

**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

-----



**Trần Thị Ngọc Duyên**

**PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ SỐ  
KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP 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**



**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**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**(Theo định hướng ứng dụng)**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS. LÊ THỊ NGỌC PHƯƠNG**

**HÀ NỘI – 2022**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan những nội dung trong luận văn này là do tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn của **TS. Lê Thị Ngọc Phương**. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tôi xin cam kết chịu mọi trách nhiệm trước kết quả nghiên cứu của mình.

***Xin trân trọng cảm ơn!***

*Hà Nội, tháng 5 năm 2022*

**Người thực hiện**

**Trần Thị Ngọc Duyên**

## LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian thực hiện đề tài “**Phát triển kinh doanh dịch vụ số khách hàng doanh nghiệp tại Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương**” tác giả đã tích lũy được một số kinh nghiệm bổ ích, ứng dụng các kiến thức đã học ở trường vào thực tế. Để hoàn thành được đề tài này tác giả đã được sự hướng dẫn giúp đỡ tận tình của các thầy cô giáo khoa Đào tạo sau đại học - Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.

Xin cảm ơn Ban lãnh đạo, cán bộ công nhân viên tại các phòng chức năng và người lao động tại Trung tâm Kinh doanh VNPT- Hải Dương đã giúp đỡ tôi trong việc tạo điều kiện cho tôi nghiên cứu, khảo sát, đánh giá phục vụ thực hiện luận văn.

Tôi xin bày tỏ lời cảm ơn sâu sắc tới **TS. Lê Thị Ngọc Phương** đã động viên, khuyến khích, tận tình chỉ dẫn cho tôi trong suốt thời gian thực hiện nghiên cứu này.

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ của gia đình, bạn bè để tôi được hoàn thiện hơn trong quá trình thực hiện luận văn.

***Xin trân trọng cảm ơn!***

*Hà Nội, tháng 5 năm 2022*

**Tác giả luận văn**

**Trần Thị Ngọc Duyên**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MỤC LỤC .....</b>	<b>iii</b>
<b>DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....</b>	<b>vi</b>
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC HÌNH VẼ .....</b>	<b>viii</b>
<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ SỐ VÀ TĂNG TRƯỞNG DOANH THU DỊCH VỤ SỐ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Tổng quan về dịch vụ số.....	7
1.1.1. Khái niệm và đặc điểm .....	7
1.1.2. Các loại dịch vụ số.....	9
1.2. Phát triển kinh doanh và những chỉ tiêu đánh giá phát triển kinh doanh dịch vụ số.....	11
1.2.1. Quan niệm về phát triển kinh doanh dịch vụ Viễn thông - CNTT .....	11
1.2.2. Hệ thống kinh doanh dịch vụ số .....	12
1.2.3. Nội hàm phát triển kinh doanh dịch vụ số.....	13
1.2.4. Những chỉ tiêu đánh giá sự phát triển kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ số .....	14
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển kinh doanh dịch vụ số dành cho khách doanh nghiệp .....	19
1.3.1. Các nhân tố bên trong .....	19
1.3.2. Các nhân tố bên ngoài.....	21
1.4. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam .....	22
Tổng kết chương 1 .....	25

<b>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 .....</b>	<b>26</b>
2.1. Tổng quan về Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương.....	26
2.1.1. Giới thiệu về Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông .....	26
2.1.2. Giới thiệu về Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương.....	31
2.2. Một số chỉ tiêu kết quả kinh doanh dịch vụ số.....	37
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. ....	39
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).....	40
Dịch vụ phần mềm quản lý bệnh viện (VNPT HIS) .....	43
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) .....	45
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) .....	49
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.....	53
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 .....	56
2.4.2. Thực trạng tình hình cạnh tranh của các nhà cung cấp dịch vụ số trên địa bàn tỉnh Hải Dương .....	57
2.4.3. Thực trạng năng lực tài chính của người sử dụng dịch vụ tại Hải Dương .....	58
2.5. Khảo sát thị trường về nhu cầu dịch vụ số của khách hàng doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Hải Dương .....	60
2.6. Đánh giá thực trạng phát triển kinh doanh dịch vụ số của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương.....	66

2.6.1. Ưu điểm .....	66
2.6.2. Tồn tại .....	67
Kết luận chương 2 .....	68
<b>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.....</b>	<b>69</b>
3.1. Phương hướng phát triển của Trung tâm kinh doanh VNPT - Hải Dương ....	69
3.1.1. Định hướng phát triển của ngành viễn thông tại Hải Dương đến năm 2025- tầm nhìn đến năm 2030.....	69
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.....	71
3.2. Giải pháp phát triển kinh doanh dịch vụ số.....	72
3.2.1. Nhóm giải pháp về phát triển kênh bán hàng .....	72
3.2.2. Giải pháp về cơ chế chính sách: .....	74
3.2.3. Nhóm giải pháp về nhân lực và đào tạo .....	74
3.2.4. Giải pháp quy trình, công cụ, công nghệ.....	75
3.2.5. Giải pháp về chuẩn hóa dữ liệu và CSKH:.....	77
3.3. Đề xuất kiến nghị.....	78
3.3.1. Kiến nghị về cơ chế chính sách .....	78
3.3.2. Đối với Nhà nước và cơ quan quản lý Nhà nước tại tỉnh Hải Dương .....	83
3.3.3. Đối với Tập đoàn VNPT và Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông.....	84

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	CHỮ VIẾT TẮT	NGHĨA TIẾNG VIỆT
1	DVS	Dịch vụ số
2	CLDV	Chất lượng dịch vụ
3	DVNDS	Dịch vụ nội dung số
4	KH	Khách hàng
5	TP	Thành phố
6	VNPT	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam
7	KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
8	CMCN	Cách mạng công nghiệp
9	BHXH	Bảo hiểm xã hội
10	SLLĐT	Số liên lạc điện tử
11	CNTT	Công nghệ thông tin
12	LĐTBXH	Lao động thương binh xã hội
13	ASXH	An sinh xã hội
14	SXKD	Sản xuất kinh doanh
15	VT	Viễn thông



## **DANH MỤC BẢNG BIỂU**

<b>Bảng 2.1. Khái quát kết quả kinh doanh của Trung tâm kinh doanh VNPT-Hải Dương 2019 -2021.....</b>	<b>35</b>
<b>Bảng 2.2. Số lượng lao động tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương 2019 - 2021.....</b>	<b>37</b>
<b>Bảng 2. 3. Kết quả kinh doanh dịch vụ GOV của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương giai đoạn 2019 - 2021.....</b>	<b>43</b>
<b>Biểu đồ 2.1: Doanh thu dịch vụ GoV các năm 2019 – 2021 .....</b>	<b>44</b>
<b>Biểu đồ 2.2. Tổng số thuê bao dịch vụ GoV các năm 2019 – 2021.....</b>	<b>45</b>
<b>Bảng 2.4. Kết quả kinh doanh dịch vụ SOE của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương.....</b>	<b>47</b>
<b>Biểu đồ 2.3: Doanh thu dịch vụ SoE các năm 2019 – 2021.....</b>	<b>48</b>
<b>Biểu đồ 2.4. Tổng số thuê bao dịch vụ SOE các năm 2019 – 2021.....</b>	<b>49</b>
<b>Bảng 2.5. Kết quả kinh doanh dịch vụ SME của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương giai đoạn 2019 – 2021 .....</b>	<b>51</b>
<b>Biểu đồ 2.5: Doanh thu dịch vụ SME các năm 2019 – 2021.....</b>	<b>52</b>
<b>Biểu đồ 2.6. Tổng số thuê bao dịch vụ SME các năm 2019 – 2021 .....</b>	<b>52</b>
<b>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 .....</b>	<b>57</b>
<b>Bảng 2.7. Thông tin chung về khách hàng điều tra .....</b>	<b>60</b>
<b>Bảng 2.8. Bảng đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ số.....</b>	<b>61</b>
<b>Bảng 2.9. Bảng đánh giá của khách hàng về giá – giá trị gia tăng .....</b>	<b>63</b>
<b>Bảng 2.10. Bảng đánh giá của khách hàng về cán bộ nhân viên – kênh phân phối .....</b>	<b>64</b>
<b>Bảng 2.11. Bảng đánh giá của khách hàng về cơ sở hạ tầng, thương hiệu, sức cạnh tranh của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương .....</b>	<b>65</b>

## **DANH MỤC HÌNH VẼ**

Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức Tổng công ty Dịch vụ viễn thông VNPT .....	29
Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương .....	34

## 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 dồi dào 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.

Nghiên cứu này cho thấy, thang đo SERVQUAL có thể áp dụng trong lĩnh vực DVNDS tại TP. Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, chúng ta cần một số điều chỉnh và bổ sung cho phù hợp. Kết quả nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ số bao gồm sáu thành phần: (1) Sự thấu hiểu KH, (2) Sự đáp ứng, (3) Năng lực cung cấp, (4) Sự đảm bảo, (5) Độ tin cậy, (6) Giá trị thông tin. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nếu tăng CLDV thì sẽ làm tăng mức độ hài lòng KH. Để tăng cường CLDV nội dung số, nhà quản trị doanh nghiệp cung cấp DVS nên chú ý đến sáu thành phần của CLDV đã nêu trên. Nghiên cứu khuyến nghị về nhu cầu đảm bảo đường truyền băng thông rộng truy cập Internet. Vì đường truyền cung cấp dịch vụ ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của

KH về CLDV của doanh nghiệp cung cấp nội dung số. Do đó, chú ý đo lường lưu lượng đường truyền băng thông và công việc nâng cấp dung lượng nên được thực hiện và duy trì thường xuyên, đặc biệt là xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng trực tuyến ghi nhận thông tin phản hồi của khách hàng sử dụng dịch vụ. Nghiên cứu này cũng truyền tải thông điệp về nhu cầu nguồn nhân lực Công nghệ thông tin chất lượng, có khả năng về lập trình, quản trị mạng và quản trị cơ sở dữ liệu, cung cách phục vụ tận tình, lịch sự, và nhanh chóng cho KH. Nhà quản trị doanh nghiệp dịch vụ số còn phải lưu ý đến tính đa dạng sản phẩm DVS, chú ý luôn cập nhật nội dung thông tin mới, có giá trị thông tin cao. Khi cung cấp DVS, nhà quản trị cũng chú ý đến yếu tố bảo mật an toàn thông tin cá nhân. Tóm lại, nhà quản trị doanh nghiệp lĩnh vực dịch vụ số tại TP. Hồ Chí Minh nên thực hiện công tác hoạch định, xây dựng và triển khai thực hiện chiến lược nâng cao chất lượng DVS, bổ sung, cập nhật thường xuyên kế hoạch chiến lược để cải thiện được CLDV nhằm mang đến sự hài lòng KH.

VNPT đẩy mạnh nghiên cứu làm chủ công nghệ lõi:

Trong nỗ lực thực hiện mục tiêu trở thành đơn vị công nghệ hàng đầu Việt Nam, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) đã đẩy mạnh nghiên cứu, làm chủ những công nghệ lõi. Hoạt động này nhằm đưa ra thị trường hệ sinh thái dịch vụ số KHDN và cá nhân cùng các dịch vụ đa dạng, góp phần giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số thành công.

Bên cạnh việc tập trung nguồn lực đầu tư hạ tầng viễn thông hiện đại, hạ tầng số phủ rộng trên toàn quốc, VNPT đầu tư trọng điểm vào nghiên cứu các công nghệ nền tảng phục vụ chuyển đổi số, như điện toán đám mây (Cloud Computing), trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), internet vạn vật (IoT), chuỗi khối (Blockchain); đồng thời sẵn sàng kết nối với các doanh nghiệp công nghệ số... để đưa ra các sản phẩm, giải pháp đáp ứng nhu cầu chuyển đổi số của doanh nghiệp.

Theo đại diện Công ty Công nghệ thông tin VNPT (thuộc VNPT), với nhóm đối tượng khách hàng cá nhân và doanh nghiệp nhỏ và vừa, VNPT xây dựng nền tảng VNPT Big Data - nền tảng được triển khai trên hạ tầng lưu trữ và xử lý dữ liệu. Dựa trên nền tảng này, đội ngũ kỹ sư VNPT phát triển Hệ thống Customer 360 VNPT -

xây dựng góc nhìn 360 độ về khách hàng của VNPT, giúp VNPT hiểu rõ khách hàng trong các lĩnh vực di động, dịch vụ truyền hình MyTV, thanh toán, dịch vụ số... Qua đó, mang tới sự hài lòng và giảm thuê bao rời mạng... Ngoài ra, việc triển khai thành công nền tảng thanh toán VNPT Payment Platform cho ví điện tử VNPT Pay, đã cung cấp bộ giải pháp trọn gói trong thanh toán cho các đơn vị trung gian.

Đáng chú ý, các kỹ sư VNPT nghiên cứu, triển khai VNPT Social - hệ thống thu thập và phân tích thông tin mạng xã hội, phục vụ cho giải pháp phân tích dữ liệu của người dùng trên mạng xã hội. Một giải pháp khác là hệ thống tổng đài thông minh VNPT SCC phục vụ chăm sóc khách hàng đa kênh, trong đó kênh thoại là kênh tương tác chính. Hệ thống được xây dựng với đầy đủ các chức năng của một hệ thống tổng đài chuyên nghiệp, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí nhân sự, vận hành, mang lại sự hài lòng tối đa cho khách hàng và doanh nghiệp...

“Muốn đi nhanh thì đi một mình. Muốn đi xa thì đi cùng nhau”, xuất phát từ câu ngạn ngữ này, lãnh đạo VNPT cho rằng để đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số toàn diện cho doanh nghiệp, cần phải có bộ giải pháp trọn gói cho khách hàng. Đó cũng là lý do VNPT mong muốn hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ số để có thể cung cấp trọn bộ giải pháp chuyển đổi số cho doanh nghiệp nhỏ, vừa, siêu nhỏ. Trong đó, VNPT với vai trò là cung cấp hạ tầng nền tảng (platform) mở để cùng doanh nghiệp công nghệ số phát triển ứng dụng, giải pháp cùng phục vụ khách hàng khỏi doanh nghiệp này.

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.

Các giải pháp đưa ra nhằm mục tiêu phát triển dịch vụ số KHDN tại Trung tâm Kinh doanh VNPT- Hải Dương đáp ứng được các yêu cầu thực tế của thị trường và của khách hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh, khẳng định được thương hiệu dịch vụ, nâng cao hiệu quả kinh doanh và mở rộng thị phần của Trung tâm Kinh doanh VNPT- Hải Dương trên thị trường dịch vụ số KHDN một cách bền vững và hiệu quả.

### **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.

Luận văn sẽ vận dụng một cách logic và khoa học nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau như: phương pháp thu thập tài liệu, phương pháp tổng hợp - phân tích dữ liệu, phương pháp thực nghiệm để tổng kết các kinh nghiệm thực tế trong hoạt

động kinh doanh của doanh nghiệp... Từ đó, có được cách nhìn toàn diện, tổng thể nhất vấn đề mà đề tài nghiên cứu.



# 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

Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đang diễn ra âm thầm và ngày càng mạnh mẽ, tác động sâu sắc đến doanh nghiệp toàn cầu. Doanh nghiệp không thay đổi hoặc chậm bắt kịp xu hướng này sẽ dần dần bị thay thế và đào thải. Trong những năm gần đây, nhiều thương hiệu lớn bị phá sản hoặc sáp nhập là một minh chứng cho điều đó. CMCN 4.0 đã, đang và sẽ thay đổi toàn bộ nền kinh tế với nhiều mô hình kinh doanh mới ra đời. Nó thay đổi hoàn toàn cách thức doanh nghiệp tương tác với khách hàng, tương tác với nhau, từ phân tích nhu cầu, tiếp thị, bán hàng, đến chăm sóc khách hàng, chuỗi cung ứng, hệ sinh thái. Nó cũng thay đổi cách thức quản trị doanh nghiệp và hoạt động hằng ngày.

CMCN 4.0 dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp tất cả các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất; nhấn mạnh những công nghệ đang và sẽ có tác động lớn nhất là công nghệ in 3D, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới, công nghệ tự động hóa, trí tuệ nhân tạo, thực tế tăng cường, thiết bị tự lái, công nghệ Nano, Robot, IoT... đang làm chuyển đổi thế giới, xóa nhòa ranh giới giữa thế giới sinh học, thế giới số và thế giới vật lý. Thế mạnh của lực lượng lao động phổ thông đông đảo và chi phí rẻ dần mất đi, nhường chỗ cho lực lượng lao động mới, theo phương thức sản xuất mới với một hệ sinh thái mới. Sự thành công của những mô hình kinh doanh mới như Uber, irBnB, Fintech là những gợn sóng đầu tiên của CMCN 4.0.

#### ***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.

Về bản chất, dịch vụ số là dịch vụ dựa trên ứng dụng công nghệ số và chuyển đổi số. Ta có thể dễ dàng bắt gặp hàng ngày những biểu hiện của công nghệ số xuất hiện ở bất cứ đâu trong đời sống như các trang thương mại điện tử, quảng cáo trực tuyến hay các ứng dụng về ăn uống, vận chuyển, giao nhận,... cũng tích hợp công nghệ số để đáp ứng nhu cầu thuận tiện cho khách hàng. Nhưng nếu xét ở tầm vĩ mô hơn thì dịch vụ số cũng có những đóng góp không nhỏ trong sự hội nhập của các doanh nghiệp Việt Nam vào chuỗi công nghệ toàn cầu và tạo ra các giá trị về kinh tế lớn thúc đẩy phát triển đất nước.

### ***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.

Bên cạnh các đặc điểm của dịch vụ, Dịch vụ số mang đặc điểm ưu việt của công nghệ số và chuyển đổi số mang lại; Những lợi ích dễ nhận biết nhất của chuyển đổi số đối với doanh nghiệp đó là 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, tối ưu hóa được năng suất làm việc của nhân viên... những điều này giúp tăng hiệu quả hoạt động và tính cạnh tranh của tổ chức, doanh nghiệp được nâng cao.

### ***1.1.2. Các loại dịch vụ số***

Đối với các ngành như tài chính, du lịch, giao thông, giáo dục, y tế... các xu hướng chuyển đổi số đã và đang diễn ra mạnh mẽ. Chính phủ và chính quyền cũng đã và đang nỗ lực trong việc xây dựng Chính phủ điện tử, hướng tới tương lai là Chính phủ số.

Chuyển đổi số đã và đang dần trở thành trọng điểm của nhiều doanh nghiệp. Theo đó dịch vụ số cũng ngày càng phát triển, trong đó các loại dịch vụ số chủ yếu do Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương đang cung cấp sau:

- 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 ...

- **Dịch vụ Hóa đơn điện tử (VNPT-Invoice)** là giải pháp hóa đơn điện tử của VNPT, đáp ứng đầy đủ các thông tư, nghị định và điều kiện pháp lý để thay thế hóa đơn giấy theo quy định hiện hành của Bộ Tài chính và Tổng Cục thuế. VNPT Invoice của VNPT đã rất quen thuộc trong thời gian vừa qua bởi tính pháp lý, khả năng thích ứng cao trong các hệ thống sẵn có của doanh nghiệp.

- **Dịch vụ VNPT-CA** là dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng do VNPT cung cấp theo giấy phép Bộ Thông tin và Truyền thông cung cấp ngày 15/09/2009 cho phép xác thực tổ chức, cá nhân, website, phần mềm ứng dụng trong môi trường giao dịch điện tử. Được pháp luật thừa nhận và có đầy đủ giá trị pháp lý.

Các loại hình chứng thư số VNPT-CA được VNPT cấp phát bao gồm:

- Chứng thư số cho cơ quan, tổ chức
- Chứng thư số cho cá nhân, cá nhân thuộc tổ chức – doanh nghiệp
- Chứng thư số SSL dành cho Website
- Chứng thư số Code Signing dành cho phần mềm

- **Dịch vụ I-VAN** là dịch vụ giá trị gia tăng về giao dịch điện tử BHXH giữa đơn vị tham gia BHXH, BHYT, BHTN với cơ quan BHXH thông qua tổ chức I-VAN sau khi đơn vị trả một khoản tiền để sử dụng dịch vụ về giao dịch điện tử.

VNPT VinaPhone tự hào là nhà cung cấp dịch vụ I-VAN lớn nhất hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp,... một cách toàn diện, tin cậy, tức thì, an toàn và minh bạch. Các giao dịch BHXH được thực hiện bằng phương thức điện tử, có giá trị pháp lý tương đương với những thủ tục hồ sơ truyền thống, được Bảo hiểm xã hội Việt Nam công nhận.

#### **- Dịch vụ phần mềm quản lý bệnh viện (VNPT HIS)**

Trước những thực trạng về Y tế tại Việt Nam, VNPT xây dựng và đưa ra giải pháp CNTT tổng thể ứng dụng trong Y tế trên cơ sở phần mềm Quản lý Bệnh viện VNPT (VNPT HIS). Hệ thống này là hệ thống thông tin quản lý bệnh viện tổng hợp bao gồm các chức năng chính sau:

+ Hệ thống phần mềm quản lý bệnh viện (Quản lý toàn bộ công tác khám chữa bệnh tại bệnh viện theo các quy trình của Cục quản lý khám chữa bệnh ban hành)

+ Hệ thống quản lý Y tế cơ sở: Quản lý toàn bộ các nghiệp vụ khám chữa bệnh cũng như phòng bệnh của ngành y tế tại các tuyến cơ sở (Sở y tế, Trung tâm y tế huyện, các phòng khám cũng như trạm y tế xã).

