

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG  
VIỆT NAM**

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



**PHẠM THỊ XUÂN THỦY**

**CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA  
CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT TRONG THỜI KỲ  
HỘI NHẬP**

**CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH  
MÃ SỐ: 60.34.05**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH DOANH VÀ QUẢN LÝ**

**HÀ NỘI, NĂM 2011**

## MỞ ĐẦU

Hội nhập kinh tế quốc tế, các Doanh nghiệp viễn thông Việt Nam đã thật sự chuyển mình, một số Doanh nghiệp có cơ hội từng bước thâm nhập ra thị trường trong khu vực và trên thế giới.... hội nhập cũng giúp cho các doanh nghiệp viễn thông trong nước tự đổi mới và tái cơ cấu để hoạt động có hiệu quả, cải cách quy trình quản lý, khai thác, tập trung nguồn lực vào các lĩnh vực mang tính chiến lược, nâng cao chất lượng dịch vụ và chất lượng chăm sóc khách hàng.

Trong bối cảnh hiện nay, các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam không chỉ phải cạnh tranh với nhau mà còn phải cạnh tranh với các doanh nghiệp viễn thông nước ngoài về tiềm lực tài chính, vốn, công nghệ ngay trên sân nhà. Mặt khác, các doanh nghiệp phải cạnh tranh để tồn tại và phát triển. Các doanh nghiệp phải có được lợi nhuận và đạt được lợi nhuận ngày càng cao. Do vậy, đạt hiệu quả sản xuất kinh doanh và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh luôn là vấn đề quan tâm của doanh nghiệp và trở thành điều kiện sống còn để doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển.

Với thị trường viễn thông như hiện nay, Công ty Cổ phần Viễn thông FPT không chỉ đối mặt rất nhiều khó khăn với thị trường trong nước mà còn các thị trường trong khu vực cũng như trên toàn thế giới về các nguồn lực vốn, lao động, thiết bị, công nghệ....để tránh những rủi ro và mang lại hiệu quả cao nhất trong quá trình sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp là một trong những nhiệm vụ cơ bản nhất và cũng là phương châm phát triển của doanh nghiệp. Luận văn “Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông

FPT trong thời kỳ hội nhập” sẽ đề cập đến những vấn đề bức thiết này.

**Mục đích nghiên cứu:** Tìm hiểu tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT. Đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT. Đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT trong thời kỳ hội nhập.

**Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:** Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh dịch vụ của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT. Phạm vi nghiên cứu: hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp năm 2008, 2009, 2010.

**Phương pháp nghiên cứu:** Phương pháp thống kê, Phương pháp so sánh, Phương pháp tổng hợp, Phương pháp phân tích

## **Chương 1**

### **MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH**

#### **1.1. KHÁI NIỆM, BẢN CHẤT VÀ PHÂN LOẠI HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH**

##### **1.1.1. Khái niệm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh**

###### *1.1.1.1. Các quan điểm cơ bản về hiệu quả*

Theo quan điểm của nhà kinh tế học người Anh – Adam Smith cho rằng: “Hiệu quả hoạt động kinh doanh là kết quả đạt được trong hoạt động kinh doanh, là doanh thu tiêu thụ hàng hóa”. Quan điểm thứ hai cho rằng: “Hiệu quả hoạt động kinh doanh là quan hệ tỷ lệ giữa phần tăng thêm của kết quả và phần tăng thêm của chi phí”. Quan điểm thứ

ba nêu: “ Hiệu quả hoạt động kinh doanh được đo bằng hiệu số giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó”. Quan điểm thứ tư đưa ra: “Hiệu quả hoạt động kinh doanh là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân tài, vật lực của doanh nghiệp nhằm đạt được kết quả của mục tiêu kinh doanh”. Quan điểm thứ năm cho rằng hiệu quả hoạt động kinh doanh là: “Một phạm trù kinh tế biểu hiện tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực trong đó quá trình tái sản xuất nhằm mục tiêu kinh doanh”.

#### *1.1.1.2. Khái niệm hiệu quả hoạt động kinh doanh Viễn thông*

Từ các khái niệm trên có thể khái quát quan niệm hiệu quả hoạt động kinh doanh viễn thông là “*Phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp Viễn thông nhằm đạt được kết quả của mục tiêu hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực Viễn thông*”.

#### **1.1.2. Bản chất của hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh**

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực phản ánh mặt chất lượng của quá trình kinh doanh, phức tạp và khó tính toán bởi cả phạm trù kết quả và hao phí nguồn lực gắn với một thời kỳ cụ thể nào đó điều khó xác định một cách chính xác.

### **1.1.3. Phân loại hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh**

*1.1.3.1. Hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế – xã hội*

*1.1.3.2. Hiệu quả của chi phí bộ phận và chi phí tổng hợp*

*1.1.3.3. Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh*

*1.1.3.4. Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn và dài hạn*

## **1.2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP**

### **1.2.1. Nhân tố bên trong Doanh nghiệp**

*1.2.1.1. Nhân tố vốn*

*1.2.1.2. Nhân tố con người*

*1.2.1.3. Nhân tố phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật công nghệ*

*1.2.1.4. Hệ thống trao đổi và sử lý thông tin*

*1.2.1.5. Trình độ tổ chức sản xuất và trình độ quản trị doanh nghiệp*

### **1.2.2. Nhân tố bên ngoài Doanh nghiệp**

*1.2.2.1. Môi trường chính trị - pháp luật*

*1.2.2.2. Môi trường kinh doanh*

*1.2.2.3. Môi trường tự nhiên*

1.2.2.4. Cơ sở hạ tầng

1.2.2.5. Môi trường cạnh tranh

1.2.2.6. Môi trường kinh tế và công nghệ

### **1.3. CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP**

#### **1.3.1. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả tổng hợp**

Chi phí đầu vào bao gồm lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động và vốn kinh doanh, còn kết quả đầu ra được đo bằng các chỉ tiêu như khối lượng sản phẩm dịch vụ BCVT, doanh thu và lợi nhuận ròng.

+ Tính theo dạng hiệu số:

Hiệu quả sản xuất kinh doanh (H) = Kết quả đầu ra - Chi phí đầu vào.(1.1a)

+ Tính theo dạng phân số:

Hiệu quả sản xuất kinh doanh (H) = Kết quả đầu ra / Chi phí đầu vào.(1.1b)

#### *1.3.2.1. Nhóm chỉ tiêu tuyệt đối phản ánh kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh*

❖ Tổng doanh thu (TR):  $TR = \sum Q_i \times P_i$

❖ Tổng chi phí (TC):  $TC = FC + VC$

❖ Lợi nhuận (LN):  $\Pi = TR - TC$

#### *1.3.2.2 Nhóm chỉ tiêu tương đối phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh*

##### *a/ Nhóm chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn*

Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn cố định: Hiệu suất sử dụng vốn cố định; Suất hao phí vốn cố định; Sức sinh lợi vốn cố định.

Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn lưu động: Số vòng quay vốn lưu động ; Suất hao phí vốn lưu động; Sức sinh lợi vốn lưu động; Độ dài vòng quay vốn lưu động

*b/ Nhóm chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng lao động:* Năng suất lao động; Lợi nhuận bình quân một lao động; Doanh thu/ chi phí tiền lương; Lợi nhuận/ chi phí tiền lương.

*c/ Một số chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh khác:* Chỉ tiêu lợi nhuận/ chi phí; Tỷ lệ lợi nhuận/ doanh thu; Khả năng thanh toán hiện thời; Khả năng thanh toán nhanh.

## **1.4. NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP.**

**1.4.1. Cơ hội:** Thị trường đang trong giai đoạn tăng trưởng, nhu cầu thị trường đang tăng rất mạnh. Ứng dụng công nghệ tiên tiến hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng về chất lượng và số lượng phục vụ. Theo xu hướng hiện nay thì số người sử dụng điện thoại di động và internet sẽ tăng nhanh. Thị trường Việt Nam mở cửa cũng có nghĩa là Việt Nam cũng được phép sang thị trường nước khác để tham gia mua bán và trao đổi một cách tự do. Hội tụ Điện tử - Viễn thông - Tin học - Truyền thông đã mang lại nhiều dịch vụ mới cho mạng điện thoại dịch vụ di động dựa trên mạng Internet, doanh nghiệp có thể cung cấp nhiều dịch vụ giá trị gia tăng mà với chi phí thấp. Cơ chế quản lý ngày càng thông thoáng tạo sự linh hoạt, năng động cho các doanh nghiệp Viễn thông.

**1.4.2. Thách thức:** Từ cạnh tranh trên thị trường dịch vụ Viễn thông sẽ dẫn đến cạnh tranh trên thị trường các nguồn lực (vốn, lao động,

thiết bị, công nghệ...) của các doanh nghiệp. Các khách hàng của các doanh nghiệp cũng chịu sức ép giảm chi phí trong đó có chi phí thông tin liên lạc để tăng cạnh tranh. Các nhà đầu tư nước ngoài cũng yêu cầu Chính phủ giảm chi phí dịch vụ điện thoại di động để chính sách đầu tư của Việt Nam hấp dẫn hơn, thu hút nhiều vốn đầu tư hơn.

## **Chương 2**

### **THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT**

#### **2.1. KHÁI QUÁT QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN, CHỨC NĂNG, NHIỆM VỤ, CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT**

##### **2.1.1. Khái quát quá trình hình thành và phát triển**

Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (FPT Telecom) thành lập vào ngày 31 tháng 3 năm 1997 tại Hà Nội, có vốn điều lệ theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh được sửa đổi bổ sung vào ngày 31/12/2010 là 831.067.620.000 VND, vốn nhà nước chiếm 416.744.530.000 VND (50,15%) vốn còn lại là của các cổ đông.

Hơn 10 năm qua, từ một trung tâm xây dựng và phát triển mạng Trí tuệ Việt Nam với 4 thành viên, FPT Telecom đã trở thành một trong những nhà cung cấp hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực viễn thông và dịch vụ trực tuyến với tổng số gần 3.200 nhân viên (tính đến tháng 8/2010) và có hạ tầng tại 36 tỉnh,

**Lĩnh vực hoạt động:** Cung cấp hạ tầng mạng viễn thông cho dịch vụ Viễn thông, Internet Đại lý cung cấp các sản phẩm, dịch vụ



viễn thông, Internet. Xuất nhập khẩu thiết bị mạng viễn thông và Internet.

**Sản phẩm – Dịch vụ:** Internet băng thông rộng, Kênh thuê riêng – Data, Nội dung số, Quảng cáo trực tuyến, Báo điện tử, Trò chơi trực tuyến

### 2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ

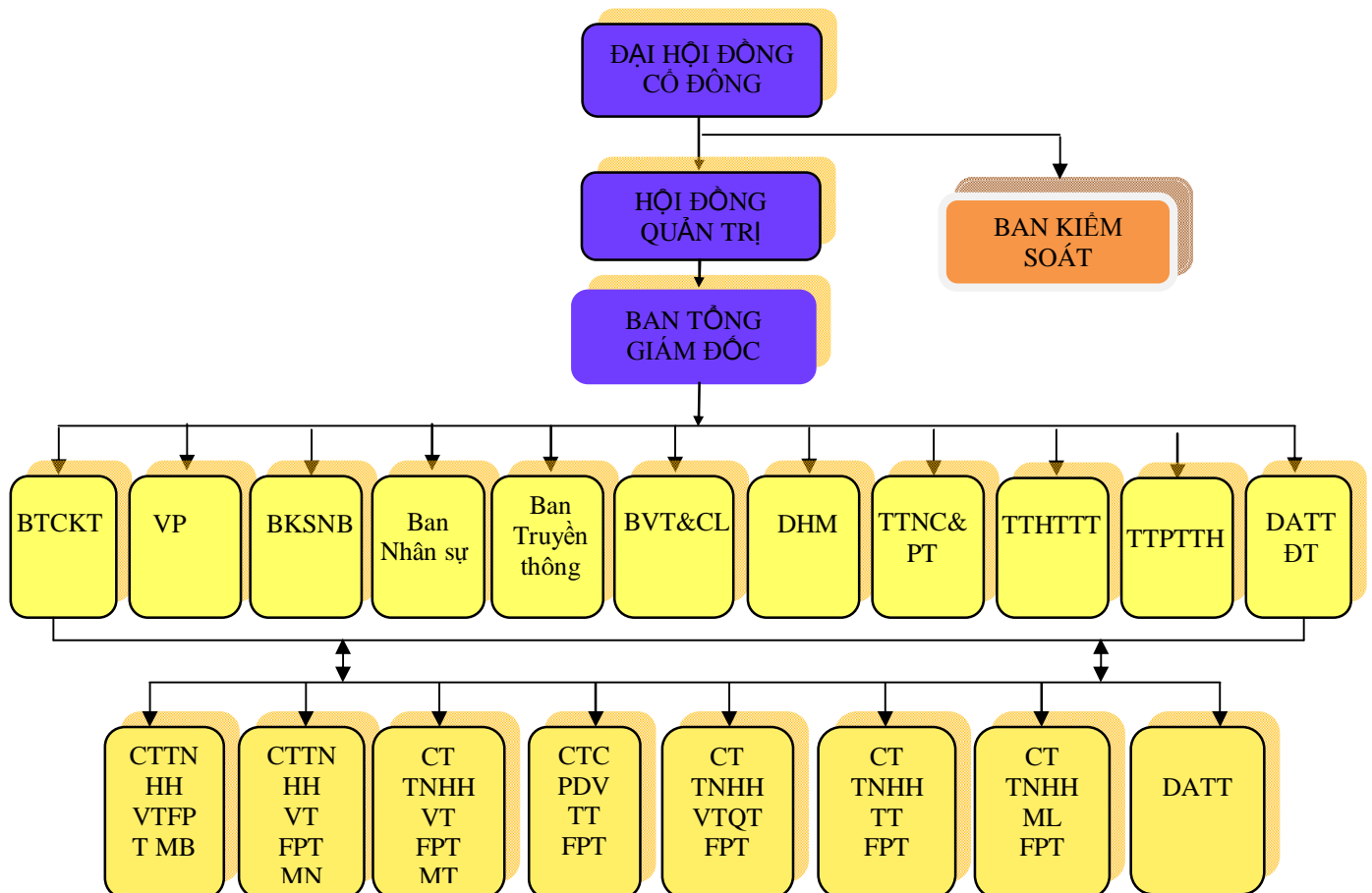
2.1.2.1. *Chức năng:* Hoạt động sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực Viễn thông Công nghệ Thông tin

