



Trần Thị Ngọc Duyên

**PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ SỐ
KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI TRUNG TÂM KINH
DOANH VNPT - HẢI DƯƠNG**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 8.34.01.01**

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SỸ
(Theo định hướng ứng dụng)

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. LÊ THỊ NGỌC PHƯƠNG

Phản biện 1: PGS.TS. Vũ Thanh Hưởng

Phản biện 2: TS. Nguyễn Văn Hậu

Luận văn này được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Vào lúc:

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Phát triển kinh doanh các dịch vụ Viễn thông nói chung, dịch vụ số nói riêng là vấn đề được các nhà mạng luôn quan tâm, tìm lời giải để có thể đầu tư vào các mạng thế hệ mới, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng.

Kinh doanh số đang làm thay đổi cách tổ chức sử dụng và suy nghĩ về công nghệ, chuyển công nghệ từ một công cụ hỗ trợ sang ưu tiên hàng đầu về đổi mới, tăng trưởng doanh thu và thị trường.

Làn sóng chuyển đổi số ngày càng khẳng định được sức ảnh hưởng của mình trong thời đại mới khi mà các tổ chức, doanh nghiệp đều đang ứng dụng nó vào việc tái cơ cấu, thay đổi bộ máy hay tạo “sức bật” trên thị trường. Áp dụng dịch vụ số giúp các doanh nghiệp chuyển đổi từ doanh nghiệp truyền thống sang doanh nghiệp số. Các doanh nghiệp số sử dụng công nghệ để tạo ra những thay đổi mới cho các mô hình kinh doanh, trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu suất hoạt động và giá trị cốt lõi cho doanh nghiệp.

Kinh doanh số là việc tạo ra những chuỗi giá trị mới và cơ hội kinh doanh mà các doanh nghiệp truyền thống không thể cung cấp.

Khám phá các mô hình kinh doanh mới đặt trải nghiệm của khách hàng vào trung tâm của chiến lược dịch vụ số. Người dùng ngày nay thường sẵn sàng chi nhiều hơn cho trải nghiệm khách hàng. Điều này làm cho nó trở thành điểm khác biệt chính trong nền kinh tế số. Các doanh nghiệp từ đó cũng sẽ tập trung cao độ vào việc nâng cao trải nghiệm của khách hàng khi họ sử dụng các dịch vụ số.

Tất cả doanh nghiệp viễn thông đều phải thay đổi, số hoá các hoạt động của mình. Đây là chuyển dịch rất lớn, kéo theo sự bùng nổ nhu cầu về hạ tầng, con người... Hơn ai hết, nhà mạng phải tham gia vào quá trình này - nơi đòi hỏi cơ hội công việc và được xem như một thị trường khổng lồ.

Nhận thấy đây là một hướng nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn và tính ứng dụng cao, học viên chọn đề tài: "**Phát triển kinh doanh dịch vụ số khách hàng doanh nghiệp tại Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương**" để làm đề tài cho luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ nội dung số tại Thành phố Hồ Chí Minh của tác giả ThS. Nguyễn Thị Phụng.

Dịch vụ số (DVS) đóng vai trò quan trọng, cải thiện hiệu quả sản xuất xã hội và trở thành một lực lượng không thể thiếu trong sản xuất kinh doanh. Để thành công và tồn tại trên thị trường cung cấp dịch vụ số, các nhà quản trị phải lựa chọn mô hình chất lượng dịch vụ (CLDV) phù hợp tham chiếu để ra các chiến lược nâng cao CLDV mang đến sự hài lòng cho khách hàng (KH). Tuy nhiên, việc lựa chọn mô hình chất lượng DVS, trước tiên doanh nghiệp cần phải xác định được nhận thức của hầu hết KH về chất lượng của DVS bao gồm những yếu tố nào. Trong bối cảnh nghiên cứu khác nhau, chi phối bởi môi trường văn hóa khác nhau, KH ở mỗi quốc gia khác nhau có thể có nhận thức khác nhau về CLDV khác nhau (Malhotra

& đtg, 2005). Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu này nhằm khám phá và đo lường các yếu tố của CLDV ảnh hưởng đến sự hài lòng của KH sử dụng DVS tại TP. Hồ Chí Minh.

Nghiên cứu này xem xét các yếu tố của chất lượng dịch vụ nội dung số ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh. Nghiên cứu được kiểm định với 220 khách hàng sử dụng dịch vụ số ở TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng làm hài lòng khách hàng.

Từ kinh nghiệm triển khai giải pháp kinh doanh, đại diện Tổng công ty Dịch vụ viễn thông (VNPT VinaPhone) cho biết, trong mỗi gói sản phẩm cung cấp cho khách hàng thì tỷ lệ hủy khi dùng gói có 2-3 sản phẩm ít hơn so với gói có 1-2 sản phẩm. Việc hợp tác giữa nhà cung cấp nền tảng lớn với các nhà cung cấp công nghệ số nhỏ hơn sẽ giúp cả hai bên có cơ hội đem lại sản phẩm, dịch vụ tốt nhất cho khách hàng chuyển đổi số.

Cũng theo đại diện VNPT VinaPhone, với năng lực đội ngũ kinh doanh, triển khai giải pháp trải khắp 63/63 tỉnh, thành phố, đến tận vùng sâu, vùng xa, VNPT có lợi thế trong tiếp cận khách hàng... Đây rõ ràng là lợi thế để VNPT đồng hành cùng các đối tác trong việc đưa sản phẩm dịch vụ tới khách hàng có nhu cầu sử dụng trên toàn quốc thông qua kênh bán hàng tích hợp giữa trực tuyến và trực tiếp.

3. Mục đích nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu phân tích tình hình kinh doanh của nhóm dịch vụ số. Thông qua quá trình phân tích, sẽ đánh giá nhằm tìm ra các nguyên nhân và ảnh hưởng của các nhân tố lên kết quả kinh doanh. Từ đó, đề ra một số giải pháp thích hợp góp phần phát triển kinh doanh nhóm dịch vụ số này.

Mục tiêu cụ thể:

- Phân tích tình hình kinh doanh đạt được giai đoạn triển khai nhóm dịch vụ đến nay.
- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình kinh doanh nhóm dịch vụ số.
- Đề ra một số giải pháp nhằm phát triển kinh doanh nhóm dịch vụ số, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của đơn vị.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: nhóm dịch vụ số đã triển khai cung cấp dành cho khách hàng Doanh nghiệp.
- Phạm vi nghiên cứu: VNPT trên địa bàn tỉnh Hải Dương, giai đoạn 2019-2021.

5. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu lý thuyết:
- Phương pháp thực nghiệm: Thu thập thông tin từ các báo cáo tài chính, báo cáo kết quả kinh doanh giai đoạn 2019-2021.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ SỐ VÀ TĂNG TRƯỞNG DOANH THU DỊCH VỤ SỐ

1.1. Tổng quan về dịch vụ số

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm

Khái niệm về dịch vụ số:

Dịch vụ số là các sản phẩm CNTT ở nhiều lĩnh vực như Chính phủ điện tử, Y tế, Giáo dục, đô thị thông minh, Du lịch thông minh ... phục vụ nhiều nhóm khách hàng từ Chính phủ, Tổ chức/Doanh nghiệp đến khách hàng cá nhân.

Đặc điểm về dịch vụ số:

Dịch vụ số mang đầy đủ các đặc điểm của dịch vụ nói chung, đó là:

- *Tính vô hình:* Tính vô hình của dịch vụ có nghĩa là các dịch vụ không thể được nhìn thấy, nếm, cảm nhận, nghe hoặc ngửi trước khi chúng được mua. Bạn không thể thử chúng.

- *Tính không thể tách rời:* Đặc điểm của dịch vụ bao gồm không thể tách rời, có nghĩa là dịch vụ được sản xuất và tiêu thụ cùng một lúc.

- *Tính không thể cất giữ:* Dịch vụ không thể được lưu trữ để bán hoặc sử dụng sau này. Nói cách khác, dịch vụ không thể được kiểm kê. Đây là một trong những đặc điểm quan trọng nhất của dịch vụ, vì nó có thể có tác động lớn đến kết quả tài chính.