+ Toàn bộ giải pháp này được tích hợp lại thành một hệ thống phần mềm tổng thể thống nhất nhằm đáp ứng được nhu cầu khám chữa bệnh của bệnh viện cũng như đáp ứng việc phục vụ bệnh nhân ngày một tốt hơn góp sức xây dựng nền Y tế điện tử tạo thành một hệ sinh thái Y tế VNPT.

- Sổ liên lạc điện tử (SLLĐT) là một ứng dụng dịch vụ truyền thông đa phương tiện giúp nhà trường có thể liên lạc, truyền tải thông tin về kết quả học tập, lịch học tập, làm việc và các thông tin khác như nghỉ lễ, Tết,... đến phụ huynh học sinh. Chỉ

với chiếc smartphone, máy tính bảng hoặc các thiết bị điện tử có kết nối Internet, cùng một vài thao tác đơn giản như nhập mã số học sinh, mật khẩu bạn đã có thể dễ dàng theo dõi tình hình học tập của con. Mọi thông tin về điểm số, lịch học, các lưu ý của giáo viên... đều được nhà trường cập nhật một cách nhanh chóng và tiện lợi qua hệ thống sổ liên lạc điện tử.

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

Kinh doanh dịch vụ Viễn thông CNTT là một khái niệm rộng, có thể diễn đạt bằng nhiều cách khác nhau. Tuy nhiên nếu bỏ qua các phần khác nhau nói về phương tiện, phương thức, kết quả cụ thể của hoạt động kinh doanh thì có thể hiểu kinh doanh dịch vụ viễn thông là các hoạt động truyền đưa tin tức nhằm mục tiêu sinh lời của các chủ thể kinh doanh (doanh nghiệp cung cấp dịch vụ) trên thị trường.

### ***1.2.1. Quan niệm về phát triển kinh doanh dịch vụ Viễn thông - CNTT***

Trong kinh doanh, khái niệm phát triển được đề cập đến ở hai khía cạnh chính là phát triển theo chiều sâu và phát triển kinh doanh theo chiều rộng. Mỗi một định hướng phát triển đều muốn nhắm đến một cái đích nhất định khác nhau, và tùy thuộc vào việc phân tích tình hình cạnh tranh mà mỗi doanh nghiệp đưa ra một định hướng phát triển kinh doanh cho mình.

Khi đề cập đến *phát triển kinh doanh theo chiều rộng* là đề cập đến số lượng, khối lượng kinh doanh. Đối với ngành dịch vụ viễn thông - CNTT, khối lượng kinh doanh được thể hiện ở số thuê bao, số lượng khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông CNTT.

*Phát triển kinh doanh theo chiều sâu* tức là tập trung vào chất lượng kinh doanh và các vấn đề liên quan đến giá trị. Do đặc tính luôn luôn đổi mới của công nghệ, yêu cầu từ thị trường và sức ép cạnh tranh, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông CNTT trên thị trường Việt Nam luôn có xu hướng phát triển kinh doanh cả chiều sâu lẫn chiều rộng để cạnh tranh lại đối thủ.

Tóm lại, dù phát triển kinh doanh theo hình thức chiều sâu hay chiều rộng, một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông CNTT phải phát triển các lĩnh vực sau khi phát triển kinh doanh.

### ***1.2.2. 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.

Một doanh nghiệp cung ứng kinh doanh dịch vụ số cho tổ chức, doanh nghiệp khác ngoài cung cấp cơ sở hạ tầng thì việc tư vấn, cung ứng cho khách hàng một quy trình, kế hoạch cụ thể phù hợp để chuyển đổi số thành công là hết sức cần thiết.

Doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ số sẽ dựa vào lĩnh vực hoạt động, đặc điểm tổ chức, doanh nghiệp của khách hàng, định vị sản phẩm, khách hàng để cung cấp dịch vụ chuyển đổi số phù hợp nhất, từ:

- Thiết bị: Các thiết bị phục vụ số hóa – chuyển đổi số như máy scan (máy scan tài liệu, máy scan khổ lớn, máy scan 3D,...), thiết bị lưu trữ bảo quản phù hợp với khối văn thư – lưu trữ (thiết bị khử trùng tài liệu, giá lưu trữ tài liệu,...)
- Dịch vụ: Các dịch vụ tư vấn chuyển đổi số, phát triển phần mềm, dịch vụ số hóa – BPO, dịch vụ xây dựng CSDL, bảo trì hệ thống,...)
- Phần mềm: Các phần mềm giúp quản lý tài liệu, quản lý quy trình, họp trực tuyến, phần mềm chuyển đổi giọng nói,...
- Giải pháp: Giải pháp hạ tầng CNTT, giải pháp bảo mật an toàn thông tin,...

Để trở thành một doanh nghiệp mạnh về CNTT, VNPT đã từng bước hoàn thiện chiến lược phát triển của riêng mình (VNPT 4.0), hoàn thành việc tái cấu trúc khối CNTT và thành lập Công ty chuyên về CNTT (VNPT - IT) vào năm 2018 với mục tiêu trở thành nhà cung cấp dịch vụ Số hàng đầu Việt Nam và Trung tâm giao

dịch Số tại thị trường Đông Nam Á. Theo dự kiến, đến hết năm 2025, doanh thu từ CNTT sẽ chiếm khoảng 20% tổng số doanh thu của VNPT và tốc độ doanh thu CNTT từ năm 2020 đến 2025 chiếm bình quân khoảng 35%/năm”.

Để đạt được những mục tiêu trên, VNPT đã không ngừng hiện đại hóa hạ tầng CNTT; đầu tư nghiên cứu và phát triển các công nghệ mới; xây dựng các nền tảng về dịch vụ số; tối ưu hóa ứng dụng; đẩy nhanh quy trình cung cấp giải pháp, sản phẩm và dịch vụ CNTT ra thị trường. Cụ thể, đến thời điểm này, VNPT đã ký kết thỏa thuận hợp tác với 6 bộ, ngành, 53 UBND tỉnh, thành phố, 8 ngân hàng và 7 tổng công ty.

### ***1.2.3. Nội hàm phát triển kinh doanh dịch vụ số***

Kinh doanh dịch vụ số, có thể nhận thấy những hướng tiếp cận dễ dàng và hiệu quả hơn cho các đối tượng tham gia vào thị trường. Nhu cầu trong tìm kiếm các lợi ích dễ dàng hơn cho kinh doanh có thể mang đến hiệu quả lớn cho nền kinh tế. Các tiếp cận dần trở nên phổ biến hơn trong thị trường. Kinh tế số đang trở thành đặc trưng và xu hướng phát triển quan trọng, được nhiều quốc gia nghiên cứu, ứng dụng và phát triển. Mang các lợi ích dễ dàng tiếp cận, ít tốn kém chi phí tới phần lớn đối tượng trên thị trường. Đặc biệt khi internet có thể kết nối không giới hạn số lượng, phạm vi và nhu cầu. Với Việt Nam, phát triển kinh tế số là cơ hội lớn để thu hẹp khoảng cách phát triển. Bởi các đòi hỏi trong phát triển nhanh, bền vững đang được đặt ra. Các nhu cầu cần thiết được đặt ra trong nội hàm phát triển kinh doanh dịch vụ số:

#### **✓ Phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng thiết yếu**

Là nền tảng cơ bản cho xây dựng các nhu cầu, đảm bảo thực hiện nền tảng tốt. Các hiệu quả từ ứng dụng công nghệ có thể được thực hiện và phản ánh trên thực tế hay không. Trong đó, cần khẩn trương triển khai hiệu quả các mạng lưới băng thông rộng quốc gia tốc độ cao, các trung tâm dữ liệu và cơ sở dữ liệu cho các dịch vụ điện toán đám mây... Đưa đến tiếp cận hiệu quả trong đồng bộ, phối hợp giữa các vùng lãnh thổ.

#### **✓ Ban hành Chiến lược quốc gia về chuyển đổi số, kinh tế số**

Các chiến lược phải được xây dựng và triển khai đồng bộ trên thực tế. Khi đó, các nhu cầu trong tiếp cận mới được thực hiện hiệu quả. Đặc biệt là cải thiện ổn định về kết nối mạng ở những vùng sâu, vùng xa. Mang đến các đóng góp của các vùng khác nhau, các thành phần kinh tế khác nhau.

#### ✓ **Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin**

Nhu cầu trong quản lý, điều chỉnh với công nghệ. Cũng như nắm bắt, học hỏi các ứng dụng mới nhất, hiệu quả nhất. Bên cạnh các nghiên cứu cần thiết cho nhu cầu thực tế của quốc gia. Chính sách thúc đẩy nguồn nhân lực công nghệ thông tin phải đảm bảo với hiệu quả thực tế. Cân đối và cân bằng khi mang đến tiếp cận cho những người có năng lực, trình độ. Phải xây dựng được một lực lượng lao động số nòng cốt, đủ về số lượng và chất lượng. Mang đến các nhân sự cung cấp ổn định và kịp thời. Đáp ứng được về chất lượng để phục vụ yêu cầu số hóa mọi lĩnh vực của đời sống xã hội từ nông nghiệp đến công nghiệp và dịch vụ.

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

##### ***1.2.4.1. 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.

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.



#### 1.2.4.2. 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)*

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

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

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

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

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)

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

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)

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

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

- *Các 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:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí bình quân}}$$

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.

- *Các 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.

- *Các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính*
- ✓ Khả năng thanh toán tổng quát

$$\text{Khả năng thanh toán tổng quát} = \frac{\text{Tổng tài sản}}{\text{Tổng nợ phải trả}}$$

Đây là chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán chung của doanh nghiệp trong kỳ báo cáo. Chỉ tiêu này cho biết: với tổng tài sản hiện có, doanh nghiệp có bảo đảm trang trải được các khoản nợ phải trả hay không. Khi hệ số  $\geq 1$  doanh nghiệp bảo đảm được khả năng thanh toán tổng quát và ngược lại.

- ✓ Tỷ số về mức độ độc lập tài chính

Hệ số tài trợ là chỉ tiêu phản ánh khả năng tự bảo đảm về mặt tài chính và mức độ độc lập về mặt tài chính của doanh nghiệp.

Hệ số tài trợ được xác định:

$$\text{Hệ số tự tài trợ} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Bên cạnh đó, ta có thể bổ sung các chỉ tiêu khác như “hệ số tự tài trợ tài sản dài hạn” và “hệ số tự tài trợ tài sản cố định”. Việc xem xét các chỉ tiêu bổ sung này chỉ được tiến hành trong trường hợp mức độ độc lập tài chính của doanh nghiệp thấp nhưng doanh nghiệp hội tụ đầy đủ các điều kiện cần thiết để phát triển trong tương lai.

- ✓ Đánh giá khái quát tình hình huy động vốn

Để phân tích xu hướng tăng trưởng của vốn, ta sử dụng phương pháp so sánh bằng số tương đối định gốc tiến hành so sánh tốc độ tăng trưởng theo thời gian của tổng số vốn với một kỳ gốc cố định.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng vốn kỳ phân tích so với kỳ gốc} = \frac{\text{Tổng số vốn kỳ phân tích}}{\text{Tổng số vốn kỳ gốc}}$$

✓ Tỷ số về khả năng hoạt động

Hệ số vòng quay hàng tồn kho thể hiện khả năng quản trị hàng tồn kho. Vòng quay hàng tồn kho là số lần mà hàng hóa tồn kho bình quân luân chuyển trong kỳ. Số vòng quay hàng tồn kho được xác định:

$$\text{Vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

Số vòng quay hàng tồn kho càng cao thì việc kinh doanh được đánh giá càng tốt bởi doanh nghiệp chỉ đầu tư cho hàng tồn kho thấp nhưng vẫn đạt doanh số cao.

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.

### **1.3. 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... Công nghệ tác động trực

tiếp lên dịch vụ viễn thông, ảnh hưởng đến doanh thu của doanh nghiệp. Sự kết hợp giữa tự động hóa và mạng thông tin toàn cầu cho phép các doanh nghiệp viễn thông thực hiện các giao dịch kinh doanh quốc tế, luân chuyển vốn đầu tư một cách nhanh chóng, nhờ đó mà nâng cao khả năng hoạt động, năng suất và hiệu quả.

*\* 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... có ảnh hưởng đến các yếu tố nguồn lực đầu vào các doanh nghiệp viễn thông làm tăng chi phí, ảnh hưởng đến doanh thu của doanh nghiệp.

Hệ thống cơ sở hạ tầng kinh tế bao gồm mạng lưới giao thông vận tải, đường sá, cầu cống, phương tiện vận chuyển, mạng lưới thông tin viễn thông, nguồn nhân lực... Những yếu tố này có ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động SXKD của doanh nghiệp, dẫn đến ảnh hưởng tới doanh thu của doanh nghiệp.

*\* 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.

Lao động là hoạt động của con người nhằm phục vụ cho mục đích của mình. Lao động sản xuất quyết định sự phát triển của xã hội loài người. Lao động trong hoạt động kinh doanh viễn thông là một bộ phận cần thiết của toàn bộ lao động xã hội. Đó là lao động trong khâu sản xuất thực hiện chức năng trực tiếp cung cấp các dịch vụ viễn thông. Lao động trong doanh nghiệp viễn thông đóng góp một phần quan trọng vào doanh thu của đơn vị:

- Bằng lao động sáng tạo của mình tạo ra công nghệ mới, thiết bị máy móc, nguyên vật liệu mới... có chất lượng và hiệu quả hơn trước hoặc cải tiến kỹ thuật nâng cao NSLĐ và hiệu suất lao động so với trước. Nhờ vậy mà thời gian phục vụ một khách hàng sẽ giảm xuống, doanh nghiệp sẽ phục vụ được lượng khách hàng lớn hơn và lấy được cảm tình của khách hàng về dịch vụ viễn thông, nâng cao uy tín của mình.

- Có những sáng kiến cải thiện chất lượng phục vụ cũng như tạo các điều kiện để thỏa mãn khách hàng tối đa mà vẫn trong phạm vi cho được cho phép. Phục vụ

khách hàng chu đáo và nhiệt tình với tư duy hướng về khách hàng sẽ làm họ hài lòng. Doanh thu của doanh nghiệp sẽ tăng theo sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ viễn thông và phong cách phục vụ doanh nghiệp.

- Góp phần làm giảm giá thành sản phẩm nhờ giảm chi phí sửa chữa máy móc, tăng độ bền của máy móc thiết bị... thông qua việc lao động có kỷ luật, chấp hành mọi quy trình công nghệ, bảo dưỡng thiết bị.

*\* 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.

Ngày nay công nghệ kỹ thuật viễn thông phát triển nhanh chóng, công nghệ ra đời sau thể hiện sự hoàn thiện hơn về các yếu tố kỹ thuật, chất lượng... và nó làm cho quá trình sản xuất được tiến hành thuận lợi, nhanh chóng và hiệu quả. Công nghệ là động lực, là nhân tố của sự phát triển trong các doanh nghiệp.

Mở rộng mạng lưới phục vụ, cung cấp các dịch vụ viễn thông là một trong những cách đơn giản và hữu hiệu để tăng doanh thu thông qua việc tăng khối lượng sản phẩm, dịch vụ bán ra. Nhưng để chọn được đúng thị trường, khu vực phù hợp để mở rộng mạng lưới thì phụ thuộc vào trình độ của nhà quản trị cấp cao. Nhân lực luôn là nhân tố quyết định thắng lợi trong kinh doanh của một doanh nghiệp.

Muốn kinh doanh đạt hiệu quả, tăng doanh thu thì ngoài việc mở rộng mạng lưới phục vụ, doanh nghiệp phải có chiến lược sản phẩm, dịch vụ đúng đắn; phải nắm được chu kỳ sống của sản phẩm, dịch vụ; áp dụng công nghệ mới hiện đại tiên tiến sẽ giúp doanh nghiệp cải tiến và nâng cao chất lượng, hạ giá thành, tăng doanh thu cũng như tăng hiệu quả sản xuất.

### ***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. Có sự ổn định về chính trị, các doanh nghiệp viễn thông sẽ được đảm bảo an toàn về đầu tư, quyền sở hữu và các loại tài sản khác.

Pháp luật đảm bảo tính bình đẳng của mọi loại hình doanh nghiệp trong kinh doanh, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Hệ thống pháp luật điều tiết hoạt động của các doanh nghiệp viễn thông như: luật doanh nghiệp, luật chống độc quyền, nghị định quản lý Internet, luật viễn thông... đã tạo ra một môi trường pháp lý công bằng, minh bạch, tạo điều kiện cho doanh nghiệp viễn thông phát triển và hội nhập.

*\* 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. Sự ưu đãi hay hạn chế đối với một số ngành hay lĩnh vực nào đó được thể hiện trong chính sách kinh tế quốc gia sẽ tạo điều kiện cho các ngành đó mở rộng, phát triển hay thu hẹp về quy mô. Viễn thông là một ngành đang ở thời kỳ phát triển, các chính sách kinh tế cũng hỗ trợ, tạo điều kiện thúc đẩy để Viễn thông trở thành một trong những mũi nhọn kinh tế. Đồng thời cũng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này phát triển, nâng cao khả năng cạnh tranh của mình để đứng vững trên thị trường sau khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO.

#### **1.4. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam**

Hầu hết các quốc gia trên thế giới, cả các nước phát triển và các nước đang phát triển đều rất coi trọng phát triển kinh tế số, coi đây là bước phát triển mới, mô hình kinh tế mới trong tương lai và đều đưa ra các giải pháp để chuyển đổi sang kinh tế số. Tuy nhiên, mỗi quốc gia với những đặc điểm, thế mạnh của mình có những cơ chế, chính sách, biện pháp phát triển kinh tế số khác nhau. Từ kinh nghiệm của các quốc gia trên thế giới, tựu trung lại, nổi lên một số giá trị tham khảo đối với 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. Điểm chung của các quốc gia là đều thành lập cơ quan, thiết chế chuyên trách, có thẩm quyền, trách nhiệm cao trong việc phát triển kinh tế số, thông thường cơ quan này thường thuộc Chính phủ với sự tham gia, phối hợp của các bộ ngành có liên quan. Một số quốc gia còn thành lập các cơ quan chuyên trách ở các các ngành, các địa phương để phát triển kinh tế số ở ngành, địa phương.

Khung thể chế phải đủ năng lực điều chỉnh ở cả cấp độ quốc gia, ngành và doanh nghiệp. Nhằm hỗ trợ các chủ thể trong nền kinh tế tiếp cận kinh tế số, một số nước xây dựng các kế hoạch, hướng dẫn rất cụ thể về dịch vụ số cho các doanh nghiệp, các kế hoạch này gắn liền với các nguồn tài chính, kinh phí hằng năm để nhằm tạo sự thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận với kinh tế số.

Ngoài ra, các quốc gia rất quan tâm đến việc xây dựng các chính sách về quy chuẩn, thực hiện việc tiêu chuẩn hóa các khâu, quy trình sản xuất để tăng sự kết nối, liên thông. Xây dựng, ban hành các luật, các chính sách về an ninh mạng, an ninh thông tin để làm cơ sở ban hành các chuẩn trao đổi thông tin giữa các chủ thể và bảo đảm thông tin, dữ liệu cho các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp trong 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. Các nước cũng xác định và nhận diện đầy đủ những lĩnh vực kinh tế số giúp đẩy nhanh mở rộng thị trường, thúc đẩy tiêu dùng như thông tin số, liên lạc số, giải trí số, thương mại điện tử, v.v.; những lĩnh vực nền tảng của kinh tế số như hạ tầng số, tài nguyên số, dịch vụ số, thị trường số; những lĩnh vực quan trọng, cốt lõi cần phải nắm và làm chủ về công nghệ, kỹ thuật như lĩnh vực dữ liệu số, vật liệu thông minh, robot thế hệ mới, trí tuệ nhân tạo, phương tiện thông minh, năng lượng thông minh, v.v.. để có giải pháp, chính sách hợp lý trong phát triển.

Đối với Việt Nam, trước hết cần tập trung phát triển các lĩnh vực kinh tế số giúp mở rộng thị trường, thúc đẩy tiêu dùng. Đây là những lĩnh vực giúp Việt Nam tận dụng được những cơ hội của hội nhập quốc tế, đặc biệt là những hiệp định thương

mại tự do thể hệ mới mà Việt Nam đã ký kết (CPTPP, EVFTA, EVIPA) nhưng cũng không đòi hỏi trình độ công nghệ cao.

Đồng thời, Việt Nam cũng phải phát triển mạnh những lĩnh vực nền tảng của kinh tế số như hạ tầng số, tài nguyên số, dịch vụ số, thị trường số và có kế hoạch, chiến lược bài bản để tiếp cận, làm chủ những công nghệ quan trọng, cốt lõi của kinh tế số thông qua các chính sách hỗ trợ và trong hợp tác, thu hút đầu tư nước ngoài.

*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, những lao động sẽ bị thay thế bằng robot, trí tuệ nhân tạo; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên không gian số; an ninh mạng, an ninh thông tin; các mâu thuẫn, xung đột giữa các loại hình, cơ chế kinh doanh truyền thống với những loại hình, cơ chế kinh doanh mới xuất hiện... để có những giải pháp, chính sách phù hợp.

