ và thích hợp về các khía cạnh liên quan đến các luồng chuyển dịch giá trị, sự vận động của các nguồn lực trong doanh nghiệp và mối quan hệ kinh tế của doanh nghiệp với các bên có liên quan.

1.4.3. Phương pháp phân tích nhân tố

Phân tích nhân tố là phương pháp được sử dụng để nghiên cứu, xem xét các chỉ tiêu kinh tế tài chính trong mối quan hệ với các nhân tố ảnh hưởng thông qua việc xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố và phân tích thực chất ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu phân tích.

1.4.4. Phương pháp khác

Phương pháp thay thế liên hoàn: là phương pháp xác định ảnh hưởng của từng nhân tố bằng cách thay thế lần lượt và liên tiếp các nhân tố từ giá trị kỳ gốc sang kỳ phân tích để xác định trị số của chỉ tiêu khi nhân tố đó thay đổi. Sau đó, so sánh trị số của chỉ tiêu vừa tính được với trị số của chỉ tiêu chưa có biến đổi của nhân tố cần xác định sẽ tính được mức độ ảnh hưởng của nhân tố đó

1.5. Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp viễn thông

Hiệu quả hoạt động kinh doanh viễn thông là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp viễn thông nhằm đạt được kết quả của mục tiêu hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực viễn thông.

Như vậy, hiệu quả hoạt động kinh doanh viễn thông liên quan đến 2 vấn đề cơ bản của doanh nghiệp viễn thông: mục tiêu kinh doanh đưa ra và kết quả đạt được trong năm đó. Việc đo lường hiệu quả phụ thuộc vào các tiêu chí đáp ứng mục tiêu kinh doanh đã đề ra. Dưới đây là những nội dung nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp viễn thông.

1.5.1. Nâng cao hiệu quả hoạt động quản trị

Công tác quản trị doanh nghiệp là vấn đề cần phải được chú trọng thực hiện ngay từ khi hình thành, giám sát chặt chẽ trong quá trình vận hành doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp mới hình thành như Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương. Theo đó, cần lựa chọn cơ cấu tổ chức doanh nghiệp theo một cấu trúc bộ máy ổn định, dễ dàng vận hành và điều hành, tránh trùng lặp gây khó khăn trong việc ra quyết định.

Về công tác chuyên môn, hoạt động quản trị doanh nghiệp cần trú trọng tuân thủ quy trình trong hoạt động quản trị, gồm các hoạt động lập kế hoạch, công tác giám sát, đánh giá để hoạt động quản trị có những quyết định kịp thời, chính xác.

1.5.2. Nâng cao doanh số

Nâng cao doanh số là một trong những hoạt động cơ bản thể hiện hiệu quả của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nâng cao doanh số thể hiện được mức tăng trưởng về doanh thu và có thể bao gồm lợi nhuận mang lại hoặc ít nhất lợi nhuận không âm. Kết quả này thể hiện trên bảng tổng kết báo cáo kết quả kinh doanh hàng năm của doanh nghiệp và đảm bảo được tính ổn định.

Để nâng cao được doanh số, đòi hỏi doanh nghiệp phải có những giải pháp tổng thể về các hoạt động tổ chức bán hàng, truyền thông, xây dựng hệ thống phân phối, tiết kiệm chi tiêu tài chính và quan trọng là gia tăng sức mua, sự tiêu dùng dịch vụ của khách hàng.

1.5.3. Tăng thị phần trên thị trường

Đây được coi là hoạt động quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh bởi yếu tố quy mô thị trường sẽ góp phần thay đổi, khẳng định vị thế của doanh nghiệp.

Thị phần phản ánh số lượng khách hàng hiện có. Nếu nó được tăng lên, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp đã giữ chân được khách hàng cũ và thu hút thêm những khách hàng mới. Điều đó sẽ chứng tỏ doanh nghiệp được khách hàng ghi nhận thương hiệu, chất lượng dịch vụ được khách hàng ưa chuộng và biết đến nhiều hơn, sẵn sàng chi tiêu hơn.

Kết luận chương 1

Việc nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về tổng quan hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp là rất cần thiết, tạo ra khung lý luận nhằm định hướng cho việc nghiên cứu thực trạng, tìm ra những ưu điểm và hạn chế trong hiệu quả kinh doanh. Kết quả nghiên cứu trong chương 1 được thể hiện ở các điểm chủ yếu:

Thứ nhất, tác giả đã đưa ra tổng quan lý luận cơ bản về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong đó nêu các khái niệm, ý nghĩa và nhiệm vụ phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, tác giả đã phân tích cụ thể các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Thứ ba, làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong đó có môi trường vi mô, vĩ mô.

Thứ tư, đưa ra các phân tích về các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp.

Chương 2: THỰC TRẠNG KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT – HẢI DƯƠNG

2.1. Tổng quan về Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

2.1.1. Giới thiệu về Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

Lịch sử hình thành của VNPT mà tiền thân là ngành Bưu điện Việt Nam được thành lập ngày 15/08/1945, trong hơn 70 năm qua đã gắn bó với đời sống của người dân, cũng như góp phần không nhỏ vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Xã hội chủ nghĩa.

Ngày 07/04/1990, nghị định 115/HĐBT chuyển Tổng cục bưu điện thành Tổng Công ty bưu chính - viễn thông Việt Nam kinh doanh 2 dịch vụ chính đó là bưu chính và viễn thông. Theo quyết định số 91/QĐ-TTg ngày 07/05/1994 chuyển Tổng công ty Bưu chính – viễn thông Việt Nam thành Tổng công ty kinh doanh 100% vốn Nhà nước. Đến tháng 04/1995 Tổng Công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam được thành lập và đi vào hoạt động theo mô hình Tổng công ty 91, đây là Tổng Công ty trực thuộc Tổng cục Bưu điện và Chính Phủ.

Tháng 12/2007 thực hiện chủ trương tách Bưu chính – Viễn thông của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam thành hai đơn vị kinh doanh dịch vụ bưu chính và dịch vụ viễn thông. Bưu điện tỉnh Hải Dương được chia tách thành Bưu điện tỉnh Hải Dương và Viễn thông Hải Dương.

Thực hiện theo quyết định 888/QĐ-TTg ngày 10/06/2014 về việc phê duyệt đề án tái cơ cấu Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam giai đoạn 2014-2015, Tháng 08/2014 Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương được thành lập là đơn vị trực thuộc Viễn thông Hải Dương. Trong đó Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương được phân công nhiệm vụ kinh doanh các dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin, chăm sóc khách hàng.

Tổng Công ty dịch vụ viễn thông được thành lập theo quyết định số 88/QĐ-VNPT-HĐTV-TCCB ngày 08/05/2015. Đến ngày 25/09/2015 chủ tịch Hội đồng thành viên Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam quyết định điều chuyển

Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương trực thuộc Viễn thông Hải Dương sang trực thuộc Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT Vinaphone).

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông (*sau đây được viết tắt là “Tổng công ty”*), được tổ chức và hoạt động dưới hình thức chi nhánh của Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông.

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương được thành lập theo Quyết định số 855/QĐ-VNPT VNP-NS ngày 28/9/2015 của Chủ tịch Tổng công ty, là một bộ phận cấu thành của hệ thống tổ chức và hoạt động của Tổng công ty, hoạt động sản xuất kinh doanh và hoạt động công ích cùng các đơn vị trực thuộc khác trong một dây chuyền công nghệ viễn thông, công nghệ thông tin, truyền thông liên hoàn, thống nhất cả nước; có mối liên hệ mật thiết với nhau về tổ chức mạng lưới, lợi ích kinh tế, tài chính, phát triển dịch vụ để thực hiện những mục tiêu, chiến lược, kế hoạch do Tổng công ty giao.

Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hai Dương đăng ký hoạt động chi nhánh theo Luật doanh nghiệp, các quy định của pháp luật, Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tổng công ty.

Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hai Dương có Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh, có con dấu, được mở tài khoản tại các ngân hàng thương mại để giao dịch theo quy định của pháp luật.

Tên doanh nghiệp: Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương – Chi nhánh Tổng Công ty dịch vụ Viễn thông

Tên viết tắt: Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương

Địa chỉ: Số 1 đại lộ Hồ Chí Minh, phường Nguyễn Trãi, thành phố Hải Dương, tỉnh Hải Dương.

Mã số thuế: 0106869738-038

Điện thoại: 02203866966 Fax: 02203830200

Website: www.haiduong.vnpt.vn

Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương là chi nhánh hạch toán phụ thuộc, trực thuộc Tổng công ty dịch vụ viễn thông – đơn vị thành viên hạch toán độc lập thuộc Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT Vinaphone).

- Chức năng nhiệm vụ và ngành nghề kinh doanh

Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương có chức năng kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ tại địa bàn tỉnh Hải Dương, bao gồm:

Ngành, nghề kinh doanh chính:

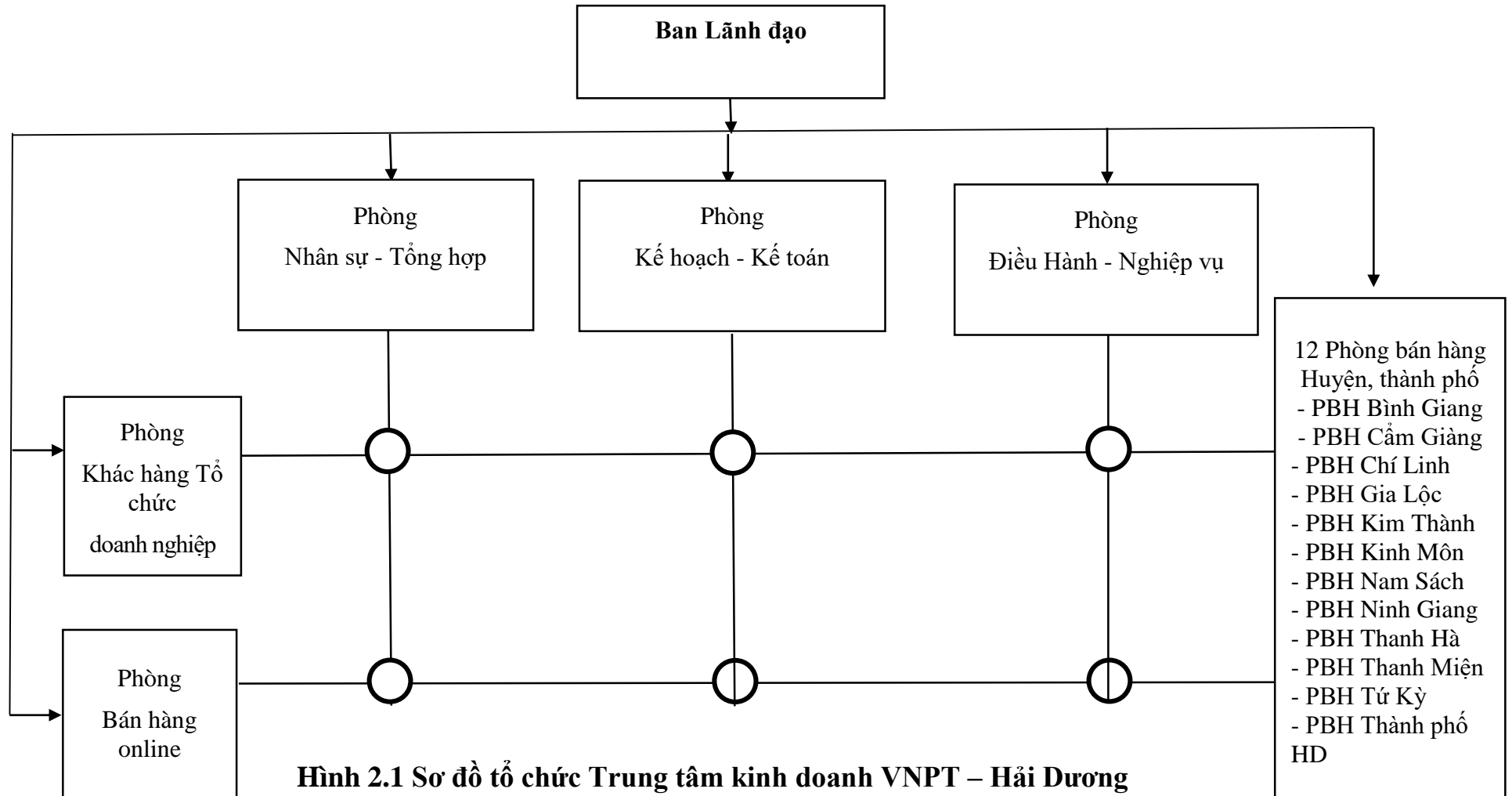
- Kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ viễn thông-công nghệ thông tin
- Kinh doanh các dịch vụ phát thanh, truyền hình, truyền thông đa phương tiện;
- Kinh doanh các dịch vụ nội dung, dịch vụ giá trị gia tăng;
- Kinh doanh các dịch vụ tư vấn, khảo sát, thiết kế, bảo dưỡng, bảo trì, sửa chữa, cho thuê công trình, thiết bị viễn thông, công nghệ thông tin, truyền thông.
- Kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu và phân phối bán buôn, bán lẻ các vật tư, trang thiết bị thuộc các lĩnh vực điện, điện tử, viễn thông, công nghệ thông tin.

Ngành, nghề có liên quan đến ngành nghề kinh doanh chính:

- Kinh doanh các dịch vụ quảng cáo, dịch vụ truyền thông;
- Kinh doanh dịch vụ cho thuê văn phòng, cơ sở hạ tầng viễn thông;
- Đại lý về máy bay và các phương tiện vận tải khác;
- Kinh doanh các ngành nghề khác khác khi được Tổng công ty cho phép và phù hợp với quy định của pháp luật.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức và nguồn lực cơ bản của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

Sơ đồ tổ chức của Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương



(Nguồn: Phòng NS-TH, TTKD VNPT – Hải Dương)

- Lãnh đạo Trung tâm: gồm 02 người, Giám đốc và Phó Giám đốc; có nhiệm vụ chỉ đạo, điều hành toàn bộ hoạt động của TTKD và phối hợp công việc với VNPT Hải Dương thực hiện các công việc sản xuất kinh doanh vì mục tiêu kinh doanh chung của hai đơn vị trên địa bàn theo quy định của pháp luật, của Tổng công ty và của Tập đoàn.

- Khối văn phòng bao gồm: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Kế toán – Kế hoạch, Điều hành – Nghiệp vụ.

+ Phòng Tổng hợp – Nhân sự: Tham mưu, giúp việc cho Giám đốc Trung tâm Kinh doanh trong công tác tổ chức, cán bộ; quản lý và bố trí nhân lực, bảo hộ lao động; tiền lương, chế độ chính sách; chăm sóc sức khỏe đối với người lao động. Tham mưu và giúp việc cho Giám đốc TTKD trong công tác bảo vệ chính trị nội bộ; công tác hành chính – tổng hợp, văn thư - lưu trữ; công tác thi đua, khen thưởng, kỷ luật; thực hiện công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, pháp chế theo quy định hiện hành; công tác bảo vệ và quản lý xe. Tham mưu và giúp việc cho Giám đốc trong lĩnh vực đầu tư, đấu thầu, xét thầu, đàm phán hợp đồng; mua sắm, sửa chữa, trang thiết bị, công cụ dụng cụ, văn phòng phẩm cung cấp vật tư, công cụ, dụng cụ cho hoạt động kinh doanh của đơn vị. Kiểm tra, đôn đốc các bộ phận trong TTKD thực hiện nghiêm túc nội quy, quy chế của Tổng công ty và của TTKD.