- *Tính đa dạng:* Thực tế là chất lượng dịch vụ có thể thay đổi rất nhiều, tùy thuộc vào người cung cấp chúng và khi nào, ở đâu và như thế nào. Có rất nhiều sự khác biệt về chất lượng dịch vụ được cung cấp bởi các nhà cung cấp khác nhau, hoặc thậm chí bởi cùng một nhà cung cấp tại các thời điểm khác nhau.

- *Sự tham gia của người dùng:* Các đặc điểm của dịch vụ bao gồm sự tham gia của người dùng. Một dịch vụ không thể tách rời khỏi nhà cung cấp của nó, nhưng cũng không thể tách rời nó khỏi người dùng.

1.1.2. Các loại dịch vụ số

- Chữ ký số VNPT CA.
- Phần mềm BHXH IVAN
- Hóa đơn điện tử VNPT Invoice,
- Sổ liên lạc điện tử VN Edu
- Điểm danh thông minh
- Phần mềm quản lý Bệnh viện VNPT HIS
- VNPT Check, iOffice, SMS Brandname, IDC ...

1.2. Phát triển kinh doanh và những chỉ tiêu đánh giá phát triển kinh doanh dịch vụ số

1.2.1. Hệ thống kinh doanh dịch vụ số

Kinh doanh dịch vụ số có thể bao gồm các công việc như tư vấn chuyển đổi số; tư vấn giải pháp, công nghệ; xây dựng chính sách, đội ngũ nhân lực; hoạch định kế hoạch, định hướng chuyển đổi số cho doanh nghiệp cho doanh nghiệp, tổ chức. Chuyển đổi số là một quá trình hoàn thiện bao gồm nhiều bước khác nhau, vì vậy sẽ tốn kém rất nhiều chi phí, nếu không được lên kế hoạch cụ thể hoặc lựa chọn một dịch vụ chuyển đổi số không chuyên nghiệp thì có thể dẫn đến thiệt hại và ngưng trệ cho toàn doanh nghiệp.

1.2.2. Nội hàm phát triển kinh doanh dịch vụ số

- ✓ Phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng thiết yếu
- ✓ Ban hành Chiến lược quốc gia về chuyển đổi số, kinh tế số
- ✓ Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin

1.2.3. Những chỉ tiêu đánh giá sự phát triển kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ số

1.2.3.1. Yêu cầu đối với 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.

1.2.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

Cũng giống như những doanh nghiệp kinh doanh các dịch vụ khác, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ chuyển đổi số cũng được đánh giá hiệu quả kinh doanh thông qua các chỉ tiêu sau:

- ✓ Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản (ROA)
- ✓ Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)
- ✓ Tỷ suất sinh lời của doanh thu (ROS)
- ✓ Số vòng quay của tài sản
- ✓ Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn
- ✓ Số vòng quay của tài sản ngắn hạn
- ✓ Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn
- ✓ Số vòng quay của tài sản dài hạn (sức sản xuất của tài sản dài hạn)
- ✓ Số vòng quay của vốn chủ sở hữu (sức sản xuất của vốn chủ sở hữu)

- ✓ Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí
- ✓ Tỷ suất sinh lời của lao động
- ✓ Khả năng thanh toán tổng quát
- ✓ Tỷ số về mức độ độc lập tài chính
- ✓ Đánh giá khái quát tình hình huy động vốn
- ✓ Tỷ số về khả năng hoạt động

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển kinh doanh dịch vụ số dành cho khách doanh nghiệp

1.3.1. Các nhân tố bên trong

* *Môi trường công nghệ*: Công nghệ là nhân tố có sự thay đổi năng động nhất trong các yếu tố của môi trường kinh doanh. Sự thay đổi của công nghệ còn được gọi là “sự phá hủy sáng tạo, luôn mang lại những sản phẩm dịch vụ mới, nâng cao năng lực của con người, thay đổi phương pháp làm việc của họ...”

* *Môi trường tự nhiên và cơ sở hạ tầng*: Môi trường tự nhiên là hệ thống các yếu tố tự nhiên như khí hậu, thời tiết, vị trí địa lý...

* *Nguồn nhân lực*: Con người là một trong các nguồn lực của sản xuất kinh doanh. Con người vừa là động lực vừa là mục tiêu của sự phát triển xã hội. Trong mỗi một doanh nghiệp, yếu tố con người là vô cùng quan trọng vì nó chi phối mọi hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

* *Trình độ phát triển mạng lưới viễn thông và ứng dụng công nghệ hiện đại*: Trong điều kiện công nghệ mới ngày càng được phát triển và ứng dụng rộng rãi cùng với cạnh tranh mạnh từ các đối thủ trên thị trường thì một doanh nghiệp muốn khẳng định vị thế của mình cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh, tăng doanh thu cần phải dựa vào chất lượng sản phẩm, dịch vụ viễn thông. Ứng dụng công nghệ hiện đại sẽ giải quyết được nhu cầu cấp bách này cho doanh nghiệp.

1.3.2. Các nhân tố bên ngoài

* *Môi trường chính trị – pháp luật* ảnh hưởng gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhưng lại giữ rất vai trò quan trọng trong việc xác định hướng kinh doanh của doanh nghiệp viễn thông. Sự ổn định về chính trị sẽ tạo một môi trường thuận lợi, là động lực hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài.

* *Môi trường kinh tế*: Kinh tế tăng trưởng, mức sống của người dân được nâng cao, nhu cầu mua sắm của xã hội tăng cao, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tăng doanh thu, có vốn để tái đầu tư và mở rộng sản xuất để thỏa mãn hơn nữa nhu cầu xã hội.

1.4. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Thứ nhất, các quốc gia đều xây dựng, hoàn thiện thể chế, pháp luật, chính sách nhằm tạo khuôn khổ cho phát triển kinh tế số.

Thứ hai, các nước đều xác định những ngành, lĩnh vực đột phá để phát triển kinh tế số căn cứ vào thế mạnh và đặc điểm của từng nước.

Thứ ba, các quốc gia đều quan tâm giải quyết những mặt trái phát sinh trong phát triển kinh tế số; xác định rõ những ngành nghề sẽ bị “khai tử”, những ngành nghề mới xuất hiện.

Thứ tư, các quốc gia đều chú trọng phát triển nguồn nhân lực cho kinh tế số, trong đó tập trung phát triển, thu hút các chuyên gia về công nghệ số, các doanh nhân số. Quan tâm đổi mới giáo dục, đào tạo bồi dưỡng để tái đào tạo lực lượng lao động bắt kịp với xu hướng công nghệ số.

Tổng kết chương 1

Chúng ta đang sống trong một thế giới kỹ thuật số, toàn cầu và siêu kết nối, được đặc trưng bởi sự thay đổi ở cấp độ xã hội và công nghệ, nơi sự xuất hiện liên tục của những “người chơi” mới trên thị trường, tính di động và kết nối liên tục tạo ra ảnh hưởng lớn. Ngày nay, dịch vụ số không chỉ là một sự lựa chọn. Các công ty cần phải thoát ra khỏi vùng an toàn, tự tái tạo và cạnh tranh trong thế giới được chi phối bởi các công nghệ tiên tiến.

Dịch vụ số là một quá trình dài với nhiều thách thức đặt ra buộc các Chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng phải thay đổi. Tuy nhiên, dịch vụ số sẽ giúp Chính phủ ngày càng cải thiện chất lượng công việc của cán bộ công nhân viên chức, cải thiện dịch vụ công, giúp giảm ách tắc và phục vụ nhu cầu của người dân hiệu quả hơn. Dịch vụ số cũng giúp doanh nghiệp tiết giảm được chi phí hoạt động bởi khả năng kết nối vô hạn của quá trình số hóa, không cần nguồn lực có sẵn, mặc dù quá trình này còn vô vàn khó khăn do nguồn nhân lực chưa hoàn thiện mà hầu hết các doanh nghiệp phải đào tạo lại. Do đó, cần nhanh chóng nâng cấp hệ thống số hóa giúp công cuộc chuyển đổi số hoàn thiện nhằm đáp ứng xu hướng hiện nay.