2.1.2.2. *Nhiệm vụ:* Tổ chức sản xuất kinh doanh theo giấy phép ngành nghề

### 2.1.3. Cơ cấu tổ chức bộ máy

Bộ máy quản lý của Công ty: Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát, Ban Tổng Giám đốc, 11 phòng ban và 8 Đơn vị trực thuộc.

**Hình 2.1: Sơ đồ tổ chức của Công ty**



## **2.1.4. Đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh**

### *2.1.4.1. Đặc điểm về sản phẩm kinh doanh*

- An toàn, bảo mật, ổn định, linh hoạt, phong phú đa dạng.
- Sản phẩm là hiệu quả có ích trong việc truyền đưa tin tức.
- Quá trình sản xuất đồng thời là quá trình tiêu thụ
- Sản phẩm dao động không đồng đều theo thời gian

### *2.1.4.2. Đặc điểm về khách hàng*

Mỗi khách hàng sử dụng dịch vụ đều nhằm thỏa mãn mục đích nhất định, do sự đa dạng đối tượng phục vụ và của các loại hình dịch vụ vì vậy doanh nghiệp phải đáp ứng nhu cầu đòi hỏi chất lượng ngày càng cao nhưng giá thành càng thấp.

### *2.1.4.3. Đặc điểm về thị trường kinh doanh*

Phần lớn các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, internet tập trung khai thác thị trường ở Hà Nội và tp. HCM, điều đó khiến cho mức độ cạnh tranh tại hai thành phố này thực sự gay gắt.

Tốc độ phát triển của các dịch vụ này ở các thành phố lớn đang dần bão hòa trong khi đó hạ tầng của FPT chỉ bao phủ khoảng 20 tỉnh

và không có đường trục Bắc - Nam đây là điểm bất lợi cho FPT khi phải cạnh tranh với các công ty khác.

#### 2.1.4.4. Đặc điểm về Lao động

**Bảng 2.1: Cơ cấu lao động theo trình độ năm 2008-2010**

| Trình độ         | Năm 2008     |            | Năm 2009     |            | Năm 2010     |            | So sánh    |             |            |             |
|------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
|                  | SL           | TT %       | SL           | TT %       | SL           | TT %       | 2009/2008  |             | 2010/2009  |             |
|                  |              |            |              |            |              |            | SL         | % +/-       | SL         | % +/-       |
| Trên đại học     | 21           | 1          | 28           | 1          | 33           | 1          | 7          | 0.33        | 5          | 0.18        |
| Đại học          | 942          | 47         | 1,463        | 52         | 1,830        | 54         | 521        | 0.55        | 367        | 0.25        |
| Cao đẳng         | 421          | 21         | 563          | 20         | 610          | 18         | 142        | 0.34        | 47         | 0.08        |
| Trung cấp        | 360          | 18         | 478          | 17         | 542          | 16         | 118        | 0.33        | 64         | 0.13        |
| PTTH             | 261          | 13         | 281          | 10         | 375          | 11         | 20         | 0.08        | 94         | 0.33        |
| <b>Tổng Tổng</b> | <b>2,005</b> | <b>100</b> | <b>2,813</b> | <b>100</b> | <b>3,390</b> | <b>100</b> | <b>808</b> | <b>0.40</b> | <b>577</b> | <b>0.21</b> |

Tính đến ngày 31/12/2010 tổng số cán bộ nhân viên (CBNV) của FPT Telecom là 3.390 tăng 21% so năm 2009, năm 2009 tổng số cán bộ nhân viên (CBNV) của FPT Telecom là 2.813 nhân viên, tăng 40% so năm 2008, với độ tuổi trung bình hiện nay 26,98.( bảng 2.1)

#### 2.1.4.5. Tình hình cơ sở vật chất kỹ thuật:

**Bảng 2.2: Cơ sở vật chất kỹ thuật 2008-2010**

**ĐVT: Tỷ đồng**

| Chỉ tiêu | Năm 2008 |   | Năm 2009 |   | Năm 2010 |   | So sánh   |       |           |      |
|----------|----------|---|----------|---|----------|---|-----------|-------|-----------|------|
|          | GT       | % | GT       | % | GT       | % | 2009/2008 |       | 2010/2009 |      |
|          |          |   |          |   |          |   | +/-       | % +,- | +/-       | %+,- |