+ Phòng Kế hoạch – Kế toán: Tham mưu, giúp việc cho Giám đốc TTKD quản lý điều hành công tác tài chính kế toán, kế hoạch sản xuất kinh doanh, thu cước của TTKD theo đúng quy định của Luật kế toán, Luật thống kê, chuẩn mực kế toán và các quy định của Nhà nước, của Tổng công ty và Tập đoàn. Kiểm soát bằng đồng tiền các hoạt động kinh tế trong TTKD theo các quy định về quản lý kinh tế của Nhà nước, của Tập đoàn, của Tổng công ty và của TTKD. Hoạch định, quản lý nguồn đầu tư, chi phí sản xuất kinh doanh của TTKD. Quản lý toàn bộ vốn và tài sản của TTKD. Thực hiện công tác quản lý tài chính, hạch toán, kế toán và phân tích đánh giá hoạt động kinh tế, hiệu quả sử dụng nguồn vốn đầu tư, chi phí của TTKD. Thực hiện công tác kiểm tra thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh, tài

chính – kế toán các đơn vị trực thuộc TTKD. Thừa lệnh Giám đốc TTKD điều hành, quản lý trên các lĩnh vực được giao.

+ Phòng Điều hành – Nghiệp vụ: Tham mưu, giúp việc cho Giám đốc Trung tâm trong công tác chỉ đạo điều hành, giám sát thực hiện công tác bán hàng, nghiệp vụ, chính sách bán hàng, giá cước, tiếp thị, chăm sóc khách hàng; công tác quảng bá thương hiệu; truyền thông, quảng cáo; phát triển thị trường và kênh bán hàng. Chỉ đạo, điều hành bán hàng, phối hợp cung cấp số liệu giải quyết khiếu nại. Tham mưu cho Giám đốc Trung tâm về: Tính cước, in cước, quản lý số liệu tính cước và công tác dữ liệu khách hàng, công tác chi hoa hồng. Đề xuất xây dựng các quy định, quy trình nghiệp vụ, quy trình khiếu nại; Hướng dẫn, triển khai, điều hành; giám sát việc triển khai các quy định, quy trình nghiệp vụ tại khối sản xuất của Trung tâm. Quản trị các hệ thống, các chương trình phần mềm để hỗ trợ sản xuất kinh doanh của Tổng Công ty, của Tập đoàn. Quản lý, giám sát kênh bán hàng. Thừa lệnh Giám đốc TTKD điều hành, quản lý trên các lĩnh vực được giao.

- Khối sản xuất trực tiếp gồm: Phòng bán hàng Online, các Phòng bán hàng huyện, thành phố; Phòng khách hàng tổ chức – Doanh nghiệp.

+ Phòng Khách hàng tổ chức – doanh nghiệp: Quản lý, khai thác trang thiết bị khoa học kỹ thuật, tin học, phát triển phần mềm và cơ sở dữ liệu của Trung tâm Kinh doanh. Có nhiệm vụ điều hành bán hàng khối khách hàng tổ chức, doanh nghiệp; tiếp thị bán hàng, phát triển dịch vụ, duy trì và chăm sóc khách hàng; thực hiện công tác kế toán, thu nợ; Tư vấn giải đáp, cung cấp các sản phẩm, dịch vụ VT-CNTT và các dịch vụ giá trị gia tăng; thực hiện quản lý dữ liệu khách hàng tổ chức, doanh nghiệp, công tác chăm sóc khách hàng cho các khách hàng là tổ chức, doanh nghiệp trên địa bàn Hải Dương.

+ Các phòng bán hàng VNPT huyện, thành phố: Quản lý, điều hành khai thác và phát triển kênh bán hàng; Bán hàng và phát triển dịch vụ; Duy trì và chăm sóc khách hàng; thực hiện công tác kế toán, thu nợ; Điều tra, thu thập, phân tích và cung cấp thông tin thị trường; quản lý nhân lực, tài sản, công cụ được phân cấp. Thực hiện nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh trên địa bàn được giao theo đúng quy

định của Pháp luật, của Tổng công ty và của TTKD. Thay mặt cho Giám đốc Trung tâm thực hiện công tác đối ngoại với cơ quan Đảng, Chính quyền địa phương, các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp trên địa bàn để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh được giao và các nhiệm vụ chính trị khác theo yêu cầu của các cấp chính quyền địa phương.

2.1.3. Đặc điểm thị trường và đối thủ cạnh tranh

Với sự phát triển và vận động không ngừng của thế giới, cũng như sự phát triển vượt bậc trong ngành CNTT, các doanh nghiệp Viễn thông vừa được ở ra các cơ hội kinh doanh mới nhưng đồng thời cũng phải đối mặt với những thách thức to lớn. Ngành Viễn thông đang là con gà đẻ trứng vàng cho nền kinh tế với sự bùng nổ mạnh mẽ trong 10 năm gần đây. Tuy nhiên trong những năm gần đây cho thấy doanh thu đã có dấu hiệu chững lại và suy giảm, nhiều dấu hiệu cho thấy ngành viễn thông tiếp tục đối mặt với những khó khăn trong năm 2022 và những năm tiếp theo. Hạ tầng và thị trường viễn thông truyền thống đã bão hoà và đang chuyển dịch mạnh thành hạ tầng số, dịch vụ số; thói quen tiêu dùng thay đổi và đặc biệt tác động của các công nghệ của CMCN 4.0 mang tới đã mang nhả nhiều chỉ dấu đáng lo ngại cho hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp viễn thông.

Tốc độ giảm doanh thu dịch vụ viễn thông truyền thống của Việt Nam nhanh hơn so với tốc độ giảm chung của thế giới. Mức suy giảm trên là hệ quả của một loạt yếu tố, gồm bối cảnh thuê bao trong nước bão hòa, giá cước liên tục giảm để cạnh tranh giữa các nhà mạng, dịch vụ giá trị gia tăng và dịch vụ điện thoại cố định tiếp tục trên xu hướng giảm, sự phổ biến của dịch vụ gọi điện, nhắn tin, cung cấp nội dung trên OTT. Những yếu tố đó đang khiến doanh thu dịch vụ viễn thông cơ bản ở Việt Nam trong năm qua rơi vào trạng thái không thể tăng trưởng.

Đối thủ cạnh tranh lớn nhất đối với VNPT hiện nay có thể kể đến là Tổng Công ty Viễn thông Viettel, Tổng Công ty Viễn thông MobiFone.

Hiện nay, Viettel Telecom đã có được những dấu ấn quan trọng và đứng ở vị thế lớn trên thị trường cũng như trong sự lựa chọn của khách hàng. Viettel Telecom là mạng di động đứng đầu Việt Nam với việc cung cấp dịch vụ GPRS trên toàn

quốc, có 11 triệu thuê bao và là một trong những mạng di động có tốc độ phát triển nhanh nhất thế giới (tạp chí Wireless Intelligence bình chọn). Là doanh nghiệp có số trạm nhiều nhất với vùng phủ rộng nhất tại Việt Nam, số một về mạng lưới phân phối ở Việt Nam.

Chiến lược của Tập đoàn trong giai đoạn tiếp theo 2018 - 2030, đó là duy trì tốc độ tăng trưởng 10-15%, trở thành Tập đoàn công nghệ kinh doanh toàn cầu, tiếp tục duy trì vị thế dẫn đầu số 1 Việt Nam về Viễn thông và Công nghiệp công nghệ cao, trở thành top 150 doanh nghiệp lớn nhất thế giới vào năm 2030, trong đó top 10 về Viễn thông và CNTT; Top 20 về Công nghiệp Điện tử Viễn thông; Top 50 về Công nghiệp an toàn, an ninh mạng. Cơ cấu doanh thu viễn thông và công nghệ thông tin chiếm 55%; công nghiệp công nghệ cao chiếm 25%, lĩnh vực đầu tư vào đổi mới, sáng tạo chiếm 10% và lĩnh vực truyền thông là 10%.

Hiện nay, MobiFone có gần 50 triệu thuê bao với gần 30.000 trạm 2G và 20.000 trạm 3G. MobilFone đang trở thành đối tác mạnh và tin cậy nhất của các doanh nghiệp trong lĩnh vực viễn thông ở Việt Nam và Quốc tế. Mọi công nghệ viễn thông tiên tiến nhất sẽ được ứng dụng vì nhu cầu của khách hàng, lúc nào cũng sáng tạo để mang tới những dịch vụ giá trị gia tăng mới cho khách hàng. Mọi thông tin đều được chia sẻ một cách minh bạch nhất, sự minh bạch được thể hiện từ nhận thức tới hành động của từng cá thể trong toàn Công ty.

Giai đoạn 2021-2025, mục tiêu và kế hoạch của MobiFone sẽ là xây dựng và phát triển MobiFone trở thành Tổng công ty nhà nước vững mạnh, năng động, hiệu quả và bền vững; có năng lực cạnh tranh trong nước và quốc tế; thực hiện tốt nhiệm vụ công ích; góp phần thúc đẩy kinh tế xã hội, quốc phòng, an ninh; giữ vững vai trò doanh nghiệp chủ chốt trên thị trường viễn thông di động. MobiFone tích cực, chủ động tham gia vào quá trình chuyển đổi số toàn diện trên tất cả các lĩnh vực, trở thành một trong những doanh nghiệp số đi đầu tại Việt Nam, nhà cung cấp hạ tầng số, dịch vụ số, nội dung số.

**2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh
VNPT – Hải Dương thời gian gần đây**

Bảng 2.1: Kết quả kinh doanh của TTKD Hải Dương từ năm 2018-2021

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
A	DOANH THU	Tr.đồng	560.397	579.880	596.962	621.724
A.1	Doanh thu Viễn thông CNTT	Tr.đồng	475.003	451.944	446.297	528.557
A.1.1	Di động	Tr.đồng	132.160	105.599	109.223	122.009
A.1.1.1	Di động trả sau	Tr.đồng	57.098	45.975	44.833	53.450
A.1.1.2	Di động trả trước	Tr.đồng	75.062	59.624	64.390	68.559
A.1.2	Băng rộng (MegaVNN, FiberVNN, Interne trực tiếp...)	Tr.đồng	260.284	261.983	267.487	278.783
A.1.3	Điện thoại cố định, Gphone	Tr.đồng	27.780	20.280	14.426	11.265
A.1.4	Truyền số liệu	Tr.đồng	18.202	18.863	20.430	18.186
A.1.5	Dịch vụ MyTV	Tr.đồng	10.261	12.870	26.976	36.142
A.1.6	Dịch vụ CNTT	Tr.đồng	12.394	18.361	19.841	18.947
A.1.7	Dịch vụ GTGT	Tr.đồng	158	296	3.098	8.451
A.1.8	Dịch vụ còn lại	Tr.đồng	1.929	1.177	562	3.611
A.1.8	Dịch vụ cho thuê CSHT	Tr.đồng	11.836	12.516	14.254	11.163
A.2	Doanh thu Kinh doanh thương mại	Tr.đồng	3.350	1.484	411	498
A.3	Doanh thu hoạt động tài chính	Tr.đồng	12	11	12	5
A.4	Doanh thu SPDV khác	Tr.đồng	0	5	3	31
A.5	Doanh thu PHKD	Tr.đồng	82.032	126.436	120.240	112.634

B	CHI PHÍ	Tr.đồng	529.375	530.441	503.192	484.509
B.1	Chi phí Viễn thông CNTT	Tr.đồng	62.020	78.672	73.111	75.476
B.1.1	Chi phí bán hàng	Tr.đồng	34.592	47.925	45.821	44.756
B.1.2	Chi phí quản lý DN	Tr.đồng	27.428	30.747	27.290	30.720
B.2	Chi phí Kinh doanh thương mại	Tr.đồng	3.105	1.221	323	341
B.3	Chi phí hoạt động tài chính	Tr.đồng				
B.4	Chi phí khác	Tr.đồng	124	109	32	174
B.5	Chi phí PHKD	Tr.đồng	464.126	450.440	429.725	408.516
C	Tổng Lợi nhuận trước thuế	Tr.đồng	31.022	49.439	93.770	137.216
D	Thuê bao phát sinh cước các dịch vụ cơ bản					
D.1	Di động	Nghìn Thuê bao	233,2	193,8	203,7	280
D.2	Băng rộng cố định	Nghìn Thuê bao	205	243	252	280

(Nguồn: Phòng KT-KH TTKD VNPT – Hải Dương)

TTKD VNPT – Hải Dương là một chi nhánh và hạch toán phụ thuộc Tổng công ty DVVT, đơn vị thành viên của Tập đoàn BCVT Việt Nam. Theo quy định của Tập đoàn, hàng tháng giữa các đơn vị trực thuộc sẽ phát sinh những khoản doanh thu và chi phí phối hợp kinh doanh thông qua các quyết định về đơn giá chuyển giao chi tiết đối với từng loại doanh thu và chi phí. Hàng quý, lợi nhuận của TTKD VNPT – Hải Dương sẽ được kết chuyển về Tổng công ty mà không dùng để tính thuế TNDN. Tuy vậy, nhưng lợi nhuận vẫn là một chỉ số kết quả đầu ra quan trọng của hoạt động kinh doanh của đơn vị. Do đặc trưng kinh doanh và đặc điểm các chỉ tiêu tài chính khác biệt với một doanh nghiệp thông thường như vậy, việc phân tích hiệu quả kinh doanh chủ yếu được thực hiện dựa trên việc so sánh các chỉ

tiêu hiệu quả của đơn vị trong quá khứ. Ngoài ra việc đọc kết quả của các chỉ tiêu cũng cần lưu ý về các đặc điểm các chỉ tiêu thành phần để hiểu cho đúng.

Qua bảng 2.1 cho thấy doanh thu và lợi nhuận phát sinh có sự tăng trưởng qua từng năm. Cụ thể là:

Từ các năm 2018 đến 2021, lợi nhuận trước thuế của TTKD VNPT – Hải Dương liên tục tăng so với năm trước lần lượt năm 2019/2018 là 59%, năm 2021/2020 là 46%.

Doanh thu Viễn thông CNTT của TTKD VNPT – Hải Dương liên tục tăng so với năm trước lần lượt năm 2019/2018 là 3%, năm 2021/2020 là 4%. Tuy nhiên, doanh thu không tăng đều ở các dịch vụ mà có dịch vụ liên tục tăng và có dịch vụ liên tục giảm. Doanh thu các năm tăng do các dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn có sự tăng trưởng như dịch vụ di động Vinaphone (năm 2021 tăng trưởng 12% so với năm 2010), dịch vụ băng rộng (năm 2021 tăng trưởng 4% so với năm 2020), dịch vụ MyTV (năm 2021 tăng trưởng 34% so với năm 2020)... Trong khi đó dịch vụ cố định, Gphone giảm theo xu thế của thị trường (năm 2021 chỉ bằng 78% doanh thu của năm 2020).

Chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí bán hàng có tăng theo các năm từ 2018 đến 2021, tuy điều này có làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp nhưng tỷ lệ tăng chi phí là không đáng kể so với việc gia tăng của doanh thu.