Trong chương 1 đã nêu được các định nghĩa về dịch vụ số, xu hướng và tầm quan trọng của dịch vụ số đối với tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh hiện nay. Đồng thời cũng đã nêu được các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của dịch vụ số trong một doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh chuyển đổi số. Và cuối cùng là những kinh nghiệm chuyển đổi số để sử dụng dịch vụ số của các nước trên thế giới và bài học cho Việt Nam. Những nội dung trong chương 1 sẽ là tiền đề, cơ sở để tác giả tiếp tục nghiên cứu ở những chương sau.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ SỐ KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP 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 Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông

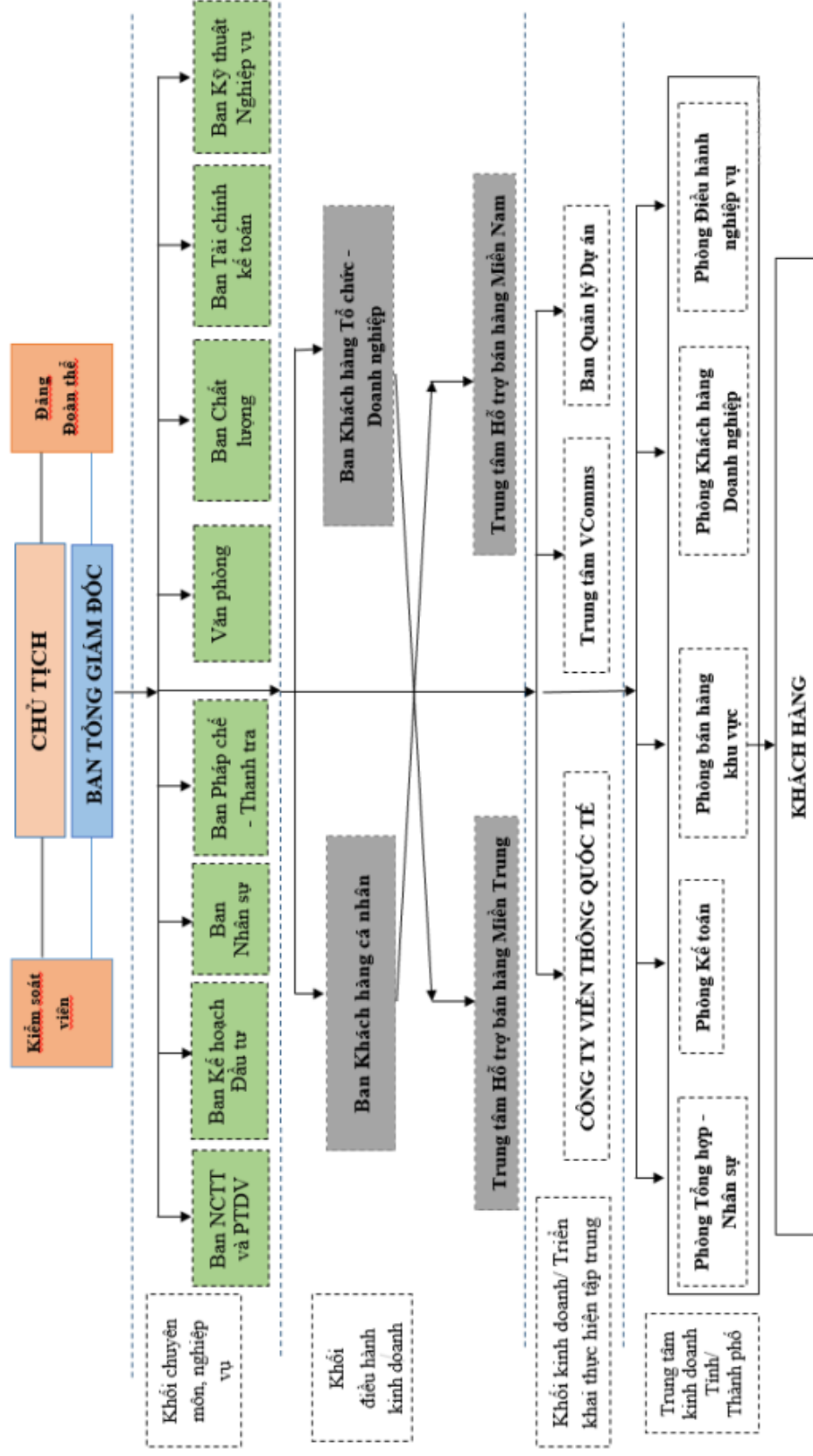
- Tên gọi bằng tiếng Việt: TỔNG CÔNG TY DỊCH VỤ VIỄN THÔNG
- Tên giao dịch nước ngoài: VNPT VINAPHONE CORPORATION
- Tên viết tắt: VNPT - VINAPHONE
- Mã số thuế: 0106869738
- Địa chỉ trụ sở chính: Tòa nhà VNPT Vinaphone, Đường Nguyễn Văn Huyền kéo dài, Phường Xuân La, Quận Tây Hồ, TP Hà Nội.
- Website: <http://vinaphone.com.vn/>
- Loại hình doanh nghiệp: Doanh nghiệp nhà nước, hạch toán phụ thuộc (Chi nhánh Công ty TNHH một thành viên Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam)

2.1.1.1. Thông tin chung

Ngày 10/6/2014 Thủ tướng chính thức ký Quyết định số 888/QĐ-TTg phê duyệt Đề án tái cơ cấu Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam giai đoạn 2014-2015, hoàn thành việc tái cấu trúc với mô hình mới công ty mẹ Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam và 3 Tổng Công ty: VNPT - Vinaphone; VNPT – Net; VNPT – Media.

2.1.1.1.1 Định hướng phát triển của VNPT:

2.1.1.2 Năng lực nguồn nhân sự



Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức Tổng công ty Dịch vụ viễn thông VNPT

Nguồn: Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông, 2021.

2.1.1.3. Năng lực tài chính

Công ty mẹ - VNPT là công ty TNHH một thành viên do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ được Thủ tướng chính phủ quyết định thành lập, hoạt động kinh doanh và dịch vụ; hạch toán kinh tế; được Nhà nước giao vốn, tài nguyên, đất đai và các nguồn lực khác; có trách nhiệm sử dụng có hiệu quả, bảo toàn và phát triển vốn được giao, tự chịu trách nhiệm về hoạt động sản xuất kinh doanh trong phạm vi số vốn Nhà nước do VNPT quản lý.

2.1.2. Giới thiệu về Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương

2.1.2.1 Quá trình hình thành và phát triển 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.

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).

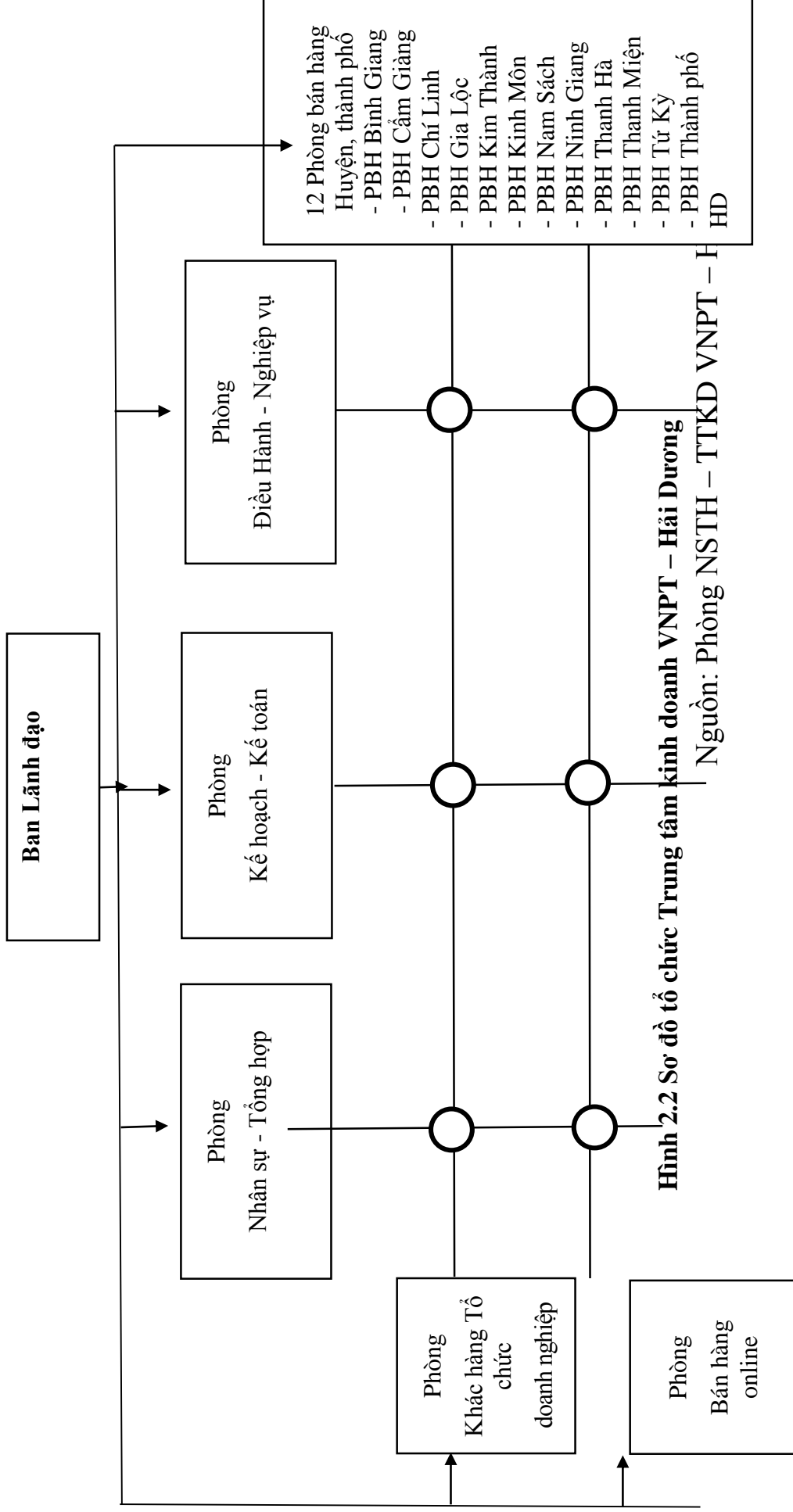
2.1.2.2 Chức năng nhiệm vụ và ngành nghề kinh doanh

Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hai 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.

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



Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương

Nguồn: Phòng NSTH – TTKD VNPT – H

2.1.2.4 Khái quát kết quả kinh doanh của Trung tâm kinh doanh VNPT-Hải Dương

Bảng 2.1. Khái quát kết quả kinh doanh của Trung tâm kinh doanh VNPT-Hải Dương 2019 -2021

| TT | Chỉ tiêu | ĐVT | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|------------|--|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| A | DOANH THU | Tr.đồng | 579.880 | 596.963 | 624.773 |
| A.1 | Doanh thu Viễn thông CNTT | Tr.đồng | 451.944 | 446.298 | 531.605 |
| A.1.1 | Di động | Tr.đồng | 105.599 | 79.223 | 142.009 |
| A.1.1.1 | <i>Di động trả sau</i> | <i>Tr.đồng</i> | <i>45.975</i> | <i>44.833</i> | <i>63.450</i> |
| A.1.1.2 | <i>Di động trả trước</i> | <i>Tr.đồng</i> | <i>59.624</i> | <i>34.390</i> | <i>78.559</i> |
| A.1.2 | Băng rộng (MegaVNN, FiberVNN, Internet trực tiếp...) | Tr.đồng | 261.983 | 267.487 | 278.783 |
| A.1.3 | Điện thoại cố định, Gphone | Tr.đồng | 20.280 | 16.354 | 12.789 |
| A.1.4 | Truyền số liệu | Tr.đồng | 18.839 | 20.430 | 18.186 |
| A.1.5 | Dịch vụ MyTV | Tr.đồng | 12.870 | 26.976 | 36.142 |
| A.1.6 | Dịch vụ số KHTC DN | Tr.đồng | 18.385 | 17.913 | 20.471 |
| A.1.7 | Dịch vụ GTGT | Tr.đồng | 296 | 3.098 | 8.451 |
| A.1.8 | Dịch vụ còn lại | Tr.đồng | 1.177 | 562 | 3.611 |
| A.1.8 | Dịch vụ cho thuê CSHT | Tr.đồng | 12.516 | 14.254 | 11.163 |
| A.2 | Doanh thu Kinh doanh thương mại | Tr.đồng | 1.484 | 411 | 498 |
| A.3 | Doanh thu hoạt động tài chính | Tr.đồng | 11 | 12 | 5 |

| | | | | | |
|------------|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| A.4 | Doanh thu SPDV khác | Tr.đồng | 5 | 3 | 31 |
| A.5 | Doanh thu PHKD | Tr.đồng | 126.436 | 150.240 | 92.634 |
| | | | | | |
| B | CHI PHÍ | Tr.đồng | 530.441 | 545.737 | 569.599 |
| B.1 | Chi phí Viễn thông CNTT | Tr.đồng | 78.672 | 84.070 | 77.476 |
| B.2 | Chi phí Kinh doanh thương mại | Tr.đồng | 1.221 | 1.321 | 1.426 |
| B.3 | Chi phí hoạt động tài chính | Tr.đồng | | | |
| B.4 | Chi phí khác | Tr.đồng | 109 | 92 | 110 |
| B.5 | Chi phí PHKD | Tr.đồng | 450.440 | 460.254 | 490.587 |
| C | Tổng Lợi nhuận trước thuế | Tr.đồng | 49.439 | 51.226 | 55.173 |
| D | Nộp ngân sách Nhà nước | Tr.đồng | 15.201 | 15.219 | 17.218 |

Nguồn: Báo cáo sản xuất kinh doanh của TTKD VNPT-Hải Dương

2.1.2.5 Số lượng lao động tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương

Bảng 2.2. Số lượng lao động tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương 2019 - 2021

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|-----------------------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|
| | Số lượng | % | Số lượng | % | Số lượng | % |
| Tổng số lao động | 157 | 100% | 152 | 100% | 145 | 100% |
| 1. Theo trình độ | | | | | | |
| <i>Từ Đại Học trở lên</i> | 76 | 48,41% | 78 | 49,68% | 80 | 50,96% |
| <i>Cao Đẳng – Trung Cấp</i> | 42 | 26,75% | 38 | 24,20% | 34 | 21,66% |
| <i>Phổ Thông</i> | 39 | 24,84% | 36 | 22,93% | 31 | 19,75% |
| 2. Theo giới tính | | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| <i>Nữ</i> | 75 | 47,77% | 74 | 47,13% | 73 | 46,50% |
| <i>Nam</i> | 82 | 52,23% | 78 | 49,68% | 72 | 45,86% |
| 3. Theo tính chất lao động | | | | | | |
| <i>Trực tiếp</i> | 128 | 81,53% | 125 | 79,62% | 119 | 75,80% |
| <i>Gián tiếp</i> | 29 | 18,47% | 27 | 17,20% | 26 | 16,56% |

Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT-Hải Dương 2019 - 2021

2.2. Một số chỉ tiêu kết quả kinh doanh dịch vụ số

Sớm có mặt cung cấp các dịch vụ viễn thông và đồng hành cùng chính quyền, nhân dân Hải Dương đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong các hoạt động quản lý điều hành kinh tế - xã hội, những năm gần đây, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương còn nỗ lực không ngừng góp phần cùng tỉnh Hải Dương thúc đẩy chuyển đổi số.

Từ năm 2020, chỉ số đánh giá chuyển đổi số của tỉnh Hải Dương đạt giá trị 0,3504, cao hơn mức giá trị trung bình và xếp thứ 14 trong cả nước. Thứ hạng về chính quyền số, kinh tế số, xã hội số của tỉnh so với cả nước lần lượt là 22- 9- 13. Những thứ hạng này là minh chứng cho thấy sự nỗ lực của tỉnh Hải Dương trong việc đẩy mạnh chuyển đổi số các lĩnh vực trong mấy năm vừa qua. Trong hành trình chuyển đổi số đó của tỉnh Hải Dương luôn có sự đồng hành của Tập đoàn VNPT.

Ngoài ra, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương còn cung cấp dịch vụ chữ ký số cho 7.900 doanh nghiệp, trên 2.000 khách hàng hóa đơn điện tử, hơn 100 cơ sở y tế sử dụng phần mềm HIS cho quá trình quản lý bệnh viện để nâng cao chất lượng khám, chữa bệnh cũng như chăm sóc người bệnh được tốt hơn...

2.3. Thực trạng tình hình phát triển kinh doanh dịch vụ số khách hàng doanh nghiệp tại Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương.