*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. Theo đó, cập nhật, bổ sung giáo trình đào tạo về công nghệ số, kỹ năng số trong các nhà trường; đẩy mạnh liên kết đào tạo và thực hành giữa các trường và khu vực doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số; chuyển đổi căn bản mô hình đào tạo sang mô hình “học cả đời, làm cả đời”; chú trọng tính linh hoạt, thực học, thực nghiệp, học tập suốt đời, lấy thực hành làm trọng tâm trong chương trình đào tạo

## **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 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  
Huyên 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)

Vốn điều lệ của VNPT - Vinaphone là 5.200 tỷ đồng và là đơn vị duy nhất của VNPT thực hiện kinh doanh tất cả các sản phẩm dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin, dịch vụ giá trị gia tăng trên nền Internet, di động, dịch vụ phát thanh truyền hình, truyền thông đa phương tiện ... tới các khách hàng cá nhân và tổ chức doanh nghiệp trên lãnh thổ Việt Nam và quốc tế.

Trong quá trình tái cơ cấu VNPT, VNPT - Vinaphone trở thành đơn vị lớn nhất về mặt nhân sự và đem lại doanh thu và lợi nhuận lớn nhất cho VNPT.

##### **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.

Ra đời trên cơ sở tổ chức lại các bộ phận: kinh doanh, bán hàng, chăm sóc khách hàng, hỗ trợ kỹ thuật, tính cước, thu cước và một số bộ phận quản lý, hỗ trợ của 63 VNPT tỉnh, thành phố, các công ty thành viên của VNPT như VTN, VTI, VDC, VASC... Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT - Vinaphone) kế thừa toàn bộ thế mạnh về năng lực hạ tầng mạng lưới, năng lực nhân sự, năng lực tài chính và bề dày kinh nghiệm cung cấp các dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) tới khách hàng (Theo văn bản số 4028/XN-BTTTT ngày 9/12/2015 của Bộ TT&TT – xác nhận năng lực kinh nghiệm nhà thầu của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông).

2.1.1.1.1 Định hướng phát triển của VNPT:

#### **TẦM NHÌN**

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) là Tập đoàn giữ vị trí “Số 1 Việt Nam – Ngang tầm thế giới” về phát triển Viễn thông - Công nghệ thông tin (VT - CNTT), là Tập đoàn có đủ năng lực cạnh tranh với các Tập đoàn VT - CNTT lớn trên toàn cầu.

#### **SỨ MỆNH**

VNPT luôn nỗ lực trong việc ứng dụng hiệu quả các công nghệ VT - CNTT để “Kết nối mọi người” mang lại những giá trị tốt đẹp cho cộng đồng người tiêu dùng Việt Nam.

#### **GIÁ TRỊ CỐT LÕI**

Giá trị cốt lõi: VNPT triển khai tái cấu trúc theo hướng “Chuyên biệt - Khác biệt - Hiệu quả” phát huy sức mạnh tiềm năng của đội ngũ cán bộ công nhân viên, tạo đà cho bước phát triển tiếp theo, đưa sức mạnh nội tại lên một tầm cao mới.

Giá trị mang tính nhân văn: VNPT cam kết phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, mang lại lợi ích cho đối tác, đóng góp vì lợi ích cộng đồng, nâng cao đời sống của cán bộ công nhân viên. Tất cả là “Vì con người, hướng tới con người và giữa những con người”.

Giá trị mang tính kết nối: Chinh phục VT - CNTT tiên tiến, VNPT mang mọi người đến gần nhau hơn, vượt qua không gian và thời gian để cùng chia sẻ Hạnh phúc - Thành công - Tri thức và những kỷ niệm quý giá trong cuộc sống.

#### 2.1.1.1.2 Các lĩnh vực hoạt động:

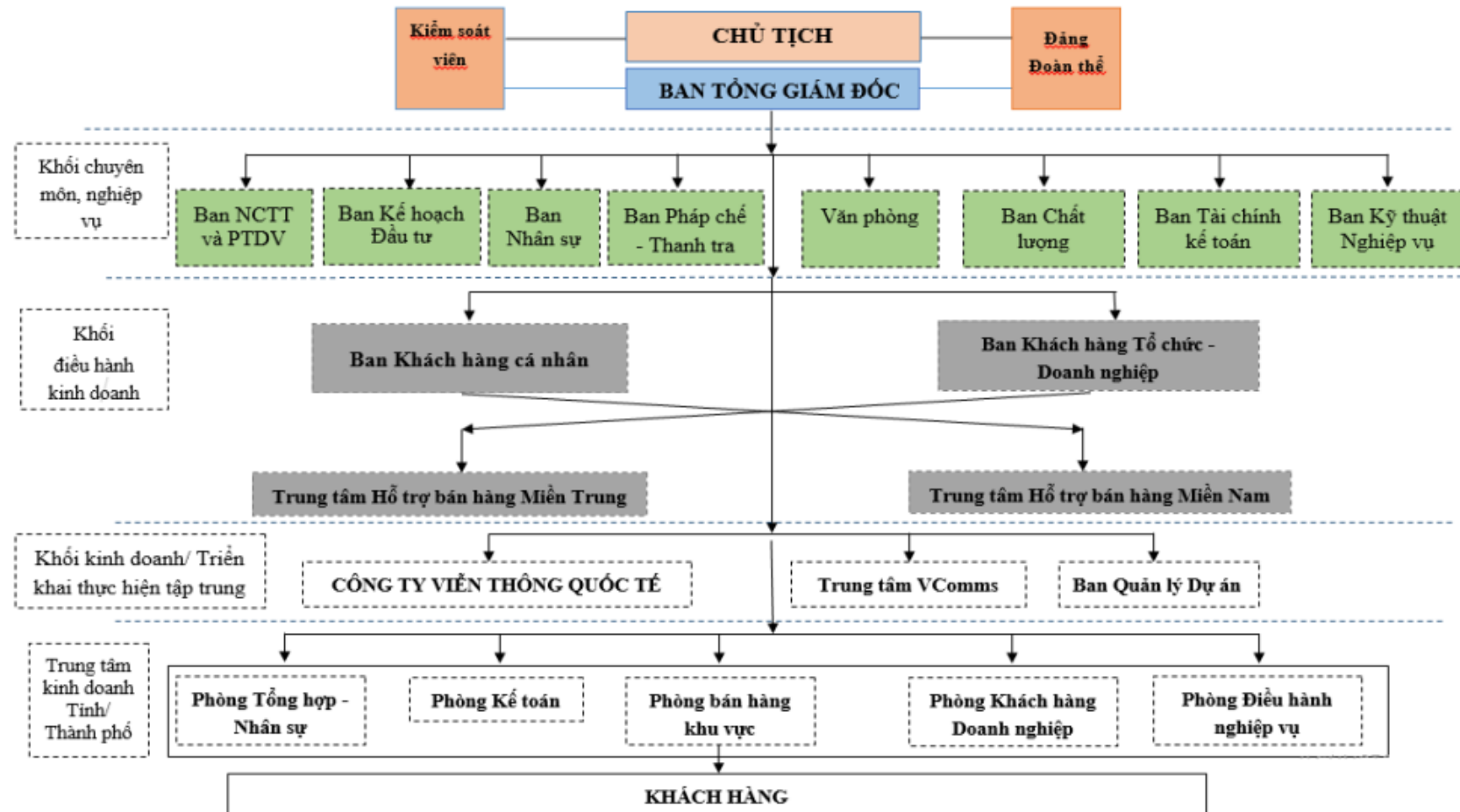
##### ♦ Viễn thông:

Thực hiện Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VIII của Đảng "phát triển mạng lưới VT - CNTT hiện đại, đồng bộ, thống nhất, đa dịch vụ"... "hình thành mạng thông tin quốc gia, liên kết với một số mạng thông tin quốc tế", VNPT đã xây dựng được một hạ tầng thông tin quốc gia rộng khắp, vững chắc với công nghệ hiện đại và đa dịch vụ, đảm bảo thông tin liên lạc phục vụ sự lãnh đạo điều hành của Đảng, Nhà nước cũng như đáp ứng nhu cầu của mọi tầng lớp nhân dân. Bên cạnh các dịch vụ viễn thông truyền thống (điện thoại, fax, telex, Internet, truyền dẫn số liệu, truyền dẫn tín hiệu truyền hình, tổ chức cầu truyền hình nhiều điểm, truyền hình hội nghị, tổ chức kênh thuê riêng, kênh leased line,...), hiện chúng tôi đã đưa các dịch vụ trên nền mạng thế hệ mới NGN vào khai thác (1719, 1800, 1900, MegaWAN, Metronet, Video HD Conference, IMS...), đem đến cho khách hàng nhiều sự lựa chọn mới với các dịch vụ hiện đại, tiện ích, giá cước phù hợp. Chúng tôi vẫn đang tiếp tục không ngừng phát triển mạng lưới, đa dạng hóa các dịch vụ, phát triển mạnh các dịch vụ giá trị gia tăng và các dịch vụ tích hợp liên mạng... nhằm phục vụ xã hội với hiệu quả ngày càng cao.

##### ♦ Công nghệ thông tin:

Hội nghị lần thứ 4 Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XI đã ban hành Nghị quyết số 13 về xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, đã xác định: Công nghệ thông tin (CNTT) là một trong những hạ tầng quan trọng của quốc gia, vừa là ngành kinh tế - kỹ thuật, vừa là ngành hạ tầng mềm phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh quốc phòng và chủ quyền số. Xác định với vai trò của một doanh nghiệp nhà nước chủ đạo trong lĩnh vực VT- CNTT. Trong thời gian qua, VNPT đã tổ chức hợp tác, làm việc với các bộ, ngành, địa phương và các doanh nghiệp ICT trong và ngoài nước, các chuyên gia, các nhà nghiên cứu phân tích và xây dựng các giải pháp, sản phẩm ứng dụng CNTT trong công tác quản lý, sản xuất kinh doanh, phục vụ chính quyền, người dân và doanh nghiệp nhằm nâng cao sức cạnh tranh của quốc gia, chính quyền địa phương và của doanh nghiệp.

#### 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.

Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT - Vinaphone) là đơn vị hạch toán độc lập trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT), hoạt động kinh doanh và dịch vụ; có tư cách pháp nhân, 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

#### **Đóng góp cho Ngân sách Nhà nước:**

Qua nhiều năm xây dựng và phát triển, VNPT - Vinaphone ngoài việc phục vụ lợi ích về chính trị, xã hội của đất nước thì còn luôn là cánh chim đầu đàn trong ngành VT - CNTT về đóng góp ngân sách đối với nhà nước, bình quân hàng năm đóng góp cho NSNN trung bình 1.000 tỷ đồng.

Ngoài ra, VNPT - Vinaphone luôn báo cáo đầy đủ nghiêm túc và chính xác cho các Ban ngành chức năng, bảo đảm nộp đúng, nộp đủ các khoản phải nộp, thực hiện tốt việc kê khai nộp thuế theo quy định của Pháp luật.

VNPT - Vinaphone đang tiếp tục tăng cường công tác quản lý tài chính, quản lý đầu tư xây dựng theo yêu cầu mới; Thực hiện nghiêm các quy định của Luật pháp trong lĩnh vực thuế, tài chính, các quy định về chế độ khấu hao, sửa chữa tài sản cố định; Cân đối vốn cho đầu tư và kinh doanh, phát huy nội lực về tài chính; Tăng cường các giải pháp để quản lý, sử dụng các nguồn vốn có hiệu quả cao hơn; Giải quyết kịp thời các khoản nợ khó đòi, thanh toán công nợ nội bộ; Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực kế toán, thống kê, tài chính... nhằm đáp ứng các



yêu cầu thông tin cho chỉ đạo điều hành sản xuất kinh doanh, quản lý tài chính, đảm bảo năng lực tài chính ổn định và phát triển.

### ***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.

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 (*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 Hải 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 Hải 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](http://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:

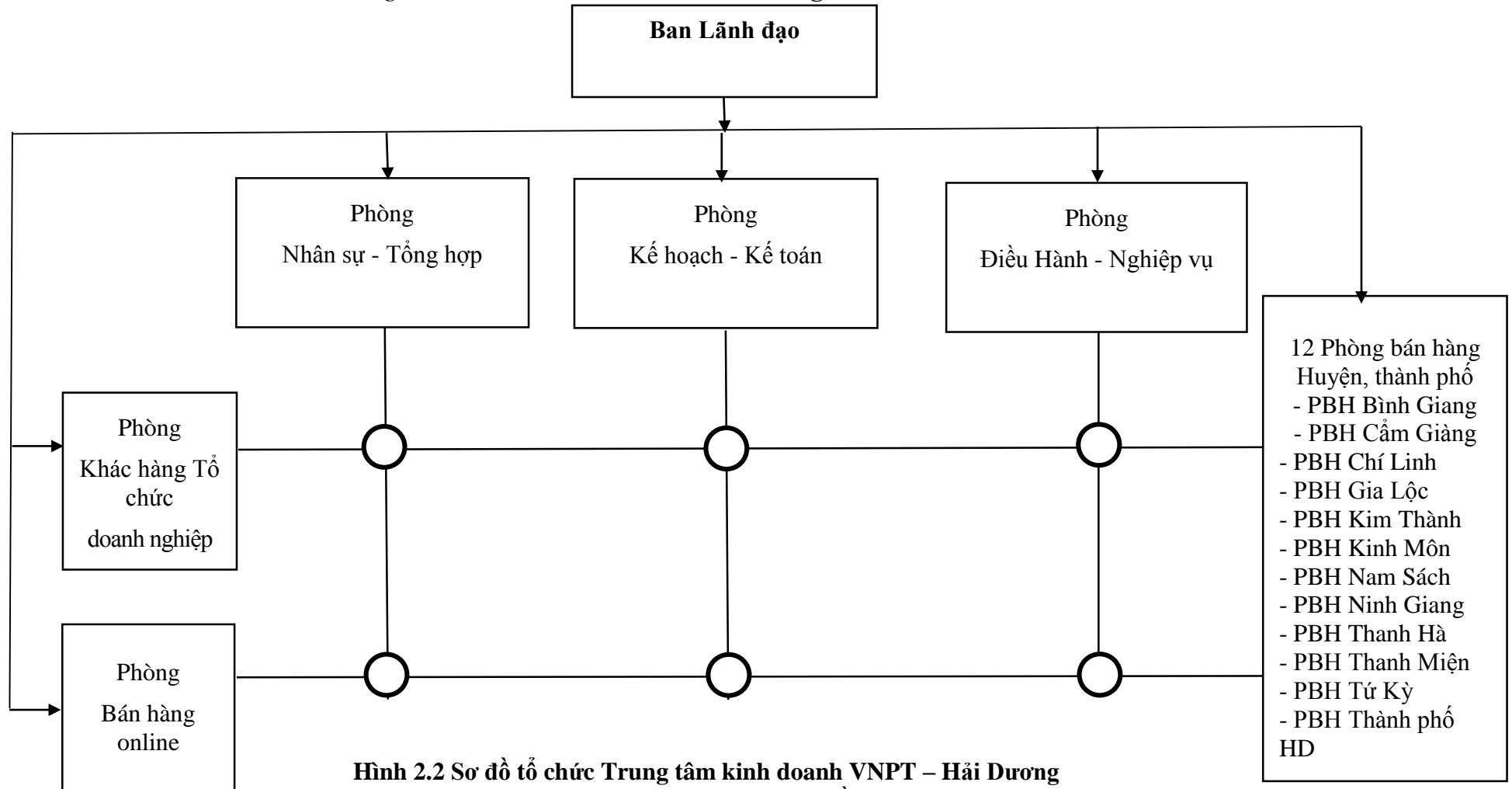
##### **Ngành, nghề kinh doanh chính:**

- 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.
- 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.

### 2.1.2.3 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 – Hải Dương

*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
<b>A</b>	<b>DOANH THU</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>579.880</b>	<b>596.963</b>	<b>624.773</b>
<b>A.1</b>	<b>Doanh thu Viễn thông CNTT</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>451.944</b>	<b>446.298</b>	<b>531.605</b>
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
<b>A.2</b>	<b>Doanh thu Kinh doanh thương mại</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>1.484</b>	<b>411</b>	<b>498</b>

<b>A.3</b>	<b>Doanh thu hoạt động tài chính</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>5</b>
<b>A.4</b>	<b>Doanh thu SPDV khác</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>31</b>
<b>A.5</b>	<b>Doanh thu PHKD</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>126.436</b>	<b>150.240</b>	<b>92.634</b>
<b>B</b>	<b>CHI PHÍ</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>530.441</b>	<b>545.737</b>	<b>569.599</b>
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
<b>C</b>	<b>Tổng Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>49.439</b>	<b>51.226</b>	<b>55.173</b>
<b>D</b>	<b>Nộp ngân sách Nhà nước</b>	<b>Tr.đồng</b>	<b>15.201</b>	<b>15.219</b>	<b>17.218</b>

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**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Năm 2019</b>		<b>Năm 2020</b>		<b>Năm 2021</b>	
	<b>Số lượng</b>	<b>%</b>	<b>Số lượng</b>	<b>%</b>	<b>Số lượng</b>	<b>%</b>
<b>Tổng số lao động</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>	<b>145</b>	<b>100%</b>
<b>1. Theo trình độ</b>						
<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%
<b>2. Theo giới tính</b>						
<i>Nữ</i>	75	47,77%	74	47,13%	73	46,50%
<i>Nam</i>	82	52,23%	78	49,68%	72	45,86%
<b>3. Theo tính chất lao động</b>						
<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.

Với vai trò là nhà cung cấp hàng đầu về viễn thông - CNTT, VNPT đã tập trung đầu tư về công nghệ, tài chính và nguồn nhân lực để phát triển cơ sở hạ tầng viễn thông - CNTT cho tỉnh Hải Dương; triển khai các biện pháp đảm bảo hạ tầng thông tin phục vụ công tác chỉ đạo điều hành của các cấp ủy Đảng, chính quyền trong tỉnh cũng như nhu cầu sử dụng dịch vụ của nhân dân, doanh nghiệp tại địa phương, đến thời điểm cuối năm 2021, VNPT đã triển khai hạ tầng băng rộng, di động đến 100% toàn bộ xã, phường, thị trấn tại Hải Dương với gần 160 nghìn thuê bao băng rộng cố định, hơn 60 nghìn thuê bao IPTV, hơn 250 nghìn thuê bao di động cùng với hạ tầng cáp quang được ngầm hóa 2.780km, 132 trạm truy nhập OLT và 374 trạm BTS. Người dân, doanh nghiệp trên địa bàn có thể tiếp cận các dịch vụ viễn thông - CNTT với tốc độ truy nhập cao, nhiều tiện ích đáp ứng quá trình chuyển đổi số địa phương. Đặc biệt, từ năm 2020, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương đã triển khai đường truyền số liệu chuyên dùng tới 39 điểm cấp sở, huyện và năm 2021 tiếp tục triển khai đến 235 xã, phường thị trấn, đây là hạ tầng quan trọng cho quá trình chuyển đổi số trong cơ quan nhà nước.

Về dịch vụ CNTT, năm 2019, hệ thống Cổng thông tin “một cửa” và dịch vụ công VNPT-igate đã chính thức đưa vào vận hành tại tất cả các cấp trên toàn tỉnh với trung bình hơn 700 nghìn hồ sơ được nhập, quản lý và xử lý trên hệ thống. Cũng trong thời gian này hệ thống mail công vụ tỉnh Hải Dương cũng được Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương triển khai nâng cấp, hiện đã có hơn 5.000 tài khoản cán bộ sử dụng. Bên cạnh đó, hàng loạt các dự án CNTT quan trọng khác cũng có sự góp sức của VNPT như: phần mềm Hệ thống thông tin báo cáo tỉnh Hải Dương với quy mô toàn tỉnh liên thông ba cấp tỉnh - huyện - xã; giải pháp tổng đài 1022 cho ngành y tế để nhận các thông tin về phòng chống dịch, góp phần đắc lực cho công tác phòng chống dịch Covid-19 của tỉnh.

VNPT Hải Dương cũng đã hỗ trợ UBND tỉnh Hải Dương kết nối hệ thống Trục liên thông văn bản quốc gia, Cổng dịch vụ công quốc gia từ Văn phòng Chính phủ đến UBND tỉnh. Đồng thời tích hợp các hệ thống CNTT của tỉnh như Cổng dịch vụ công tỉnh Hải Dương, phần mềm quản lý văn bản với hai hệ thống này của Văn phòng Chính phủ, đảm bảo an toàn, an ninh thông tin và kết nối dữ liệu thông suốt.

Với các lĩnh vực trọng yếu của tỉnh Hải Dương như y tế, giáo dục, du lịch, nông nghiệp, giao thông, CDS doanh nghiệp... đều mang đậm dấu ấn của VNPT, góp phần



thúc đẩy nhanh tiến trình xây dựng Chính quyền điện tử hướng tới Chính quyền số cho tỉnh Hải Dương.

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.**

Để tìm hiểu sâu hơn về hoạt động sử dụng dịch vụ số tại Trung tâm kinh doanh VNPT - Hải Dương, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động này, tác giả đã thực hiện phỏng vấn chuyên sâu đối tượng điều tra là các khách hàng sử dụng dịch vụ số trên địa bàn tỉnh Hải Dương. Đối tượng khảo sát: 120 khách hàng trên địa bàn tỉnh Hải Dương. Do đó, phương pháp chọn mẫu trong nghiên cứu này là phương pháp chọn mẫu thuận tiện nhằm đảm bảo tính khách quan và có thể khai thác sâu được vấn đề nghiên cứu.

Bảng câu hỏi gồm 8 câu là các câu hỏi khảo sát về công tác đào tạo nhân lực của Viễn thông Hải Dương. Nội dung bảng câu hỏi được thể hiện tại Phụ lục 1.