Lợi nhuận của TTKD VNPT Hải Dương có xu hướng tăng theo từng năm. Năm 2018 đạt 31 tỷ đồng và năm 2021 đạt 137 tỷ bằng 442% so với năm 2018 và 146% so với năm 2020. Kết quả trên thể hiện TTKD Hải Dương đã biết quản lý tốt trong công tác tài chính. Điều này là một dấu hiệu tốt, khả quan trong kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2. Phân tích hiệu quả kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian qua

2.2.1. Phân tích hiệu quả kinh doanh tổng hợp của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

Bảng 2.2: Các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng vốn của TTKD VNPT – Hải Dương

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
1	Doanh thu thuần	560.397	579.880	596.962	621.724
2	Lợi nhuận	31.022	49.439	93.770	137.216
3	Tổng nguồn vốn	103.188	106.192	105.139	104.470
4	Vốn chủ sở hữu	767	590	431	269
5	Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) (6=2/3)	0,30	0,47	0,89	1,31
6	Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE (7=2/4)	40,43	83,73	217,32	510,87
7	Tỷ suất lợi nhuận doanh thu ROS (8=2/1)	0,06	0,09	0,16	0,22

(Nguồn: Phòng KT-KH TTKD VNPT – Hải Dương)

Tỷ suất sinh lời của doanh thu (ROS)

Để nâng cao doanh thu cho doanh nghiệp phải sử dụng những chiến lược dài hạn, quyết định tạo ra lợi nhuận và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Tuy nhiên, mục tiêu cuối cùng của chủ doanh nghiệp không phải là doanh thu mà chính là lợi nhuận sau thuế. Do vậy, để có được sự tăng trưởng bền vững doanh nghiệp cần duy trì việc tăng doanh thu phải có tốc độ nhanh hơn tốc độ tăng của chi phí.

Tỷ suất sinh lời của doanh thu thể hiện trình độ kiểm soát chi phí của doanh nghiệp nhằm tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Năm 2018, ứng với mỗi 100 đồng doanh thu thì TTKD thu được 6 đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay. Các năm tiếp theo lần lượt thu được 9 đồng; 16 đồng và 22 đồng.

Tỷ suất ROS tăng liên tục qua các năm và tốc độ tăng cũng nhanh hơn cho thấy lợi nhuận của TTKD làm ra được sau khi trả tiền cho các khoản chi phí biến đổi của sản xuất như tiền lương, chi phí NVL, chi phí bán hàng, chi phí CSKH... đang tăng. Đây là kết quả tích cực, TTKD đẩy mạnh kinh doanh tăng doanh thu

trong thời gian tới sẽ càng giúp làm tăng nhiều hơn nữa lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA)

Trong quá trình tiến hành những hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp mong muốn mở rộng quy mô sản xuất, thị trường tiêu thụ, nhằm phát triển nhanh và mạnh hơn. Do vậy, chủ doanh nghiệp có thể dùng tỷ suất sinh lời của tài sản để đánh giá hiệu quả sử dụng các tài sản đã đầu tư.

Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) tăng qua các năm từ 2018-2021, lần lượt là 0,3; 0,47; 0,89; 1,31. Năm 2018 với 1 đồng tài sản sẽ làm ra 0.3 đồng lợi nhuận, và với các năm tiếp theo lần lượt là 0,47; 0,89; 1,31 đồng.

Chỉ tiêu ROA liên tục tăng qua các năm, phản ánh hiệu quả của việc sử dụng vốn kinh doanh của TTKD VNPT – Hải Dương ngày càng cao. Điều này có được là do sự tăng trưởng theo kiểu bù đắp của 2 chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận doanh thu và vòng quay tổng tài sản của doanh nghiệp mà ở đây chủ yếu là do TTKD đã gia tăng được tỷ suất lợi nhuận qua các năm.

Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)

Chỉ tiêu ROE phản ánh khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu. Các nhà đầu tư thường rất quan tâm tới chỉ tiêu này, nó là một trong những căn cứ để các nhà đầu tư quyết định việc nên hay không nên đầu tư vào 1 doanh nghiệp. Thêm vào đó, tăng mức doanh lợi VCSH là mục tiêu quan trọng trong hoạt động quản lý tài chính của doanh nghiệp.

Đối với đặc thù của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương cũng như các TTKD khác là đơn vị hạch toán phụ thuộc TCT Dịch vụ Viễn thông, chủ yếu thực hiện chức năng kinh doanh, phần sản xuất thuộc chức năng của Viễn thông tỉnh nên phần vốn chủ sở hữu hạch toán tại đơn vị chỉ bao gồm giá trị còn lại của TSCĐ tại đơn vị, và TSCĐ của TTKD VNPT Hải Dương rất hạn chế, chỉ bao gồm: 01 xe ô tô bán tải, 02 xe ô tô bán hàng lưu động, 01 thiết bị IPCC (IP Contact Center - thiết bị dùng để phục vụ cho tổng đài, hệ thống này có thể hỗ trợ đa kênh giao tiếp với khách hàng như điện thoại, fax, VoIP, SMS, email, chat... thay vì chỉ

1 đường kết nối thoại như trước đây), 02 máy phô tô, 01 bộ VCS trang bị phòng họp trực tuyến (Thiết bị VCS là thiết bị đầu cuối hội nghị truyền hình có chức năng thu nhận hình ảnh, âm thanh (qua camera, micro)). Do vậy vốn chủ sở hữu của đơn vị rất thấp dẫn đến chỉ số ROE rất cao. Việc phân tích chỉ tiêu tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu ROE chủ yếu được xem xét thông qua so sánh qua các năm của đơn vị.

Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) tăng qua các năm từ 2018-2021, lần lượt là : 40,43; 83,73; 217,32; 510,87. Đây cũng là dấu hiệu tốt thể hiện hiệu quả kinh doanh được cải thiện qua các năm vừa qua của TTKD VNPT- Hải Dương.

Qua phân tích ta thấy cả ba chỉ tiêu tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu, tỷ suất sinh lời trên tài sản và hiệu suất sử dụng tổng nguồn vốn đều tăng. Đó là một tín hiệu tốt trong hoạt động kinh doanh của TTKD.

2.2.2. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản

Bảng 2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản tại TTKD VNPT – Hải Dương

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
			2018	2019	2020	2021	(±)	(%)	(±)	(%)	(±)	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	triệu đồng	560.397	579.880	596.962	621.724	19.483	103%	17.082	103%	24.762	104%
2	Lợi nhuận	triệu đồng	31.022	49.439	93.770	137.216	18.416	159%	44.331	190%	43.446	146%
3	Tổng tài sản bình quân	triệu đồng	103.188	106.192	105.139	104.470	3.003	103%	-1.053	99%	-668	99%
4	Tài sản ngắn hạn bình quân	triệu đồng	73.647	77.981	81.685	78.950	4.334	106%	3.704	105%	-2.735	97%
5	Tài sản dài hạn bình quân	triệu đồng	29.542	28.211	23.454	25.520	-1.331	95%	-4.757	83%	2.067	109%
6	Tỷ suất sinh lời của TS	-	0,30	0,47	0,89	1,31	0,16	155%	0,43	192%	0,42	147%
7	Sức sản xuất của TS	-	5,43	5,46	5,68	5,95	0,03	101%	0,22	104%	0,27	105%
8	Tỷ suất sinh lời của TSNH	-	0,42	0,63	1,15	1,74	0,21	151%	0,51	181%	0,59	151%
9	Sức sản xuất của TSNH	-	7,61	7,44	7,31	7,87	(0,17)	98%	(0,13)	98%	0,57	108%
10	Tỷ suất sinh lời của TSDH	-	1,05	1,75	4,00	5,38	0,70	167%	2,25	228%	1,38	134%
11	Sức sản xuất của TSDH	-	18,97	20,56	25,45	24,36	1,59	108%	4,90	124%	(1,09)	96%

Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản

Để phân tích rõ hơn nguyên nhân dẫn tới sự gia tăng tỷ suất sinh lời của tổng tài sản (ROA) đã chỉ ra ở phần trên, phần này thực hiện phân tích nhân tố chỉ tiêu này của doanh nghiệp qua các năm.

- Trong năm 2018, doanh nghiệp cứ bỏ ra 1 đồng tài sản đầu tư thì thu được 0,3 đồng lợi nhuận. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2019 tăng 0,164 so với năm 2018 tương ứng tăng 155% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LN 2019}}{\text{TSbq 2018}} - \frac{\text{LN 2018}}{\text{TSbq 2018}} = \frac{49.439}{103.188} - \frac{31.022}{103.188} = 0,178$$

+ Tổng tài sản tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản giảm một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2019}}{\text{TSbq 2019}} - \frac{\text{LNST 2019}}{\text{TSbq 2018}} = \frac{49.439}{106.192} - \frac{49.439}{103.188} = -0.014$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,178 - 0.014 = -0,164$$

- Trong năm 2020, doanh nghiệp cứ bỏ ra 1 đồng tài sản đầu tư thì thu được 0,89 đồng lợi nhuận. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2020 tăng 0,43 so với năm 2019 tương ứng tăng 192% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LN 2020}}{\text{TSbq 2019}} - \frac{\text{LN 2019}}{\text{TSbq 2019}} = \frac{93.770}{106.192} - \frac{49.439}{106.192} = 0,42$$

+ Tổng tài sản giảm làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2020}}{\text{TSbq 2019}} - \frac{\text{LNST 2020}}{\text{TSbq 2019}} = \frac{93.770}{106.192} - \frac{93.770}{106.192}$$

$$\text{TSbq 2020} \quad \text{TSbq 2019} \quad 105.139 \quad 106.192$$

$$= 0,01$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,42+0,01=0,43$$

- Trong năm 2021, doanh nghiệp cứ bỏ ra 1 đồng tài sản đầu tư thì thu được 1,31 đồng lợi nhuận. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2021 tăng 0,42 so với năm 2020 tương ứng tăng 147% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LN 2021}}{\text{TSbq 2020}} - \frac{\text{LN 2020}}{\text{TSbq 2020}} = \frac{137.216}{105.139} - \frac{93.770}{105.139}$$

$$= 0,41$$

+ Tổng tài sản giảm làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2021}}{\text{TSbq 2021}} - \frac{\text{LNST 2021}}{\text{TSbq 2020}} = \frac{137.216}{104.470} - \frac{137.216}{105.139}$$

$$= 0,01$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,41+0,01=0,42$$

Sức sản xuất của tổng tài sản

- Năm 2019, với mỗi 1 đồng tài sản đem vào sản xuất kinh doanh làm ra được 5,46 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của tổng tài sản năm này tăng 0,03 lần so với năm 2018 tương ứng tăng 1% do các nhân tố sau:

Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2019}}{\text{TSbq 2018}} - \frac{\text{DTT 2018}}{\text{TSbq 2018}} = \frac{579.880}{103.188} - \frac{560.397}{103.188}$$

$$= 0,189$$

+ Tổng tài sản tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản giảm một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2019}}{\text{TSbq 2019}} - \frac{\text{DTT 2019}}{\text{TSbq 2018}} = \frac{579.880}{106.192} - \frac{579.880}{103.188}$$

TSbq 2019	TSbq 2018	106.192	103.188
-----------	-----------	---------	---------

$$=-0,159$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,189 - 0,159 = 0,03$$

- Năm 2020, với mỗi 1 đồng tài sản đem vào sản xuất kinh doanh làm ra được 5,68 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của tổng tài sản năm này tăng 0,22 lần so với năm 2019 tương ứng tăng 4% do các nhân tố sau:

Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$\frac{DTT\ 2020}{TSbq\ 2019}$	$-\frac{DTT\ 2019}{TSbq\ 2019}$	$=\frac{596.962}{106.192}$	$-\frac{579.880}{106.192}$
		$= 0,16$	

+ Tổng tài sản giảm làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$\frac{DTT\ 2020}{TSbq\ 2020}$	$-\frac{DTT\ 2020}{TSbq\ 2019}$	$=\frac{596.962}{105.139}$	$-\frac{596.962}{106.192}$
		$= 0,06$	

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,16 + 0,06 = 0,22$$

- Năm 2021, với mỗi 1 đồng tài sản đem vào sản xuất kinh doanh làm ra được 5,95 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của tổng tài sản năm này tăng 0,27 lần so với năm 2019 tương ứng tăng 5% do các nhân tố sau:

Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$\frac{DTT\ 2021}{TSbq\ 2020}$	$-\frac{DTT\ 2020}{TSbq\ 2020}$	$=\frac{621.724}{105.139}$	$-\frac{596.962}{105.139}$
		$= 0,23$	

+ Tổng tài sản giảm làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$\frac{DTT\ 2021}{TSbq\ 2021}$	$-\frac{DTT\ 2021}{TSbq\ 2020}$	$=\frac{621.724}{104.470}$	$-\frac{621.724}{105.139}$
		$= 0,04$	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,23 + 0,04 = 0,27$

Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn

- Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn năm 2021 tăng 1,38 lần so với năm 2020 tương ứng tăng 34% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn tăng một lượng là:

LNST 2021	LNST 2020	137.216	93.770
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSDHbq 2020	TSDHbq 2020	23.454	23.454

$$= 1,85$$

+ Tài sản dài hạn bình quân tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn giảm một lượng là:

LNST 2021	LNST 2021	137.216	137.216
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSDHbq 2021	TSDHbq 2020	25.520	23.454

$$= -0,47$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $1,85 - 0,47 = 1,38$

Sức sản xuất của tài sản dài hạn

- Sức sản xuất của tài sản dài hạn năm 2021 giảm 1,09 lần so với năm 2020 tương ứng đạt 96% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tài sản dài hạn tăng một lượng là:

DTT 2021	DTT 2020	621.724	596.962
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSDHbq 2020	TSDHbq 2020	23.454	23.454
		$= 1,06$	

+ Tài sản dài hạn tăng làm sức sản xuất của tài sản dài hạn giảm một lượng là:

DTT 2021	DTT 2021	621.724	621.724
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSDHbq 2021	TSDHbq 2020	25.520	23.454
		=	-2,15

=> Tổng hợp hai nhân tố: $1,06 - 2,15 = -1,09$

Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn

- Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn năm 2019 tăng 0,21 lần so với năm 2018 tương ứng tăng 51% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

LNST 2019	LNST 2018	49.439	31.022
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2018	TSNHbq 2018	73.647	73.647
		=	0,25

+ Tài sản ngắn hạn bình quân tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn giảm một lượng là:

LNST 2019	LNST 2019	49.439	49.439
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2019	TSNHbq 2018	77.981	73.647
		=	- 0,04

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,25 - 0,04 = 0,21$

- Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn năm 2020 tăng 0,51 lần so với năm 2019 tương ứng tăng 81% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

LNST 2020	LNST 2019	93.770	49.439
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>

TSNHbq 2019	TSNHbq 2019	77.981	77.981
-------------	-------------	--------	--------

$$= 0,57$$

+ Tài sản ngắn hạn bình quân tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn giảm một lượng là:

LNST 2020	LNST 2020	93.770	93.770
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2020	TSNHbq 2019	81.685	77.981
		= - 0,06	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,57 - 0,06 = 0,51$

- Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn năm 2021 tăng 0,59 lần so với năm 2019 tương ứng tăng 51% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

LN 2021	LN 2020	137.216	93.770
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2020	TSNHbq 2020	81.685	81.685
		= 0,53	

+ Tài sản ngắn hạn bình quân giảm làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

LN 2021	LN 2021	137.216	137.216
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2021	TSNHbq 2020	78.950	81.685
		= 0,06	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,53 + 0,06 = 0,59$

Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn

- Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng qua các năm. Năm 2021 tăng 0,57 lần so với năm 2020 tương ứng tăng 8% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

DTT 2021	DTT 2020	621.724	596.962
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2020	TSNHbq 2020	81.685	81.685
		=	0,30

+ Tài sản ngắn hạn giảm làm sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng:

DTT 2021	DTT 2021	621.724	621.724
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSNHbq 2021	TSNHbq 2020	78.950	81.685
		=	0,27

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,30 + 0,27 = 0,57$

Từ phân tích nhân tố các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản của TTKD VNPT – Hải Dương, có thể thấy qua các năm, cả tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn của doanh nghiệp có tăng có giảm qua các năm nhưng mức tăng giảm không đáng kể. Có thể thấy lợi nhuận sau thuế và doanh thu của TTKD VNPT – Hải Dương tăng nhanh hơn tốc độ tăng tài sản, và đây chính là nguyên nhân chính dẫn tới hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp được cải thiện rõ rệt.