|                                    |            |                |              |                |              |                |            |             |            |               |
|------------------------------------|------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|------------|-------------|------------|---------------|
| <b>Tổng</b>                        | <b>805</b> | <b>100.000</b> | <b>1,404</b> | <b>100.000</b> | <b>1,920</b> | <b>100.000</b> | <b>599</b> | <b>0.74</b> | <b>516</b> | <b>0.368</b>  |
| <b>1. Tài sản cố định vô hình</b>  | <b>27</b>  | <b>0.034</b>   | <b>214</b>   | <b>0.152</b>   | <b>218</b>   | <b>0.114</b>   | <b>187</b> | <b>6.93</b> | <b>4</b>   | <b>0.019</b>  |
| Giấy phép và quyền khai thác       | 25         | 0.031          | 210          | 0.150          | 212          | 0.110          | 185        | <b>7.40</b> | <b>2</b>   | <b>0.010</b>  |
| Phần mềm máy vi tính               | 2          | 0.002          | 4            | 0.003          | 6            | 0.003          | 2          | <b>1.00</b> | <b>2</b>   | <b>0.500</b>  |
| <b>2. Tài sản cố định hữu hình</b> | <b>778</b> | <b>0.966</b>   | <b>1,190</b> | <b>0.848</b>   | <b>1,702</b> | <b>0.886</b>   | <b>412</b> | <b>0.53</b> | <b>512</b> | <b>0.430</b>  |
| Nhà cửa, vật kiến trúc             | 25         | 0.031          | 55           | 0.039          | 54           | 0.028          | 30         | 1.20        | <b>-1</b>  | <b>-0.018</b> |
| Máy móc thiết bị                   | 633        | 0.786          | 904          | 0.644          | 1,130        | 0.589          | 271        | 0.43        | <b>226</b> | <b>0.250</b>  |
| Phương tiện vận tải                | 2          | 0.002          | 21           | 0.015          | 38           | 0.020          | 19         | 9.50        | 17         | 0.810         |
| Thiết bị quản lý                   | 117        | 0.145          | 209          | 0.149          | 475          | 0.247          | 92         | 0.79        | <b>266</b> | <b>1.273</b>  |
| TSCĐ hữu hình khác                 | 1          | 0.001          | 1            | 0.001          | 6            | 0.003          | 0          | 0.00        | 5          | 5.000         |

Với tổng giá trị tài sản cơ sở vật chất khoa học kỹ thuật của Công ty qua mỗi năm đều tăng với tốc độ tương đối cao chủ yếu đầu tư vào bản quyền khai thác các công nghệ mới, thiết bị quản lý, phát triển mạng lưới...tại bảng 2.2 ta thấy giá trị máy móc thiết bị chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng giá trị cơ sở vật chất kỹ thuật, như vậy Công ty đã tăng cường đầu tư thêm máy móc thiết bị để phục vụ cho việc phát triển dịch vụ mới.

#### *2.1.4.6. Đặc điểm về tài chính của Công ty*

Qua bảng 2.3, ta thấy tình hình tài chính của Công ty qua 3 năm (2008-2010) có sự biến động đáng kể, tổng vốn của Công ty không ngừng tăng lên, cụ thể: năm 2008 tổng vốn của Công ty là 1.082 tỷ đồng thì đến năm 2009 con số này tăng lên 1.724 tỷ đồng đến năm 2010 tăng lên 2.122 tỷ đồng chính là do công ty đã huy động sức mạnh tổng lực trong toàn đơn vị để hoàn thành vượt mức kế

hoạch. Thay đổi cơ cấu nhân sự quản lý cấp cao, tái cấu trúc các công ty thành viên, củng cố và mở rộng mạng lưới hạ tầng mạng, siết chặt các quy trình kiểm soát chất lượng dịch vụ, không ngừng chinh phục thị trường và mở rộng vùng phủ để phục vụ khách hàng và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

**Bảng 2.3: Tình hình tài chính 2008 – 2010**

**ĐVT: Tỷ đồng**

| Chỉ tiêu                      | Năm 2008     |                   | Năm 2009     |                   | Năm 2010     |                   | So sánh    |             |            |             |
|-------------------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|------------|-------------|------------|-------------|
|                               | Giá trị      | Tỷ lệ kết cấu (%) | Giá trị      | Tỷ lệ kết cấu (%) | Giá trị      | Tỷ lệ kết cấu (%) | 2009/2008  |             | 2010/2009  |             |
|                               |              |                   |              |                   |              |                   | Giá trị    | % +, -      | Giá trị    | % +, -      |
| <b>Tổng vốn</b>               | <b>1,082</b> | <b>100.00</b>     | <b>1,724</b> | <b>100.00</b>     | <b>2,122</b> | <b>100.00</b>     | <b>642</b> | <b>0.59</b> | <b>398</b> | <b>0.23</b> |
| <b>1. Phân theo tính chất</b> |              |                   |              |                   |              |                   |            |             |            |             |
| - Vốn lưu động                | 538          | 0.50              | 765          | 0.44              | 845          | 0.40              | 227        | 0.42        | 80         | 0.10        |
| - Vốn cố định                 | 544          | 0.50              | 959          | 0.56              | 1,277        | 0.60              | 415        | 0.76        | 318        | 0.33        |
| <b>2. Phân theo NV</b>        |              |                   |              |                   |              |                   |            |             |            |             |
| - Nợ phải trả                 | 382          | 0.35              | 846          | 0.49              | 863          | 0.41              | 464        | 1.21        | 17         | 0.02        |
| - Nợ ngắn hạn                 | 334          | 0.31              | 621          | 0.36              | 730          | 0.34              | 287        | 0.86        | 109        | 0.18        |
| - Nợ dài hạn                  | 47           | 0.04              | 225          | 0.13              | 133          | 0.06              | 178        | 3.79        | -92        | -0.41       |
| - Vốn Cổ đông                 | 665          | 0.61              | 842          | 0.49              | 1,195        | 0.56              | 177        | 0.27        | 353        | 0.42        |
| - Lợi ích cổ đông             | 36           | 0.03              | 36           | 0.02              | 64           | 0.03              | 0          | 0.00        | 28         | 0.78        |

## 2.2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT NĂM 2008, 2009, 2010

### 2.2.1. Phân tích Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh theo chỉ tiêu tổng hợp

#### 2.2.1.1. Phân tích doanh thu.

Doanh thu chủ yếu của Công ty là kinh doanh các sản phẩm dịch vụ. Trong 3 năm: doanh thu các dịch vụ tăng đều, năm 2008 tổng doanh thu là 1.310 tỷ đồng, năm 2009 tăng 42% tương ứng tăng 554 tỷ đồng, đến năm 2010 tổng doanh thu tăng 24% tương ứng tăng 603 tỷ đồng, dịch vụ có doanh thu chiếm tỷ trọng cao nhất là Internet (bảng 2.4)