Kết quả phỏng vấn thu về 118 phiếu, có 2 phiếu không đạt yêu cầu do làm sai quy định. Kết quả như sau

STT	Mức độ đồng ý	Hoàn toàn không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
		1	2	3	4	5
1	Ông/bà có hài lòng với khả năng đáp ứng các dịch vụ số của TTKD VNPT Hải Dương	1	5	18	49	45
2	Khả năng thực hiện dịch vụ số mà doanh nghiệp đã hứa một cách đáng tin cậy và chính xác.	3	6	11	57	41
3	Niềm tin vào việc cung cấp những dịch vụ số	3	4	9	59	43

4	Sự quan tâm, chăm sóc và cá nhân hóa mà các cán bộ, công nhân viên cung cấp dịch vụ số cho khách hàng.	4	6	15	52	41
5	Ông/bà cảm thấy chất lượng dịch vụ số của VNPT Hải Dương so với các đối thủ cạnh tranh thế nào	5	8	12	58	35
6	TTKD VNPT Hải Dương thực hiện chăm sóc KH theo từng đối tượng của dịch vụ số	14	15	18	42	29
7	Ông / bà cảm thấy các chương trình chăm sóc khách hàng dành riêng cho mình	12	16	19	38	33
8	Ông/bà được chăm sóc theo nhu cầu sản phẩm dịch vụ tham gia	13	19	18	31	37

Nhận xét: Dựa vào kết quả trả lời khách quan của các khách hàng sử dụng dịch vụ số ta thấy các câu hỏi từ 1-5 cho kết quả về sự hài lòng và rất hài lòng chiếm tỷ lệ % rất cao. Câu hỏi thứ 6-8 ta thấy ý kiến không hài lòng là khá nhiều với câu hỏi số 6 thì tỷ lệ phần trăm không hài lòng chiếm 25,22%, câu hỏi 7 về các chương trình chăm sóc khách hàng dành riêng cho mình chiếm 24,34%, chăm sóc theo nhu cầu sản phẩm dịch vụ tham gia chiếm 27,83%. Đây là những hạn chế mà VNPT Hải Dương cần khắc phục khi chăm sóc đối khách hàng mà họ được chăm sóc theo quy định của VNPT Hải Dương.

Hiện nay Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương phân khách hàng tổ chức doanh nghiệp (KHTCDN) thành 3 khối: Khối GOV (Khối Chính quyền), khối SOE (Khối KH lớn), khối SME (Khối KH vừa và nhỏ).

### ***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)***

Nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ số là các Sở ban ngành, các đơn vị hành chính sự nghiệp trên toàn tỉnh. Đặc thù của nhóm khách hàng này là sử dụng các dịch vụ liên quan đến quá trình chuyển đổi số theo lộ trình xây dựng Chính phủ điện tử của Nhà nước. Nhóm khách hàng này thường sẽ trung thành khi đã sử dụng dịch vụ và giá thành theo quy định của Nhà nước và doanh nghiệp.

 **Một số dịch vụ GOV do Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cung cấp:**

<b>Dịch vụ</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Đối tượng sử dụng</b>
<b>Cổng thông tin điện tử VNPT – Portal</b>	<p>VNPT Portal là giải pháp cho phép Cơ quan Chính quyền tạo ra một đầu mối trực tuyến duy nhất cho mọi đối tượng:</p> <p>Tiếp cận tới toàn bộ các đơn vị trực thuộc cấp quản lý của Cơ quan Chính quyền.</p> <p>Cập nhật thông tin về các mặt hoạt động trên địa bàn do Cơ quan Chính quyền quản lý (chính sách, kinh tế-xã hội, đầu tư, giáo dục – y tế, khoa học công nghệ, quy hoạch ...).</p> <p>Sử dụng các dịch vụ công trực tuyến tới cấp độ 3 và 4.</p>	Các sở ban ngành khối Cơ quan Nhà nước.
<b>Hệ thống Một cửa liên thông VNPT iGate</b>	Hệ thống Một cửa điện tử là công cụ giúp cho các Cơ quan quản lý nhà nước nâng cao chất lượng phục vụ công dân, tổ chức thông qua việc ứng dụng công nghệ thông tin để tiếp nhận, giải quyết hồ sơ thủ tục hành chính và công khai tình trạng giải quyết hồ sơ.	<p>Các cơ quan quản lý nhà nước áp dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– UBND tỉnh và các cơ quan chuyên môn thuộc UBND cấp tỉnh</li> <li>– UBND huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh</li> <li>– UBND xã, phường, thị trấn</li> <li>– Các cơ quan của Trung ương được tổ chức theo ngành dọc đặt tại địa phương.</li> </ul>
<b>Hệ thống quản lý văn bản điều hành VNPT iOffice</b>	Hệ thống quản lý văn bản và điều hành là hệ thống quản lý văn bản và điều hành công việc điện tử giúp các cơ quan nhà nước thực hiện hóa các mục tiêu xây dựng một văn phòng điện tử không giấy tờ.	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>Hệ thống khai báo</b>	Hệ thống khai báo BHXH qua mạng là công cụ giúp cho các Cơ quan quản lý nhà nước	Tổ chức – Doanh nghiệp

<b>BHXX qua mạng – VNPT Ivan</b>	nâng cao chất lượng phục vụ công dân, tổ chức thông qua việc ứng dụng công nghệ thông tin để tiếp nhận, giải quyết hồ sơ thủ tục hành chính và công khai tình trạng giải quyết hồ sơ, đồng thời giúp cho TCDN tiết kiệm thời gian, hiệu quả hơn	
<b>VNPT-Invoice</b>	Dịch vụ Hóa đơn điện tử là giải pháp hóa đơn điện tử của VNPT, đáp ứng đầy đủ các thông tư, nghị định và điều kiện pháp lý để thay thế hóa đơn giấy theo quy định hiện hành của Bộ Tài chính và Tổng Cục thuế. VNPT Invoice của VNPT đã rất quen thuộc trong thời gian vừa qua bởi tính pháp lý, khả năng thích ứng cao trong các hệ thống sẵn có của doanh nghiệp.	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>VNPT - Edu</b>	Sổ liên lạc điện tử (SLLĐT) – VNPT Edu là một ứng dụng dịch vụ truyền thông đa phương tiện giúp nhà trường có thể liên lạc, truyền tải thông tin về kết quả học tập, lịch học tập, làm việc và các thông tin khác như nghỉ lễ, Tết ... đến phụ huynh học sinh. Chỉ với chiếc smartphone, máy tính bảng hoặc các thiết bị điện tử có kết nối Internet, cùng một vài thao tác đơn giản như nhập mã số học sinh, mật khẩu bạn đã có thể dễ dàng theo dõi tình hình học tập của con. Mọi thông tin về điểm số, lịch học, các lưu ý của giáo viên... đều được nhà trường cập nhật một cách nhanh chóng và tiện lợi qua hệ thống sổ liên lạc điện tử.	Trường học – Trung tâm giáo dục

<b>Dịch vụ phần mềm quản lý bệnh viện (VNPT HIS)</b>	<p>Hệ thống này là hệ thống thông tin quản lý bệnh viện tổng hợp bao gồm các chức năng chính sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hệ thống phần mềm quản lý bệnh viện (Quản lý toàn bộ công tác khám chữa bệnh tại bệnh viện theo các quy trình của Cục quản lý khám chữa bệnh ban hành)</li> <li>- Hệ thống quản lý Y tế cơ sở: Quản lý toàn bộ các nghiệp vụ khám chữa bệnh cũng như phòng bệnh của ngành y tế tại các tuyến cơ sở (Sở y tế, Trung tâm y tế huyện, các phòng khám cũng như trạm y tế xã).</li> <li>- Toàn bộ giải pháp này được tích hợp lại thành một hệ thống phần mềm tổng thể thống nhất nhằm đáp ứng được nhu cầu khám chữa bệnh của bệnh viện cũng như đáp ứng việc phục vụ bệnh nhân ngày một tốt hơn góp sức xây dựng nền Y tế điện tử tạo thành một hệ sinh thái Y tế VNPT</li> </ul>	Bệnh viện, Trung tâm y tế
------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương)

Hầu hết các dịch vụ GOV chủ yếu được triển khai trong năm 2019 – 2021 nên số lượng khách hàng chưa nhiều. Cũng trong năm này đã đánh dấu sự phát triển vượt bậc của dịch vụ GOV cả về doanh thu lẫn số thuê bao. Tuy nhiên, thực tế hiện nay Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương chỉ mới khai thác được một số dịch vụ hoặc một phần của gói dịch vụ, cụ thể:

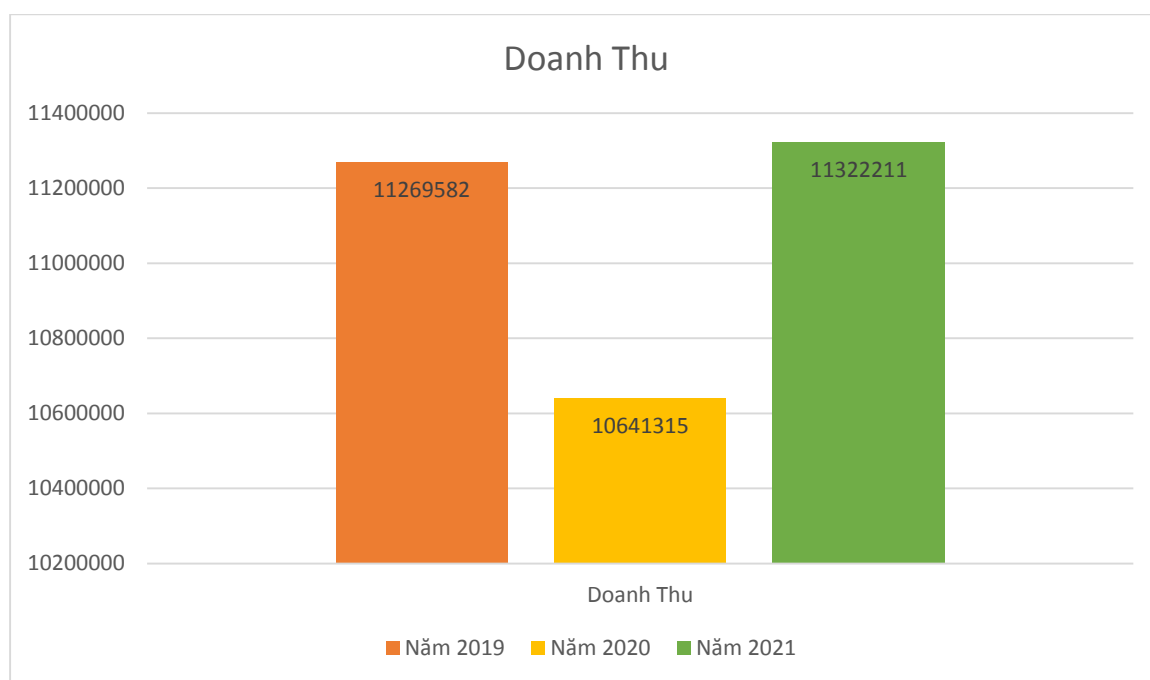
**Bảng 2. 3. Kết quả kinh doanh dịch vụ GOV của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương giai đoạn 2019 - 2021**

*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

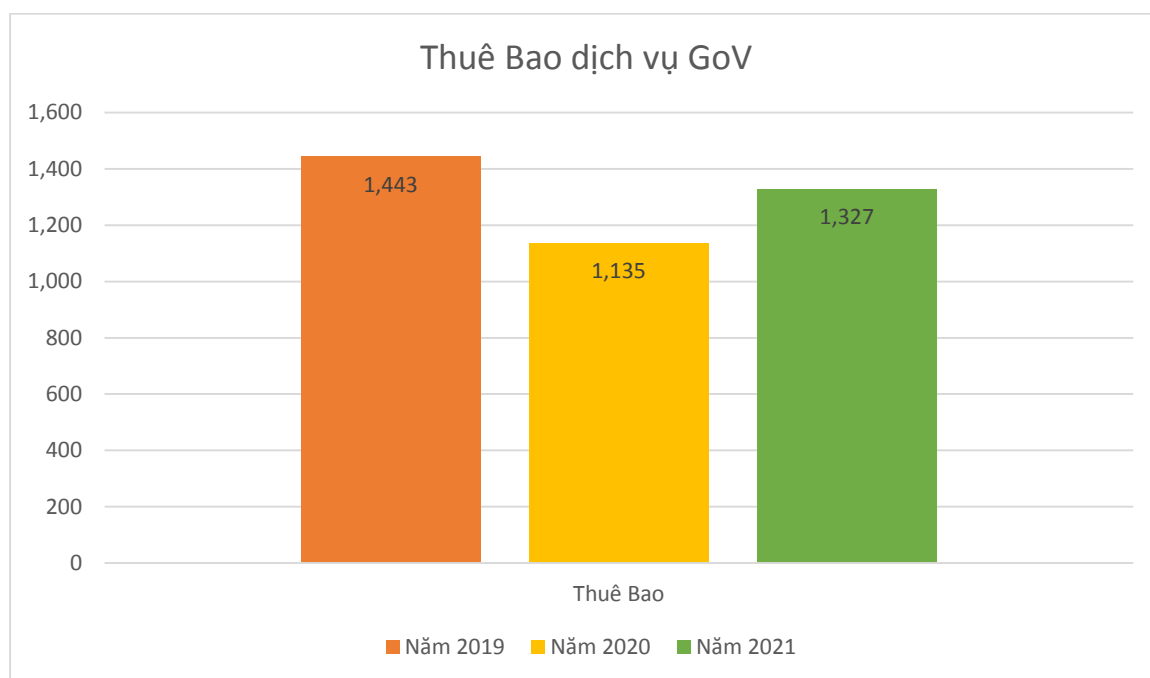
VN Edu	4.328.545	102	4.201.235	98	4.565.656	106
VNPT HIS	3.835.118		3.537.340		4.102.005	
Các DV CNTT khác (VNPT check, iOffice, SMS Brandname, Điểm danh thông minh ...)	795.897		726.999		952.664	
<b>Tổng cộng</b>	<b>11.269.582</b>	<b>1.443</b>	<b>10.641.351</b>	<b>1.135</b>	<b>11.322.211</b>	<b>1.327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

(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương)



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

Nhận xét: Nhìn vào biểu đồ doanh thu dịch vụ GoV các năm 2019 – 2021 ta thấy, dịch vụ doanh thu năm 2020 bị giảm do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Tỷ lệ doanh thu giữa các năm như sau: Năm 2020/2019 = 94,43%, năm 2021/2020 = 106,4%. Doanh thu năm 2021 đã có đà tăng trưởng nhẹ, dịch Covid – 19 cũng đã đỡ nặng hơn các năm trước. Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cần có những biện pháp hiệu quả nữa để gia tăng doanh thu.




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

Nhìn vào biểu đồ thuê bao dịch vụ GOV các năm 2019 – 2021 ta có các nhận xét như sau: Tổng số các thuê bao sử dụng dịch vụ GOV năm 2020 có xu hướng giảm so với các năm 2019 và 2021 do dịch bệnh Covid – 19 diễn ra phức tạp ở năm đó. Năm 2021 tổng số thuê bao dịch vụ GOV đã có đà tăng trưởng. Tỷ lệ thuê bao giữa các năm như sau: Năm 2020/2019 = 78,66%, năm 2021/2020 = 116,92%.

### ***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)***

Nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ số là các doanh nghiệp có vốn Nhà nước, các khách hàng Ngân hàng, Tài chính, Bảo hiểm, Điện lực, Môi trường, cấp thoát nước,..và các doanh nghiệp có doanh thu và quy mô hoạt động lớn trên toàn tỉnh. Đặc thù của nhóm khách hàng này là sử dụng các dịch vụ liên quan đến quá trình quản lý doanh nghiệp, theo chuỗi hệ thống trên cả nước. Nhóm khách hàng này thường sẽ trung thành khi đã sử dụng dịch vụ và giá thành theo quy định của Nhà nước và doanh nghiệp.

 **Các dịch vụ cho khối SOE do Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cung cấp:**

Dịch vụ	Nội dung	Đối tượng sử dụng
<b>Dịch vụ VNPT-CA</b>	<p>Dịch vụ VNPT-CA là dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng do VNPT cung cấp theo giấy phép Bộ Thông tin và Truyền thông cung cấp ngày 15/09/2009 cho phép xác thực tổ chức, cá nhân, website, phần mềm ứng dụng trong môi trường giao dịch điện tử. Được pháp luật thừa nhận và có đầy đủ giá trị pháp lý.</p> <p>Các loại hình chứng thư số VNPT-CA được VNPT cấp phát bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chứng thư số cho cơ quan, tổ chức</li> <li>• Chứng thư số cho cá nhân, cá nhân thuộc tổ chức – doanh nghiệp</li> <li>• Chứng thư số SSL dành cho Website</li> </ul> <p>Chứng thư số Code Signing dành cho phần mềm</p>	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>Hệ thống khai báo BHXH qua mạng – VNPT Ivan</b>	<p>Hệ thống khai báo BHXH qua mạng là công cụ giúp cho các Cơ quan quản lý nhà nước nâng cao chất lượng phục vụ công dân, tổ chức thông qua việc ứng dụng công nghệ thông tin để tiếp nhận, giải quyết hồ sơ thủ tục hành chính và công khai tình trạng giải quyết hồ sơ, đồng thời giúp cho TCDN tiết kiệm thời gian, hiệu quả hơn</p>	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>VNPT-Invoice</b>	<p>Dịch vụ Hóa đơn điện tử là giải pháp hóa đơn điện tử của VNPT, đáp ứng đầy đủ các thông tư, nghị định và điều kiện pháp lý để thay thế hóa đơn giấy theo quy định hiện hành của Bộ Tài chính và Tổng Cục thuế. VNPT Invoice của VNPT đã rất quen thuộc trong thời gian vừa qua bởi tính pháp lý, khả năng thích ứng cao trong các hệ thống sẵn có của doanh nghiệp.</p>	Tổ chức – Doanh nghiệp



<b>Dịch vụ phần mềm quản lý bệnh viện (VNPT HIS)</b>	<p>Hệ thống này là hệ thống thông tin quản lý bệnh viện tổng hợp bao gồm các chức năng chính sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hệ thống phần mềm quản lý bệnh viện (Quản lý toàn bộ công tác khám chữa bệnh tại bệnh viện theo các quy trình của Cục quản lý khám chữa bệnh ban hành)</li> <li>- Hệ thống quản lý Y tế cơ sở: Quản lý toàn bộ các nghiệp vụ khám chữa bệnh cũng như phòng bệnh của ngành y tế tại các tuyến cơ sở (Sở y tế, Trung tâm y tế huyện, các phòng khám cũng như trạm y tế xã).</li> <li>- Toàn bộ giải pháp này được tích hợp lại thành một hệ thống phần mềm tổng thể thống nhất nhằm đáp ứng được nhu cầu khám chữa bệnh của bệnh viện cũng như đáp ứng việc phục vụ bệnh nhân ngày một tốt hơn góp sức xây dựng nền Y tế điện tử tạo thành một hệ sinh thái Y tế VNPT</li> </ul>	<p>Bệnh viện, Trung tâm y tế</p>
------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------

Hầu hết các dịch vụ SOE chủ yếu được triển khai trong năm 2018 – 2021 nên số lượng khách hàng chưa nhiều. Năm 2020 và 2021 do tác động của đại dịch Covid-19 đã đẩy mạnh tốc độ phát triển của các dịch vụ này, cũng trong giai đoạn này đã đánh dấu sự phát triển vượt bậc của dịch vụ SOE cả về doanh thu lẫn số thuê bao. Ngoài ra, đặc điểm của một tỉnh lẻ thì đối tượng khách hàng thuộc nhóm SOE không nhiều, phần lớn là chi nhánh – phụ thuộc các dịch vụ số từ Hội sở chính hoặc Tổng công ty.