Bảng 2.4 Phân tích vòng quay tài sản tại TTKD VNPT – Hải Dương

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
			2018	2019	2020	2021	(±)	(%)	(±)	(%)	(±)	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	triệu đồng	560.397	579.880	596.962	621.724	19.483	103%	17.082	103%	24.762	104%
2	Tiền và các khoản tương đương tiền	triệu đồng	2.988	3.225	2.017	567	237	108%	-1.208	63%	-1.450	28%
3	Phải thu khách hàng	triệu đồng	33.704	27.900	25.125	25.951	-5.804	83%	-2.775	90%	826	103%
4	Phải thu nội bộ	triệu đồng	60.628	69.976	71.469	72.879	9.348	115%	1.493	102%	1.410	102%
5	Phải thu ngắn hạn khác	triệu đồng	3.351	3.420	5.130	4.131	69	102%	1.710	150%	-999	81%
6	Hàng tồn kho	triệu đồng	609,73	410,96	313,04	246,58	-199	67%	-98	76%	-66	79%
7	Chi phí trả trước ngắn hạn khác	triệu đồng	137,79	50,00	50,00	50,00	-88	36%	0	100%	0	100%
8	Vòng quay của PTKH	lần	16,63	20,78	23,76	23,96	4	125%	2,98	114%	0,20	101%
9	Vòng quay phải thu nội bộ	lần	9,24	8,29	8,35	8,53	-1	90%	0,07	101%	018	102%
10	Vòng quay CPTT ngắn hạn	lần	4.067,17	11.597,60	11.939,24	12.434,49	7.530	285%	41,64	103%	495,24	104%
11	Vòng quay hàng tồn kho	lần	919,08	1.411,03	1.906,96	2.521,41	492	154%	495,93	135%	614,45	132%
12	Vòng quay PT ngắn hạn khác	lần	167,23	169,53	116,37	150,49	2	101%	-53	1	34	129%

(Nguồn: Phòng KT-KH TTKD VNPT – Hải Dương)

Đối với đơn vị làm chức năng kinh doanh là chủ yếu, hầu như không nắm giữ tài sản dài hạn như TTKD VNPT – Hải Dương, việc quản trị và đảm bảo hiệu quả sử dụng của tài sản ngắn hạn có vai trò quan trọng. Để việc phân tích hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn chi tiết hơn, bảng 2.4 tính toán và phân tích biến động của các chỉ tiêu tài sản ngắn hạn.

Chỉ tiêu vòng quay tài sản cho biết trong một kỳ phân tích các tài sản quay được bao nhiêu vòng (lần), chỉ tiêu này càng cao, chứng tỏ các tài sản vận động càng nhanh, góp phần tăng doanh thu và là điều kiện nâng cao lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Trong các năm qua, các loại tài sản ngắn hạn có tốc độ quay vòng được cải thiện đáng kể nhất là phải thu chi phí trả trước ngắn hạn khác và hàng tồn kho. Tốc độ quay vòng của phải thu khách hàng cũng được cải thiện nhưng chưa nhiều. Trong khi đó tốc độ quay vòng của phải thu nội bộ có xu hướng giảm từ năm 2018 tới 2021.

Hàng tồn kho tại TTKD VNPT – Hải Dương bao gồm các hàng hóa kinh doanh thương mại, sim thẻ, hàng hóa dùng để chăm sóc khách hàng, hóa đơn, phiếu thu, hợp đồng CCDV, ấn phẩm quảng cáo truyền thông. Hàng hóa của TTKD VNPT – Hải Dương chủ yếu là SIM, thẻ tuy nhiên giá trị nhập kho của SIM, thẻ chỉ là giá trị vật lý vì vậy đơn giá nhập kho rất thấp. Nên giá trị hàng tồn kho của đơn vị cũng thấp, do đó vòng quay hàng tồn kho rất cao. Hàng tồn kho tại TTKD VNPT – Hải Dương giảm theo các năm do đơn vị đã áp dụng một số biện pháp làm giảm lượng hàng tồn kho như: sử dụng hóa đơn điện tử thay thế cho hóa đơn giấy, hàng hóa dùng Chăm sóc khách hàng được mua và nhập kho hàng tháng thay vì hàng quý như trước đây.

Đối với chỉ tiêu phải thu khách hàng, số dư phải thu khách hàng qua các năm từ 2018-2021 có xu hướng giảm. Đồng thời tổng doanh thu thuần qua các năm đều tăng, từ đó ta có thể thấy vòng quay của phải thu khách hàng ngày càng tăng. Có được điều này có thể thấy TTKD VNPT – Hải Dương đã nhận thấy việc quan trọng của việc quản trị nợ phải thu và đã có được những biện pháp và thực hiện hiệu quả

việc giảm nợ phải thu khách hàng. Mặc dù có xu hướng được cải thiện, chỉ tiêu vòng quay nợ phải thu khách hàng còn cải thiện chậm qua 4 năm phân tích. Chỉ tiêu phải thu khách hàng chiếm tỷ trọng cao trong tổng tài sản của TTKD (chiếm 25% tổng tài sản và 33% so với tài sản ngắn hạn) vì vậy TTKD cần phải chú trọng để đưa ra được biện pháp làm giảm số dư nợ phải thu khách hàng.

Phải thu nội bộ tại TTKD VNPT – Hải Dương là phần bù trừ công nợ phải thu và phải trả nội bộ của đơn vị với TCT dịch vụ Viễn thông (bao gồm cả các khoản bù trừ công nợ qua Tập đoàn được hạch toán tập trung và cân đối qua TCT), trong đó phần phải thu bao gồm: các khoản tiền ngân hàng nộp về TCT, các khoản đơn vị khác thu hộ TTKD VNPT – Hải Dương, các khoản doanh thu PHKD, các khoản ghi nhận doanh thu tiêu dùng tài khoản chính, các khoản chi quyết toán quỹ lương, khen thưởng, phúc lợi bổ sung của TCT; phần phải chi bao gồm: các chi phí PHKD với VTT và các đơn vị thành viên của Tập đoàn, lợi nhuận phải nộp về TCT, các khoản thu hộ đơn vị khác. Mặc dù số liệu tại bảng 2.4 chỉ ra tốc độ quay vòng của phải thu nội bộ giảm qua các năm, đối với phần công nợ này hầu như TTKD VNPT – Hải Dương không thể tác động để làm tăng hoặc giảm.

Bảng 2.5 Phân tích hiệu quả sử dụng Vốn chủ sở hữu tại TTKD VNPT – Hải Dương

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
							Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	đồng	560.397	579.880	596.962	621.724	19.483	103%	17.082	103%	24.762	104%
2	Lợi nhuận	đồng	31.022	49.439	93.770	137.216	18.416	159%	44.331	190%	43.446	146%
3	Vốn CSH bình quân	đồng	767	590	431	269	-177	77%	-159	73%	-163	62%
4	Tỷ suất sinh lời của VCSH	Lần	40	84	217	511	43	207%	134	260%	294	235%
5	Sức sản xuất của VCSH	Lần	730	982	1.383	2.315	252	134%	401	141%	931	167%

(Nguồn: Phòng KT-KH TTKD VNPT – Hải Dương)

Tỷ suất sinh lời của VCSH

- Năm 2021, với mỗi một đồng vốn chủ sở hữu làm ra 40 đồng lợi nhuận. Tỷ suất sinh lời của VCSH năm 2021 tăng 294 lần so với năm 2020 tương ứng tăng 135% do các nhân tố sau:

+ LN sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của VCSH tăng một lượng là:

LN 2021	LN 2020	137.216	93.770
VCSHbq 2020	VCSHbq 2020	431	431
		= 101	

+ VCSH bình quân giảm làm tỷ suất sinh lời của VCSH tăng một lượng
+ là:

LN 2021	LN 2021	137.216	137.216
VCSHbq 2021	VCSHbq 2020	269	431
		= 193	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $101 + 193 = 294$

Sức sản xuất của VCSH

- Năm 2021, với mỗi một đồng vốn chủ sở hữu làm ra 760 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của VCSH năm 2021 tăng 931 lần so với năm 2020 tương ứng tăng 67% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của VCSH tăng một lượng là:

DTT 2021	DTT 2020	621.724	596.962
VCSHbq 2020	VCSHbq 2020	431	431
		= 57	

+ VCSH bình quân giảm làm sức sản xuất của VCSH tăng một lượng

là:

DTT 2021	DTT 2021	621.724	621.724
VCSHbq 2021	- VCSHbq 2020	= 269	- 431
		= 874	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $57 + 574 = 931$

Từ phân tích nhân tố các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của TTKD VNPT - Hải Dương, có thể thấy qua các năm, vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp giảm dần từng năm, lợi nhuận sau thuế và doanh thu của doanh nghiệp tăng lên từng năm, dẫn tới hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp tăng theo từng năm.

2.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí

Bảng 2.6 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí tại TTKD VNPT – Hải Dương

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
			2018	2019	2020	2021	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	đồng	560.397	579.880	596.962	621.724	19.483	103%	17.082	103%	24.762	104%
2	Lợi nhuận	đồng	31.022	49.439	93.770	137.216	18.416	159%	44.331	190%	43.446	146%
3	Tổng chi phí	đồng	529.375	530.441	503.192	484.509	1.066	100%	-27.249	95%	-18.683	96%
4	Tỷ suất sinh lời của TCF	Lần	0,06	0,09	0,19	0,28	0,03	159%	0,09	200%	0,10	152%
5	Sức sản xuất của TCF	Lần	1,06	1,09	1,19	1,28	0,03	103%	0,09	109%	0,10	108%

(Nguồn: Phòng KT-KH TTKD VNPT – Hải Dương)

Tỷ suất sinh lời của chi phí

- Năm 2021, cứ 1 đồng chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra thì thu được 0,28 đồng lợi nhuận. Tỷ suất sinh lời của chi phí năm 2021 tăng 0,1 lần so với năm 2020 tương ứng tăng 8% do các nhân tố sau:

+ LN sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của chi phí tăng một lượng là:

LN 2021	LN 2020	137.216	93.770
<hr/>			
TCF 2020	TCF 2020	503.192	503.192
		=0,09	

+ Tổng chi phí tăng làm tỷ suất sinh lời của chi phí giảm một lượng là:

LN 2021	LN 2021	137.216	137.216
<hr/>			
TCF 2021	TCF 2020	484.509	503.192
		= 0,01	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,09 + 0,01 = 0,1$

Sức sản xuất của chi phí

Năm 2021, với mỗi đồng chi phí doanh nghiệp bỏ ra thì thu được 1,28 đồng doanh thu. Sức sản xuất của chi phí năm 2021 tăng 0,1 lần so với năm 2020 tương ứng tăng 8% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của chi phí tăng một lượng là:

DTT 2021	DTT 2020	621.724	596.962
<hr/>			
TCF2020	TCF 2020	503.192	503.192
		= 0,05	

+ Chi phí bình quân tăng làm sức sản xuất của chi phí giảm một lượng là:

DTT 2021	DTT 2021	621.724	621.724
<hr/>			
TCF 2021	TCF 2020	484.509	503.192
		=0,05	

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,05 + 0,05 = 0,1$

Bảng 2.7 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí trực tiếp tại TTKD VNPT – Hải Dương

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
			2018	2019	2020	2021	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Doanh thu dv VT-CNTT	trồng	435.003	451.944	476.297	508.557	16.941	104%	24.353	105%	32.260	107%
2	Lợi nhuận	trồng	372.860	373.163	403.153	432.906	304	100%	29.990	108%	29.752	107%
3	Chi phí nhân công	trồng	22.577	26.283	26.586	26.929	3.706	116%	303	101%	343	101%
4	Chi phí NVL	trồng	2.188	1.788	1.592	1.652	-400	82%	-196	89%	60	104%
5	Chi phí CCDC	trồng	1.934	2.459	6.951	8.961	525	127%	4.492	283%	2.010	129%
6	Chi phí mua ngoài	trồng	19.994	23.967	21.012	23.127	3.973	120%	-2.955	88%	2.115	110%
7	Chi phí khác bằng tiền	trồng	15.451	24.284	17.002	14.982	8.833	157%	-7.281	70%	-2.021	88%
8	Tỷ suất sinh lời của CP nhân công	Lần	16,52	14,20	15,16	16,08	-2,32	86%	0,97	107%	0,91	106%
9	Sức sản xuất của CP nhân công	Lần	19,27	17,20	17,92	18,89	-2,07	89%	0,72	104%	0,97	105%
10	Tỷ suất sinh lời của CP NVL	Lần	170,41	208,70	253,24	262,05	38,29	122%	44,53	121%	8,81	103%
11	Sức sản xuất của CP NVL	Lần	198,81	252,77	299,18	307,84	53,95	127%	46,42	118%	8,66	103%

12	Tỷ suất sinh lời của CP CCDC	Lần	192,79	151,75	58,00	48,31	-41,04	79%	-93,75	38%	-9,69	83%
13	Sức sản xuất của CP CCDC	Lần	224,92	183,79	68,52	56,75	-41,13	82%	-115,27	37%	-11,77	83%
14	Tỷ suất sinh lời của CP mua ngoài	Lần	18,65	15,57	19,19	18,72	-3,08	83%	3,62	123%	-0,47	98%
15	Sức sản xuất của CP mua ngoài	Lần	21,76	18,86	22,67	21,99	-2,90	87%	3,81	120%	-0,68	97%
16	Tỷ suất sinh lời của CP bằng tiền khác	Lần	24,13	15,37	23,71	28,90	-8,77	64%	8,34	154%	5,18	122%
17	Sức sản xuất của CP bằng tiền khác	Lần	28,15	18,61	28,01	33,94	-9,54	66%	9,40	151%	5,93	121%

(Nguồn: Phòng KT-KH TTKD VNPT – Hải Dương)

Do TTKD VNPT – Hải Dương là đơn vị hạch toán phụ thuộc TCT DVTT, thành viên của Tập Đoàn BCVT Việt Nam, qua cơ chế phối hợp Kinh doanh giữa các đơn vị thành viên trong Tập đoàn TTKD VNPT – Hải Dương ghi nhận doanh thu và chi phí PHKD được bù trừ công nợ tập trung hàng tháng qua Tập Đoàn. Phần chi phí PHKD này được tính theo đơn giá thông qua các QĐ về giá chuyển giao của Tập Đoàn. Chi phí PHKD chiếm khoảng 80-85% chi phí hàng tháng của TTKD. Để biết được hiệu quả sử dụng chi phí tại TTKD, tôi xin tách phần doanh thu và chi phí PHKD này riêng và phân tích hiệu quả của các loại chi phí trực tiếp tại đơn vị trong qua bảng 2.7.

