

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG**



PHẠM VĂN BẮC

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

Hải Phòng - 2022

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

PHẠM VĂN BẮC

BIỆN PHÁP TĂNG CƯỜNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ
THÔNG TIN TRONG KINH DOANH TẠI CÔNG TY
TNHH GAS PETROLIMEX HẢI PHÒNG

LUẬN VĂN THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ SỐ: 83 40 101

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS.TS. Nguyễn Thị Dương Nga

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	V
LỜI CẢM ƠN	VI
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	VII
2. Viết tắt tiếng Anh:	VIII
DANH MỤC BẢNG BIỂU	IX
DANH MỤC HÌNH VẼ	X
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1.1. Tính cấp thiết của đề tài	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu	3
1.2.1. Mục tiêu chung	3
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	3
1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
1.3.1. Đối tượng nghiên cứu	3
1.3.2. Phạm vi nghiên cứu	3
1.4 Phương pháp nghiên cứu	4
1.4.1. Quy trình nghiên cứu	4
1.4.2. Thu thập dữ liệu	4
1.4.3. Xử lý số liệu thu thập:	4
1.5 Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu	4
1.5.1 Ý nghĩa khoa học	4
1.5.2 Ý nghĩa thực tiễn	4
1.6 Tổng quan nghiên cứu	5
1.7 Nội dung của Luận văn	6
CHƯƠNG 1	7
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ ỨNG DỤNG CNTT TRONG QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP	7
1.1. Công nghệ thông tin và ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	7
1.1.1. Khái niệm công nghệ thông tin	7
1.1.1.1. Công nghệ thông tin	7
1.1.1.2. Hệ thống thông tin	7
1.1.2. Ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh	10
1.1.2.1. Khái niệm	10
1.1.2.2. Lợi ích và hạn chế của việc ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh	12

<i>a. Lợi ích:</i>	12
<i>b. Hạn chế và khó khăn:</i>	15
<i>1.1.2.3 Một số ứng dụng của CNTT trong quản lý kinh doanh</i>	16
<i>1.1.3. Mô hình đầu tư ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp</i>	17
<i>1.1.4. Vai trò của việc ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý kinh doanh</i>	18
<i>a. Ra quyết định</i>	19
<i>b. Tiếp thị và tăng trưởng kinh doanh</i>	19
<i>c. Hỗ trợ khách hàng và sự hài lòng của họ</i>	20
<i>d. Quản lý tài nguyên và toàn cầu hóa</i>	20
1.2. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh LPG	21
<i>1.2.1. Khái niệm kinh doanh và hoạt động kinh doanh LPG</i>	21
<i>1.2.2. Các nguyên tắc của hoạt động kinh doanh và hoạt động kinh doanh LPG</i>	22
<i>1.2.3. Các ứng dụng công nghệ thông tin thường sử dụng trong hoạt động kinh doanh LPG</i>	22
1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý kinh doanh LPG	25
<i>1.3.1 Các yếu tố khách quan</i>	25
Tiểu kết chương 1.....	29
CHƯƠNG 2	30
PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CNTT TRONG QUẢN LÝ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH GAS PETROLIMEX HẢI PHÒNG	30
2.1. Giới thiệu về Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	30
<i>2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng</i>	30
Chức năng, nhiệm vụ của từng phòng ban:	33
<i>a. Ban giám đốc:</i>	33
<i>b. Phòng tổ chức hành chính:</i>	33
<i>c. Phòng kế toán tài chính:</i>	33
<i>d. Phòng kinh doanh:</i>	34
<i>e. Phòng dịch vụ kỹ thuật bán hàng:</i>	34
<i>f. Các chi nhánh, trung tâm, cửa hàng:</i>	35
<i>2.1.3 Tình hình tài chính và nhân sự</i>	35
<i>a) Tình hình tài chính</i>	35
<i>b) Tình hình nhân sự</i>	36
<i>2.1.4. Hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng từ năm</i>	37

2.2. Thực trạng triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	38
<i>2.2.1. Thực trạng xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng</i>	38
<i>2.2.2. Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng</i>	39
<i>a) Các phần mềm quản lý chung</i>	40
<i>2.2.3. Thực trạng phát triển nguồn nhân lực và kinh phí trong ứng dụng công nghệ thông tin của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng</i>	64
<i>2.2.4. Thực trạng công tác đảm bảo an toàn thông tin của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng</i>	65
<i>2.2.5. Kết quả và lợi ích của ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh tại công ty Gas Petrolimex Hải Phòng</i>	66
<i>2.2.5.1. Lợi ích</i>	66
<i>2.2.5.2. Kết quả hoạt động của công ty</i>	66
2.3. Thành công, hạn chế trong ứng dụng CNTT trong sản xuất kinh doanh tại công ty Gas Petrolimex Hải Phòng	70
<i>2.3.1. Thành công</i>	70
<i>2.3.2. Hạn chế</i>	72
<i>2.3.3. Nguyên nhân của tồn tại, hạn chế</i>	72
Tiểu kết chương 2	74
CHƯƠNG 3. BIỆN PHÁP TĂNG CƯỜNG ỨNG DỤNG CNTT TRONG QUẢN LÝ KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH GAS PETROLIMEX HẢI PHÒNG	75
3.1. Phương hướng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	75
<i>3.1.1. Phương hướng phát triển ứng dụng CNTT của thành phố Hải Phòng</i>	75
<i>3.1.2. Phương hướng đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh của Công ty đến năm 2027</i>	76
3.2. Một số biện pháp tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh cho Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	77
<i>3.2.1. Hoàn thiện công tác tổ chức – nhân sự</i>	77
<i>3.2.2. Hoàn thiện công tác nghiên cứu thị trường</i>	79
<i>3.2.2.1. Tổ chức nghiên cứu và thu thập thông tin</i>	80
<i>3.2.2.2. Xử lý thông tin</i>	81
<i>3.2.3. Đầu tư, hiện đại hoá hạ tầng, kỹ thuật, công nghệ có hiệu quả</i>	82
<i>3.2.4. Tăng cường hoạt động hỗ trợ và kích thích bán hàng</i>	82
<i>3.2.4.1. Quảng cáo online</i>	83