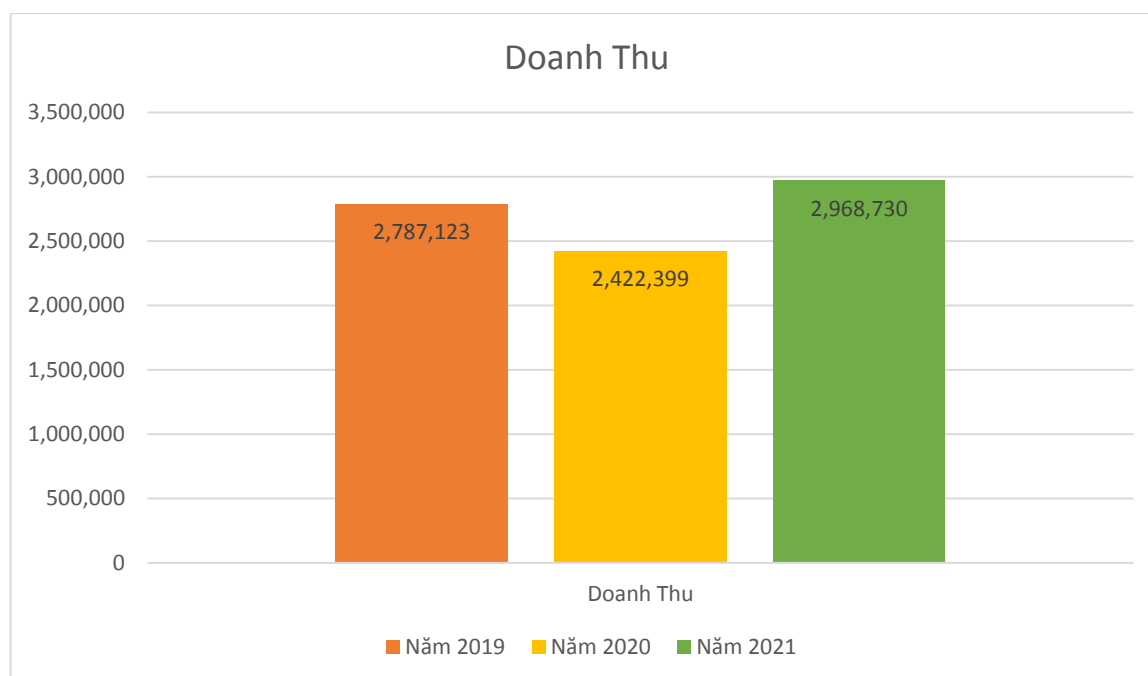
**Bảng 2.4. Kết quả kinh doanh dịch vụ SOE của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương**

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	569.568		572.568		660.587	

check, iOffice, SMS Brandname, Điểm danh thông minh ...						
<b>Tổng cộng</b>	<b>2.787.123</b>	<b>1013</b>	<b>2.422.399</b>	<b>1070</b>	<b>2.968.730</b>	<b>1092</b>

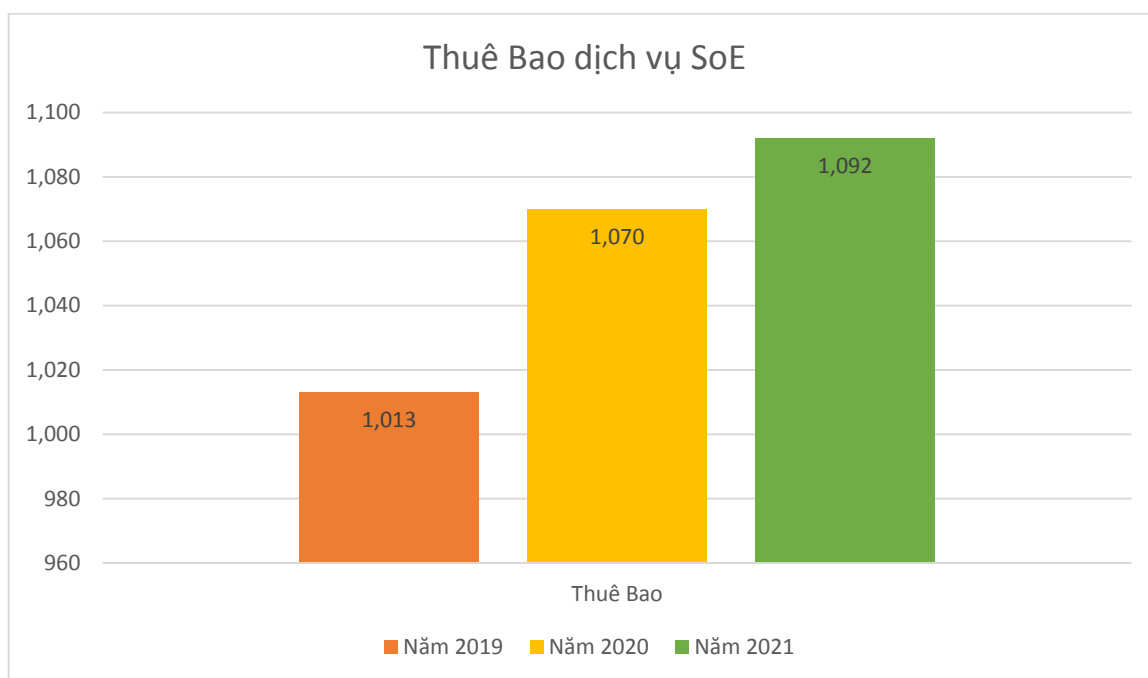
(Nguồn: Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương)

Căn cứ vào số liệu trên có thể nhận thấy dịch vụ CA và IVAN giảm rất nhiều so với năm 2019 do ảnh hưởng nặng nề của dịch Covid 19, các dịch vụ khác chỉ tăng nhẹ, có những dịch vụ số cho nhóm khách hàng SOE tăng trưởng rất mạnh từ năm 2021 so với năm 2020 như VNPT-CA và VNPT Edu, nguyên nhân một phần là do ảnh hưởng của dịch bệnh đã tác động thay đổi thói quen tiêu dùng của khách hàng, khách hàng sử dụng các dịch vụ online nhiều hơn, đặc biệt là khối học sinh nên dịch vụ này tăng trưởng trên 150% so với năm 2020. Đây cũng là tiền đề đáng ghi nhận đối với Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương trong việc phát triển các dịch vụ số phục vụ cho nhu cầu Chuyển đổi số của các đơn vị tổ chức trên địa bàn.



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

Nhận xét: Nhìn vào biểu đồ doanh thu dịch vụ GoV các năm 2019 – 2021 ta thấy, dịch vụ doanh thu năm 2020 bị giảm do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Tỷ lệ doanh thu giữa các năm như sau: Năm 2020/2019 = 86,91%, năm 2021/2020 = 122,55%.



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

Nhận xét: Tổng số thuê bao lần lượt tăng qua các năm. Tỷ lệ thuê bao giữa các năm như sau: Năm 2020/2019 = 105,63%, năm 2021/2020 = 102,06%. Tất cả doanh thu năm 2020 dịch vụ SoE tăng so với năm 2019 chỉ có doanh thu dịch vụ VNPT CA+ IVAN là giảm điều đó chứng tỏ doanh thu/thuê bao giảm, các thuê bao đã hạn chế dùng gói dịch vụ đắt tiền hơn, mà thay vào đó là sử dụng các gói rẻ tiền hơn do ảnh hưởng dịch covid – 19.

### ***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)***

Nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ số là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, cơ sở kinh doanh trên toàn tỉnh. Đặc thù của nhóm khách hàng này là sử dụng các dịch vụ liên quan đến quá trình quản lý doanh nghiệp, phần mềm kế toán tài chính hoặc các phần mềm hỗ trợ quản lý bán hàng ở quy mô nhỏ. Nhóm khách hàng này thường sẽ ít trung thành khi sử dụng dịch vụ và thay đổi theo giá thành hoặc đợt khuyến mãi của các đối thủ cạnh tranh nhưng lại là nhóm khách hàng đông nhất trên địa bàn tỉnh Hải Dương.

 **Các dịch vụ SME do Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cung cấp:**

Dịch vụ	Nội dung	Đối tượng sử dụng
<b>VNPT-Invoice</b>	Dịch vụ Hóa đơn điện tử là giải pháp hóa đơn điện tử của VNPT, đáp ứng đầy đủ các thông tư, nghị định và điều kiện pháp lý để thay thế hóa đơn giấy theo quy định hiện hành của Bộ Tài chính và Tổng Cục thuế. VNPT Invoice của VNPT đã rất quen thuộc trong thời gian vừa qua bởi tính pháp lý, khả năng thích ứng cao trong các hệ thống sẵn có của doanh nghiệp.	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>Ký số từ xa - VNPT SmartCA</b>	VNPT SmartCA là dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo mô hình ký số từ xa của VNPT, đáp ứng theo tiêu chuẩn an toàn bảo mật eIDAS của Châu Âu và các tiêu chuẩn của Bộ Thông tin và Truyền thông. VNPT SmartCA sẵn sàng tích hợp với các phần mềm, ứng dụng giúp khách hàng thực hiện các giao dịch ký số một cách an toàn, thuận tiện	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>Hệ thống khai báo BHXH qua mạng – VNPT Ivan</b>	Hệ thống khai báo BHXH qua mạng là công cụ giúp cho các Cơ quan quản lý nhà nước nâng cao chất lượng phục vụ công dân, tổ chức thông qua việc ứng dụng công nghệ thông tin để tiếp nhận, giải quyết hồ sơ thủ tục hành chính và công khai tình trạng giải quyết hồ sơ, đồng thời giúp cho TCDN tiết kiệm thời gian, hiệu quả hơn	Tổ chức – Doanh nghiệp
<b>Quản lý Nhà thuốc - VNPT Pharmacy</b>	VNPT Pharmacy là phần mềm cung cấp các chức năng quản lý một hoặc chuỗi các nhà thuốc, đại lý thuốc theo quy trình khép kín: từ quản lý nhà thuốc, nhân viên, danh mục thuốc, việc lập đơn hàng tới nhà cung cấp, nhập thuốc và bán thuốc cho khách hàng.	Doanh nghiệp – Hộ kinh doanh nhà thuốc
.....		

Dịch vụ số dành cho nhóm đối tượng khách hàng SME chiếm phần lớn doanh thu của các dịch vụ chuyển đổi số mà Trung tâm kinh doanh -VNPT Hải Dương đang cung cấp, cũng chính một phần các dịch này được ra đời sớm hơn, phổ biến hơn so với nhu cầu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hộ kinh doanh trên địa bàn tỉnh Hải Dương. Cụ thể:

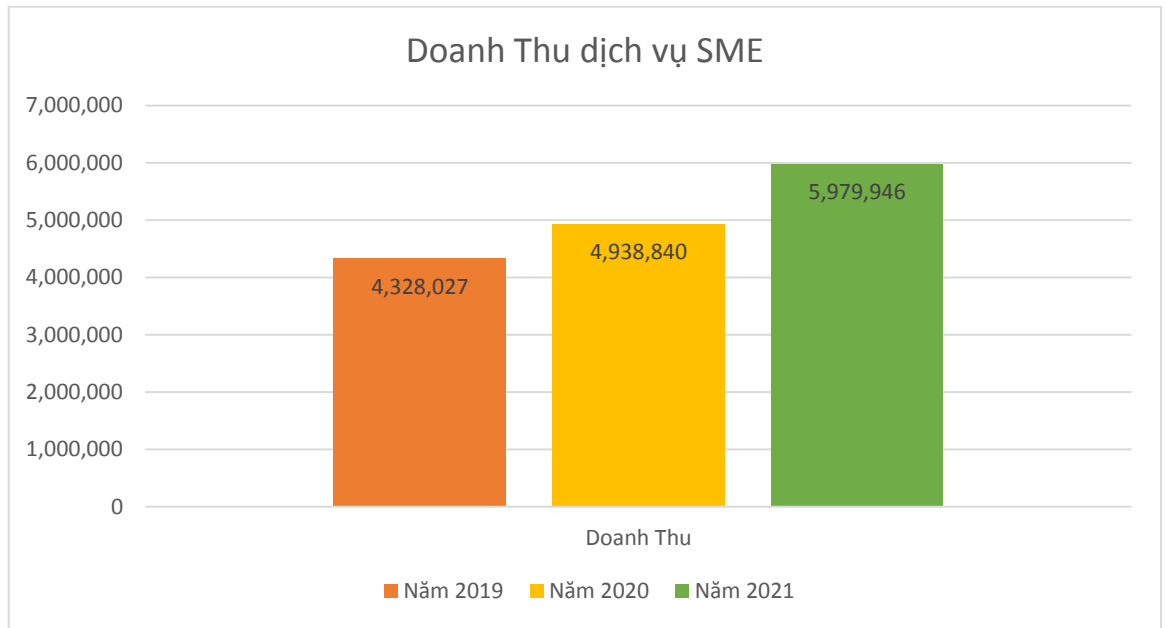
**Bảng 2.5. Kết quả kinh doanh dịch vụ SME của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương giai đoạn 2019 – 2021**

*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	
<b>Tổng cộng</b>	<b>4.328.027</b>	<b>2.188</b>	<b>4.938.840</b>	<b>2.142</b>	<b>5.979.946</b>	<b>3008</b>

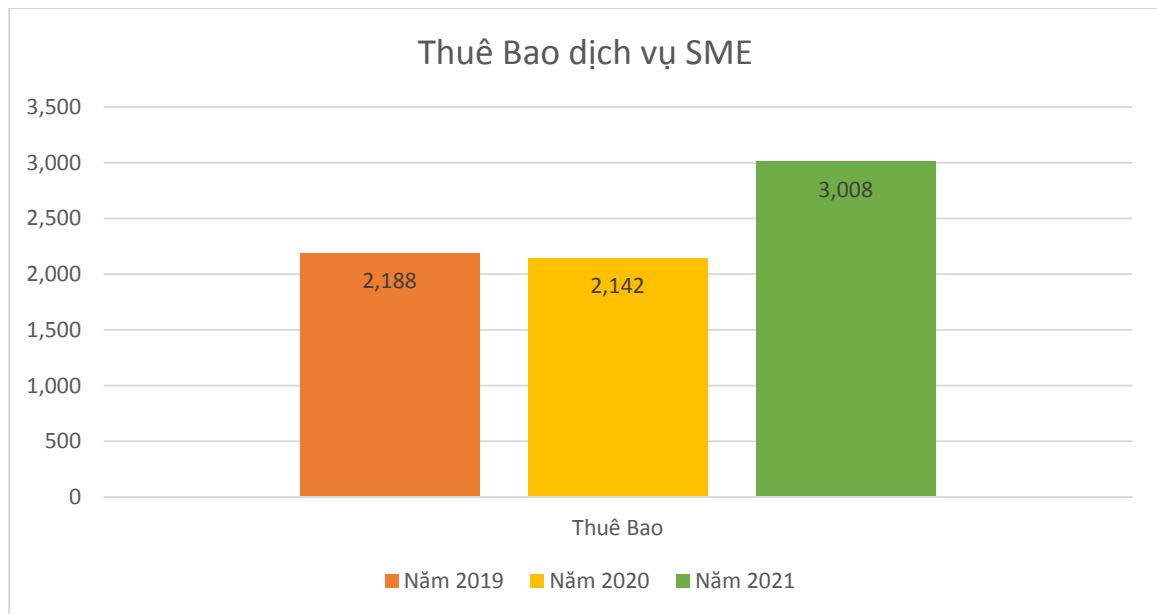
*(Nguồn: Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương)*

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**

Nhận xét: Nhìn vào biểu đồ doanh thu dịch vụ SME các năm 2019 – 2021 ta thấy doanh thu dịch vụ SME tăng dần theo các năm đây là tín hiệu đáng mừng cho dịch vụ SME của trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương. Tỷ lệ phần trăm giữa các năm như sau  $2020/2019 = 114,11\%$ , năm  $2021/2020 = 121,08\%$ .



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

Nhận xét: Nhìn vào biểu đồ và doanh thu giữa các năm ta có 1 số nhận xét như sau. Tổng số thuê bao năm 2020 so với năm 2019 đã giảm. Nhưng doanh thu năm 2020 lại tăng so với năm 2019 điều đó có nghĩa là các gói dịch vụ được dùng với cước phí cao hơn, đây là thành quả của bộ phận kinh doanh VNPT Hải Dương khi tư vấn khách

hàng sử dụng các gói cước.

## **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.

Công nghệ và cơ sở hạ tầng kỹ thuật: Với bề dày lịch sử thành lập, được sự kế thừa cơ sở hạ tầng và công nghệ của Tập đoàn VNPT Việt Nam nên Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương là đơn vị đi đầu trong lĩnh vực viễn thông tại địa phương.

Số lượng và chất lượng lao động: Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương nói chung và Phòng Khách hàng TCDN nói riêng có một đội ngũ cán bộ công nhân viên có trình độ học thức cao, được đào tạo bài bản và luôn được cập nhật những kiến thức về công nghệ mới trong lĩnh vực công nghệ thông tin và viễn thông.

Tiềm lực về tài chính: Là doanh nghiệp Nhà nước, sự kế thừa và hỗ trợ của Tập đoàn Viễn thông Việt Nam và hơn nữa là kết quả kinh doanh qua các năm ấn tượng nên tiềm lực về tài chính của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cũng khá mạnh so với các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường tỉnh Hải Dương.

Hoạt động Marketing:

*Sản phẩm (Product-P1)* Các sản phẩm chủ lực hiện nay của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương:

- *Các sản phẩm VT*: Di động Vinaphone, Cáp quang FiberVnn, điện thoại cố định, Truyền hình MYTV, Mytvnet, TSL, Kênh thuê riêng,...
- *Các sản phẩm CNTT*: IVAN (phần mềm quản lý BHXH), CA (chữ ký số), HIS (phần mềm quản lý bệnh viện), Vnedu (phần mềm quản lý giáo dục)...
- *Các giải pháp về VT-CNTT* cho các hộ gia đình và Doanh nghiệp

*Giá (Pricing-P2)*

Ngày nay, giá cả không phải là yếu tố cạnh tranh hàng đầu nhưng vẫn luôn được coi là yếu tố cạnh tranh quan trọng trong việc thu hút khách hàng đặc biệt là ở những thị trường mà thu nhập của dân cư còn thấp. Trong việc phát triển sản phẩm mới doanh

nghiệp phải có chính sách giá thích hợp để tạo cho sản phẩm có chỗ đứng vững chắc trên thị trường. Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương xác định giá cho các sản phẩm như sau:

- Giá theo đơn giá dịch vụ (theo ngày, tháng, năm)
- Đóng gói sản phẩm (combo) tích hợp đa dịch vụ
- Gói giải pháp

*Phân phối (Placement-P3)*

Nội dung cơ bản của chính sách phân phối là thiết kế và quản lý mạng lưới bán hàng trong quá trình đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng. Mạng lưới bán hàng đó là tập hợp các kênh với sự tham gia của các chủ thể khác nhau có sức mạnh và uy tín khác nhau để đưa hàng hóa từ doanh nghiệp sản xuất đến các khách hàng một cách thuận lợi và nhanh nhất. Việc thiết kế và quản lý các kênh bán hàng hóa của doanh nghiệp phải bảo đảm các yêu cầu cơ bản sau đây:

- Phù hợp với tính chất của sản phẩm.
- Tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng trong việc tiếp cận và tìm mua sản phẩm một cách dễ dàng.
- Xem xét kênh phân phối của đối thủ cạnh tranh.
- Các kênh phân phối cần đảm bảo tăng doanh số bán của công ty và thiết lập mối quan hệ bền vững với các trung gian.

Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương hiện chọn 2 kênh phân phối là trực tiếp (không qua trung gian) và gián tiếp (qua các đại lý trung gian).

Về hình thức phân phối, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương dùng các hình thức phân phối sau:

*Phân phối đặc quyền:* Hình thức này chỉ áp dụng cho sản phẩm dịch vụ VinaPhone hay còn gọi là Đại lý “Ủy Quyền” trong cơ cấu kênh phân phối của VNPT thì Đại lý bán sim thẻ phải có đầy đủ các tiêu chí để đáp ứng các nội dung công việc để bán sản phẩm Vinaphone ra thị trường. Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương luôn lựa chọn những Đại lý có đầy đủ tiêu chí cũng như độ phủ của kênh này. VD: Bình quân 2 ĐLUQ/ Phường, xã hoặc theo tiêu chí 1000 hộ dân, Điểm, tùy theo đặc thù vùng miền mà đề ra những quy định cho phù hợp, đối với kênh này VNPT xác định đó là chân rết của mình, xong để điều tiết và kiểm soát bắt buộc VNPT phải có cơ chế đủ mạnh nhằm



cân bằng lợi ích của ĐLUQ và VNPT.

*Phân phối có chọn lọc:* Là phương thức trong đó số doanh nghiệp sản xuất nhiều hơn số nhà phân phối và doanh nghiệp sản xuất không tốn nhiều chi phí để kiểm soát các địa điểm bán hàng. Hiện nay Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương đã ký kết với các đối tác có đủ năng lực để kết hợp bán các sản phẩm dịch vụ. VD: Hệ thống siêu thị điện máy Chợ Lớn, Thế giới di động, điện máy Trần Anh.

*Phân phối rộng rãi:* Kênh bán hàng online trên các trang mạng xã hội, kênh CTV...Doanh nghiệp sẽ tìm nhiều địa điểm bán hàng tạo thuận lợi cho khách hàng tìm kiếm sản phẩm nhưng sẽ mất khả năng kiểm soát hệ thống bán hàng.

*Kênh CBCNV trực tiếp bán hàng đến tận tay người tiêu dùng:* Đây là mục tiêu của VNPT nhằm xây dựng đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp, không chỉ đem sản phẩm có sẵn của VNPT mà còn đưa ra các giải pháp tối ưu cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ của VNPT.

#### *Xúc tiến bán hàng (Promotion)*

Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương sử dụng đồng thời cả 4 hoạt động:

- Quảng cáo: Trên Đài PTTH Hải Dương, báo, bảng, biển, website,...
- Khuyến mại: Quà tặng, giảm giá,...
- Bán hàng trực tiếp thông qua đội ngũ nhân viên và đại lý trung gian.
- Marketing trực tiếp, PR: dùng thư, tin nhắn gửi thông tin tới khách hàng.

#### *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.

**Địa bàn kinh doanh:** Với đặc thù về vị trí địa lý của tỉnh Hải Dương, rất thuận lợi cho việc phát triển kinh tế xã hội. Hải Dương có vị trí quan trọng trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ. Nằm trên hành lang kinh tế Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, kề sát vành đai kinh tế ven biển vịnh Bắc Bộ, TP Hải Dương có lợi thế lớn trong giao lưu, trao đổi thương mại với Thủ đô Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh và các địa phương trong vùng đồng bằng Bắc Bộ ... Hải Dương có tiềm năng lớn về sản xuất vật

liệu xây dựng, như đá vôi với trữ lượng khoảng 200 triệu tấn, đất sét để sản xuất vật liệu chịu lửa với trữ lượng khoảng 8 triệu tấn, cao lanh - nguyên liệu chính để sản xuất gốm sứ với trữ lượng khoảng 400.000 tấn, quặng bô - xít dùng để sản xuất đá mài và bột mài công nghiệp với trữ lượng khoảng 200.000 tấn. Những nguồn tài nguyên này chủ yếu tập trung trên địa bàn huyện Chí Linh và Kinh Môn.