**Bảng 2.4: Doanh thu các dịch vụ 2008-2010** (ĐVT: Tỷ đồng)

| Dịch vụ                  | 2008         |            | 2009         |            | 2010         |            | so sánh    |             |            |             |
|--------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
|                          | Giá trị      | Kết cấu    | Giá trị      | Kết cấu    | Giá trị      | Kết cấu    | 2009/2008  |             | 2010/2009  |             |
|                          |              |            |              |            |              |            | Giá trị    | % +; -      | Giá trị    | % +; -      |
| 1/ Internet              | 878          | 0,67       | 1.275        | 0,68       | 1.573        | 0,64       | 397        | 0,45        | 298        | 0,19        |
| 2/ Thuê kênh             | 157          | 0,12       | 174          | 0,09       | 281          | 0,11       | 17         | 0,11        | 107        | 0,38        |
| 3/ Trực tuyến(n.dung số) | 144          | 0,11       | 243          | 0,13       | 379          | 0,15       | 99         | 0,69        | 136        | 0,36        |
| 4/ Server và Lưu trữ     | 52           | 0,04       | 67           | 0,04       | 98           | 0,04       | 15         | 0,28        | 31         | 0,32        |
| 5/ Quảng cáo trực tuyến  | 66           | 0,05       | 90           | 0,05       | 109          | 0,04       | 25         | 0,37        | 19         | 0,17        |
| 6/ Dịch vụ khác          | 13           | 0,01       | 15           | 0,01       | 27           | 0,01       | 2          | 0,15        | 12         | 0,44        |
| <b>Tổng cộng</b>         | <b>1.310</b> | <b>100</b> | <b>1.864</b> | <b>100</b> | <b>2.467</b> | <b>100</b> | <b>554</b> | <b>0,42</b> | <b>603</b> | <b>0,24</b> |

#### 2.2.1.2. Phân tích tình hình chi phí

**Bảng 2.5: Tình hình chi phí của công ty 2008 – 2010** (ĐVT:Tỷ đồng)

| Chỉ tiêu                                    | Năm 2008 |           | Năm 2009 |           | Năm 2010 |           | So sánh   |             |           |             |
|---|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-------------|
|   | Giá trị  | % kết cấu | Giá trị  | % kết cấu | Giá trị  | % kết cấu | 2009/2008 |             | 2010/2009 |             |
|   |          |           |          |           |          |           | Giá trị   | % tăng giảm | Giá trị   | % tăng giảm |
| Tổng chi phí                                | 1.016    | 100       | 1.395    | 100       | 1.960    | 100       | 379       | 0,37        | 565       | 0,41        |
| 1. Chi phí vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp | 558      | 0,55      | 691      | 0,50      | 1.227    | 0,63      | 133       | 0,24        | 536       | 0,78        |
| 2. Chi phí SXKD theo yếu tố:                | 408      | 0,40      | 637      | 0,46      | 654      | 0,33      | 229       | 0,91        | 17        | 0,18        |
| Chi phí bán hàng                            | 75       | 0,07      | 97       | 0,07      | 114      | 0,06      | 22        | 0,29        | 17        | 0,18        |
| Chi phí quản lý doanh nghiệp                | 333      | 0,33      | 540      | 0,39      | 540      | 0,28      | 207       | 0,62        | 0         | 0,00        |
| 3. Chi phí hoạt động tài chính              | 10       | 0,01      | 14       | 0,01      | 30       | 0,02      | 4         | 0,40        | 16        | 1,14        |
| 4. Chi khác                                 | 40       | 0,04      | 53       | 0,04      | 49       | 0,03      | 13        | 0,33        | -4        | -0,08       |

Qua bảng 2.5 phản ánh tình hình biến động chi phí SXKD của Công ty ta thấy chi phí của Công ty tăng nhanh qua các năm đặc biệt là năm 2010. Cụ thể: năm 2008 tổng chi phí sản xuất kinh doanh của Công ty là 1.016 tỷ đồng, sang năm 2009 tăng cao với tốc độ 37% tương ứng tăng 379 tỷ đồng và đạt 1.395 tỷ đồng. Tuy nhiên, năm sang năm 2010 tốc độ tăng của chi phí rất cao 41% tương ứng tăng 565 tỷ đồng so với năm 2009. Chứng tỏ, Công ty đã có những kế hoạch mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh. Sự biến động của chi phí thể hiện qua các yếu tố chi phí như: chi phí vốn hàng bán và dịch vụ cung cấp, chi phí sản xuất kinh doanh theo các yếu tố như: chi phí tiền lương, chi phí khấu hao TSCĐ, Chi phí dịch vụ mua ngoài. Ngoài ra còn có chi phí tài chính và một số các chi phí khác.

### 2.2.1.3. Phân tích kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty

**Bảng 2.6: Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh 2008-2010**  
(ĐVT: Tỷ đồng)

| Chỉ tiêu                | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 | so sánh   |             |           |             |
|-------------------------|----------|----------|----------|-----------|-------------|-----------|-------------|
|                         |          |          |          | 2009/2008 |             | 2010/2009 |             |
|                         |          |          |          | tuyệt đối | % tăng giảm | tuyệt đối | % tăng giảm |
| 1. Vốn kinh doanh       | 1.082    | 1.724    | 2.122    | 642       | 0,59        | 398       | 0,23        |
| 2. Tổng doanh thu       | 1.310    | 1.864    | 2.467    | 554       | 0,42        | 603       | 0,32        |
| 3. Tổng chi phí         | 1.016    | 1.395    | 1.960    | 379       | 0,37        | 565       | 0,41        |
| 4. Lợi nhuận trước thuế | 357      | 540      | 601      | 183       | 0,51        | 61        | 0,11        |
| 5. Thuế TNDN            | 89       | 135      | 150      | 46        | 0,52        | 15        | 0,11        |
| 6. Lợi nhuận sau thuế   | 268      | 405      | 451      | 137       | 0,51        | 46        | 0,11        |

Qua hình 2.4, ta thấy các chỉ tiêu tổng doanh thu, chi phí và lợi nhuận sau thuế của Công ty không ngừng tăng lên qua các năm. Sản xuất kinh doanh ngày càng được mở rộng và nâng cao chất lượng.

### **2.2.2. Phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh theo chỉ tiêu bộ phận**

#### *2.2.2.1. Hiệu quả sử dụng vốn cố định*

Sức sản xuất vốn cố định của Công ty có sự biến động theo chiều hướng giảm dần. Năm 2008, Sức sản xuất vốn cố định là 1,99 lần. Sang năm 2008, 2009 tiếp tục giảm mạnh, tương ứng là 1,80 lần và 1,66 lần.(bảng 2.7)

**Bảng 2.7: Hiệu quả sử dụng vốn cố định 2008-2010 (ĐVT: Tỷ đồng)**

| Chỉ tiêu | ĐVT | Năm | Năm | Năm | So sánh |
|----------|-----|-----|-----|-----|---------|
|----------|-----|-----|-----|-----|---------|



|                            |         | 2008  | 2009  | 2010  | 2009/2008 |        | 2010/2009 |        |
|----------------------------|---------|-------|-------|-------|-----------|--------|-----------|--------|
|                            |         |       |       |       | Giá trị   | % +; - | Giá trị   | % +; - |
| 1. Tổng doanh thu          | Tỷ đồng | 1.082 | 1.724 | 2.122 | 642       | 0,59   | 398       | 0,23   |
| 2. Tổng lợi nhuận sau thuế | Tỷ đồng | 262   | 418   | 515   | 156       | 0,60   | 97        | 0,23   |
| 3. Vốn cố định             | Tỷ đồng | 544   | 959   | 1.277 | 415       | 0,76   | 318       | 0,33   |
| 4. Sức sản xuất VCD (1/3)  | Lần     | 1,99  | 1,80  | 1,66  | -0,19     | -0,10  | -0,14     | -0,08  |
| 5. Suất hao phí VCD (3/1)  | Lần     | 0,50  | 0,56  | 0,60  | 0,05      | 0,11   | 0,05      | 0,08   |
| 6. Sức sinh lời VCD (2/3)  | Lần     | 0,48  | 0,44  | 0,40  | -0,05     | -0,09  | -0,03     | -0,07  |

Suất hao phí vốn cố định của Công ty đều tăng, là do vốn cố định của cả 3 năm đều có tốc độ tăng rất nhanh so với doanh thu của Công ty. Điều này cho thấy, Công ty đã sử dụng vốn cố định chưa có hiệu quả.