2.3.1. Thực trạng tình hình phát triển kinh doanh dịch vụ khối GOV

(Government-nhóm dịch vụ dành cho khách hàng Chính quyền)

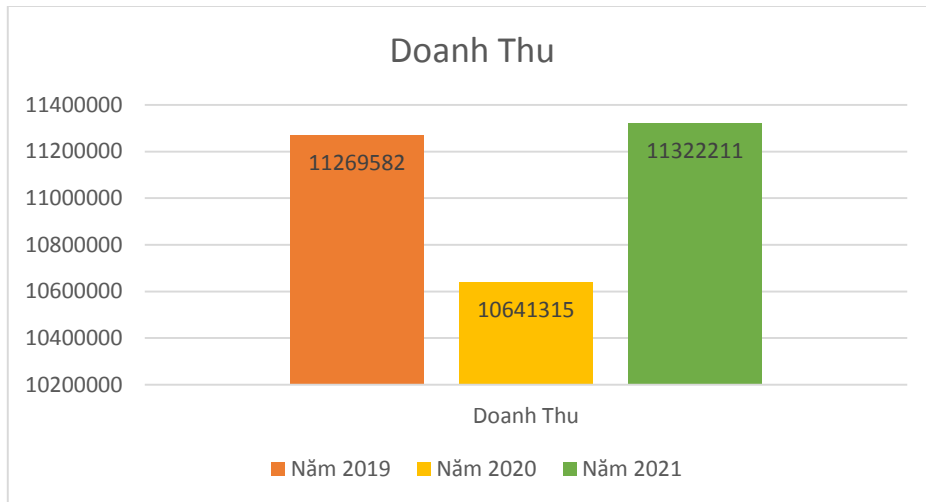
Bảng 2. 3. Kết quả kinh doanh dịch vụ GOV của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương giai đoạn 2019 - 2021

Đơn vị tính: nghìn đồng

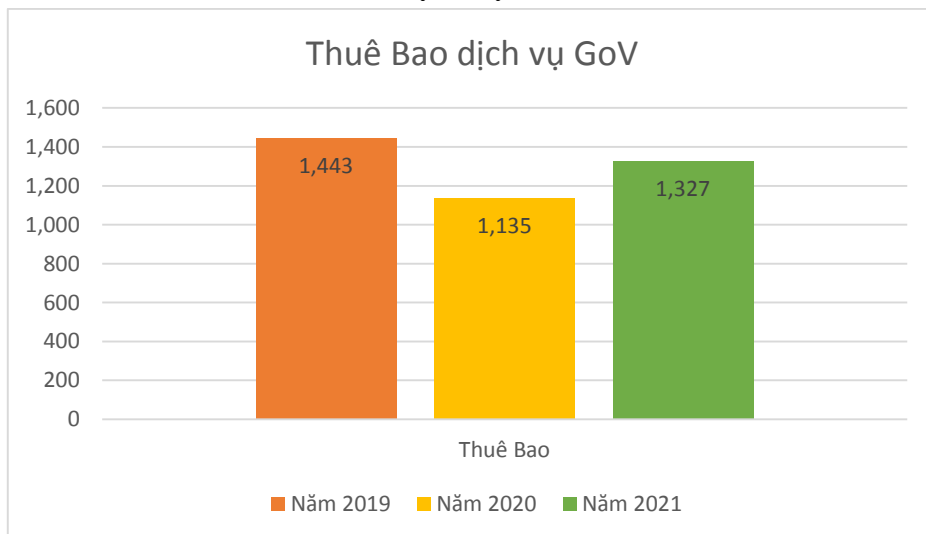
| Dịch vụ | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|------------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Doanh thu | Thuê bao | Doanh thu | Thuê bao | Doanh thu | Thuê bao |
| VNPT CA + IVAN | 2.112.457 | 1.236 | 1.850.215 | 821 | 1.289.597 | 1.016 |
| HĐĐT+ Biên lai điện tử | 197.565 | 105 | 325.562 | 216 | 412.289 | 205 |

| | | | | | | |
|--|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| VN Edu | 4.328.545 | 102 | 4.201.235 | 98 | 4.565.656 | 106 |
| VNPT HIS | 3.835.118 | | 3.537.340 | | 4.102.005 | |
| Các DV CNTT khác (VNPT check, iOffice, SMS Brandname, Điểm danh thông minh ...) | 795.897 | | 726.999 | | 952.664 | |
| Tổng cộng | 11.269.582 | 1.443 | 10.641.351 | 1.135 | 11.322.211 | 1.327 |

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương)



Biểu đồ 2.1: Doanh thu dịch vụ GoV các năm 2019 – 2021



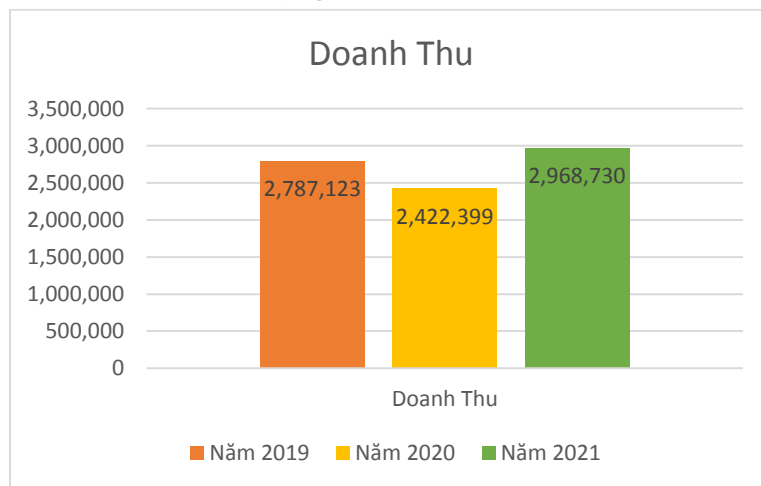
Biểu đồ 2.2. Tổng số thuê bao dịch vụ GoV các năm 2019 – 2021

2.3.2. Thực trạng tình hình phát triển kinh doanh dịch vụ SOE (State-owned Enterprises - dịch vụ dành cho nhóm khách hàng doanh nghiệp nhà nước)

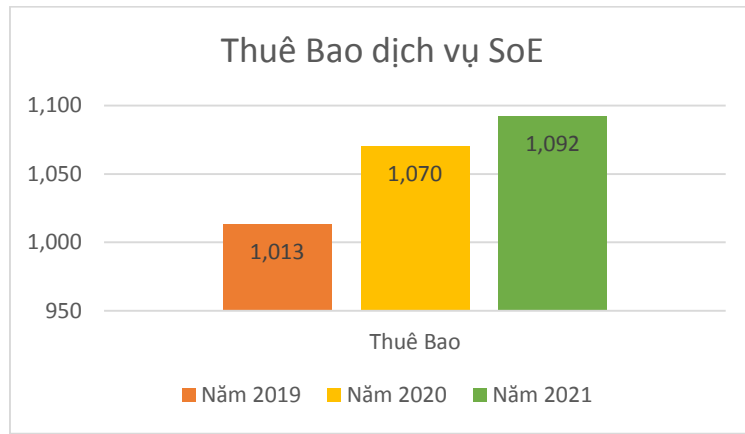
Bảng 2.4. Kết quả kinh doanh dịch vụ SOE của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương

| Dịch vụ | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|---|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | Doanh thu | Thuê bao | Doanh thu | Thuê bao | Doanh thu | Thuê bao |
| VNPT CA + IVAN | 1.826.258 | 875 | 1.350.215 | 937 | 1.789.593 | 836 |
| HĐ điện tử | 256.287 | 127 | 315.289 | 116 | 475.293 | 235 |
| Hạ tầng CNTT IDC | 135.010 | 11 | 184.327 | 17 | 243.257 | 21 |
| Các DV CNTT khác (VNPT check, iOffice, SMS Brandname, Điểm danh thông minh ...) | 569.568 | | 572.568 | | 660.587 | |
| Tổng cộng | 2.787.123 | 1013 | 2.422.399 | 1070 | 2.968.730 | 1092 |

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương)