Về chính sách đẩy mạnh cải cách hành chính, Hải Dương cũng rất quan tâm đến lĩnh vực này, nhằm tạo thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển một cách bền vững, Lãnh đạo tỉnh Hải Dương quyết liệt chỉ đạo trong triển khai nhiệm vụ trong tâm này.

Nhiệm vụ trọng tâm của Hải Dương năm 2019 là xây dựng chính quyền điện tử, trong đó giai đoạn 1 là đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin tại các cơ quan đơn vị trên địa bàn thành phố, đặc biệt năm 2019 UBND tỉnh Hải Dương đã ký kết với một số đối tác của nước ngoài về xây dựng TP thông minh, trong đó có cơ sở hạ tầng...

#### ***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.

Đặc biệt, nếu như trước đây, muốn mua các sản phẩm, dịch vụ phục vụ quá trình chuyển đổi số, các doanh nghiệp SME thường phải lựa chọn từ nhiều nhà cung cấp khác nhau, mất thời gian, tốn kém chi phí tìm kiếm sản phẩm, dịch vụ phù hợp với quy mô của doanh nghiệp. Với OneSME, tất cả những khó khăn đó trở nên dễ dàng hơn.

Các SME sẽ chủ động tìm kiếm, lựa chọn các dịch vụ, giải pháp số và tính toán chi phí phù hợp cũng như yêu cầu đóng gói thành chuỗi cung ứng tương thích với nhu cầu riêng biệt của doanh nghiệp mình. Điều này không chỉ giúp các SME tháo gỡ nút thắt về chuyển đổi số đang rất bức thiết hiện nay mà còn tạo điều kiện cho SME xây dựng kế hoạch lộ trình với các chương trình chuyển đổi số tương ứng cho từng lĩnh vực, từng giai đoạn phát triển của doanh nghiệp mình. Lẽ tất nhiên, đó là cả quá trình từ việc nghiêm túc triển khai từ đầu tư hạ tầng công nghệ, con người cho đến việc điều chỉnh mô hình, quy trình hoạt động sao cho phù hợp phát triển trong nền kinh tế số.

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

Trên địa bàn Hải Dương, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương, Viettel là đơn vị cung cấp dịch vụ số cho khối khách hàng TCDN đầu tiên, lúc đó thị phần dịch vụ số 100% là của các đơn vị này tuy nhiên số lượng thuê bao rất ít, sau đó có thêm FPT, Misa, NewCA, BKAV có thêm FPT Telecom cung cấp dịch vụ, một số đơn vị trên Hà Nội nên không có Chi nhánh tại Hải Dương.

Mức độ tăng trưởng về thị phần của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương tăng, trong khi đó tốc độ tăng trưởng thị phần của các đối thủ có xu hướng tăng lên (FPT Hải Dương). Do lượng thuê bao dịch vụ số những năm 2019 không nhiều nên vì thế sự cạnh tranh càng ngày càng căng thẳng hơn, vừa phải giành thuê bao mới, vừa phải thuyết phục khách hàng của đối thủ chuyển sang sử dụng dịch vụ số của Trung tâm kinh doanh VNPT 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**

<b>Chính sách sản phẩm dịch vụ</b>	<b>Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương</b>	<b>FPT Hải Dương</b>	<b>Viettel Hải Dương</b>
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)

*- Viettel Hải Dương*

Nội dung khá phong phú cung cấp đủ các dịch vụ số như chữ ký số, phần mềm kế toán....(Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương). Đội ngũ nhân viên không nhiều. Cơ sở hạ tầng mạng lưới rộng nhưng hệ thống mạng lưới chưa đáp ứng tốt đường truyền tín hiệu... dẫn đến hay rớt tín hiệu, tốc độ chậm, thời gian lắp đặt chưa nhanh, thái độ phục vụ khách hàng tương đối ổn.

*- FPT Hải Dương*

+ Chưa có nhiều sản phẩm dịch vụ gia tăng.

+ Cơ sở hạ tầng hạn chế, tuy nhiên FPT Hải Dương lại đáp ứng đường truyền rất ổn định nhất là đối với những thuê bao dung lượng lớn, truy cập các sever nước ngoài tốt nhất so với các đơn vị kinh doanh dịch vụ cùng ngành.

*- Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương:* Chất lượng dịch vụ và dịch vụ gia tăng so với các đối thủ FPT Hải Dương và Viettel Hải Dương thì VNPT Hải Dương chiếm ưu thế hơn cả. Như vậy, sản phẩm dịch vụ số thì các đối thủ khác vẫn còn thiếu đa dạng. Qua đó, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương đã mạnh hơn nhiều về nội dung dịch vụ số, đa dạng hơn về nội dung dịch vụ, cần cải tiến hơn vào khâu đầu tư cơ sở vật chất và hoàn thiện công nghệ, phát triển các dịch vụ mới đi kèm với giảm thời gian lắp đặt, hỗ trợ sửa chữa, hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng.

Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương cần đầu tư hơn nữa vào Marketing online thông qua các kênh như Facebook, Zalo ... để được nhiều khách hàng biết đến hơn.

### ***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%).

Ngành NLTS năm 2018 tăng trưởng cao (+5,9%) nên đóng góp làm tăng GRDP 0,7 điểm%; tuy nhiên năm 2019 ước giảm 3,1% đã kéo "lùi" tăng trưởng của tỉnh xuống 0,3 điểm%. Đây là nguyên nhân chính làm cho GRDP của tỉnh tăng thấp hơn năm trước 0,7 điểm% (NLTS làm giảm 1 điểm%); nguyên nhân do giá trị, sản lượng cây lúa, cây vải giảm, chăn nuôi bị ảnh hưởng của dịch tả lợn châu Phi.

Ngành công nghiệp, xây dựng của tỉnh vẫn duy trì mức tăng trưởng cao, trong đó, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục khẳng định là điểm sáng, động lực chính của tăng trưởng kinh tế với mức tăng cao 13,5%, đó là nhờ sự đóng góp chủ lực của các ngành sản xuất sản phẩm điện tử; ngành sản xuất trang phục; ngành sản xuất bê tông và các sản phẩm từ xi măng... Ngành xây dựng vẫn duy trì mức tăng trưởng cao, tốc độ tăng 10,1%, đóng góp 0,6 điểm phần trăm vào mức tăng trưởng chung.

*Về thu hút đầu tư trong nước*, năm 2019, đã chấp thuận đầu tư cho 192 dự án trong nước ngoài khu công nghiệp (gồm: 128 dự án mới và 64 dự án điều chỉnh), tổng số vốn đầu tư thu hút khoảng 10.764,6 tỷ đồng, thu hồi 23 dự án. Năm 2018, trong đó cấp mới cho 65 dự án với số vốn đăng ký 461,1 triệu USD; điều chỉnh tăng vốn đầu tư cho 30 lượt dự án với số vốn tăng thêm 362,2 triệu USD. Tổng vốn đầu tư thực hiện ước đạt 700 triệu USD. Trên địa bàn tỉnh Hải Dương hiện có 451 dự án đầu tư nước ngoài, với tổng vốn 8.382,4 triệu USD.

Năm 2019, quy mô kinh tế Hải Dương đứng thứ 5 trong khu vực các tỉnh trọng điểm kinh tế Bắc bộ, đứng thứ 11 trong cả nước, thu nhập bình quân đầu người đứng thứ 19 và thu ngân sách Nhà nước đạt 20.024 tỷ đồng - là một trong 16 tỉnh, thành tự cân đối thu chi ngân sách từ năm 2017.

Năm 2021, Hải Dương là đơn vị hành chính Việt Nam đông thứ 8 về số dân với 1.936.774 người, tốc độ tăng trưởng GRDP đạt 8,5%. GRDP đạt 149.700 tỉ đồng (tương ứng với 6,480 tỉ USD), GRDP bình quân đầu người đạt 77 triệu đồng (tương ứng với 3.347 USD).

## 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 tuổi chiến 34%, nhóm sử dụng ít nhất là nhóm có quy mô trên 100 nhân viên.

**Bảng 2.7. Thông tin chung về khách hàng điều tra**

Tiêu chí	Số lượng mẫu (người)	Tỷ lệ (%)
<b>1. Nhóm khách hàng</b>	<b>150</b>	
SME	83	55,33
SOE và GOV	67	44,67
<b>2. Quy mô doanh nghiệp</b>	<b>150</b>	
Dưới 10 nhân sự	37	24,67
Từ 10 – 50 nhân sự	43	28,67
Từ 50 – 100 nhân sự	51	34,00
Trên 100 nhân sự	19	12,67
<b>5. Thời gian sử dụng</b>	<b>150</b>	
Trên 3 năm	36	24,00
2 năm - 3 năm	32	21,33
1 năm - 2 năm	35	23,33
Dưới 1 năm	47	31,34

*Nguồn: Số liệu thu thập từ điều tra khảo sát và xử lý của tác giả*

- Tỷ lệ theo thời gian sử dụng dịch vụ. Khách hàng sử dụng dịch vụ chuyển đổi số của VNPT trên 3 năm chiếm 24% tổng mẫu nghiên cứu, thời gian khách hàng sử dụng dưới 1 năm chiếm tỉ lệ lớn nhất với 31,34%, đây là những người khá hiểu và cảm nhận rõ chất lượng dịch vụ cũng như mọi vấn đề liên quan, sẽ là điều kiện tốt nhất khi họ đưa ra kết quả nghiên cứu.

- Các kênh thông tin mà khách hàng tiếp cận dịch vụ chuyển đổi số của VNPT Hải Dương. Trong tổng số mẫu nghiên cứu, thì có đến 34% khách hàng biết được chuyển đổi số của VNPT qua quảng cáo pano – tờ rơi, chứng tỏ đây là kênh thông tin có tác động tích cực nhất. Bên cạnh đó, số khách hàng biết được thông tin qua nhân viên công ty cũng tương đối lớn, chiếm 32% tổng cỡ mẫu nghiên cứu. Kênh phương tiện truyền thông là kênh kém hiệu quả nhất chỉ chiếm 10%, hơn nữa đây là kênh có chi phí lớn nhất, nên doanh nghiệp đã hạn chế áp dụng.

*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%.

**Bảng 2.8. Bảng đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ số**

CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ	Giá trị TB	Tần suất (%)				
		1	2	3	4	5
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ						
1. Thủ tục hòa mạng các gói dịch vụ số của VNPT Hải Dương nhanh chóng, thuận tiện	4,0	12,0	1,3	12,0	21,3	53,3
2. Chất lượng các dịch vụ số luôn ổn định.	3,5	17,3	8,0	5,3	45,3	24,0

3. Nhà mạng cung cấp dịch vụ chuyển đổi số đúng như thỏa thuận trong hợp đồng.	3,2	13,3	25,3	0,0	46,7	14,7
4. Khách hàng thường xuyên nhận được các thông báo về gói dịch vụ mà khách hàng đang sử dụng.	3,5	8,0	5,3	23,3	56,7	6,7
5. Cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng đa kênh (tin nhắn, gọi, internet, ngân hàng...), tri ân khách hàng, chăm sóc khách hàng VIP.	4,1	12,0	1,3	6,0	23,3	57,3

*Nguồn: Số liệu thu thập từ điều tra khảo sát và xử lý của tác giả*

*Chính sách giá – dịch vụ gia tăng kèm theo:* Chính sách giá cả của VNPT Hải Dương được đánh giá có nhiều gói, nhiều giá cước cho khách hàng lựa chọn, giá đưa ra hợp lý. Với tỷ trọng trung bình chiếm 67%. Bên cạnh đó, một phần khách hàng đánh giá là giá cả của VNPT vẫn còn cao hơn các đối thủ cạnh tranh khác chiếm tới 16%.



**Bảng 2.9. Bảng đánh giá của khách hàng về giá – giá trị gia tăng**

CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ	Giá trị TB	Tần suất (%)				
		1	2	3	4	5
GIÁ						
1. Dịch vụ số có nhiều gói khác nhau cho khách hàng lựa chọn.	3,4	5,3	8,0	30,0	52,0	4,7
2. Giá các gói cước của dịch vụ số VNPT Hải Dương rẻ hơn so với các đối thủ.	3,6	16,0	6,0	0,0	59,3	18,7
3. VNPT thông báo cụ thể về mức giá của từng gói cước của dịch vụ chuyển đổi số.	3,8	0,0	8,0	24,0	44,0	24,0
4. Cung cấp định mức giá cước thuê bao hàng tháng hợp lý.	3,5	8,0	5,3	23,3	54,7	8,7
DỊCH VỤ GIÁ TRỊ GIA TĂNG						
1. Nhiều loại hình dịch vụ giá trị gia tăng.	4,0	8,0	7,3	2,7	39,3	42,7
2. Mức giá của dịch vụ gia tăng hợp lý.	3,2	22,7	10,0	5,3	44,0	18,0
3. Luôn thuận tiện sử dụng dịch vụ giá trị gia tăng do công ty cung cấp.	3,8	0,0	8,0	22,7	52,0	17,3
4. Dịch vụ giá trị gia tăng luôn cập nhập đến khách hàng một cách nhanh nhất.	3,7	8,0	8,7	3,3	60,7	19,3

*Nguồn: Số liệu thu thập từ điều tra khảo sát và xử lý của tác giả*

- *Đội ngũ nhân viên và hệ thống kênh phân:* Đội ngũ nhân viên và hệ thống kênh phân phối được khách hàng tốt. Nhân viên thái độ nhiệt tình, thân thiện, có chuyên môn, giải quyết các vướng mắc kịp thời và hiệu quả. Hệ thống kênh phân phối trải dài khắp toàn tỉnh, huyện thị. Tỷ lệ khách hàng hài lòng và rất hài lòng chiếm tới 68%-70%.

**Bảng 2.10. Bảng đánh giá của khách hàng về cán bộ nhân viên – kênh phân phối**

<b>CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ</b>	<b>Giá trị</b>	<b>Tần suất (%)</b>				
	<b>TB</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ĐỘI NGŨ NHÂN VIÊN</b>						
1. Khi khách hàng có thắc mắc, khiếu nại được giải quyết nhanh chóng, kịp thời.	3,3	22,7	10,0	0,0	49,3	18,0
2. Khách hàng được nhân viên tổng đài hướng dẫn dễ hiểu.	4,0	5,3	0,0	18,7	45,3	30,7
3. Nhân viên có thái độ thân thiện, lịch sự, vui vẻ khi tiếp xúc với khách hàng.	3,5	8,0	5,3	23,3	54,7	8,7
4. Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn.	4,0	12,0	1,3	12,0	21,3	53,3
5. Khả năng xử lý các nghiệp vụ một cách nhanh chóng, chính xác.	3,5	17,3	8,0	5,3	45,3	24,0
<b>HỆ THỐNG PHÂN PHỐI</b>						
1. Hệ thống đại lý đặt tại các điểm phù hợp với nhu cầu của khách hàng.	4,0	8,0	7,3	2,7	39,3	42,7
2. Đội ngũ nhân viên bán hàng chủ động, tích cực.	3,3	16,7	10,0	20,7	34,0	18,7
3. Đội ngũ cộng tác viên rộng khắp, trải dài trên hầu hết các khu vực.	3,5	14,0	6,7	16,0	46,7	16,7

*Nguồn: Số liệu thu thập từ điều tra khảo sát và xử lý của tác giả*

**Bảng 2.11. Bảng đánh giá của khách hàng về cơ sở hạ tầng, thương hiệu, sức cạnh tranh của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương**

CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ	Giá trị TB	Tần suất (%)				
		1	2	3	4	5
CƠ SỞ HẠ TẦNG, MẠNG LƯỚI PHÁT SÓNG, CÔNG NGHỆ						
1. Hạ tầng dịch vụ số có nhiều trạm phát sóng.	4,0	5,3	0,0	18,7	45,3	30,7
2. Các trạm phát sóng được bố trí hợp lý theo địa bàn.	2,7	24,0	5,3	52,0	18,7	0,0
3. Công nghệ kỹ thuật của dịch vụ số đã đáp ứng được nhu cầu.	3,2	13,3	25,3	0,0	46,7	14,7
4. VNPT Hải Dương là đơn vị lớn mạnh.	4,1	6,7	0,0	0,0	65,3	28,0
UY TÍN THƯƠNG HIỆU						
1. Công ty luôn có những cải tiến mới về cơ sở kỹ thuật.	3,5	8,0	5,3	23,3	54,7	8,7
2. Trụ sở, trang thiết bị hiện đại.	4,0	12,0	1,3	12,0	21,3	53,3
3. Trang thiết bị của VNPT cung cấp hoạt động tốt, lâu dài.	3,5	17,3	8,0	5,3	45,3	24,0
4. VNPT là một thương hiệu có truyền thống, được nhiều người biết đến	3,6	16,0	6,0	0,0	59,3	18,7
5. Khẩu hiệu, slogan dễ nhớ trong tâm trí khách hàng.	3,3	16,7	10,0	20,7	34,0	18,7
ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT HẢI DƯƠNG						
1. Năng lực cạnh tranh của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương tốt hơn so với các đối thủ.	3,5	8,0	5,3	23,3	56,7	6,7
2. Anh/ Chị có sẽ giới thiệu cho người thân, bạn bè sử dụng dịch vụ chuyển đổi số của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương?	4,1	12,0	1,3	6,0	23,3	57,3
3. Anh/chị sẽ tiếp tục sử dụng các dịch vụ số của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương?	4,4	3,3	0,0	0,0	44,7	52,0

*Nguồn: Số liệu thu thập từ điều tra khảo sát và xử lý của tác giả*

- Về hạ tầng, mạng lưới phát sóng, công nghệ, thương hiệu: Cơ sở hạ tầng, mạng lưới của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương được đánh giá là trải rộng khắp trên

toàn địa bàn tỉnh, các trạm được bố trí hợp lý, công nghệ kỹ thuật đáp ứng được nhu cầu thị hiếu khách hàng, được mọi người công nhận là đơn vị lớn mạnh. Với tỷ lệ trung bình đa số khách hàng hài lòng và rất hài lòng chiếm tới 62%. Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh của dịch vụ số Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương được khách hàng đánh giá là mạnh hơn các đối thủ, được nhiều người tin dùng, và cam kết sử dụng lâu dài. Tỷ lệ khách hàng hài lòng và rất hài lòng chiếm tới 80% khi đã sử dụng.

Uy tín thương hiệu của Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương được mọi người nhận diện tốt, đa phần đều nắm rõ là một thương hiệu có truyền thống từ trước đến nay, chiếm tỷ trọng được mọi người biết đến lên tới 68%.

## **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
- Do Covid nên việc ứng dụng CDS trong chính quyền, doanh nghiệp là nhu cầu cấp thiết
- Một số SPDV mới của VNPT ra đời để giúp đem lại doanh thu mới trong 2022 (SmartCA, dịch vụ truyền nhận HĐĐT, ...)

Với vai trò là đối tác chiến lược của tỉnh Hải Dương, giai đoạn 2017- 2021, bằng nguồn lực và thế mạnh công nghệ, VNPT đã tích cực hỗ trợ tỉnh xây dựng một nền tảng hạ tầng số mạnh, hệ sinh thái số phong phú đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế xã hội, triển khai Chính quyền điện tử.

Hạ tầng CNTT được VNPT đầu tư bài bản, hiện tại 100% các sở, ban, ngành, UBND cấp huyện và cấp xã đã xây dựng mạng nội bộ (LAN) kết nối các phòng ban, đơn vị; tỷ lệ máy tính/cán bộ, công chức đạt 100%. Mạng truyền số liệu chuyên dùng của tỉnh được triển khai sử dụng chính thức trong hoạt động của các cơ quan Đảng và

đã được kết nối đến tất cả các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố và UBND các xã, phường, thị trấn để phục vụ cho Hệ thống Hội nghị truyền hình trực tuyến từ tỉnh đến xã và kết nối với Trung ương.

Đến hết năm 2021, phần mềm “một cửa” điện tử và dịch vụ công trực tuyến từ tỉnh đến 12 huyện thị xã, thành phố và 235 xã, phường, thị trấn trên toàn tỉnh Hải Dương; xây dựng hệ thống mail công vụ cho tỉnh; kết nối phần mềm quản lý văn bản vào trực nền tảng trao đổi dữ liệu Quốc Gia (VDXP) và Cổng dịch vụ công quốc gia với Cổng dịch vụ công của tỉnh. Hiện nay, Cổng Dịch vụ công và hệ thống thông tin một cửa điện tử tỉnh Hải Dương cung cấp 1.956 bộ thủ tục hành chính, trong đó dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 là 613, đạt 31.3%; dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 là 1199, đạt 61.3%; số lượng hồ sơ của người dân là hơn 700.000 HS/1 năm. Hệ thống đã kết nối đồng bộ với cổng dịch vụ công quốc gia, nền tảng thanh toán quốc gia (Payment Platform), kết nối đồng bộ với trực LGSP của tỉnh để từ đó kết nối với các hệ thống của các Bộ, Ngành phục vụ việc chia sẻ dữ liệu một cách đồng bộ thống nhất.

Hệ sinh thái sản phẩm giải pháp số của VNPT cũng đã được đưa vào phục vụ hoạt động của các ngành/lĩnh vực của Tỉnh Hải Dương. VNPT CA dịch vụ chữ ký số, VNPT Check, Quản lý lưu trú trực tuyến, Dịch vụ hóa đơn điện tử, SMS Brandname, Dịch vụ Website, Domain cũng đã được phát triển mạnh mẽ trên địa bàn tỉnh.