Sức sinh lời vốn cố định: Năm 2008, cứ một đồng vốn cố định mang lại 0,48 đồng lợi nhuận, năm 2009 mang lại 0,44 đồng lợi nhuận, so với năm 2008 đã giảm 0,04 đồng tương ứng giảm 9%. Năm 2010 sức sinh lời vốn cố định có xu hướng giảm tiếp, giảm về mặt tuyệt đối là 0,03 đồng, về mặt tương đối giảm 7% so với năm 2009.

#### 2.2.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn lưu động

Ta thấy số vòng quay vốn lưu động của Công ty có sự biến động qua các năm. Cụ thể, năm 2008 số vòng quay vốn lưu động là 2,43 vòng, sang năm 2009 là 2,44 vòng, năm 2010 là 2,92 tăng 0,48 vòng tương ứng 20%.(bảng 2.8)

Suất hao phí vốn lưu động của Công ty có sự biến động qua các năm. Năm 2009, 2008 Suất hao phí vốn lưu động là 0,41 lần, điều này

đồng nghĩa với việc để đạt được một đồng doanh thu năm 2009 và năm 2008 thì Công ty đã sử dụng 0,41 đồng vốn lưu động. Sang năm 2010, để tạo ra một đồng doanh thu Công ty phải sử dụng 0,34 đồng vốn lưu động, tức là Công ty đã tiết kiệm 0,07 đồng vốn lưu động để tạo ra 1 đồng doanh thu. Điều này cho thấy Công ty sử dụng vốn lưu động một cách có hiệu quả.

Sức sinh lời vốn lưu động năm 2008 là 0,49 lần, nghĩa là khi đầu tư một đồng vốn lưu động sẽ thu được 0,49 đồng lợi nhuận. Sang năm 2009, sức sinh lời vốn lưu động của Công ty có tăng so với năm 2008 là 0,55 lần tương ứng mức tăng là 12%. Năm 2010 sức sinh lời vốn lưu động của Công ty tiếp tục tăng 0,61 lần tương ứng mức 12% so với năm 2009, có nghĩa là năm 2010 Công ty đầu tư một đồng vốn lưu động sẽ tạo ra 0,61 đồng lợi nhuận, như vậy Công ty sử dụng vốn lưu động một cách có hiệu quả.

**Bảng 2.8: Hiệu suất sử dụng vốn lưu động 2008-2010 (ĐVT: Tỷ đồng)**

| Chỉ tiêu                        | ĐVT     | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 | So sánh   |            |           |            |
|---------------------------------|---------|----------|----------|----------|-----------|------------|-----------|------------|
|                                 |         |          |          |          | 2009/2008 |            | 2010/2009 |            |
|                                 |         |          |          |          | giá trị   | %tăng giảm | giá trị   | %tăng giảm |
| 1. Tổng doanh thu               | Tỷ đồng | 1.310    | 1.864    | 2.467    | 554       | 0,42       | 603       | 0,32       |
| 2. Tổng lợi nhuận sau thuế      | Tỷ đồng | 262      | 418      | 515      | 156       | 0,60       | 97        | 0,23       |
| 3. Vốn lưu động                 | Tỷ đồng | 538      | 765      | 845      | 227       | 0,42       | 80        | 0,10       |
| 4. Số vòng quay VLĐ (1/3)       | Vòng    | 2,43     | 2,44     | 2,92     | 0,00      | 0,00       | 0,48      | 0,20       |
| 5. Suất hao phí VLĐ(3/1)        | Lần     | 0,41     | 0,41     | 0,34     | 0,00      | 0,00       | -0,07     | -0,17      |
| 6. Sức sinh lời VLĐ(2/3)        | Lần     | 0,49     | 0,55     | 0,61     | 0,06      | 0,12       | 0,06      | 0,12       |
| 7. Độ dài vòng quay VLĐ (360/4) | Ngày    | 148      | 148      | 123      | -0,10     | 0,00       | -24       | -0,17      |

### 2.2.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

NSLĐ bình quân của Công ty qua các năm (2008- 2010) đều tăng lên với tốc độ tăng khác nhau. Năm 2009, NSLĐ bình quân tăng so với năm 2008 là 0,07 tỷ đồng tương ứng mức tăng 14% và đạt 0,61 tỷ đồng. Năm 2010 tăng lên 0,63 tỷ đồng.(bảng 2.9)

Ta thấy tốc độ tăng của lợi nhuận tương đối lớn nên làm cho chỉ tiêu lợi nhuận bình quân một lao động cũng tăng qua các năm. Năm 2008, lợi nhuận bình quân một lao động là 0,131 tỷ đồng, tức một lao động tạo ra 0,131 tỷ đồng lợi nhuận. Năm 2009, chỉ tiêu này tăng 0,149 tỷ đồng tăng 14% so với năm 2008. Và sang năm 2010 tăng lên là 0,152 tỷ đồng.