Biểu đồ 2.3: Doanh thu dịch vụ SoE các năm 2019 – 2021



Biểu đồ 2.4. Tổng số thuê bao dịch vụ SOE các năm 2019 – 2021

Biểu đồ 2.4. Tổng số thuê bao dịch vụ SOE các năm 2019 – 2021

2.3.3. Thực trạng tình hình phát triển kinh doanh dịch vụ khối SME (Small and Medium sized Enterprises- dịch vụ dành cho nhóm khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ)

Bảng 2.5. Kết quả kinh doanh dịch vụ SME của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương giai đoạn 2019 – 2021

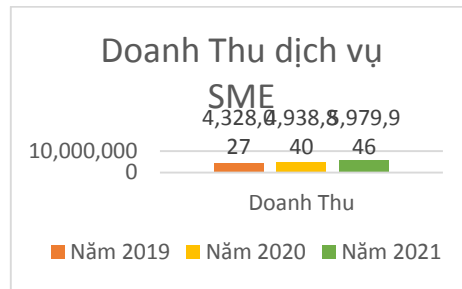
Đơn vị tính: nghìn đồng

| Dịch vụ | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|---|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|-------------|
| | Doanh thu | Thuê bao | Doanh thu | Thuê bao | Doanh thu | Thuê bao |
| VNPT CA + IVAN | 2.599.585 | 2.019 | 2.698.368 | 1.756 | 3.838.527 | 2.636 |
| HĐ điện tử | 426.468 | 169 | 834.774 | 386 | 725.481 | 372 |
| Các DV CNTT khác (VNPT check, iOffice, SMS Brandname, Điểm danh thông minh ...) | 1.301.974 | | 1.405.698 | | 1.415.938 | |
| Tổng cộng | 4.328.027 | 2.188 | 4.938.840 | 2.142 | 5.979.946 | 3008 |

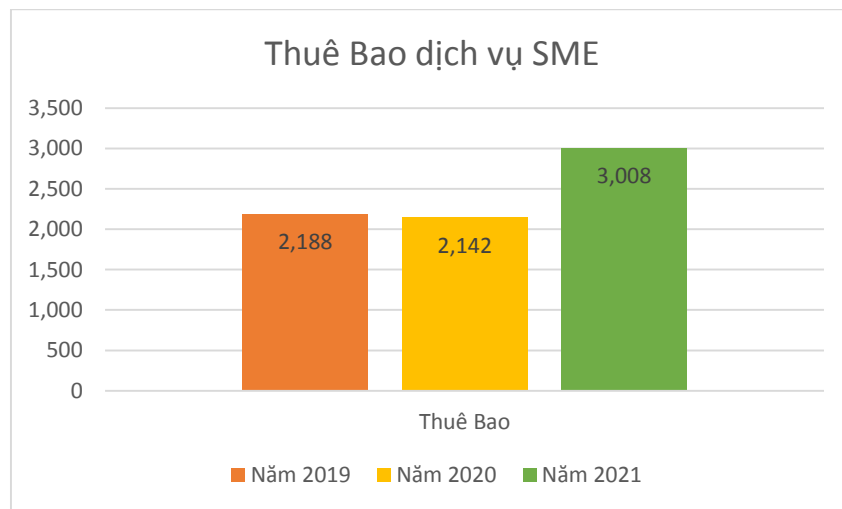
(Nguồn: Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương)

So với các dịch vụ khác thì mức tăng trưởng năm 2021 của nhóm dịch vụ số cho khách hàng SME có sự vượt bậc, doanh thu vẫn tăng trưởng đều qua các năm. Nguyên nhân một phần là do các dịch vụ là nhu cầu thiết yếu để phục vụ cho hoạt động sản

xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương đã được sự quan tâm của nhiều khách hàng trên địa bàn.



Biểu đồ 2.5: Doanh thu dịch vụ SME các năm 2019 – 2021



Biểu đồ 2.6. Tổng số thuê bao dịch vụ SME các năm 2019 – 2021

2.4. Thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển kinh doanh dịch vụ số tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương

Nhân tố bên trong

Năng lực quản lý: đội ngũ cán bộ lãnh đạo của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương được bồi dưỡng và quy hoạch từ khi còn là nhân viên, trải qua nhiều năm công tác đồng thời là có thành tích cao đối với lĩnh vực viễn thông cho nên khả năng quản lý của Ban Giám đốc đảm bảo tính chuyên môn và tính chuyên nghiệp.

Nhân tố bên ngoài

Với xu hướng toàn cầu hóa và sự bùng nổ về viễn thông và CNTT “Cuộc cách mạng công nghệ lần thứ 4” đã và đang là cơ hội cũng như thách thức lớn đối với doanh nghiệp kinh doanh các sản phẩm dịch vụ VT-CNTT. Trong bối cảnh đó Tập đoàn BCVT Việt Nam đã và đang có nhiều giải pháp cho định hướng kinh doanh của mình đặc biệt là khâu phân tích tình hình cạnh tranh.

2.4.1. Thực trạng Giá trị các dịch vụ số của Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương đã triển khai đem lại cho người sử dụng

Chuyển đổi số mang lại nhiều lợi ích như cắt giảm chi phí vận hành, tiếp cận được nhiều khách hàng hơn trong thời gian dài hơn, lãnh đạo ra quyết định nhanh chóng và chính xác hơn nhờ hệ thống báo cáo thông suốt kịp thời. Qua đó, hiệu quả hoạt động và tính cạnh tranh của tổ chức, doanh nghiệp được nâng cao..

Các dịch vụ được sắp xếp theo từng nhóm lĩnh vực như Viễn thông, CNTT, Quản trị doanh nghiệp, Giao dịch điện tử, các giải pháp chuyên ngành cho Y tế, Giáo dục, Nông nghiệp, Dược phẩm, Logistic, Bán lẻ, Quản lý khách sạn... Đây là các sản phẩm, dịch vụ thông minh tích hợp công nghệ 4.0, độ bảo mật cao và siêu tiết kiệm. Nhờ áp dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo, máy học, oneSME có khả năng tự động tổng hợp nhu cầu của khách hàng. Kế đó là tính toán và đưa ra chi phí sản phẩm, các ưu đãi tích hợp, tư vấn nhanh chóng chính xác các ứng dụng số phù hợp với quy mô của mỗi doanh nghiệp SME đang cần, bất kể đó là doanh nghiệp vừa, nhỏ đến siêu nhỏ hoạt động trong bất cứ lĩnh vực nào.

2.4.2. Thực trạng tình hình cạnh tranh của các nhà cung cấp dịch vụ số trên địa bàn tỉnh Hải Dương

Bảng 2.6. So sánh chính sách sản phẩm dịch vụ của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp

| Chính sách sản phẩm dịch vụ | Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương | FPT Hải Dương | Viettel Hải Dương |
|------------------------------------|--|----------------------|--------------------------|
| a) Chất lượng dịch vụ | Tốt | Tốt | Trung Bình |
| - Kỹ thuật | Tốt | Trung Bình | Trung Bình |
| - Nội dung | Đa dạng | Ít | Đa dạng |
| - Thời gian | Nhanh | Trung Bình | Trung bình |
| b) Dịch vụ gia tăng | Đa dạng | Ít | Đa dạng |

(Nguồn: Tổng hợp từ các báo cáo hoạt động kinh doanh của các đơn vị)

2.4.3. Thực trạng năng lực tài chính của người sử dụng dịch vụ tại Hải Dương

Trên cơ sở số liệu ước tính được Tổng cục Thống kê công bố, Tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP theo giá 2010) ước tăng 8,6% so với cùng kỳ năm trước và là mức tăng thấp thứ 2 (năm 2015 – 8,2%) trong vòng 5 năm trở lại đây, cao hơn bình quân cả nước (ước tăng gần 7,0%); thấp hơn một số tỉnh lân cận như Hải Phòng, Quảng Ninh, Hà Nam, Ninh Bình; trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp, thủy sản (NLTS) giảm

3,1%; công nghiệp - xây dựng tăng 11,9% (công nghiệp +12,2%, xây dựng +10,1%); dịch vụ tăng 6,7%.

Đóng góp vào tăng trưởng chung 8,6%, nhóm ngành NLTS làm giảm 0,3 điểm%; công nghiệp, xây dựng đóng góp 6,7 điểm% (trong đó, công nghiệp đóng góp 6,1 điểm%, xây dựng đóng góp 0,6 điểm%); dịch vụ đóng góp 2,2 điểm%.