Qua bảng phân tích hiệu quả sử dụng các loại chi phí trực tiếp tại TTKD VNPT – Hải Dương, ta nhận thấy phần chi phí CCDC tăng tương đối nhanh làm giảm tỷ suất sinh lời và sức sản xuất của chỉ tiêu này qua các năm đặc biệt năm 2020 so với năm 2019 chỉ bằng 37%. Cụ thể tỷ suất sinh lời của chi phí CCDC giảm mạnh, từ 192,79 năm 2018 xuống 48,31 lần năm 2021. Chi phí CCDC tại TTKD – Hải Dương chủ yếu là chi phí thiết bị Settopbox trang bị cho khách hàng sử dụng dịch vụ truyền hình Mytv, các năm gần đây doanh thu dịch vụ MyTv tại đơn vị tăng đáng kể, nên việc tăng chi phí trang bị thiết bị STB cho khách hàng là điều đương nhiên.

Các loại chi phí đơn vị đã tiết kiệm và giảm được so với các năm trước là chi phí bằng tiền khác (sức sản xuất của chi phí bằng tiền khác năm 2021 tăng 21% so với năm 2020) và chi phí nhân công (sức sản xuất của chi phí nhân công năm 2021 tăng 5% so với năm 2020).

2.2.4. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Bảng 2.8 Cơ cấu lao động của TTKD VNPT – Hải Dương

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Tổng số lao	159	100%	157	100%	152	100%	145	100%

động								
1. Theo trình độ								
<i>Từ Đại Học trở lên</i>	75	47,2%	76	48,4%	78	51,3%	80	55,2%
<i>Cao Đẳng – Trung Cấp</i>	42	26,4%	42	26,8%	38	25,0%	34	23,4%
<i>Phổ Thông</i>	42	26,4%	39	24,8%	36	23,7%	31	21,4%
2. Theo giới tính								
<i>Nữ</i>	79	49,7%	75	47,8%	74	48,7%	73	50,3%
<i>Nam</i>	80	50,3%	82	52,2%	78	51,3%	72	49,7%
3. Theo tính chất lao động								
<i>Trực tiếp</i>	130	81,8%	128	81,5%	125	82,2%	119	82,1%
<i>Gián tiếp</i>	29	18,2%	29	18,5%	27	17,8%	26	17,9%

(Nguồn: Phòng NS - TH TTKD VNPT – Hải Dương)

Số lượng công nhân viên công ty giảm liên tục qua các năm. Năm 2021 số lượng lao động giảm khá lớn 9 người so với năm 2020 (tăng thêm 2 người). Số lượng lao động giảm lớn chủ yếu do chấm dứt hợp đồng lao động. Cả giai đoạn 2018–2021, số lượng công nhân viên biến động giảm 14 người.

Số lao động có trình độ từ đại học trở lên và cao đẳng – trung cấp của TTKD VNPT – Hải Dương đạt tỷ lệ khá cao (chiếm 78,6% số liệu năm 2021). Số lao động trình độ phổ thông chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu lao động. Điều này cũng dễ nhận ra là do đặc thù của lĩnh vực sản xuất kinh doanh của TTKD, là một ngành đòi hỏi trình độ đáp ứng về công nghệ thông tin. Nếu xét tỷ lệ lao động trình độ từ đại học trở lên qua các năm, tỷ lệ này đã có xu hướng tăng lên, lao động phổ thông giảm đi đây là một dấu hiệu tốt cho thấy doanh nghiệp đã làm khá tốt trong công tác tuyển dụng.

Tỉ lệ lao động nữ, nam tăng giảm tương đối đều nhau qua các năm, việc này cho thấy công ty đang ngày càng phát triển kịp thời theo xu thế cạnh tranh của ngành Viễn thông, lao động nam là nhân tố chủ lực cho phát triển mạng lưới, lao động nữ là lực lượng bán hàng, chăm sóc khách hàng, cho thấy nhu cầu mở rộng thị phần doanh nghiệp càng mạnh.

Số lượng lao động trực tiếp của công ty qua các năm chiếm trên 80%. Đây là đặc điểm nổi bật do hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp Viễn thông, đẩy mạnh công tác bán hàng trực tiếp đến tận tay người tiêu dùng, phục vụ khách hàng nhanh chóng hiệu quả.

Để làm rõ hơn hiệu quả sử dụng lao động của TTKD VNPT _ Hải Dương ta có các chỉ số sau:

Bảng 2.9 Các chỉ số về hiệu quả sử dụng lao động của TTKD VNPT – Hải Dương

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2019/2018		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
			2018	2019	2020	2021	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	trồng	560.397	579.880	596.962	621.724	19.483	103%	17.082	103%	24.762	104%
2	Lợi nhuận	trồng	31.022	49.439	93.770	137.216	18.416	159%	44.331	190%	43.446	146%
3	Tổng số lao động	Người	159	157	152	145	-2	99%	-5	97%	-7	95%
4	Tỷ suất sinh lời của LĐ	trồng	195	315	617	946	120	161%	302	196%	329	153%
5	Sức sản xuất của lao động	trồng	3.525	3.694	3.927	4.288	169	105%	234	106%	360	109%

(Nguồn: Phòng NS - TH TTKD VNPT – Hải Dương)

Tỷ suất sinh lời của lao động

Tỷ suất sinh lời của lao động tăng liên tục qua các năm. Năm 2018, bình quân mỗi lao động mang lại cho công ty 195 nghìn đồng lợi nhuận, đến năm 2021 tăng lên 946 nghìn đồng lợi nhuận.

Tỷ suất sinh lời của lao động năm 2021 tăng 329 nghìn đồng so với năm 2020 tương ứng tăng 53% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của lao động tăng một lượng:

LN 2021	LN 2020	137.216	93.770
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSLD 2020	TSLD 2020	152	152
		=	286

+ Tổng số LĐ giảm làm tỷ suất sinh lời của lao động tăng một lượng là:

LNST 2021	LNST 2021	137.216	137.216
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TSLD 2021	TSLD 2020	145	152
		=	-43

=> Tổng hợp hai nhân tố: 286+43 = 329.

Sức sản xuất của lao động

Sức sản xuất của lao động tăng dần qua các năm. Năm 2018 bình quân mỗi lao động tạo ra được 3.525trđ doanh thu, năm 2021 bình quân mỗi lao động tạo ra được 4.28trđ doanh thu.

Sức sản xuất của lao động năm 2021 tăng 360 trđ so với năm 2020 tương ứng tăng 9% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của lao động tăng một lượng là:

$$\begin{array}{rclcl}
 \text{DTT 2021} & & \text{DTT 2020} & & 621.724 & & 596.962 \\
 \hline
 \text{TSLD 2020} & - & \text{TSLD 2020} & = & 152 & - & 152 \\
 & & & & & & \\
 & & & & = & & 163
 \end{array}$$

+ Tổng số lao động giảm làm sức sản xuất của lao động tăng một lượng là:

$$\begin{array}{rclcl}
 \text{DTT 2021} & & \text{DTT 2021} & & 621.724 & & 621.724 \\
 \hline
 \text{TSLD 2021} & - & \text{TSLD 2020} & = & 145 & - & 152 \\
 & & & & & & \\
 & & & & = & & 197
 \end{array}$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $163 + 197 = 360$

Sức sinh lời của lao động tại TTKD VNPT – Hải Dương tăng lên từ 2020 tới 2021 vừa do lợi nhuận sau thuế và doanh thu thuần tăng, vừa do số lao động giảm.

Để đánh giá chính xác hơn việc giảm lao động có đem lại hiệu quả cho công ty không ta sử dụng phương pháp so sánh sự biến động lao động của công ty giữa các năm trong mối liên hệ với chỉ tiêu tổng doanh thu thuần.

Năm 2020, doanh nghiệp có 152 lao động đạt doanh thu 596.962 triệu đồng. Vậy giả sử với cùng điều kiện như năm 2020, doanh nghiệp đạt được doanh thu 621.724 triệu đồng năm 2021 thì cần số lượng lao động là:

$$\begin{array}{rclclcl}
 & & \text{DTT} & & 621.724 & & \\
 \text{TSLD} & & \text{TSLD} & & \text{2021} & & \\
 & & & & \hline
 \text{2021 cần} & = & \text{2020} & \times & \text{DTT} & = 152 & \frac{621.724}{596.962} = 158 \\
 & & & & & & *
 \end{array}$$

2020

Tuy nhiên, trong năm 2021 thực tế doanh nghiệp chỉ cần có 142 lao động để đạt được mức doanh thu 621.721 triệu đồng, đã tiết kiệm được 16 lao động. Vậy năm 2021 doanh nghiệp đã sử dụng lao động hiệu quả hơn so với năm 2020 xét về

mặt đem lại doanh thu. Điều này có được một phần lớn do năm 2021 doanh nghiệp đã thực hiện nhiều giải pháp về nâng cao chất lượng lao động, thực hiện nhiều giải pháp về quản trị nhân sự như thể điểm cân bằng, tin học hóa trong quản lý và điều hành sản xuất để nâng cao hiệu quả hoạt động, tiết kiệm được nguồn nhân lực.

2.3.Đánh giá hiệu quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

2.3.1. Những kết quả đạt được

Trong những năm qua, mặc dù tính cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt là trong ngành Viễn thông ngày càng gay gắt, TTKD VNPT Hải Dương đã có những nỗ lực để vượt qua các khó khăn và đạt được những thành tựu đáng kể trong hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm bảo toàn và phát triển vốn của doanh nghiệp, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của mình. Doanh nghiệp đã đạt được những kết quả như sau:

Mặc dù điều kiện cạnh tranh trên thị trường viễn thông ngày càng khắc nghiệt, nhu cầu của khách hàng đang dần bão hòa nhưng lợi nhuận của TTKD VNPT Hải Dương vẫn duy trì và có sự tăng trưởng ấn tượng qua các năm với tỷ lệ cao. Đây là một kết quả rất tốt.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận doanh thu ngày càng tăng trong thời gian gần đây, trung bình mỗi năm tăng xấp xỉ 4%. Kết quả cho thấy thấy tốc độ tăng chi phí ít hơn tốc độ tăng doanh thu của doanh nghiệp.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh (ROA) liên tục tăng. Điều này phản ánh hiệu quả của việc sử dụng vốn kinh doanh đã đem lại những tín hiệu khả quan về lợi nhuận của doanh nghiệp. ROA của doanh nghiệp chỉ tăng khi lợi nhuận của doanh nghiệp tăng. Nhưng để có được phần lợi nhuận tăng thêm đó, doanh nghiệp cũng phải gia tăng vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Chỉ tiêu này tăng có nghĩa, việc gia tăng vốn kinh doanh của doanh nghiệp đã đem lại cho doanh nghiệp nhiều lợi nhuận hơn.

Ngoài ra doanh nghiệp luôn chấp hành, tuân thủ mọi quy định hiện hành về quản lý tài chính của nhà nước, công tác báo cáo tài chính tiến hành thường xuyên

cùng với việc theo dõi, đánh giá cụ thể về tài chính của doanh nghiệp, doanh nghiệp có nhiều ưu điểm trong việc đảm bảo công ăn việc làm và đời sống của người lao động ngày càng được nâng cao. Thu nhập bình quân của người lao động cũng liên tục tăng năm 2021 đạt mức trung bình 25trđ/người/tháng.

Bên cạnh đó TTKD VNPT – Hải Dương cũng thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ với TCT Dịch vụ Viễn thông, Tập đoàn BCVT Việt Nam và Cục thuế tỉnh Hải Dương về thu nộp thuế.

Để có được những kết quả trên là những lý do sau:

- Doanh nghiệp lâu đời, đội ngũ cán bộ công nhân viên và lao động giàu kinh nghiệm, thật thà, trình độ quản lý chuyên môn, giàu nhiệt huyết. Trong nội bộ doanh nghiệp, từ ban lãnh đạo đến toàn thể cán bộ công nhân viên đoàn kết, nhiệt tình trong sản xuất kinh doanh.

Mặc dù thị trường có nhiều biến động, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông đang ngày quyết liệt nhưng TTKD luôn cố gắng đẩy mạnh kinh doanh, đáp ứng nhu cầu khách hàng, hoàn thành kế hoạch đề ra của TTKD nói riêng và TCT cũng như Tập đoàn nói chung. Thương hiệu VNPT đã khẳng định được thương hiệu trên thị trường Viễn thông, chất lượng sản phẩm đã được khẳng định, tạo được niềm tin với khách hàng đảm bảo chất lượng sản phẩm cao và ngày càng đa dạng, đáp ứng được nhu cầu phong phú của khách hàng. Mạng lưới đại lý bán hàng đã rộng khắp, thị phần tại Hải Dương đang từng bước tăng lên. Chế độ dịch vụ sau bán hàng tốt, đảm bảo chất lượng sản phẩm mà công ty cung cấp cho khách hàng. Nhờ vậy doanh thu tăng đáng kể.

- Cơ sở hạ tầng đang được xây dựng hoàn thiện, đồng bộ, máy móc được mua mới hiện đại, tự động hóa, góp phần nâng cao năng suất lao động. Đây là cơ sở tốt cho sự phát triển bền vững và lâu dài của doanh nghiệp. Tin học hóa hệ thống quản lý, tăng cường đào tạo cho cán bộ công nhân viên nâng cao trình độ.

2.3.2. Những hạn chế

Mặc dù việc sử dụng vốn của doanh nghiệp trong những năm gần đây đạt được những kết quả nhất định, nhưng hiệu quả kinh doanh chưa cao, còn bộc lộ

những hạn chế. Những hạn chế này đã có những tác động không tốt đến sự phát triển của doanh nghiệp. các hạn chế bao gồm:

- Doanh thu của TTKD VNPT – Hải Dương tăng đều qua các năm giúp tăng cường hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, nhưng một số dịch vụ chưa đáp ứng được so với yêu cầu mà Tập đoàn giao so với các đối thủ thủ cạnh tranh trên địa bàn, đặc biệt là các dịch vụ mới chưa chiếm tỷ trọng doanh thu cao: Dịch vụ CNTT năm 2021 mới đóng góp được 18,95 tỷ đồng, chiếm 3,7% tổng doanh thu VT-CNTT của doanh nghiệp. Doanh thu CNTT năm 2021 lại sụt giảm so với năm 2020, chỉ đạt bằng 95% so với năm 2020. Nếu thực trạng này không được cải thiện, với xu hướng chuyển dịch các dịch vụ viễn thông, CNTT trong thời gian tới, có thể TTKD VNPT – Hải Dương sẽ gặp khó khăn trong việc tiếp tục tăng doanh thu và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- Tổng chi phí của TTKD VNPT – Hải Dương có xu hướng giảm qua các năm, hiệu quả sử dụng tổng chi phí tăng qua các năm chứng tỏ đơn vị đã quan tâm đến việc tiết kiệm chi phí. Tuy nhiên một số loại chi phí vẫn còn cao, dẫn tới hiệu quả sử dụng các loại chi phí này giảm. Có thể kể tới một số chi phí cụ thể này gồm chi phí công cụ dụng cụ, chi phí thuê thu (nằm trong chi phí mua ngoài).

- Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn của TTKD VNPT – Hải Dương nhìn chung được cải thiện qua các năm vừa qua, tuy vậy, một số tài sản cụ thể thì hiệu quả sử dụng còn giảm. Trong các loại tài sản ngắn hạn, hiệu quả sử dụng các khoản phải thu chưa được cải thiện. Nợ phải thu khách hàng ngắn hạn có xu hướng giảm nhưng năm 2021 lại tăng so 3% với 2020 tương ứng với doanh thu năm 2021 tăng so với 2020 là 4%. Tuy nhiên nợ phải thu tại đơn vị vẫn còn tương đối lớn so với yêu cầu của Tập đoàn, TTKD đã thực hiện phân loại tuổi nợ để theo dõi nhưng chưa có biện pháp hữu hiệu và giải quyết công nợ triệt để, vẫn phát sinh các khoản nợ phải thu khó đòi, các khoản quá nợ thanh toán. Vốn của doanh nghiệp còn bị đọng nhiều trong giá trị các khoản phải thu mà chủ yếu là ở khách hàng của doanh nghiệp do 2 yếu tố: Công tác thu hồi công nợ của khối hành chính sự nghiệp, cơ quan hành chính công chưa được quan tâm đúng mức và thực hiện chưa nghiêm

ngặt, còn e dè, nề nang. Các dự án lớn được cung cấp cho khách hàng nhưng điều khoản thanh toán vẫn còn thả lỏng chưa được quan tâm đúng mức, với quan niệm bán được hàng là trên hết mà chưa thực sự quan tâm đến vấn đề thu hồi công nợ.

- Hiệu quả sử dụng lao động của TTKD VNPT – Hải Dương đã tăng qua các năm, một phần do doanh thu và lợi nhuận tăng, phần khác do doanh nghiệp đã giảm được số lượng lao động. Cơ cấu lao động có xu hướng dịch chuyển từ lao động phổ thông sang các lao động có trình độ cao hơn. Tuy nhiên, phân tích chi tiết, tỷ lệ lao động phổ thông tại đơn vị vẫn còn cao trên 20%, điều đó cũng phần vào giải thích cho việc đơn vị vẫn chưa đáp ứng được so với tốc độ đổi mới trong kinh doanh cũng như sự phát triển của thị trường và đặc biệt với yêu cầu chuyển đổi của Tập đoàn đó là tập trung phát triển và cung cấp các dịch vụ số, giải pháp CNTT cho khách hàng. Ngoài ra, với đặc thù là một ngành Viễn thông có từ rất lâu, so với đối thủ cạnh tranh bộ máy nhân sự do lịch sử để lại còn khá cồng kềnh, tuổi đời của lao động còn cao, khó cho việc sắp xếp, bố trí nhân sự vào các vị trí như bán hàng các dịch vụ công nghệ thông tin, dịch vụ mới.

Kết luận chương 2:

Dựa vào cơ sở lý luận tại chương 1, chương 2 đã khái quát được tình hình hoạt động kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương, đi sâu phân tích đặc điểm kinh doanh và thực trạng hiệu quả kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong giai đoạn 2018-2021, chỉ ra kết quả đạt được và hạn chế, tồn tại và nguyên nhân tại đơn vị. Đây là cơ sở quan trọng để đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới ở chương 3.

Chương 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT – HẢI DƯƠNG TRONG THỜI GIAN TỚI

Giới thiệu chương 3:

Dựa trên cơ sở lý thuyết ở Chương 1 và những tồn tại được chỉ ra tại Chương 2, chương này nghiên cứu định hướng chiến lược, mục tiêu phát triển kinh doanh tại đơn vị trong thời gian tới và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương trong thời gian tới.

3.1. Định hướng phát triển và nhiệm vụ của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới

3.1.1. Định hướng phát triển của Tập đoàn VNPT

❖ Định hướng chiến lược về phát triển kinh doanh

- Giữ vững và mở rộng thị phần, thị trường, kinh doanh có hiệu quả các dịch vụ đem lại nguồn thu lớn như di động, băng rộng và cố định.

Nhiệm vụ và giải pháp

+ Hướng về khách hàng, thường xuyên đổi mới, nâng cao chất lượng công tác chăm sóc khách hàng.

+ Đẩy mạnh phát triển thị phần di động, các dịch vụ trên nền băng rộng, giải pháp cho khách hàng doanh nghiệp.

+ Giữ được mức độ phát triển của dịch vụ điện thoại cố định.

+ Phát triển mạnh thị trường khu vực nông thôn.

- Đột phá trong phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ nội dung, các giải pháp tích hợp viễn thông, CNTT và truyền hình

Nhiệm vụ và giải pháp

+ Đẩy mạnh xã hội hóa, tạo các cơ chế thuận lợi để ngày càng có nhiều đơn vị cùng tham gia cung cấp dịch vụ.

+ Thành lập các đơn vị chuyên ngành, các Trung tâm dữ liệu tập trung cung cấp các giải pháp tích hợp cho khách hàng doanh nghiệp.

- *Xây dựng thương hiệu Tập đoàn là một thương hiệu mạnh của quốc gia và trên trường quốc tế.*

Nhiệm vụ và giải pháp

+ Thống nhất sử dụng thương hiệu, logo VNPT trong mọi lĩnh vực hoạt động và tại tất cả các đơn vị trực thuộc Tập đoàn.

+ Phát triển thương hiệu VNPT và các thương hiệu sản phẩm dịch vụ chủ yếu ở cả trong nước và quốc tế thông qua các hình thức truyền thông cũng như hệ thống kinh doanh bán hàng, thái độ phục vụ của đội ngũ các bộ công nhân viên, cung cấp dịch vụ với chất lượng cao, giá cả phù hợp để tạo ra uy tín và niềm tin của khách hàng.

❖ *Định hướng, chiến lược về chuyển đổi mô hình tổ chức*

- *Chuyển đổi Tập đoàn thành một tổ chức linh hoạt, năng động, phù hợp với xu thế toàn cầu hóa, sự thay đổi của công nghệ và thị trường.*

Nhiệm vụ và giải pháp

+ Đổi mới mô hình tổ chức, thực hiện thành công việc tái cấu trúc Tập đoàn nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh. Tập đoàn hoạt động theo mô hình công ty mẹ, công ty con và có các công ty liên kết. Công ty mẹ gồm khối quản lý điều hành và các chi nhánh hạch toán phụ thuộc. Công ty mẹ thực hiện các chức năng quản lý, điều hành tập trung, quyết định các vấn đề về chiến lược, kế hoạch, công nghệ, phát triển mạng lưới, tổ chức, cán bộ, quản lý vốn chủ hữu...; thực hiện kiểm tra, giám sát mọi hoạt động trong toàn Tập đoàn; xây dựng và quản lý hạ tầng mạng và kinh doanh các dịch vụ lõi. Các công ty con gồm: VNPT tỉnh/TP là các đơn vị hạch toán độc lập, các công ty kinh doanh giải pháp, kinh doanh dịch vụ nội dung, Công ty thông tin di động (GMS) và nhiều công ty khác...

+ Triển khai đồng bộ công tác tái cơ cấu tổ chức Tập đoàn song song với đảm bảo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh hàng năm.

+ Quy hoạch lại mạng lưới viễn thông – CNTT, hệ thống kinh doanh, bán hàng phù hợp với mô hình tổ chức mới của Tập đoàn.

+ Đổi mới các cơ chế quản lý, các quy trình kỹ thuật nghiệp vụ phù hợp với mục tiêu chiến lược phát triển và mô hình tổ chức của Tập đoàn.

❖ *Định hướng chiến lược phát triển nguồn nhân lực và cơ chế tạo động lực*

- Cơ cấu lại đội ngũ lao động, lao động trực tiếp tham gia lĩnh vực kinh doanh tại các VNPT tỉnh/TP chiếm 35-40%; lao động lĩnh vực giải pháp cho khách hàng doanh nghiệp chiếm 10-15% tổng số lao động; đội ngũ tư vấn giải pháp tổng thể CNTT khoảng từ 500-1000 người.

- Ban hành các cơ chế tạo động lực, khuyến khích những cá nhân, đơn vị có nhiều đóng góp cho sự phát triển của Tập đoàn; thực hiện trả lương, khen thưởng, chế độ đãi ngộ cán bộ trên cơ sở hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Ký hợp đồng lao động có thời hạn với người lao động mới (tối đa 3 năm); thực hiện chính sách luân chuyển vị trí công tác đối với người lao động.

- Mở rộng đội ngũ cộng tác viên, thuê khoán bên ngoài đối với lĩnh vực hoạt động không đòi hỏi trình độ kỹ thuật nghiệp vụ cao nhằm bớt chi phí lao động, tăng hiệu quả kinh tế của Tập đoàn và góp phần tăng việc làm cho xã hội.

3.1.2. Định hướng phát triển của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới

Tiếp tục xây dựng và phát triển doanh nghiệp ngày một mạnh hơn. Lấy hiệu quả kinh tế, xã hội làm thước đo chủ yếu cho sự phát triển bền vững. Thực hiện đa dạng hoá ngành nghề, sản phẩm, đầu tư mở rộng quy mô kinh doanh trong các lĩnh vực. Phát huy cao độ mọi nguồn lực để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, giải quyết đủ việc làm. Thực hiện tốt công tác khuyến khích và đãi ngộ người lao động trong doanh nghiệp, duy trì sự vững mạnh của các tổ chức Đảng, Công đoàn, Đoàn thanh niên trong doanh nghiệp và tổ chức các ngày lễ trong năm.

Doanh nghiệp luôn lấy chất lượng sản phẩm dịch vụ là giá trị cốt lõi quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Với quan điểm phát triển “Lấy khoa học công nghệ làm trung tâm, lấy thị trường để định hướng, lấy tăng trưởng làm động lực, lấy chất lượng dịch vụ để cam kết với khách hàng”.

Về cơ sở vật chất: Đầu tư nâng cấp hệ thống tài sản cố định, tăng năng lực sản xuất dẫn đến tăng cường hiệu quả sản xuất kinh doanh đáp ứng nhu cầu thị trường và đảm bảo chất lượng.

Về xây dựng thương hiệu: Tiếp tục hoàn thiện bộ nhận diện thương hiệu VNPT, quảng bá thương hiệu. Với thế mạnh là một doanh nghiệp uy tín, lâu đời cung cấp sản phẩm viễn thông, CNTT trên địa bàn Hải Dương.

Về nhân lực: Phát huy các thế mạnh sẵn có của doanh nghiệp về năng suất lao động, nguồn nhân lực nhiều kinh nghiệm, nhiệt huyết. Song song với việc đào tạo là tuyển dụng, quản lý, nâng cao nguồn nhân lực.

Về định hướng sử dụng nguồn vốn: Thực hiện tốt công tác quản lý chi phí và thu hồi vốn, chú trọng xây dựng các biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Tập trung giới thiệu và quảng cáo sản phẩm mới, giữ vững thị phần các sản phẩm truyền thống, đa dạng hóa sản phẩm, đảm bảo phát triển bền vững.

Tiếp tục xây dựng văn hóa doanh nghiệp để tạo dựng hình ảnh doanh nghiệp: Uy tín - Chất lượng - Hiệu quả. Tạo nhận thức sâu sắc bài học truyền thống của ngành: Trung thành – Dũng cảm – Tận tụy – Sáng tạo – Nghĩa tình.

Để thực hiện thắng lợi các mục tiêu, kế hoạch của TCT cũng như Tập đoàn giao, TTKD VNPT Hải Dương thực hiện tư tưởng chỉ đạo “Làm thật- Ăn thật” và phương châm hành động “Kỷ cương – Chất lượng – Hiệu quả” của Đảng ủy VTHD. Phát huy các lợi thế của năm trước, khắc phục những hạn chế, yếu kém lấy hiệu quả kinh doanh và lợi ích của VNPT tại địa bàn Hải Dương làm mục tiêu, thu nhập người lao động làm thước đo để định hướng các hoạt động SXKD. Tiếp tục phấn đấu giữ vững truyền thống là đơn vị sản xuất kinh doanh có hiệu quả và duy trì quy mô tăng trưởng dịch vụ băng rộng trong nhóm đầu của Tập đoàn, phấn đấu ngày càng tăng trưởng thị phần di động.

3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới

3.2.1. Giải pháp về sản phẩm dịch vụ, khách hàng và doanh thu

3.2.1.1. Cơ sở của biện pháp

- Qua thực tiễn kết quả hoạt động kinh doanh trong các năm 2018-2021 cho thấy, thị phần của VNPT Hải Dương trên địa bàn bị mất dần vào tay các đối thủ. Mặc dù thương hiệu VNPT có bề dày lịch sử và VNPT Hải Dương, có lượng khách hàng lâu năm nhờ thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp. Đây là lợi thế rất lớn của VNPT Hải Dương so với các đối thủ. Tuy lợi nhuận của VNPT Hải Dương luôn tăng so với các năm nhưng chưa thực sự phát huy hết nội lực. Những năm gần đây công tác và chính sách dành cho hoạt động marketing của VNPT Hải Dương đạt hiệu quả không cao. Bên cạnh đó các doanh nghiệp viễn thông-đối thủ cạnh tranh của VNPT Hải Dương trong thời gian gần đây như Viettel và MobilFone đang thực hiện rất tốt về hoạt động chiêu thị. Việc giữ vững thị phần và phát triển thêm khách hàng đòi hỏi phải nhiều giải pháp nhưng trong luận văn này tác giả đi sâu vào giải pháp là TTKD VNPT Hải Dương cần phải thực hiện nhằm hoàn thiện hoạt động Marketing.

- Điểm hạn chế tồn tại cần khắc phục là nguồn tài chính mà TTKD VNPT Hải Dương dành cho công tác quảng cáo còn hạn hẹp, chính sách quảng cáo còn chưa đánh vào tâm lý người dùng và cách thức quảng cáo sản phẩm còn chưa đổi mới chưa chú trọng cách hình thức quảng cáo của thời đại như quảng cáo trên internet hay hợp tác với các website hay các nhà cung cấp dịch vụ. Ngoài ra công tác khuyến mãi chưa có gì nổi bật so với các đối thủ.