**Bảng 2.9: Hiệu quả sử dụng lao động 2008-2010**

| Chỉ tiêu                        | ĐVT      | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 | So sánh   |        |           |        |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|--------|-----------|--------|
|                                 |          |          |          |          | 2009/2008 |        | 2010/2009 |        |
|                                 |          |          |          |          | +/-       | % +; - | +/-       | % +; - |
| 1. Tổng doanh thu               | Tỷ đồng  | 1.082    | 1.724    | 2.122    | 642       | 0,59   | 398       | 0,23   |
| 2. Lợi nhuận                    | Tỷ đồng  | 262      | 418      | 515      | 156       | 0,60   | 97        | 0,23   |
| 3. Chi phí tiền lương           | Tỷ đồng  | 173      | 231      | 292      | 58        | 0,34   | 61        | 0,26   |
| 4. Số lao động bình quân        | Lao động | 2.005    | 2.813    | 3.390    | 808       | 0,40   | 577       | 0,21   |
| 5. NSLĐ bình quân (1/4)         | Tỷ đồng  | 0,54     | 0,61     | 0,63     | 0,07      | 0,14   | 0,01      | 0,02   |
| 6. Lợi nhuận bq 1 LĐ (2/4)      | Tỷ đồng  | 0,131    | 0,149    | 0,152    | 0,02      | 0,14   | 0,00      | 0,02   |
| 7. D. thu/c. phí t. lương (1/3) | Lần      | 6,25     | 7,46     | 7,27     | 1,21      | 0,19   | -0,20     | -0,03  |
| 8.L.nhuận/c.phí t.lương (2/3)   | Lần      | 1,51     | 1,81     | 1,76     | 0,30      | 0,19   | -0,05     | -0,03  |

Năm 2008, lợi nhuận/ chi phí tiền lương của Công ty là 1,51 lần, có nghĩa là khi Công ty bỏ ra một đồng chi phí tiền lương sẽ thu được 1,51 đồng lợi nhuận. Năm 2009, chỉ tiêu này tăng 0,30 lần tương ứng mức tăng 19% so với năm 2008, sang năm 2010 chỉ tiêu này đã giảm xuống 0,05 lần tương ứng mức

giảm 3%, đó là do tốc độ tăng của chi phí tiền lương cao hơn tốc độ tăng của lợi nhuận.

Doanh thu/ chi phí tiền lương của Công ty có sự biến động: năm 2009 là 7,46 lần, tăng 1,21 lần tương ứng mức tăng 19% so với năm 2008, có sự tăng lên của chỉ tiêu này là do tốc độ tăng của doanh thu cao hơn tốc độ tăng của chi phí tiền lương; sang năm 2010 chỉ tiêu này lại giảm xuống 0,20 lần tương ứng mức giảm 3% so với năm 2009 và đạt 7,27 lần, có nghĩa là khi Công ty bỏ ra một đồng chi phí tiền lương sẽ thu được 7,27 đồng doanh thu, nguyên nhân của sự giảm sút này là do tốc độ tăng của doanh thu năm 2010 thấp hơn tốc độ tăng chi phí tiền lương. Vì vậy, Công ty cần có biện pháp để làm tăng doanh thu, đảm bảo cho chỉ tiêu doanh thu/ chi phí tiền lương ổn định qua các năm.

#### 2.2.2.4. Phân tích một số hiệu quả kinh doanh khác của Công ty

Ngoài các chỉ tiêu trên, để đánh giá một cách toàn diện ta tiến hành phân tích hiệu quả tài chính thông qua một số chỉ tiêu như: khả năng thanh toán hiện thời, khả năng thanh toán nhanh, tỷ suất lợi nhuận trong doanh thu, tỷ suất lợi nhuận trên chi phí, tỷ suất lợi nhuận trên vốn, doanh thu trên chi phí của Công ty qua 3 năm 2008- 2010.(bảng 2.10)

Hiệu quả SXKD của Công ty có sự biến động qua các năm, trong đó năm 2009 là năm Công ty hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả nhất.

**Bảng 2.10: Hiệu quả sản xuất kinh doanh 2008- 2010**

| Chỉ tiêu | ĐVT | Năm | Năm | Năm | So sánh |
|----------|-----|-----|-----|-----|---------|
|----------|-----|-----|-----|-----|---------|

|   |         | 2008    | 2009    | 2010    | 2009/2008 |       | 2010/2009 |       |
|---|---------|---------|---------|---------|-----------|-------|-----------|-------|
|   |         |         |         |         | +/-       | % +/- | +/-       | % +/- |
| 1. Tổng doanh thu                       | Tỷ đồng | 1.082   | 1.724   | 2.122   | 642       | 0,59  | 398       | 0,23  |
| 2. Tổng chi phí                         | Tỷ đồng | 1.016   | 1.395   | 1.960   | 379       | 0,37  | 565       | 0,41  |
| 3. Tổng lợi nhuận                       | Tỷ đồng | 357     | 540     | 601     | 183       | 0,51  | 61        | 0,11  |
| 4. Vốn lưu động                         | Tỷ đồng | 538     | 765     | 845     | 227       | 0,42  | 80        | 0,10  |
| 5. Hàng tồn kho                         | Tỷ đồng | 2       | 35      | 100     | 33        | 16,50 | 65        | 1,86  |
| 6. Nợ ngắn hạn                          | Tỷ đồng | 234     | 621     | 730     | 387       | 1,65  | 109       | 0,18  |
| 7. Lnhuận/c. phí (3/2)                  | Lần     | 0,351   | 0,387   | 0,307   | 0,036     | 0,10  | -0,080    | -0,21 |
| 8. Tỷ suất lợi nhuận / doanh thu (3/1)  | Lần     | 0,330   | 0,313   | 0,283   | -0,017    | -0,05 | -0,030    | -0,10 |
| 9. Khả năng thanh toán hiện thời (4/6)  | Lần     | 2,299   | 1,232   | 1,158   | -1,067    | -0,46 | -0,074    | -0,06 |
| 10. Khả năng thanh toán nhanh [(4-5)/6] | Lần     | 537,991 | 764,944 | 844,863 | 226,952   | 0,42  | 79,919    | 0,10  |

## 2.3. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT

### 2.3.1. Những kết quả đạt được:

FPT Telecom đã đạt được tốc độ tăng trưởng doanh thu khá cao qua các năm. FPT telecom đã liên tiếp đưa ra những sản phẩm và dịch vụ tiện ích cho khách hàng. FPT Telecom đã có những thay đổi mạnh mẽ với việc tái cấu trúc bộ máy tổ chức (1/7/2010) nhằm tăng hiệu quả quản trị, tiết kiệm chi phí quản lý chung, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh doanh một cách ổn định và bền vững hơn.

Công ty đã nỗ lực trong công tác tiết kiệm chi phí để có được mức chi phí giảm tối đa để nâng cao lợi nhuận.

**2.3.2. Những tồn tại:** Công ty có tốc độ phát triển thuê bao ở thể “giậm chân tại chỗ” thậm chí phát triển âm. Một số dịch vụ khó khăn cho việc phát triển..Về lợi nhuận, mức tăng trưởng của FPT Telecom

năm 2010 thấp hơn mức tăng trưởng doanh thu so với năm 2009 . Công ty chưa sử dụng vốn cố định một cách có hiệu quả.