Cơ cấu kinh tế tiếp tục chuyển dịch theo hướng tích cực, giảm tỷ trọng nông, lâm nghiệp, thủy sản, tăng tỷ trọng khu vực công nghiệp - xây dựng và dịch vụ; cơ cấu kinh tế ước đạt 8,8% - 59,7% - 31,5% (năm 2018 là 9,9% - 57,3% - 32,8%).

2.5. Khảo sát thị trường về nhu cầu dịch vụ số của khách hàng doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương

a) Thông tin chung:

Tiến hành phỏng vấn điều tra khảo sát với 150 khách hàng là tổ chức doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương và thu được 150 bảng hỏi. Người được hỏi là khách hàng đã sử dụng dịch vụ số của VNPT Hải Dương với tất cả quy mô, ngành nghề trong thời gian từ tháng 10 đến tháng 11 năm 2021.

- Tỷ lệ theo quy mô tổ chức doanh nghiệp. Trong 150 khách hàng điều tra, khách hàng SME có 83 đơn vị chiếm 55,33%, khách hàng là SOE và GOV có 67 đơn vị chiếm 44,67%. Có sự chênh lệch tương đối lớn giữa tỷ lệ khách hàng là SOE, GOV và SME. Về quy mô thì nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ số của VNPT đa số là SME có quy mô dưới 10 nhân viên chiếm 24%, từ 10 đến 50 nhân viên chiếm 28%, tiếp đến là nhóm có quy mô từ 50 đến 100 nhân viên chiếm 34%, nhóm sử dụng ít nhất là nhóm có quy mô trên 100 nhân viên.

b) Đánh giá của khách hàng về các yếu tố chất lượng dịch vụ

- *Về chất lượng của dịch vụ:* Nhìn vào bảng số liệu, nhận thấy rằng chất lượng dịch vụ của chuyển đổi số được khách hàng đánh giá lên tới 70% là chất lượng tốt, thời gian lắp đặt từ lúc yêu cầu đến hoàn thiện nhanh chóng. Được các nhân viên chăm sóc – tri ân khách hàng, thông báo giá cước khi có sự biến động hay khuyến mãi. Công tác CSKH cũng được đánh giá cao với tỷ lệ hài lòng và rất hài lòng tới 80%. Bên cạnh đó, cũng nhiều yếu tố tạo nên sự không hài lòng từ phía khách hàng trong thủ tục lắp đặt, sai với nội dung hợp đồng chủ yếu là giá cước, vẫn chiếm tỷ trọng khá là cao: 13%-17%.

2.6. Đánh giá thực trạng phát triển kinh doanh dịch vụ số của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương

2.6.1. Ưu điểm

- Các QĐ Quyết định số 468/QĐ-TTg, QĐ 458/QĐ-TTg, Nghị định 107/2021/NĐ-CP tạo hành lang pháp lý cho Công DVC, 1 cửa điện tử, lưu trữ điện tử

- UB QG về CDS phê duyệt 35 nền tảng số QG, trong đó có các nền tảng của VNPT
- Một số chính sách mới ra đời 2021 tạo thuận lợi cho việc triển khai vào năm 2022 (ví dụ: TT78)
- Chính phủ, bộ ngành đẩy mạnh định hướng xây dựng các bài toán quốc gia, tạo cơ hội triển khai cho địa Phương

2.6.2. Tồn tại

Các chương trình bán hàng khối khách hàng TCDN còn dàn trải, chưa tập trung, thiếu kịch bản theo đặc thù các khối GOV/SOE/SME.

Chưa lựa chọn các sản phẩm cốt lõi và tích hợp các dịch vụ tạo lợi thế bán hàng và sự tăng trưởng đột phá về doanh thu.

Chưa xây dựng được kênh bán ngoài, nguồn lực bán hàng chủ yếu dựa trên nhân lực trực tiếp và còn mỏng.

Năm 2020 chưa xây dựng được kênh bán hàng nội bộ (NVKT/NVKD).

Công tác tập huấn, đào tạo các sản phẩm CNTT chưa được thực hiện thường xuyên, đồng bộ trên các khối để đáp ứng công tác bán hàng. Nhân lực bán hàng khối khách hàng TCDN chủ yếu tập trung bán các dịch vụ cơ bản như CA, IVAN, HDDT, các sản phẩm đặc thù theo từng lĩnh vực có sản lượng thấp và ít.

Kế luận chương 2

Trong những năm qua, mặc dù môi trường kinh doanh biến động. Nhưng với sự lãnh đạo và sự cố gắng của lãnh đạo và người lao động Trung tâm kinh doanh VNPT-Hải Dương đã đạt được những kết quả đáng khích lệ, được xã hội thừa nhận và đánh giá cao. Tuy nhiên bên cạnh đó vẫn còn một số tồn tại cần có những giải pháp khắc phục để tiếp tục phát triển kinh doanh.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ SỐ KHÁCH HÀNG TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT - HẢI DƯƠNG

3.1. Phương hướng phát triển của Trung tâm kinh doanh VNPT - Hải Dương

3.1.1. Định hướng phát triển của ngành viễn thông tại Hải Dương đến năm 2025- tầm nhìn đến năm 2030

Cùng với sự phát triển của ngành viễn thông nói chung, ngành Viễn thông tỉnh Hải Dương được đầu tư, phát triển mạnh, nhất là hạ tầng thông tin di động. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Hải Dương có 09 doanh nghiệp viễn thông tham gia xây dựng hạ tầng

và cung cấp dịch vụ viễn thông, với doanh thu trong năm 2021 ước đạt trên 3.200 tỉ đồng.

Dự kiến đến hết năm 2021, trên địa bàn tỉnh hiện có 2.251 Trạm BTS. Các nhà mạng Vinaphone, Mobifone và Viettel đã triển khai thành công mạng di động 4G và đang thử nghiệm mạng 5G, đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ băng rộng di động cho người dùng, đang triển khai thử nghiệm 5G với nhiều hứa hẹn mang đến nhiều trải nghiệm thú vị cho các khách hàng. Mạng cáp quang đã triển khai đến 100% địa bàn các xã, vùng dân cư.

Ngoài việc tập trung phát triển hạ tầng mạng lưới viễn thông, Hải Dương đã chú trọng xây dựng các chính sách để định hướng cho các doanh nghiệp viễn thông phát triển theo quy hoạch, tạo nên sự thống nhất trong toàn tỉnh. Trong đó, việc xây dựng và triển khai Quy hoạch hạ tầng kỹ thuật viễn thông thụ động tỉnh Hải Dương đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025 đã đáp ứng được các yêu cầu phát triển của tỉnh đã đề ra.

3.1.2. Định hướng phát triển và vai trò của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương trong việc phát triển ngành viễn thông tỉnh Hải Dương đến năm 2021, tầm nhìn đến năm 2025.

Theo trưởng Đại diện VNPT tại địa bàn Hải Dương – Giám đốc VNPT HD nêu cao định hướng tinh thần năm 2021 “*năng động trong kinh doanh, chất lượng vì khách hàng*”, hai đơn vị VNPT địa bàn Hải Dương sẽ tích cực triển khai những mục tiêu, giải pháp cụ thể theo định hướng của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam và Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông cùng chung sức, đồng lòng cùng nhau vượt qua đại dịch và hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2021.

3.2. Giải pháp phát triển kinh doanh dịch vụ số

3.2.1. Nhóm giải pháp về phát triển kênh bán hàng

Định hướng xây dựng các kênh bán hàng phù hợp với từng đối tượng

Kênh bán hàng trực tiếp:

+ Đội ngũ AM: đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng bán hàng (mục tiêu của kênh này là duy trì được doanh thu hiện hữu năm 2021 và tăng trưởng 5% doanh thu

+ Đội ngũ nhân viên KD và KT địa bàn HDG: Thực hiện mở rộng kênh bán các dịch vụ VT-CNTT truyền thống tới toàn bộ nhân viên KD và KT, mục tiêu tăng mới từ kênh này 1% doanh thu so với năm 2021

Kênh bán hàng gián tiếp:

+ Kênh đại lý: Mục tiêu trong quý phát triển mỗi địa bàn có 1 đại lý (khoảng 14 đại lý trên toàn tỉnh).