3.2.1.2. Nội dung của biện pháp

Về việc Nâng cao chất lượng dịch vụ và chất lượng mạng

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, việc cạnh tranh với nhau về giá cước sẽ có cường độ giảm dần và sẽ trở thành thứ yếu chứ không phải là vai trò cốt yếu như trong thời gian vừa qua nữa, vậy họ sẽ cạnh tranh bằng công cụ gì, chắc chắn đó là chất lượng dịch vụ. đối với khách hàng sử dụng dịch vụ, ban đầu người ta chỉ chú ý đến giá cước có rẻ hay không, vì cước cao quá sẽ làm ảnh hưởng đến chi tiêu ngân sách của gia đình họ. Tuy nhiên khi giá cước giảm mạnh, khách hàng sẽ không mấy băn khoăn khoản chi phí cho điện thoại hàng tháng, thêm vào đó giá cước của các nhà cung cấp mạng di động lại xấp xỉ như nhau. Do đó, điều mà khách

hàng chuyển hướng quan tâm đó là chất lượng dịch vụ. Bên cạnh đó, cần triển khai thêm các loại hình dịch vụ gia tăng trên nền công nghệ nhằm đảm bảo tính cạnh tranh cho thương hiệu trên thị trường.

Đa dạng hóa dịch vụ là xu hướng chung của thị trường thế giới và khu vực. Lợi thế của dịch vụ VNPT là hệ thống cung cấp dịch vụ cũng như thiết bị điện thoại di động, khách hàng sử dụng có thể tích hợp nhiều dịch vụ. Do vậy giải pháp nghiên cứu đưa ra nhiều dịch vụ là một giải pháp để tăng doanh thu. Thị trường Việt Nam theo được nhận định là rất năng động hấp thu cái mới, nên các dịch vụ mới sẽ dễ dàng chấp nhận. Dịch vụ mới cần phát triển theo hướng đáp ứng hai nhu cầu: nhu cầu thể hiện và nhu cầu giải trí.

Hoạt động đầu tư phát triển mạng lưới và nguồn nhân lực là điều kiện tất yếu để đáp ứng nhu cầu phát triển dịch vụ trên địa bàn, khả năng mở rộng phạm vi hoạt động cung cấp các sản phẩm dịch vụ cũng như khả năng cạnh tranh của đơn vị sẽ không thực hiện được nếu chỉ dựa trên nền tảng công nghệ lạc hậu. Tuy nhiên, để đảm bảo kế hoạch và mục tiêu chiến lược đã đề ra đến năm 2025, ngoài những hoạt động đầu tư thiết bị như tăng dung lượng mạng lắp đặt để đáp ứng nhu cầu về thuê bao và thay đổi, bổ sung một số nội dung về công nghệ thích ứng với nhu cầu về phát triển các loại hình dịch vụ cũng như chất lượng mạng lưới, đầu tư mở rộng và phát triển mạng viễn thông trên nền tảng có sẵn này, phát huy những ưu điểm chung về công nghệ truyền dẫn cũng như chuyển mạch, điều chuyển các trang thiết bị phù hợp với nhu cầu từng khu vực nhằm tối đa hoá hiệu suất sử dụng, tận dụng triệt để tính năng hoạt động của thiết bị, đa dạng hoá dịch vụ, nâng cao chất lượng, kích thích làm tăng nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng.

Về quảng cáo: Đẩy mạnh hơn nữa công tác quảng bá thương hiệu thông qua phương tiện thông tin đại chúng như: Báo, đài, trang web của VNPT Hải Dương nhất là trên các trang báo đài có tên tuổi, tăng cường băng rôn áp phích quảng cáo dịch vụ tại các hội nghị hay phong trào. Nhất là quảng bá sản phẩm bằng hình ảnh các phụ kiện có thương hiệu VNPT tặng cho khách hàng. Đẩy mạnh các nội dung thông tin quảng bá dịch vụ một cách có chọn lọc đến tất cả đối tượng khách hàng.

Về quan hệ công chúng: Tăng cường các chính sách chăm sóc khách hàng cũ và tiếp tục tham gia các diễn đàn của doanh nghiệp và các cơ quan ban ngành trong tỉnh nhằm tìm kiếm khách hàng mới. Nhất là các doanh nghiệp nhà nước có mối quan hệ trước đó với VNPT Hải Dương. Thường xuyên tham gia các sự kiện giới thiệu sản phẩm dịch vụ hay hội chợ nhằm hay các phong trào vì cộng đồng nhất là các chương trình khuyến học hay chăm sóc bà mẹ Việt Nam anh hùng giúp cho xây dựng hình ảnh đối với cộng đồng.

Về chính sách khuyến mãi: Sự cạnh tranh gay gắt dành thị phần giữa các mạng hiện nay đã làm cho thị trường di động trở nên quá sôi động với các chương trình khuyến mại rầm rộ của tất cả các mạng. Hầu như khuyến mại không ngớt đợt sau nối tiếp đợt trước, điều này dẫn đến tình trạng khách hàng chỉ mua hàng nếu có khuyến mại. Tình trạng thuê bao ảo là vấn đề cần xem xét vì tính về kinh tế thì mua một số mới sẽ lợi hơn mua thẻ nạp tiền. Việc này ảnh hưởng ít nhiều đến lòng trung thành của khách hàng đang dùng thuê bao trả sau vì hầu hết các chương trình khuyến mại đều tập trung vào trả trước. Do đó dịch vụ VNPT cần có chính sách khuyến mại cho thuê bao trả sau phù hợp và thiết thực, ưu tiên khuyến mại và phát triển thuê bao trả sau, có chế độ ưu đãi cho thuê bao đang sử dụng dịch vụ trả sau có sử dụng cước cao, thanh toán đúng hạn, khách hàng sử dụng nhiều thuê bao... các hình thức áp dụng có thể như: Đơn giản hóa thủ tục hòa mạng, bỏ ký quỹ khi đăng ký roaming đối với khách hàng là công ty, doanh nghiệp. Lược bỏ bớt các giấy tờ biểu mẫu không thật cần thiết khi khách đến giao dịch. Thiết kế lại các biểu mẫu mang tính khoa học, vừa đơn giản, vừa đảm bảo đủ nội dung. Chiết khấu cho khách hàng thanh toán đúng hạn.

Về Bán hàng trực tiếp: Do trước đây VNPT Hải Dương chỉ chú trọng đến các khách hàng là cơ quan doanh nghiệp của nhà nước vì thế đã để hụt mất phần lớn thị phần khách hàng ở các khu công nghiệp và dân cư. Tuy nhiên do ngày nay nhiều đối thủ cạnh tranh lớn và công tác bán hàng trực tiếp còn yếu kém vì thế cần cải thiện công tác bán hàng trực tiếp. Đẩy mạnh công tác giới thiệu sản phẩm và bán hàng tại các hội chợ và giới thiệu sản phẩm của tỉnh tổ chức. Tăng cường mở rộng

bán hàng trực tiếp tại các khu công nghiệp và dân cư trong địa bàn tỉnh. Tích cực ghi nhận các ý kiến trực tiếp của khách hàng về dịch vụ của VNPT. Cải thiện hình ảnh nhân viên giao dịch nói riêng và toàn thể nhân viên kinh doanh qua trang phục, thái độ phục vụ... bằng các khoá đào tạo kỹ năng giao tiếp bán hàng. từ đó trực tiếp nâng cao hình ảnh thương hiệu của VNPT. Tổ chức bán hàng lưu động ngoài kênh phân phối là các điểm bán lẻ, điểm ủy quyền, kênh cộng tác viên, đơn vị còn tổ chức cho CNV trực tiếp đi bán hàng đến tận tay người tiêu dùng thông qua các chiến dịch.

Về tài trợ : Nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu VNPT Trong xã hội, VNPT Hải Dương đề ra các mục tiêu về hoạt động tài trợ như sau: đến năm 2025 doanh nghiệp luôn giữ vững danh hiệu luôn là Doanh nghiệp đi đầu trong hoạt động tài trợ các chương trình và phong trào xã hội, nhằm đưa thương hiệu vào lòng khách hàng. Xây dựng hình ảnh VNPT không những là thương hiệu của ngành Viễn thông Việt Nam mà còn là thương hiệu luôn được nhắc tới khi tỉnh có phong trào hay các hoạt động từ thiện. Tăng cường tham gia các phong trào xã hội bằng cách khuyến khích công nhân viên đoàn viên tích cực tham gia các hoạt động xã hội. Như khuyến khích đoàn viên tham gia hoạt động thấp nền nghĩa trang, chung tay góp sức xây dựng chương trình Biển đảo quê hương, lễ hội văn hóa xứ Đông, lễ hội Côn Sơn – Kiếp Bạc... Tổ chức và tài trợ các chương trình thể thao nhằm nâng cao thương hiệu hình ảnh của VNPT, đặc biệt hiện nay đang diễn ra Sea Game 31 và VNPT là nhà tài trợ Kim cương cho giải đấu này, với các nội dung: Kênh truyền internet và vận hành giám sát tại các trung tâm báo chí, truyền hình, trung tâm CNTT, trung tâm thể, trung tâm eSport và 37 điểm thi đấu tại 12 tỉnh, thành phố; triển khai tin nhắn SMS truyền thông về SEA Games 31 tới người dân Việt Nam. Nhờ đó hình ảnh của VNPT sẽ được tiếp cận tới người dân trong cả nước thông qua các banner và các nội dung quảng cáo của chương trình phát sóng Sea Game trên sóng truyền hình quốc gia.

Tất cả các giải pháp trên đều nhằm vào hoạt động Marketing của doanh nghiệp, giúp mở rộng thị phần, góp phần tăng doanh thu, tăng lợi nhuận, giữ khách hàng. Tạo nên một VNPT ngày một vững mạnh.

3.2.2. Giải pháp về quản trị chi phí

3.2.2.1. Cơ sở của biện pháp:

Do tính đặc thù của ngành là dịch vụ Viễn thông nên doanh nghiệp cũng cần phải chú ý việc bảo toàn và phát triển nguồn vốn bằng cách thực hiện tiết kiệm chi phí nguyên liệu, giảm giá thành dịch vụ sản phẩm, làm tốt công tác phòng ngừa rủi ro trong sản xuất kinh doanh. Đây là giải pháp hữu hiệu để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tăng cường khả năng cạnh tranh .

3.2.2.2. Mục đích của biện pháp

- Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí.
- Tăng khả năng cạnh tranh với doanh nghiệp viễn thông khác.
- Tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

3.2.2.3. Nội dung của biện pháp

Để quản lý và sử dụng hợp lý các khoản chi phí đầu vào, công ty có thể thực hiện các giải pháp sau:

- Căn cứ vào nguồn kế hoạch chi phí Tổng công ty giao, Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương phải xây dựng và tổ chức triển khai thực hiện các chương trình, kế hoạch hành động, các giải pháp tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn chi phí, đồng thời thực hiện tăng cường công tác tập huấn, kiểm tra, giám sát các đơn vị cơ sở.

- Xây dựng các cơ chế tài chính linh hoạt, chủ động, gắn với hiệu quả sản xuất kinh doanh; mở rộng các kênh thanh toán phù hợp với hệ thống phân phối sản phẩm, dịch vụ.

- Giao kế hoạch chi phí cho các đơn vị trực thuộc phải tỷ lệ với mức doanh thu mang lại; thường xuyên kiểm tra, giám sát việc thực hiện chi phí của các đơn vị nhằm hạn chế tối đa việc chi tiêu không đúng khoản mục chi, chi lãng phí, chi không đúng mục đích.

- Giao và đánh giá việc quản lý CP bằng các chỉ tiêu kế hoạch cụ thể, gắn với kế hoạch BSC của đơn vị nhằm tối ưu hoá CP đầu vào, tồn kho vật tư hàng hoá..

- Rà soát tổng thể chi phí thuê hạ tầng đối với hạ tầng thuê bên ngoài, tiến tới qui định mức thuê theo loại hình, địa bàn phù hợp với mặt bằng giá trên thị trường.

- Tìm kiếm các hợp đồng mua bán kịp thời, chọn thời điểm và giá mua hàng hóa, dịch vụ hợp lý. Xác định đúng đắn nhu cầu vốn cho từng chu kỳ sản xuất kinh doanh. Nếu tính không đủ, không đúng nhu cầu vốn sẽ dẫn đến tình trạng thiếu vốn, công ty sẽ gặp phải nhiều khó khăn, sản xuất bị ngưng trệ, hoặc thừa vốn dẫn đến tình trạng lãng phí làm cho tốc độ luân chuyển vốn chậm. Đối với nguyên nhiên vật liệu doanh nghiệp cần xây dựng định mức sử dụng nguyên vật liệu, đảm bảo tính khoa học và tiên tiến nhằm giảm thiểu tối đa sự thất thoát, lãng phí, quản lý, cấp phát, sử dụng và thu hồi. Các thủ tục, chính sách đúng đắn, rõ ràng trong việc khai thác, mua sắm, quản lý vật liệu sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm được chi phí mua nguyên vật liệu đồng thời đáp ứng được yêu cầu chất lượng dịch vụ.

- Ngoài ra để đảm bảo cho nguồn hàng hóa ổn định, DN thay vì mua hàng dàn trải của nhiều nhà cung cấp có điều kiện thanh toán tốt, nên mua tập trung của một số nhà cung cấp lớn với các điều khoản thanh toán chặt chẽ hơn nó có thể khiến cho khoản phải trả người bán hàng giảm và làm tăng vòng quay phải trả.

- Đối với chi phí chung doanh nghiệp cần có những biện pháp hữu hiệu trong việc áp dụng công nghệ thông tin trong quản lý, quản lý chặt các khoản chi phí tiếp khách, đi công tác... Tiết kiệm chi phí và giảm giá bán ngoài lợi ích trước mắt là tăng lợi nhuận còn có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh, tạo điều kiện phát triển bền vững của doanh nghiệp. Tiến hành trích lập dự phòng rủi ro phù hợp với tình hình doanh nghiệp. Thực hiện phân tích môi trường kinh doanh cũng như hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Có như vậy mới đảm bảo cho nguồn vốn có thể được duy trì và từ đó nhân lên một cách hiệu quả.

- Đối với chi phí công cụ Settopbox trang bị cho khách hàng, đây là một khoản chi phí tương đối lớn tại TTKD VNPT – Hải Dương, đơn vị cần có sự quan tâm đúng mức tới thiết bị thu hồi. Lập danh sách thu hồi theo ngày đối với khách

hàng rời mạng, thành lập hội đồng thường xuyên đánh giá chất lượng thiết bị thu hồi, đưa các thiết bị thu hồi quay trở lại mạng lưới trang cấp cho khách hàng khi đủ điều kiện sử dụng, tiến hành thuê sửa chữa đối với các thiết bị hỏng.

3.2.3. Giải pháp về tổ chức quản lý người lao động

Nguồn nhân lực là một nguồn lực quan trọng nhất để góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của TTKD VNPT Hải Dương. Qua phân tích trên cho thấy: nguồn nhân lực của đơn vị có một thế mạnh rất lớn đó là kinh nghiệm lâu năm, chính lực lượng này sẽ truyền thụ lại cho các thế hệ sau kiến thức và kinh nghiệm trong công tác nghiệp vụ và quản lý. Công tác đề bạt, bổ nhiệm lãnh đạo các cơ sở chưa có các tiêu chuẩn rõ ràng. Đồng thời, công tác đánh giá kết quả công việc còn mang tính bình quân. Chính vì những yếu tố đó, Để nâng cao chất lượng quản trị nguồn nhân lực, VNPT Hải Dương cần thực hiện ngay các công việc sau:

Thứ nhất: phải xây dựng bảng phân tích công việc và bảng tiêu chuẩn công việc xuất phát từ thực tế, để từ đó có những tiêu chí để tuyển chọn nhân sự và bố trí nhân sự một cách hợp lý nhất.