Mặc dù chuyển đổi số cho đối tượng khách hàng TCDN là những dịch vụ mới ra được triển khai, yêu cầu người lao động phải thường xuyên nâng cao tay nghề, cập nhật công nghệ,.. nhưng Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương đã luôn chủ động trong công tác triển khai các dịch vụ chuyển đổi số theo chủ trương của Tỉnh, của Nhà nước theo đúng tiến độ yêu cầu.

### **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.

Việc nắm bắt, tiếp cận nguồn ngân sách các cấp, các thủ tục, quy trình triển khai dự án khối GOV còn hạn chế, đặc biệt là đội ngũ Giám đốc TTVT và Giám đốc PBH tại các địa bàn.

Công tác số hóa, chuẩn hóa cơ sở dữ liệu khách hàng TCDN còn nhiều bất cập, thông tin không chính xác, chưa đầy đủ, việc ghép mã còn thấp làm việc thống kê, phân tích dữ liệu gặp nhiều khó khăn.

Chưa có quy trình phối hợp cung cấp và triển khai dịch vụ CNTT đến địa bàn cấp 2,3.

### **2.6.3. Nguyên nhân tồn tại:**

- Chưa xây dựng được kênh bán ngoài do dịch vụ số là dịch vụ đặc thù nên cần phải có sự hiểu biết rất sâu mới tư vấn cho khách hàng sử dụng được mà thực tế kênh ngoài thường là những đại lý bán máy tính, máy in, camera mới hay tiếp xúc đến đối tượng KHDN nhưng do không phải là công việc chính của họ nên họ không giới thiệu được nhiều khách hàng. Đôi khi họ chỉ tiện bán hàng của họ rồi mời thêm khách hàng sử dụng dịch vụ của VNPT như lắp mạng hay mua chữ ký số, ...

- Năm 2020 chưa xây dựng được kênh bán hàng nội bộ ( như nhân viên kỹ thuật, nhân viên kinh doanh) do lúc đầu họ chưa được đào tạo bài bản do họ chỉ làm chuyên sâu về kỹ thuật hay bán những dịch vụ của khối khách hàng cá nhân nên chưa đáp ứng được nhu cầu thực tiễn đặc biệt là những kỹ năng tiếp xúc tiếp cận khách hàng và CSKH đối với đối tượng khách hàng tổ chức doanh nghiệp vì đối tượng khách hàng DN đòi hỏi thực sự người bán hàng phải có sự hiểu biết sâu về dịch vụ, phải được đào tạo bài bản chuyên nghiệp mới đáp ứng được công việc tiếp xúc và bán hàng cho đối tượng này.

## **Kết 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.

Sắp tới, Hải Dương tiếp tục chú trọng triển khai Kế hoạch chỉnh trang, bó gọn cáp viễn thông treo trên cột điện lực. Giai đoạn 2020 - 2025, toàn tỉnh đã bó gọn được 37 tuyến cáp viễn thông treo dài 224,91 km, nhằm đảm bảo mỹ quan, đô thị, đảm bảo an toàn cho người dân khi tham gia giao thông. Theo Kế hoạch, Hải Dương tiếp tục triển khai hạ tầng ngầm cáp viễn thông trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2021 - 2025. Đồng thời tiếp tục phê duyệt Quy hoạch hạ tầng kỹ thuật viễn thông thụ động cho các doanh nghiệp,

để định hướng cho các doanh nghiệp viễn thông đầu tư hạ tầng, phát triển các dịch vụ cao, có chất lượng trong thời gian tới.

### **Tăng dư địa cho phát triển**

Tuy nhiên, sự phát triển của viễn thông Việt Nam vẫn còn nhiều khó khăn và hạn chế. Theo Bộ TT và TT, vướng mắc lớn là khung pháp lý điều chỉnh toàn bộ hoạt động của lĩnh vực viễn thông như vấn đề về đấu giá kho số, quản lý giá cước hay các dịch vụ... chưa hoàn chỉnh và tạo linh hoạt cho DN trong kinh doanh. Thậm chí, nhiều quy định đã lạc hậu, đã và đang trở thành điểm nghẽn, cản trở sự phát triển của viễn thông. Thêm vào đó, việc thực thi pháp luật của các đối tượng quản lý chưa nghiêm túc, luôn tìm kẽ hở để kinh doanh trục lợi. Đáng ngại hơn, thị trường viễn thông đã gần như bão hòa, khó phát triển thuê bao mới, trong khi doanh thu từ các dịch vụ truyền thống như thoại và tin nhắn vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu của các nhà mạng (gần 77%); doanh thu từ dịch vụ dữ liệu mới đạt hơn 23% (trung bình của thế giới là hơn 43%).

Theo thông tin từ Tập đoàn VNPT: Năm 2021 tiếp tục chứng kiến sự suy giảm doanh thu từ các dịch vụ viễn thông truyền thống. Cụ thể với VNPT, dịch vụ thoại giảm 18% trong năm 2021, trong khi dịch vụ dữ liệu dù tăng gấp ba lần, nhưng doanh thu lại không tăng tương ứng, nghĩa là chưa bù đắp được phần giảm của các dịch vụ truyền thống. Thị trường bão hòa cũng khiến cạnh tranh quá mức, và hệ lụy là gây ra nhiều vấn đề như SIM rác, tin nhắn rác, cuộc gọi rác ... rồi đến quảng cáo và lừa đảo qua di động, làm ảnh hưởng trật tự xã hội, quyền lợi của người dân cũng như an toàn thông tin.

Để tạo thêm dư địa cho các DN viễn thông phát triển, Thứ trưởng TT và TT Phạm Hồng Hải cho biết, Bộ sẽ tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý nhằm mở rộng không gian hoạt động cho các DN viễn thông để phát triển các dịch vụ mới như thanh toán không dùng tiền mặt, hạ tầng số,... Bên cạnh đó, nghiên cứu đề xuất các cơ chế chính sách để huy động, chuyển nguồn lực sang khai phá các thị trường mới, không gian mới; thúc đẩy chuyển đổi hạ tầng viễn thông thành ICT, hạ tầng 4.0; chuyển hướng sang tự chủ nghiên cứu, chế tạo, sản xuất các sản phẩm và làm chủ các công nghệ nền tảng của chuyển đổi số. Về phía các DN, nhiều chuyên gia kiến nghị cần chủ động tiến tới làm chủ công nghệ và sản xuất thiết bị hạ tầng ICT. Một điểm quan trọng là các DN nên phát triển mô hình sử dụng chung cơ sở hạ tầng, "đi cùng nhau để thoát khỏi gánh nặng", nhờ đó đi được nhanh hơn để tiến cùng thế giới trong việc triển khai các công nghệ mới.



### ***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.

Kết hợp với chương trình ra quân bán hàng và chăm sóc khách hàng, VNPT HD và TTKD VNPT – Hải Dương cũng đã tổ chức đợt thi đua bán hàng trong thời gian Lễ ra quân với dự kiến kế hoạch cho chương trình: phát triển 300 gói gia đình văn phòng; 300 thuê bao chuyển từ mạng khác sang sử dụng mạng Vinaphone; phát triển mới 800 thuê bao Fiber, 450 thuê bao MyTV; hoàn thành 300 thuê bao di động trả sau PTM có đăng ký gói tích hợp; phát triển gần 200 chữ ký số, 85 khách hàng dịch vụ Hóa đơn điện tử, 36 gói phần mềm BHXH.

Về định hướng phát triển đến năm 2025, đồng chí Bí thư Đảng ủy, Trưởng đại diện VNPT trên địa bàn Hải Dương, Giám đốc VNPT HD cho biết, bên cạnh nhiệm vụ nâng cao năng lực lãnh đạo và sức chiến đấu của Đảng; phát huy dân chủ, đoàn kết; Đảng bộ VNPT HD tiếp tục khẳng định vai trò là đơn vị chủ lực về cung cấp các dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin, hạ tầng số, dịch vụ số góp phần xây dựng chính quyền số, đô thị thông minh. Cùng với đó, để phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và nhu cầu ngày càng cao của người dân, Đảng bộ VNPT HD tiếp tục đẩy mạnh phát triển hạ tầng mạng viễn thông - công nghệ thông tin hiện đại, đồng bộ và nâng cao chất lượng phục vụ, cung cấp trải nghiệm khách hàng.

Để thực hiện các nhiệm vụ này, Đảng bộ VNPT HD đã đề ra 3 khâu đột phá. Thứ nhất, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực quản trị, nguồn cán bộ chủ chốt, nguồn nhân lực về công nghệ thông tin, trọng dụng nhân tài thông qua việc quy hoạch, đào tạo, luân chuyển, bổ nhiệm, đãi ngộ cán bộ có năng lực, cán bộ trẻ. Thứ hai, hoàn thiện cơ chế, chính sách, mô hình quản trị để giải phóng nguồn lực của hệ thống tạo động lực tăng trưởng. Thứ ba là tiếp tục xây dựng, hoàn thiện kết cấu hạ tầng,

trọng tâm là hạ tầng viễn thông, hạ tầng công nghệ thông tin, hạ tầng số để nâng cao chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh.

Với nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, cùng với việc xây dựng nguồn nhân lực phát triển dịch vụ số trong kỷ nguyên 4.0, VNPT HD sử dụng hiệu quả các hệ thống quản trị ứng dụng công nghệ thông tin để nâng cao năng suất lao động; đồng thời tập trung nâng cao chất lượng nhân sự, tạo sự đột phá về lực lượng nhân sự trẻ, đào tạo, thu hút nhân tài...

Bên cạnh đó, VNPT HD xác định, việc xây dựng mạng lưới và dịch vụ phải bám sát nhu cầu thị trường, nâng cao hiệu quả và lấy khách hàng làm trung tâm; phát triển các giải pháp kỹ thuật, các ứng dụng và tiện ích gia tăng cho khách hàng doanh nghiệp, gia đình; nâng cao chất lượng mạng di động nhằm đạt và vượt tiêu chuẩn chất lượng theo quy định.

Giai đoạn 2021-2025, Tỉnh Hải Dương sẽ triển khai thí điểm quản lý theo mô hình chính quyền đô thị, VNPT Hải Dương đã có kế hoạch và sự chuẩn bị triển khai các giải pháp kinh doanh, kỹ thuật để cung cấp các dịch vụ bảo đảm đạt hiệu quả cao nhất. Với tinh thần đoàn kết, tâm huyết, nhất trí cao của cán bộ, đảng viên và người lao động, Đảng bộ VNPT HD quyết tâm phấn đấu hoàn thành thắng lợi, toàn diện các mục tiêu Đại hội đại biểu lần thứ XV (nhiệm kỳ 2020-2025) Đảng bộ VNPT HD đề ra.

Nhiệm kỳ 2021-2025, Đảng bộ VNPT HD đặt ra một số chỉ tiêu: Lợi nhuận đạt và vượt kế hoạch giao; năng suất lao động tăng bình quân 5%/năm; thu nhập bình quân người lao động tăng 3-5%/năm; đến hết năm 2025, doanh thu dịch vụ công nghệ thông tin chiếm 25% tổng doanh thu. Hằng năm, có 98% số tổ chức Đảng xếp loại hoàn thành tốt nhiệm vụ trở lên; 97% đảng viên xếp loại hoàn thành tốt nhiệm vụ trở lên; kết nạp được 200 đảng viên trở lên.

### **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.

+ Xây dựng kênh bán hàng Online: khách hàng tự vào Web để đăng ký mua dịch vụ.

Truyền thông, tiếp thị và khuyến mại là các nội dung không thể thiếu được trong tất cả các chiến lược, các kế hoạch phát triển kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và đặc biệt đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ số nói riêng. Một số giải pháp cụ thể mà VNPT Hải Dương có thể sử dụng như sau:

*Thứ nhất, đẩy mạnh truyền thông và quan hệ công chúng:* Gồm các hoạt động như: Quan hệ với báo chí, tổ chức các sự kiện, tham gia tài trợ....Thông qua các hoạt động đó VNPT Hải Dương có thể giới thiệu, cung cấp thông tin về dịch vụ số của mình một cách cụ thể đầy đủ nhất tới các khách hàng. Từ đó nâng cao nhận thức, dần dần thay đổi thói quen sử dụng xưa nay của họ. Đồng thời, cũng cần lắng nghe các phản hồi, góp ý của khách hàng để có những hướng hoàn thiện và phát triển dịch vụ cho thích hợp.

*Thứ hai, tăng cường quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng kèm theo các chương trình khuyến mãi hấp dẫn* VNPT Hải Dương cần đến sự trợ giúp của các nhà quảng cáo phát triển dịch vụ chuyên nghiệp để giúp quảng cáo dịch vụ, đưa thông tin phổ biến mọi khách hàng.

- Quảng cáo qua Internet: Hiện nay số lượng người truy cập Internet càng ngày càng tăng. Hơn nữa, hiện nay mạng xã hội Facebook phát triển với cộng đồng mạng gia tăng đến chóng mặt. Với một vấn đề xuất hiện trên Facebook thì thông tin có thể lan tỏa một cách nhanh chóng chỉ trong chốc lát với sự chia sẻ cộng đồng có thể coi là lớn nhất hiện nay. Do đó, lựa chọn quảng cáo dịch vụ số VNPT qua Facebook vừa tiết kiệm chi phí và hiệu quả cao. Cần lên kế hoạch quảng cáo một cách chuyên nghiệp hiệu quả.

- Quảng cáo qua truyền hình: Kết hợp quảng cáo dịch vụ số với các dịch vụ khác của VNPT

### **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.

- Đối với đội ngũ kỹ sư kỹ thuật, cử nhân kinh tế, VNPT Hải Dương thường xuyên phối hợp với Tập Đoàn; Học viện Bưu Chính Viễn Thông; Đại Học Kinh Tế Quốc Dân..., tổ chức các khóa đào tạo về kinh doanh, công nghệ mới để đáp ứng cho phù hợp với chiến lược phát triển trong từng giai đoạn.

- Có kế hoạch đào tạo hàng tháng, hàng quý về CNTT gồm:
  - Đào tạo về thủ tục dự án, chính sách nguồn vốn nhà nước: Khối cán bộ quản lý (mục đích hiểu và có khả năng tiếp xúc các thông tin bán hàng), nhân viên chủ chốt.
  - Đào tạo tập trung về dải sản phẩm CNTT: Khối lãnh đạo PBH/TTVT, AM và nhân viên hỗ trợ CNTT. Mục tiêu đào tạo các tính năng chuyên sâu hỗ trợ tư vấn giới thiệu dịch vụ.
  - Đào tạo trực tiếp tại các địa bàn: các tính năng cơ bản để biết về các sản phẩm CNTT (ưu tiên các dịch vụ trọng điểm như CA/IVAN, HDDT cho toàn bộ NVKD và NVKT địa bàn. Kế hoạch thực hiện theo đăng ký của các địa bàn.

Mục tiêu đào tạo: Trang bị cho nhân viên kỹ thuật và nhân viên kinh doanh của VNPT có đủ kiến thức về dịch vụ CNTT để cùng phối hợp bán dịch vụ của VNPT trên địa bàn.

Về nội dung đào tạo: Phòng KHTCDN đi đến từng địa bàn để hướng dẫn theo hình thức trao đổi trực tiếp qua Slide, cầm tay chỉ việc, hướng dẫn các tiếp cận bán hàng nhằm mục đích cho nhân viên hiểu biết các dịch vụ cơ bản trong List các dịch vụ CNTT hiện hành của VNPT, hiểu biết về quy trình cung cấp dịch vụ, hiểu biết cơ chế trả lương và hoa hồng phát triển dịch vụ.

Sau buổi đào tạo tập huấn: có đánh giá qua các bài Test để kiểm tra mức độ nhận thức và tiếp thu kiến thức buổi học.

Đánh giá hiệu quả vận dụng kiến thức vào thực tiễn bán hàng trên địa bàn: được đo lường bằng kết quả phát triển dịch vụ hàng tháng của nhân viên để phân loại lao động, tiếp tục có kế hoạch đào tạo phù hợp nếu chưa đáp ứng được yêu cầu.

#### **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”,

#### *Nội dung giải pháp*

Khuyến khích các sáng kiến cải tiến quá trình cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

Cải tiến hoàn thiện quy trình cung cấp dịch vụ đồng bộ, khép kín để đẩy nhanh tốc độ, khả năng cung cấp dịch vụ ra thị trường cũng như chú ý tới chất lượng phục vụ và các chính sách chăm sóc khách hàng.

Xây dựng và thực hiện quy trình Bán hàng: tiêu chuẩn hoá các công việc cần thực hiện của dịch vụ số.

Xây dựng và hoàn thiện quy trình giải quyết khiếu nại khách hàng: Đây là một quy trình rất quan trọng ảnh hưởng tới chất lượng phục vụ và thương hiệu cũng như việc kinh doanh của TTKD VNPT- Hải Dương kinh doanh dịch vụ số. Quy trình giải quyết khiếu nại phải được xây dựng và áp dụng sao cho tất cả các giải quyết khiếu nại phải được tiếp nhận một cách đơn giản nhất, giải quyết nhanh chóng nhất và hợp lý nhất để bảo đảm quyền lợi cho khách hàng.

- Xây dựng quy trình phối hợp địa bàn về cung cấp dịch vụ CNTT khi toàn bộ nhân viên Kinh doanh, Kỹ thuật cùng tham gia vào bán dịch vụ (đóng gói, tùy chỉnh), hỗ trợ xử lý dịch vụ VT cho khối khách hàng SOE.

Phải xây dựng quy trình trên cả phần mềm để nếu phát triển một dịch vụ cho khách hàng nhưng có nhiều người cùng tham gia thì phải phân đoạn các công việc từng người thực hiện và nhập lên chương trình phát triển thống kê được công đoạn của từng người để phục vụ việc tính KPI hoặc tính hoa hồng cho người phát triển.

- Quy trình phối hợp triển khai dịch vụ CNTT theo dự án và đóng gói tại địa bàn

Đối với dự án có rất nhiều công đoạn như: bắt đầu từ khi tiếp xúc, ký hợp đồng, làm thầu và thanh toán hàng tháng hàng quý nên có nhiều bộ phận cùng tham gia vào. Vì vậy phải có cơ chế tính lương doanh thu cho từng bộ phận theo công đoạn.

- Qui trình hỗ trợ, ưu tiên xử lý hơn 200 khách hàng SOE  
Đối với 200 khách hàng lớn đặc biệt phải ưu tiên xử lý vì đây là đối tượng khách hàng hiện hữu mang lại doanh thu cao cho đơn vị.

### **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:

- + Quý 1/2022: 80% dữ liệu chuẩn hóa và ghép mã
- + Quý 2/2022: trên 95% dữ liệu chuẩn hóa và ghép mã

Việc chuẩn hóa dữ liệu khách hàng phải được làm thường xuyên vì hàng ngày phát triển các khách hàng mới nếu nhân viên không quản lý tốt tập khách hàng của mình được giao phụ trách thì có thể nhập dữ liệu phát triển chưa đúng mã số thuế của khách hàng hoặc nếu chỉ phát triển thêm một số dịch vụ khác trên tập khách hàng hiện hữu mà không tìm mã khách hàng cũ để ghép vào, lại nhập một mã khách hàng mới. Do đó tồn tại một chủ thể có nhiều mã khách hàng, dẫn đến dữ liệu về khối KHTCDN còn hạn chế khi thống kê và quản lý.

Nhằm chuẩn hóa sâu thông tin dữ liệu khách hàng phục vụ công tác quản lý khách hàng cũng như triển khai công tác chăm sóc khách hàng khối KHTCDN trên địa bàn được hiệu quả trong các năm tiếp theo thì khi đăng ký sử dụng dịch vụ cho khách hàng phải khai báo đầy đủ trên phần mềm trang điều hành sản xuất kinh doanh của đơn vị, cập nhật đúng và đủ các trường dữ liệu đã được quy định về đối tượng phải là KHDN có mã số thuế (nếu là Công ty) và có mã ngân sách (nếu là các khách hàng tổ chức). Các khách hàng TCDN hiện hữu phát triển thêm các dịch vụ khác, yêu cầu nhân viên khi cập nhập thông tin phải tìm đúng mã khách hàng hiện hữu để cập nhập phát triển thêm dịch vụ cho khách hàng.

Chuẩn hóa số điện thoại liên hệ khách hàng, số điện thoại thanh toán và địa chỉ email của khách hàng để sau này tiến tới không in giấy biên nhận để thu cước mà gửi tin nhắn cho khách hàng tự vào xem cước sử dụng và lấy hóa đơn điện tử.

Hiện nay, Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương sử dụng nhiều hình thức tiếp xúc với khách hàng như qua điện thoại, web, bán hàng cá nhân. Các hình thức tiếp xúc này mới chỉ dừng lại ở khâu hỗ trợ và giải đáp dịch vụ, chưa chú trọng vào thu thập ý kiến phản hồi và thông tin của khách hàng. Với các giải pháp xây dựng chính sách CSKH hướng tới khách hàng quan trọng hiện tại thông qua việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, chiến lược tương tác với khách hàng phải đáp ứng những yêu cầu điều tra tiếp nhận ý kiến khách hàng. Cụ thể Trung tâm kinh doanh VNPT – Hải Dương cần phát huy hơn nữa các kênh tương tác CSKH bằng cách :

- Tiếp nhận ý kiến khách hàng qua trang web
- Đặt phiếu tiếp nhận ý kiến khách hàng trực tiếp tại quầy giao dịch.
- Gửi kèm phiếu tiếp nhận ý kiến khách hàng với thông báo cước hàng tháng, hợp đồng thuê bao mới.
- Tổ chức hội nghị khách hàng.