Xây dựng kênh đại lý phát triển dịch vụ CNTT cho từng địa bàn

+ Kênh CTV: Xây dựng kênh tối thiểu **60 CTV** là IT/Kế toán/Hành chính tại các khối SoE, các tổ chức quan trọng (VD: xây dựng kênh CTV tại các chi cục thuế, BHXH, Phòng ĐKKD Sở KHĐT...) theo mô hình giới thiệu dịch vụ.

3.2.2. Giải pháp về cơ chế chính sách:

- **Quản trị địa bàn:** Giao chỉ tiêu BSC/OKR đồng bộ địa bàn về tăng trưởng dịch vụ số KHDN
- **Cơ chế tạo động lực:** Giao đơn giá tiền lương khuyến khích phát triển dịch vụ CNTT cơ bản (CA/IVAN, HDDT) khối TTVT
- Thống nhất giao chỉ tiêu phát triển dịch vụ CNTT, tăng trưởng dịch vụ số KHDN thể hiện trong BSC/OKR cho các địa bàn (cả PBH và TTVT) để đồng bộ giữa các đơn vị.
- Bổ sung lương đơn giá về phát triển dịch vụ CNTT cho từng đối tượng nhân viên KT, lương khuyến khích khi phát triển vượt chỉ tiêu giao. Bố trí nhân lực triển khai/hỗ trợ CNTT khối kỹ thuật; Chi phí dự án CNTT tại các TTVT.
- Có phương án sử dụng nguồn thi đua khen thưởng hợp lý để tạo động lực phát triển cho người lao động.
- Xây dựng cơ chế chính sách hoa hồng và thủ tục hồ sơ phù hợp để phát triển được kênh đại lý, người giới thiệu trên địa bàn Hải Dương.

3.2.3. Nhóm giải pháp về nhân lực và đào tạo

- Bổ sung nhân lực tham gia hỗ trợ, bán hàng về CNTT tại các TTVT. Phân công nhiệm vụ hỗ trợ dự án tập trung và tham gia triển khai các sản phẩm CNTT.
- Tăng cường bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ hiện có.
- Việc bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho các đối tượng này cần được tiến hành bằng nhiều phương thức khác nhau, như:
 - Đào tạo tại chỗ: Tập huấn ngắn ngày đối với đội ngũ cộng tác viên; Tập huấn cách xử lý, Tổ chức các buổi hội thảo về nghiệp vụ chăm sóc khách hàng định kỳ 06 tháng một lần....
 - Phối hợp với Trường Bưu Chính Viễn Thông cử công nhân lao động phổ thông đi học, để ngoài việc nâng cao trình độ, chuyên môn, 3 năm một lần sẽ cùng với trường Bưu Chính Viễn Thông tổ chức thi nâng bậc nghề, bậc thợ.

3.2.4. Giải pháp quy trình, công cụ, công nghệ

Cải tiến quy trình

Để giảm chi phí, tiết kiệm các nguồn lực, TTKD VNPT- Hải Dương cần áp dụng đồng bộ các quy trình quản lý chất lượng (tại Việt Nam phổ biến là quy trình quản lý

chất lượng (ISO 9001-2000) trong từng lĩnh vực công việc tại đơn vị. Tuy nhiên, cần tập trung đầu tư và ưu tiên thực hiện chuẩn quy trình cho các hoạt động liên quan đến khách hàng trước, nhằm tối thiểu thời gian chờ của khách hàng, bảo đảm chất lượng dịch vụ cho khách hàng, và hơn hết là làm hài lòng khách hàng từ đó thúc đẩy phát triển kinh doanh. Bên cạnh đó, theo phân tích thực trạng từ số liệu điều tra, đơn vị cũng cần giải quyết một số vấn đề sau:

- + “Giải quyết nhanh chóng các khiếu nại của khách hàng”,
- + “Giải quyết khiếu nại cho khách hàng phải hợp tình, hợp lý”,
- + “Quy trình, thủ tục chuyển đổi loại hình dịch vụ cần dễ dàng, đơn giản hơn”,

3.2.5. Giải pháp về chuẩn hóa dữ liệu và CSKH:

- ✓ Thực hiện việc chuẩn hoá cơ sở dữ liệu KHTCDN trên chương trình ĐHSXKD theo đúng đối tượng và ghép mã KH để quản lý.
- ✓ Làm mịn số liệu khách hàng và gán line toàn bộ tập KHDN

Giao nhiệm vụ chuẩn hóa và làm mịn dữ liệu khách hàng trên cơ sở mã khách hàng, mã số thuế/mã ngân sách với mốc thời gian.

3.3. Đề xuất kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị về cơ chế chính sách

- *Thứ nhất*, Nhà nước tập trung sự chú ý vào việc ban hành các văn bản quy phạm pháp luật để điều chỉnh và hướng dẫn, đến việc đầu tư, hỗ trợ cho hoạt động dịch vụ số đối với KHDN của các doanh nghiệp ngày càng hoàn thiện, phù hợp xu hướng của đất nước và toàn cầu.

- *Thứ hai*, việc thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về dịch vụ số đối với KHDN được chú trọng.

- *Thứ ba*, quản lý nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN được tiến hành bằng nhiều cơ quan khác nhau, thuộc các Bộ khác nhau, nhưng chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan.

3.3.2. Đối với Nhà nước và cơ quan quản lý Nhà nước tại tỉnh Hải Dương

Một là, Nhà nước cần tiếp tục xây dựng, hoàn thiện và ban hành hệ thống pháp luật đồng bộ, ổn định lâu dài, phù hợp với nền kinh tế thị trường và các cam kết quốc tế. Hệ thống văn bản quản lý của Nhà nước liên quan đến hoạt động SXKD của VNPT cần được ban hành nhanh chóng, kịp thời, đầy đủ. Các văn bản luật cần chi tiết, bao trùm được các nội dung hướng dẫn tránh phải ban hành các nghị định, thông tư hướng dẫn kèm theo;

Hai là, tiếp tục cải cách hành chính, thực hiện chính phủ điện tử để giảm thiểu các khâu trung gian trong quá trình tổ chức hoạt động và thực hiện nghĩa vụ tài chính của VNPT với Nhà nước, đặc biệt là minh bạch, công khai các thủ tục hành chính.

Ba là, đề nghị có quy định về các khoản mục phí cho hoạt động nghiên cứu thị trường, hoạt động PR, tài trợ, chăm sóc khách hàng, để các doanh nghiệp viễn thông có thể cạnh tranh được trong các hoạt động Dịch vụ số đối với KHDN

3.3.3.Đối với Tập đoàn VNPT.

Tạo điều kiện cho VNPT chủ động trong việc hoạch định kế hoạch đầu tư, kinh doanh dịch vụ và tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh tại địa bàn Hải Dương.

Kết luận chương 3

Trước bối cảnh mới, việc không ngừng nâng cao quản lý Nhà nước về môi trường dịch vụ số đối với KHDN của VNPT HD là rất cần thiết để đảm bảo sự thành công trong hội nhập, duy trì sự phát triển ổn định và bền vững. Các nhóm giải pháp đưa tập trung vào 3 nhóm chính đó là: Giải pháp về cơ chế chính sách, giải pháp về mở rộng kinh doanh, giải pháp về nhân sự và đào tạo, giải pháp về chăm sóc khách hàng.... Để các giải pháp đưa ra có tính khả thi, trong chương này cũng mạnh dạn đưa ra một số đề xuất, kiến nghị với cơ quan QLNN và Tập đoàn VNPT tạo điều kiện cho VNPT thành công trong quá trình cạnh tranh.

KẾT LUẬN

Luận văn đã tổng hợp các vấn đề lý luận về dịch vụ số và phát triển kinh doanh dịch vụ số khách hàng doanh nghiệp (khối GOV, SOE và SME). Khảo sát thực trạng về doanh thu dịch vụ số tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương, từ đó đưa ra một số đánh giá về ưu điểm và tồn tại về phát triển kinh doanh dịch vụ số tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương. Từ thực tế lý luận và thực trạng, luận văn đã đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển kinh doanh dịch vụ số khách hàng doanh nghiệp tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương. Hy vọng sẽ phần nào đóng góp vào sự phát triển và tăng lợi nhuận cho toàn Tập đoàn nói chung cũng như Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương nói riêng.