**2.3.3. Nguyên nhân:** Tốc độ tăng trưởng giảm dần ở các thành phố lớn đã gần mức bão hòa. Trong tình hình kinh tế hiện nay, các nhà cung cấp dịch vụ Internet, trong đó có FPT Telecom đều bị ảnh hưởng vì tỷ giá và giá điện. Với việc tăng giá điện, chi phí thuê đài trạm, duy trì điện lưới cho hạ tầng kỹ thuật mạng, tiền thuê băng thông quốc tế với các nhà cung cấp nước ngoài... và cả việc mua cáp cũng đều bị ảnh hưởng lớn.

### **Chương 3**

## **ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP**

### **3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP**

#### **3.1.1. Mục tiêu phát triển cung cấp dịch vụ viễn thông đầy đủ và nội dung số thế hệ mới.**

Kết nối mọi lúc mọi nơi: Khách hàng có thể kết nối một cách đa dạng qua Cable, Wimax, WiFi trên phạm vi toàn quốc. Cung cấp mọi dịch vụ trên một kết nối: Tích hợp mọi dịch vụ có thể cung cấp dưới dạng điện tử và truyền dẫn đến khách hàng như Voice, Video, Data. Xây dựng cộng đồng và nền tảng: Hợp nhất Cộng đồng người dùng, Phát triển và Vận hành Hệ thống Nền tảng cung cấp dịch vụ điện tử tất cả các đối tác cùng khai thác cộng đồng chung.

### **3.1.2. Định hướng phát triển**

Thị trường dịch vụ Internet và viễn thông sẽ tiếp tục có cạnh tranh gay gắt trong các năm tới. Trong năm 2011, đối với mảng dịch vụ Internet truyền thống, FPT Telecom đặt mục tiêu không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như tung ra các gói sản phẩm và dịch vụ mới phù hợp cho cá nhân cũng như các Doanh nghiệp

## **3.2. ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP**

### **3.2.1. Giải pháp về Phát triển sản phẩm, kinh doanh dịch vụ**

*3.2.1.1. Phát triển sản phẩm, dịch vụ hiện có và một số sản phẩm mới:*

*3.2.1.2. Xây dựng giá cước hợp lý và hấp dẫn*

*3.2.1.3. Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ*

### **3.2.2. Giải pháp về Thị trường kinh doanh**

Hiện nay Công ty chưa có phòng ban có chức năng nghiên cứu thị trường, sản phẩm, đề xuất chính sách kinh doanh (sản phẩm, dịch vụ, khuyến mại); Đặt mục tiêu, đề xuất các hoạt động quảng cáo, PR, xây dựng hình ảnh, hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh (online và offline); Thu thập, xử lý các dữ liệu liên quan đến các hoạt động kinh doanh (phát triển thuê bao mới, Rời mạng, Doanh thu...); Xây dựng chính sách, chương trình hỗ trợ sau bán hàng; Xây dựng, thực hiện Hội thảo, event; Nghiên cứu, đề xuất, tư vấn xây dựng và phát triển các kênh bán hàng và dịch vụ mới... công ty nên bổ sung chức năng này vào ban nghiên cứu và phát triển để có chính sách phát triển phù hợp với từng

giai đoạn của từng loại sản phẩm dịch vụ của Công ty và đối thủ cạnh tranh.

### **3.2.3. Giải pháp về Tài chính**

*3.2.3.1. Tăng cường quản lý và nâng cao hiệu quả nguồn vốn kinh doanh*

*3.2.3.2. Sử dụng tiết kiệm chi phí*

### **3.2.4. Giải pháp về Công nghệ**

Phát triển khoa học kỹ thuật công nghệ là yếu tố yêu cầu bức xúc để nâng cao hiệu quả SXKD, song phát triển kỹ thuật công nghệ luôn đòi hỏi một lượng đầu tư lớn. Đầu tư đúng hay sai sẽ tác động đến hiệu quả lâu dài trong tương lai của doanh nghiệp.

### **3.2.5. Giải pháp về Lao động**

Công ty nên có chính sách thu hút và đãi ngộ đối với các tài năng trẻ, công nhân làm việc nhiệt tình và tích cực hơn. Để sử dụng có hiệu quả hơn nguồn lực lao động công ty cần phải:

- *Tiến hành tốt ngay từ khâu tiến hành công tác tuyển dụng lao động*
- *Không ngừng đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn của người lao động*
- *Thực hiện tốt công tác phân công và hợp tác lao động*
- *Tạo động lực thúc đẩy lao động*

### **3.2.6. Giải pháp về Quản trị**

Chất lượng của hoạch định và quản trị chiến lược tác động trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, vị thế cạnh tranh cũng như hiệu quả SXKD của doanh nghiệp. Chiến lược kinh doanh phải được xây dựng theo quy trình khoa học, phải thể hiện tính linh



hoạt cao, được thể hiện qua các mục tiêu cụ thể trên cơ sở chủ động tận dụng các cơ hội và tấn công làm hạn chế các đe dọa của thị trường.

### **3.3 KIẾN NGHỊ:**

Các yếu tố thuộc môi trường vĩ mô ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động cũng như hiệu quả sản xuất kinh doanh của Doanh nghiệp, để tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực Viễn thông, Công nghệ thông tin phát triển, xin đề xuất một số kiến nghị với Bộ Thông tin và Truyền thông như sau:

Phải có chính sách phù hợp với môi trường kinh tế xã hội để thúc đẩy hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp có hiệu quả. Xây dựng hệ thống pháp luật và các quy định cụ thể phù hợp với thực tiễn tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng, cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Xây dựng các chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp tham gia vào một số đề án quốc gia như đề án “Việt Nam sớm trở thành nước mạnh về CNTT và truyền thông” thông qua các công cụ tài chính, tiền tệ...Rút ngắn thời gian thẩm định, phê duyệt, cấp phép đối với các dự án đầu tư để doanh nghiệp có khả năng nắm bắt kịp thời các cơ hội kinh doanh trong xu thế mở cửa hội nhập.

### **KẾT LUẬN**

Thông qua quá trình phân tích tình hình và đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Chúng ta sẽ thấy được kết quả kinh doanh, hiệu quả sử dụng lao động, vốn và lợi nhuận mà Công ty mang lại, những thuận lợi và khó khăn của Công ty, những nguyên nhân khách quan và chủ quan để có các giải pháp phù hợp và mang lại hiệu quả tối đa cho doanh nghiệp. Công ty Cổ phần Viễn

thông FPT sẽ thực hiện từng bước lộ trình hội nhập kinh tế quốc tế, để có khả năng cạnh tranh và cạnh tranh thành công trong lĩnh vực Viễn thông, Internet. Trên cơ sở một số các giải pháp mà Luận văn đã đưa ra, từng bước Công ty Cổ phần Viễn thông FPT sẽ phải hoàn thiện, sắp xếp và tổ chức sản xuất kinh doanh sao cho phù hợp với tình hình phát triển của Công ty cũng như phù hợp với sự phát triển trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.