Có đầu mối thông tin và tiếp xúc với nhóm khách hàng mới

### **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. ở nước ta đã hoàn toàn có chế tài và các biện pháp phạt những vụ vi phạm trong lĩnh vực Dịch vụ số đối với KHDN trong việc bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, sở hữu trí tuệ, và trong việc thi hành các biện pháp khuyến mại.

- *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. Chúng ta có 4 cơ quan tham gia điều hành về mặt Nhà nước đối với hoạt động dịch vụ số đối với KHDN. Cụ thể là: Về sở hữu công nghiệp và sở hữu trí tuệ



có Bộ Khoa học – Công nghệ, về giá cả hàng hoá dịch vụ có Ban vật giá Chính phủ, về quảng cáo và sở hữu bản quyền có Bộ Văn hoá, về một số hoạt động xúc tiến thương mại khác có Bộ Thương mại. 2. Quản lý Nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN - những việc cần tiếp tục làm.

Căn cứ vào thực tế nêu trên, đặc biệt, căn cứ vào nhu cầu phát triển sản xuất kinh doanh, phát triển hoạt động dịch vụ số đối với KHDN, nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế sắp tới, công tác quản lý nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN cần tiếp tục được hoàn thiện và củng cố theo một số hướng sau đây:

- *Thứ nhất*, cần phải đổi mới tư duy, đổi mới nhận thức và quan điểm về hoạt động dịch vụ số đối với KHDN và quản lý nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN, đây là nguồn gốc sâu xa, quyết định mức độ quan tâm cũng như trình độ phát triển hoạt động dịch vụ số đối với KHDN ở nước ta. Phải thấy rằng, phần lớn những hạn chế trong hoạt động dịch vụ số đối với KHDN của các doanh nghiệp và trong quản lý nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN đều có nguyên nhân từ sự nhận thức. Xung quanh việc đổi mới này, cần có một số điểm lưu ý sau:

- Dịch vụ số đối với KHDN vừa là một định hướng kinh doanh của toàn công ty, vừa là một chức năng độc lập riêng biệt. Chức năng này bao gồm rất nhiều hoạt động độc lập và chuyên nghiệp, từ: Nghiên cứu thị trường đến phát triển sản phẩm, định giá, phân phối, xúc tiến thương mại để tiêu thụ hàng hoá dịch vụ được sản xuất ra. Trong điều kiện kinh tế thị trường, chức năng dịch vụ số đối với KHDN được đánh giá là vô cùng quan trọng. Bởi thế, các doanh nghiệp đã đầu tư rất nhiều nhân tài vật lực cho việc thực hiện chức năng này.

- Trong thực tiễn tiến hành hoạt động dịch vụ số đối với KHDN ở Việt Nam, có nhiều hiện tượng tiêu cực phát sinh, thậm chí có nhiều hiện tượng gây nhức nhối cho xã hội (những hiện tượng về quảng cáo như đã nêu). Song, chúng tôi cho rằng, đây không phải là bản chất của hoạt động này. Sự thật ở đây là, dịch vụ số đối với KHDN đã bị người ta lợi dụng, biến thành những cái gọi là "phi dịch vụ số đối với KHDN", những hành vi mờ ám mang tính chất mách khoé vì lợi ích cá nhân. Những hoạt động dịch vụ số đối với KHDN chân chính hoàn toàn không phải như vậy. Từ đó, nên đặt vấn đề là cần phải tăng cường quản lý hoạt động này một cách tốt hơn cả ở tầm vi mô lẫn vĩ mô, chứ không phải kỳ thị, cấm đoán hoặc phủ định nó.

- Quản lý nhà nước hay quản lý vĩ mô về dịch vụ số đối với KHDN muốn tốt, thì nó phải thực sự bắt đầu từ quản lý vi mô, nghĩa là phải bắt đầu từ nhu cầu và những bức xúc của quá trình tiến hành hoạt động dịch vụ số đối với KHDN trong các doanh nghiệp. Chỉ có như vậy, các chính sách của Nhà nước mới không bị rơi vào tình trạng "trên mây, trên gió" mới thực sự đi vào cuộc sống, mới thực sự tạo ra "môi trường" và "hành lang" theo đúng nghĩa.

- *Thứ hai*, phải nhanh chóng bổ sung những văn bản pháp quy để điều chỉnh và hướng dẫn một số hoạt động dịch vụ số đối với KHDN, mà trước đây chưa có văn bản nào điều chỉnh... Chẳng hạn như: hoạt động PR (Quan hệ công chúng), hoạt động thương mại điện tử v.v... Đây là những hoạt động dịch vụ số đối với KHDN đã xuất hiện, đang nổi lên và sẽ rất phát triển trong tương lai. ý thức ở đây là các cơ quan Nhà nước cần phải hết sức chủ động, và thậm chí phải đi trước một bước trong việc soạn thảo và ban hành các văn bản pháp quy để quản lý hoạt động dịch vụ số đối với KHDN. Tránh tình trạng, văn bản quản lý của Nhà nước mang tính chất xử lý tình thế hay chữa cháy.

- *Thứ ba*, đối với những văn bản pháp quy đã ban hành, do còn nhiều điều bất hợp lý, nên phải được nghiên cứu điều chỉnh và hoàn thiện lại cho thích hợp hơn. Cụ thể là:

- Cần bổ sung những văn bản pháp quy dưới luật, những văn bản hướng dẫn chi tiết cụ thể để các chủ thể pháp luật cũng như các cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước có những căn cứ cần thiết tổ chức việc thực hiện các văn bản này được tốt hơn.

- Xung quanh định mức chi phí dành cho hoạt động dịch vụ số đối với KHDN, chúng tôi có ba kiến nghị cơ bản.

- Không nên xác định định mức bằng tỷ lệ % trên tổng chi phí đã liệt kê, mà xác định bằng tỷ lệ % trên doanh thu. Như vậy mới đảm bảo gắn kết chi phí này với kết quả sản xuất kinh doanh. Trên thực tế, trên thế giới, từ trong lý thuyết đến thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp, người ta đều áp dụng một cách phổ biến phương pháp tính toán này.

- Định mức chi phí dành cho hoạt động dịch vụ số đối với KHDN (tính bằng tỷ lệ % trên doanh thu) cần được thay đổi theo các khoảng doanh thu khác nhau, theo nguyên tắc giảm dần khi doanh thu lớn dần hay còn gọi là nguyên tắc "luỹ thoái".

- Đề phòng tình trạng lách luật của các công ty nước ngoài hay các công ty liên doanh bằng cách, tăng các chi phí dịch vụ số đối với KHDN dưới dạng khoản hỗ trợ của công ty mẹ hoặc công ty đối tác nước ngoài, gây bất lợi cho các công ty Việt Nam.

- *Thứ tư*, tăng cường sự hỗ trợ đầu tư của Nhà nước về những phương tiện và những điều kiện vật chất, tinh thần để phát triển hoạt động dịch vụ số đối với KHDN của các doanh nghiệp.

- Quan điểm chung ở đây sự hỗ trợ và đầu tư của Nhà nước cần nhắm vào những lĩnh vực mà bản thân từng doanh nghiệp không đủ sức tiến hành, hoặc đầu tư không có hiệu quả, hoặc chỉ từng doanh nghiệp làm thì chưa đủ. Cụ thể là:

- Các phương tiện thông tin đại chúng cần coi trọng và tập trung chú ý tuyên truyền sâu rộng những nội dung và ý nghĩa đích thực của hoạt động dịch vụ số đối với KHDN trong toàn xã hội.

- Nhà nước cần hình thành một hệ thống thu thập, phân tích xử lý và phổ biến những thông tin cần thiết chuyên đề về dịch vụ số đối với KHDN để đáp ứng nhu cầu thông tin của các doanh nghiệp, dưới dạng cho không hoặc bán. Trước hết và tối thiểu là những thông tin về văn bản pháp quy có liên quan trên hoạt động dịch vụ số đối với KHDN, tiếp đến là những thông tin về thị trường, về khách hàng, đặc biệt là thông tin thị trường thế giới.

- Tạo điều kiện và thúc đẩy sự phát huy tác dụng của các Hiệp hội như: Hội dịch vụ số đối với KHDN, Hiệp hội quảng cáo và Hội bảo vệ người tiêu dùng. Nhà nước cũng là người trung gian gắn kết các Hiệp hội này lại để cùng phục vụ tốt hơn cho hoạt động dịch vụ số đối với KHDN của các doanh nghiệp.

- Quan tâm và tạo điều kiện để phát triển các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực về dịch vụ số đối với KHDN, đặc biệt là nguồn nhân lực về quảng cáo. Hiện tại, nhân lực này ở nước ta còn rất thiếu và rất yếu, trong khi đó, các cơ sở đào tạo còn rất ít

- *Thứ năm*, cải tiến tổ chức bộ máy điều hành của Nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN theo một số hướng sau:

- Không nên để quá nhiều cơ quan khác nhau cùng tham gia điều hành các mảng hoạt động dịch vụ số đối với KHDN khác nhau mà không có sự phân công phối hợp nhịp nhàng giữa các cơ quan này.

- Trong trường hợp có nhiều cơ quan tham gia điều hành, phải có cơ quan đóng vai trò là người tổng chỉ huy để kết nối và thống nhất quản lý.

- Các cơ quan nhà nước giữ vai trò điều hành quản lý dịch vụ số đối với KHDN cần phải là những tổ chức độc lập, chuyên nghiệp có biên chế, chức năng, nhiệm vụ rõ ràng. Tránh tình trạng thiết lập các tổ chức đa chức năng, trong đó nội dung quản lý về dịch vụ số đối với KHDN được coi như là nhiệm vụ thứ yếu bổ sung thêm vào.

- Chú ý phân cấp quản lý nhà nước về dịch vụ số đối với KHDN xuống cơ sở theo tinh thần đi liền với tăng việc thì phải tăng các điều kiện thực hiện.

Trong công cuộc xây dựng Chính quyền số, Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương xác định các giải pháp trước hết nhằm phục vụ người dân Citizen-centric. Với mục tiêu đó, giải pháp công nghệ được VNPT cung cấp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ người dân; Tạo lập các kênh tương tác giữa người dân - chính quyền. Khuyến khích người dân tích cực tham gia quản trị, phát triển đô thị.

Xây dựng chính quyền số cũng nhằm nâng cao năng suất của đội ngũ cán bộ chính quyền. Qua, đó, thiết lập môi trường làm việc thông minh, linh hoạt, an toàn cho đội ngũ cán bộ công chức. Trang bị các công cụ cộng tác, di động, làm việc mọi lúc mọi nơi.

Giải pháp xây dựng chính quyền số cũng hướng tới việc chuyển đổi mô hình quản trị đô thị. Tận dụng hiệu quả dữ liệu lớn để phân tích-dự báo, ra quyết định. Chuyển sang chính quyền có khả năng dự báo chủ động. Thấu hiểu nhu cầu của người dân (Citizen Insight).

Chính quyền số cũng giúp tối ưu hoạt động điều hành của chính quyền, giúp tích hợp, liên thông các quy trình nghiệp vụ giữa các lĩnh vực. Chia sẻ, dùng chung dữ liệu. Hỗ trợ khả năng dự báo, ra quyết định của các Bộ, ngành, địa phương.

Với những mục tiêu được xác định rõ ràng, trong lĩnh vực cơ chế chính sách về chính quyền phục vụ người dân trên môi trường số, trong thời gian qua, môi hình tổng đài đa kênh 1022 và app Công dân đã được Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương triển khai cho nhiều địa phương. Hệ thống tiếp nhận, xử lý phản ánh, kiến nghị của người dân về các vấn đề dịch bệnh, sức khỏe, dân sinh, xã hội, hành chính, an ninh trật tự...qua các kênh Tổng đài, App, Web, Chat...

Trung tâm kinh doanh VNPT Hải Dương đã triển khai mô hình cổng thông tin phòng chống dịch cho các Tỉnh/thành phố. Hệ thống cổng thông tin do VNPT xây dựng đã cung cấp thông tin số liệu dịch bệnh chính thống, hằng ngày, tình hình diễn biến dịch

bệnh, thông tin tuyên truyền giúp cho người dân, là kênh tương tác giữa người dân - chính quyền.

Trong giai đoạn dịch bệnh COVID-19 hoành hành vừa qua, mô hình cổng thông tin phòng chống dịch của Tập đoàn VNPT cần cung cấp số liệu liên tục về diễn biến của dịch cho các cấp chính quyền và người dân; Thông tin trực quan trên nền tảng bản đồ số; Cung cấp thông tin chính thống đến người dân qua nền tảng web/app. Đây cũng là kênh cung cấp các dịch vụ, tiện ích trực tuyến thuận tiện cho người dân giao dịch từ xa trong giai đoạn giãn cách.

Trong lĩnh vực chính quyền phục vụ người dân trên môi trường số, hệ thống quản lý an sinh xã hội (VNPT ASXH) đã đáp ứng yêu cầu quản lý, điều hành của ngành LĐTBXH: Giải quyết chính sách ASXH cho người dân, đơn giản hóa thủ tục hành chính, giấy tờ công dân; Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, đổi mới về tổ chức và đẩy mạnh cung cấp dịch vụ ASXH; Hỗ trợ người dân/người lao động và người sử dụng lao động trong việc tra cứu các chính sách ASXH, thị trường lao động, việc làm.

VNPT ASXH nên hỗ trợ việc thực hiện chi trả tiền chính sách ASXH cho người dân bị ảnh hưởng COVID-19 theo CMND/CCCD. Giải pháp cũng giúp các địa phương có thể giám sát công dân từ vùng dịch trở về địa phương để có biện pháp hỗ trợ người dân kịp thời; Thực hiện chính sách lao động, việc làm (như bảo hiểm thất nghiệp, hỗ trợ tìm kiếm việc làm mới) cho người lao động thất nghiệp hoặc đang gặp khó khăn do ảnh hưởng dịch bệnh.

Đối với cơ quan quản lý, giải pháp đáp ứng yêu cầu quản lý, điều hành của ngành Lao động thương binh xã hội trong việc giải quyết chính sách ASXH cho người dân, đơn giản hóa thủ tục hành chính, giấy tờ công dân; Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, đổi mới về tổ chức và đẩy mạnh cung cấp dịch vụ ASXH; Hỗ trợ người dân/người lao động và người sử dụng lao động trong việc tra cứu các chính sách ASXH, thị trường lao động, việc làm.

### ***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 các 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 và Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông.***

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.

Đẩy mạnh truyền thông, quảng cáo về kênh bán hàng Online.

Tạo hành lang pháp lý để các địa bàn Tỉnh dễ tiếp cận đối với khối khách hàng tổ chức (nguồn dự án từ ngân sách).

### **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

Trước bối cảnh hội nhập quốc tế theo các lộ trình mà Nhà nước đã đặt ra, để tuân thủ các cam kết mà Việt Nam đã ký kết khi ra nhập WTO nhất là trong lĩnh vực viễn thông và trên thực tế cạnh tranh “quyết liệt và nóng bỏng” của các doanh nghiệp viễn thông trong nước đòi hỏi VNPT HD phải đổi mới tổ chức, kinh doanh cho phù hợp với bối cảnh hiện nay và xu thế thời đại. Việc nghiên cứu các kinh nghiệm kinh doanh và tăng cường quản lý Nhà nước về môi trường dịch vụ số đối với KHDN của các tập đoàn BCVT trong nước và thế giới; thực trạng quản lý Nhà nước về môi trường dịch vụ số đối với KHDN của VNPTHD để đề xuất các giải pháp “Tăng cường quản lý Nhà nước về môi trường dịch vụ số đối với KHDN của VNPT” là rất cần thiết để VNPT HD có thể bảo đảm duy trì quản lý Nhà nước về môi trường dịch vụ số đối với KHDN thích ứng với bối cảnh mới, xu thế mới và để thành công trong kinh doanh, chiếm lĩnh thị trường viễn thông trong nước. Trong quá trình nghiên cứu và thực hiện luận án, bằng sự nỗ lực của bản thân, được sự giúp đỡ, tạo điều kiện của các cơ quan thực tế và với sự hướng dẫn khoa học của các giáo viên hướng dẫn, luận án đã đạt được một số kết quả chủ yếu sau:

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.



## **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

### **Tài liệu Tiếng Việt**

- [1] Bài báo “Nghiên cứu kinh nghiệm triển khai dịch vụ công trực tuyến của Pháp” đăng ngày 25/12/2015 trên Website Cục tin học hóa-Bộ Thông tin truyền thông.
- [2] Bùi Xuân Phong, Quản trị kinh doanh viễn thông theo hướng hội nhập kinh tế, 2019
- [3] Các văn bản của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Các văn bản của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông.
- [4] Hoàng Lê Chi; Trần Thị Thập, Bài giảng Quản trị thương hiệu (Hệ Đại học - Ngành QTKD), 2013.
- [5] Hoàng Văn Hải (Chủ biên), Nguyễn Viết Lộc, Nguyễn Ngọc Thắng, Giáo trình “Ra quyết định quản trị”, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, Trường Đại học Kinh tế, 2014
- [6] Lê Anh Cường, Tạo dựng và quản trị thương hiệu - Danh tiếng và lợi nhuận, NXB Lao động – Xã hội, 2003.
- [7] Lê Xuân Tùng, Xây dựng và phát triển thương hiệu, NXB Lao động Xã hội, 2005.
- [8] Nguyễn Thị Minh An, Quản trị thương hiệu, NXB Thống kê, 2010.
- [9] Nguyễn Thị Phụng (2018), Kết quả nghiên cứu “Sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ nội dung số tại Tp HCM, đăng trên website “CÔNG THƯƠNG industry and Trade magazine” ngày 04/7/2018.
- [10] Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông: Quyết định số 1017/QĐ-VNPT VNP-NS ngày 12/9/2017 của Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông về việc Ban hành quy chế tổ chức hoạt động của Trung tâm Kinh doanh VNPT - Hải Dương.

### **Tài liệu Tiếng Anh**

- [11] Philip Kotler, Quản trị Marketing, NXB Thống kê, 2006.
- [12] Richard Moore, Đầu tư cho chiến lược hình ảnh thương hiệu, NXB Văn hóa – Thông tin, 2009.
- [13] Yong Gyu Joo, So Young Sohn, 2008. Structural equation model for effective CRM of digital content industry. Expert Systems with Applications .

## **PHỤ LỤC : PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG**

Xin chào Quý Anh/chị

Tôi tên Trần Thị Ngọc Duyên. Tôi đang tiến hành đề tài nghiên cứu về “PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ SỐ KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT - HẢI DƯƠNG”. Mong quý anh chị vui lòng dành chút thời gian cho ý kiến về các nội dung sau để tôi có thể hoàn thành bài nghiên cứu. Mọi ý kiến của các anh chị đều rất có giá trị. Tôi cam đoan các thông tin anh chị cung cấp sẽ được bảo mật và chỉ phục vụ cho nghiên cứu này.

Quy ước chung: Anh/Chị hãy đánh dấu X vào phương án lựa chọn

### **Phần I. Thông tin chung**

#### **Câu 1. Giới tính của Ông/ Bà**

- ☐ Nam
- ☐ Nữ

#### **Câu 2. Nghề nghiệp của Ông/Bà**

- ☐ Kinh doanh buôn bán nhỏ
- ☐ Nhân viên văn phòng
- ☐ Cán bộ công chức
- ☐ Sinh viên

#### **Câu 3. Mức thu nhập của Ông/Bà trong 1 tháng**

- ☐ < 2 triệu
- ☐ Từ 2 đến 5 triệu
- ☐ Từ 5 đến 10 triệu
- ☐ Trên 10 triệu

#### **Câu 4: Ông /bà đang sử dụng dịch vụ số của đơn vị nào sau đây?**

- ☐ VNPT
- ☐ Viettel
- ☐ FPT

( Nếu câu trả lời là “Có” dùng dịch vụ của VNPT thì tiếp tục khảo sát, ngược lại “Không” xin vui lòng dừng cuộc khảo sát, xin cảm ơn!)

**Câu 5: Ông /bà có thể cho biết mình thuộc nhóm đối tượng khách hàng nào sau đây?**

- ☐ Khách hàng cá nhân, hộ gia đình
- ☐ Khách hàng tổ chức, doanh nghiệp

**Phần II. Đánh giá hoạt động dịch vụ số tại Trung tâm Kinh doanh VNPT – Hải Dương**

Ông/Bà vui lòng cho biết mức độ đồng ý của mình về các ý kiến dưới đây.  
Ông/Bà xin vui lòng đánh dấu (X) vào một trong năm lựa chọn từ 1 đến 5

( Mỗi câu hỏi chỉ trả lời 1 đáp án)

STT	Mức độ đồng ý	Hoàn toàn không Hài lòng	Không Hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất Hài lòng
		1	2	3	4	5
1	Ông/bà có hài lòng với khả năng đáp ứng các dịch vụ số của TTKD VNPT Hải Dương					
2	Khả năng thực hiện dịch vụ số mà doanh nghiệp đã hứa một cách đáng tin cậy và chính xác.					
3	Niềm tin vào việc cung cấp những dịch vụ số					
4	Sự quan tâm, chăm sóc và cá nhân hóa mà các cán bộ, công nhân viên cung cấp dịch vụ số cho khách hàng.					
5	Ông/bà có biết mình thuộc đối tượng khách hàng nào của TTKD VNPT Hải Dương					
6	TTKD VNPT Hải Dương thực hiện chăm sóc KH theo từng đối tượng của dịch vụ số					

7	Ông / bà hiểu rõ các chương trình chăm sóc khách hàng dành riêng cho mình					
8	Ông/bà được chăm sóc theo nhu cầu sản phẩm dịch vụ tham gia					

**Xin chân thành cảm ơn Ông/bà đã dành thời gian thực hiện cuộc khảo sát!**