Thứ hai: về công tác tuyển chọn nhân viên và cán bộ quản lý phải dựa vào bảng phân tích công việc và tiêu chuẩn công việc để lựa chọn những ứng viên phù hợp nhất và trong quá trình phỏng vấn cần phải thực hiện minh bạch, công khai.

Thứ ba: đẩy mạnh công tác đào tạo chuyên môn kinh tế và năng lực quản trị. Như ta biết đào tạo và nâng cao năng lực chuyên môn cho mọi cán bộ nhân viên, đặc biệt là cấp lãnh đạo và cán bộ quản lý. Đây là khâu duy nhất tạo ra những nhân tố lao động tốt hơn.

Thứ tư: phải có chế độ lương, thưởng hợp lý và công bằng. Cơ chế khen thưởng cũng phải xét người đóng góp nhiều, người đóng góp ít, không được bình quân.:

Thứ năm: phải có chế độ thu hút và giữ nhân tài, vì hiện nay một số cán bộ công nhân viên có kinh nghiệm và trình độ đang có chiều hướng chuyển ngành hoặc chuyển qua doanh nghiệp viễn thông khác. Do đó, doanh nghiệp cần phải có chế độ đãi ngộ nhân tài thích đáng, để giữ chân những cán bộ, nhân viên giỏi.

Thứ sáu: Xây dựng đội ngũ lãnh đạo, cán bộ quản lý của VNPT Hải Dương có nhận thức sâu sắc về ý nghĩa, vai trò và tầm quan trọng của công tác quản trị nguồn nhân lực để tạo nên sự khác biệt to lớn trong việc phát huy nguồn lực con người, hướng đến thành công chung của toàn đơn vị. Trong đó, Trưởng các đơn vị cơ sở cần lưu tâm quan sát đến diễn biến tâm lý nhân viên, thông cảm với nhu cầu, nguyện vọng của họ để thống nhất mục đích, lợi ích của nhân viên với mục đích lợi ích của tổ chức.

Thứ bảy: Để tăng năng suất lao động của TTKD VNPT - Hải Dương, ngoài các giải pháp tăng doanh thu. Việc cơ cấu lại lao động là cần thiết. Do lịch sử để lại; hiện nay bộ máy nhân sự tại TTKD VNPT – Hải Dương còn khá cồng kềnh, các công việc phải qua nhiều bộ phận, cá nhân thực hiện làm giảm hiệu quả trong sản xuất kinh doanh. Tổ chức nhiều khóa học nâng cao kỹ năng phục vụ việc bán hàng, kỹ năng tiếp thị và chăm sóc khách hàng, kỹ năng giữ chân và phát triển khách hàng....

Hiệu quả mang lại của giải các pháp này: gia tăng tính chủ động cho TTKD VNPT – Hải Dương và các đơn vị trực thuộc trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Bộ máy nhân sự tinh gọn sẽ dễ quản lý, tổ chức hoạt động và nhanh chóng hơn trong việc cung cấp dịch vụ viễn thông, chăm sóc đến khách hàng. Từ đó nâng cao sức cạnh tranh của TTKD trong kinh doanh dịch vụ viễn thông. Giảm thiểu chi phí nhân công, tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp, tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

3.2.4. Giải pháp về lập kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm

Trong mỗi năm kế hoạch, TTKD VNPT – Hải Dương căn cứ vào kế hoạch giao của Tập đoàn cần đề ra các chương trình công tác trọng tâm ngay từ đầu năm, từ đó có những giải pháp thích hợp cho từng thời điểm cụ thể. Xây dựng và tổ chức nhiều chương trình bán hàng, quảng bá thương hiệu, CSKH để phát triển thuê bao và giữ khách hàng hiện có với quy mô lớn và thu được nhiều thành công.

Lập kế hoạch xây dựng và ban hành nhiều cơ chế kinh doanh, quản lý và bán hàng mới, phù hợp với tình hình biến động của thị trường, với từng đối tượng khách hàng và đã đem lại hiệu quả cao như: Quy chế trả lương cho tập thể và cá

nhân, Quy định giao khoán kế hoạch và địa bàn kinh doanh cho tập thể, cá nhân người lao động, Quy định quản lý chăm sóc và phát triển hệ thống đại lý, điểm bán lẻ.

3.2.5. Một số giải pháp khác

Về chất lượng phục vụ, đơn vị cần đơn giản hoá thủ tục trong quá trình cung cấp dịch vụ để tránh gây phiền hà cho khách hàng. Tại các điểm giao dịch của VNPT các huyện, thị xã cũng như các điểm giao dịch của bưu điện cần trưng bày bộ thủ tục mẫu để khách hàng thuận lợi trong quá trình làm nhu cầu sử dụng dịch vụ mà nâng cao năng suất lao động cho CBCNV. Đồng thời tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện cung cấp dịch vụ ngay tại nhà thuê bao thông qua đội ngũ cộng tác viên phát triển thuê bao và CBCNV như hiện nay (Cộng tác viên Xã hội hóa, đại lý, CTV thu cước...) để thực sự khẩu hiệu "mỗi gia đình CBCNV VNPT đều là một đại lý viễn thông" thực sự đi vào cuộc sống.

Nâng cao hiệu quả thu hồi nợ đọng: Tình hình quản lý công nợ của đơn vị trong thời gian qua mặc dù có nhiều cải thiện nhưng vẫn còn rất nhiều khoản nợ kéo dài không đòi được. Thực trạng nợ cước có những hướng giải quyết cụ thể để khắc phục tình hình nợ tồn, đề tài có một số giải pháp đề xuất.

Thứ nhất về cơ cấu các bộ phận xử lý nợ, đơn vị cần sắp xếp lại theo hướng chuyên môn hóa cho từng khâu xử lý nợ chứ không tổ chức như hiện nay là phân chia các tổ xử lý nợ theo địa bàn. Việc này giúp giải quyết dứt điểm hồ sơ nợ càng dễ dàng kiểm tra được quá trình xử lý hồ sơ từ giai đoạn đầu đến khi kết thúc, đồng thời theo dõi được số lượng hồ sơ nợ đã được giải quyết đến đâu và giải quyết được bao nhiêu, tránh tình trạng như hiện nay là hồ sơ nợ do chính một tổ giải quyết từ đầu đến cuối, không quản lý được quá trình, số liệu và kết quả giải quyết cụ thể thế nào.

Đơn vị cần xây dựng và ban hành quy trình, quy định để làm cơ sở thực hiện cho công tác xử lý nợ. Điều này là hết sức cần thiết nhằm giúp tạo sự thống nhất, chặt chẽ cho các khâu xử lý nợ, đảm bảo rằng hồ sơ nợ đã được giải quyết theo các

bước với đầy đủ cơ sở pháp lý để có kết quả cụ thể cho từng loại hồ sơ nợ như thanh toán dứt điểm nợ, chuyển ra tòa khởi kiện, trình xóa ...

Về pháp lý, đơn vị cần bổ sung đầy đủ các thủ tục tố tụng theo quy định của pháp luật. Cụ thể là vấn đề tư cách pháp nhân khởi kiện và vấn đề ủy quyền tham gia tố tụng tại tòa án. Trên thực tế, trước đây là Tổng công ty Bưu chính Viễn Thông Việt Nam, hiện nay là Tập đoàn BCVT Việt Nam, việc quy định các đơn vị thành viên là đơn vị kinh tế hạch toán phụ thuộc đã hạn chế tư cách pháp nhân đứng ra khởi kiện khi có phát sinh tranh chấp. Do đó, các trường hợp nợ cước khi tiến hành khởi kiện đòi hỏi phải do đơn vị có tư cách pháp nhân đầy đủ thực hiện. Tập đoàn Bưu Chính Viễn Thông Việt Nam có văn bản ủy quyền trực tiếp cho chính đơn vị kinh doanh dịch vụ phụ trách công tác này. Đây là vấn đề đã và đang tồn tại chưa được giải quyết triệt để và điều này đã ảnh hưởng rất lớn đối với hiệu quả công tác xử lý nợ. Thực tế hiện nay hầu hết các tòa án không thụ lý hồ sơ nợ cước vì thiếu các thủ tục pháp lý nói trên, điều này gây khó khăn rất lớn cho bộ phận xử lý nợ, làm giảm hiệu lực răn đe đối với chủ thuê bao nợ. Mặt khác, do thiếu thủ tục này, lượng hồ sơ cần khởi kiện tồn đọng rất nhiều và khá tốn thời gian cho việc hoàn tất hồ sơ khởi kiện, trong khi đó bộ Luật tố tụng dân sự đã quy định rất rõ thời hiệu khởi kiện chỉ là 2 năm kể từ khi phát sinh tranh chấp.

Một yêu cầu hết sức cần thiết đặt ra nhằm mang lại hiệu quả cao hơn cho công tác xử lý nợ là đội ngũ nhân viên xử lý nợ cần phải được đào tạo đầy đủ về chuyên môn để thực hiện công tác này. Hầu hết, nhân viên xử lý nợ hiện nay đều chưa được đào tạo nghiệp vụ xử lý nợ. Đồng thời, cần có chính sách và sự hỗ trợ cụ thể cho nhân viên xử lý nợ trong quá trình giải quyết hồ sơ nợ khi có liên quan với các cơ quan bên ngoài, đặc biệt tạo mối quan hệ tốt với các cơ quan tư pháp như công an, tòa án vì sự hợp tác và hỗ trợ từ cơ quan này là rất cần thiết nhằm mang lại hiệu quả tốt hơn cho công tác xử lý nợ.

Việc thực hiện các giải pháp này đòi hỏi sự quan tâm giải quyết từ các cơ quan cấp trên, nhất là trong tình hình nợ hiện nay.

Thực hiện các giải pháp sẽ hạn chế và giảm nợ phát sinh cũng là một cách mang lại doanh thu và đạt hiệu quả kinh doanh cao hơn. Nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như chất lượng phục vụ sẽ mang lại sự thỏa mãn cho khách hàng sử dụng dịch vụ nhằm tăng uy tín thương hiệu, tăng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Mang lại thị phần cho đơn vị.

Các hợp đồng cung cấp dịch vụ cho khách hàng cần đưa thêm các điều khoản chặt chẽ trong thanh toán đối với từng tối tượng khách hàng khác nhau.

Về công tác chăm sóc khách hàng sẽ giúp đơn vị nắm rõ nhu cầu từng đối tượng khách hàng để phát triển dịch vụ và chăm sóc khách hàng, tạo ra sự gắn bó giữa khách hàng với các dịch vụ mà TTKD VNPT Hải Dương đang cung cấp. Giúp đơn vị tạo được uy tín trong kinh doanh, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, giữ khách hàng hiện có và thu hút khách hàng mới nhằm tăng sản lượng, doanh thu. Tóm lại thực hiện các giải pháp trên sẽ giúp cho doanh thu của đơn vị tăng, nâng cao năng lực cạnh tranh, đảm bảo được thị phần.

Kết luận chương 3:

Từ việc phân tích, đối chiếu và so sánh giữa lý thuyết và thực tiễn, chương 3 đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới, như sau:

Nêu phương hướng, mục tiêu của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương đến năm 2025, đây là căn cứ quan trọng để xây dựng giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh gắn liền với phương hướng phát triển của đơn vị.

Đề xuất ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh của TTKD VNPT – Hải Dương: giải pháp về sản phẩm dịch vụ, khách hàng và doanh thu; giải pháp về quản trị chi phí; giải pháp về tổ chức quản lý người lao động; giải pháp về lập kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm

KẾT LUẬN

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, và tại bất cứ thời điểm nào thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh luôn là sự đòi hỏi cấp thiết, và là mối quan tâm hàng đầu của mỗi doanh nghiệp. Và đối với Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương không là ngoại lệ, đó là mục tiêu phấn đấu, mang ý nghĩa quan trọng, sẽ giúp cho Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương phát huy được mọi nguồn lực hiện có để tạo ra nhưng sản phẩm, dịch vụ chất lượng cao, từng bước làm tăng doanh thu và tăng lợi nhuận.

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương là đơn vị trực thuộc Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT), thực hiện nhiệm vụ kinh doanh các dịch vụ Viễn thông và Công nghệ thông tin trên địa bàn tỉnh Hải Dương. Trong thời gian vừa qua, với sự phát triển nhanh chóng của các doanh nghiệp Viễn thông, đặc biệt là Viettel, đòi hỏi VNPT nói chung và Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương nói riêng cần phải có những giải pháp thực sự hiệu quả để gia tăng lợi thế và giữ vững thị phần.

Đề tài: “Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương” dự kiến sẽ giải quyết một số nội dung như sau:

Chương 1: Làm rõ khái niệm, ý nghĩa của hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh từ đó làm tiền đề để phân tích thực trạng tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

Chương 2: Phân tích đặc điểm và thực trạng kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong giai đoạn 2018-2021, từ đó thấy được những thành công và hạn chế làm cơ sở để đề ra nhưng định hướng, giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian sắp tới.

Chương 3: Trên cơ sở phân tích ở chương 2 kết hợp những lý luận về các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh ở chương 1 cùng với định hướng phát triển của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới, để đưa ra nhưng giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương trong thời gian tới.

DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phạm Tuấn Anh; 2018; “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần xăng dầu HFC”; Đại học dân lập Hải Phòng.
- [2] Nguyễn Thị Ngọc Bích; 2017; “Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của VNPT Hải Phòng”; Đại học dân lập Hải Phòng.
- [3] Trần Xuân Chinh; 2020; “Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH Nhựa đường Petrolimex”; Đại học Ngoại Thương.
- [4] Lưu Triệu Cơ; 2013; “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Bưu điện Thành phố Hồ Chí Minh”; Đại học kinh tế TP Hồ Chí Minh.
- [5] Nguyễn Trọng Cơ, Nghiêm Thị Thà; 2017; Giáo trình “Độc và phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp”; Nhà xuất bản Tài chính.
- [6] Đặng Thị Việt Đức; 2021; Bài giảng “Quản trị tài chính doanh nghiệp”; Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông
- [7] Đỗ Thị Mai Linh; 2020; “Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty Cổ phần cấp nước tỉnh Lào Cai”; Đại học Thái Nguyên.
- [8] Phan Quang Niệm; 2008; Giáo trình “Phân tích hoạt động kinh doanh”; Nhà xuất bản Thống kê.
- [9] Bùi Xuân Phong; 2010; Giáo trình “Phân tích hoạt động kinh doanh”; Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông.
- [10] Trần Ngọc Thơ; 2005; “Tài chính doanh nghiệp hiện đại”; NXB thống kê.
- [11] Bùi Văn Vân, Vũ Văn Ninh; 2013; Giáo trình “Tài chính doanh nghiệp”; Nhà xuất bản Tài chính.
- [12] Adam Smith (1776), *The Wealth of Nations*, W. Strahan and T. Cadell, London.
- [13] Paul A. Samuelson (1948), *Economics: An Introductory Analysis*, McGraw–Hill, London
- [14] Các tài liệu, văn bản về “Quy chế hoạt động, nội quy đơn vị”, Bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, thuyết minh báo cáo tài chính, báo cáo thường niên trong năm 2018, 2019, 2020, 2021 của Trung tâm Kinh doanh VNPT Hải Dương.