3.2.4.2. Quảng cáo trên báo chí	83
3.2.5. Đầu tư mở rộng mạng lưới tiêu thụ	84
3.2.6. Tiếp tục củng cố lòng tin ở khách hàng	85
3.3. Một số đề xuất và kiến nghị	87
Tiểu kết chương 3	89
KẾT LUẬN	90
TÀI LIỆU THAM KHẢO	92
PHỤ LỤC	94
Phụ lục 1: Báo cáo tiêu thụ của một đơn vị trên phần mềm FTS	94
Phụ lục 2: Báo cáo cân đối phát sinh công nợ của một đơn vị trên phần mềm FTS	95
Phụ lục 3: Thống kê cuộc gọi của một đơn vị trên phần mềm FTS	96
Phụ lục 4: Bảng cân đối phát sinh tài khoản kế toán:	97
Phụ lục 5: Sổ quỹ tiền mặt tại cửa hàng: 97	
Phụ lục 6: Báo cáo tình hình sử dụng hoá đơn điện tử:	100

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của riêng cá nhân tôi. Mọi số liệu được sử dụng trong đề tài là trung thực và chưa được công bố trong bất cứ một công trình nghiên cứu nào. Kết quả nghiên cứu được trình bày trong đề tài luận văn là do tôi nghiên cứu. Những thông tin và nguồn dữ liệu được tham khảo trong luận văn đều được trích dẫn cụ thể và ghi rõ nguồn sử dụng, đảm bảo tuân thủ đúng các quy định về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về kết quả nghiên cứu của mình.

Tác giả

Phạm Văn Bắc

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành nghiên cứu này trước tiên tôi xin được gửi lời cảm ơn tới những người thân trong gia đình (bố, mẹ, vợ, con, anh chị em) những người hàng ngày đồng hành bên cạnh tôi, tạo mọi điều kiện vật chất và tinh thần, động viên tôi để tôi vừa có thời gian công tác và thời gian hoàn thành khóa học.

Tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến tới Tiên sĩ Nguyễn Thị Dương Nga, người đã trực tiếp giúp đỡ tận tình hướng dẫn tôi về chuyên môn, động viên tôi về tinh thần trong suốt quá trình nghiên cứu để tôi có động lực thu xếp thời gian và công việc hoàn thành nghiên cứu này.

Xin gửi lời cảm ơn tới các thầy, cô giáo giảng dạy chương trình cao học chuyên ngành Quản trị kinh doanh tại trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng, đã giảng dạy, truyền đạt, trang bị những kiến thức bổ ích, quý báu cho tôi trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu tại trường. Cảm ơn các thầy, cô giáo khoa Sau đại học, khoa Quản trị kinh doanh đã tạo điều kiện thuận lợi trong suốt quá trình tôi tham gia học tập và nghiên cứu tại trường.

Xin gửi lời cảm ơn đến ban lãnh đạo Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng. Cảm ơn bạn bè, đồng nghiệp đã hỗ trợ và động viên tôi trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu. Những người luôn động viên tôi cố gắng hoàn thành.

Vượt qua khó khăn, tôi đã cố gắng để thực hiện luận văn này nhưng khó có thể giải quyết một cách đầy đủ và toàn diện vấn đề, vì vậy sẽ không thể tránh khỏi những thiếu sót và hạn chế. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp của thầy cô, các nhà khoa học, các chuyên gia và những nhà quản lý trong thực tiễn để đề tài được hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

1. Viết tắt tiếng Việt:

Từ viết tắt	Giải thích
CNTT	Công nghệ thông tin
CNTT-TT	Công nghệ thông tin - Truyền thông
TMĐT	Thương mại điện tử
CSDL	Cơ sở dữ liệu
DN	Doanh nghiệp
NSLĐ	Năng suất lao động
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
PCCC	Phòng cháy chữa cháy
TCHC	Tổ chức hành chính
DVKT&BH	Dịch vụ kỹ thuật và bán hàng
KD	Kinh doanh
DDTM	Dân dụng thương mại
GAS CN	Gas công nghiệp
KTTC	Kế toán tài chính
GTGT	Giá trị gia tăng
SXKD	Sản xuất kinh doanh
CSKH	Chăm sóc khách hàng
TTCISKH	Trung tâm chăm sóc khách hàng
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp
HĐKD	Hoạt động kinh doanh
CMCN 4.0	Cách mạng công nghiệp 4.0
CSKH-BH	Chăm sóc khách hàng - Bán hàng

2. Viết tắt tiếng Anh:

Từ viết tắt	Giải thích	Giải thích tiếng Việt
IT	Information Technology	Công nghệ thông tin
IS	Information System	Hệ thống thông tin
Voice IP	Voice over Internet Protocol	Âm thanh được truyền qua giao thức Internet
TCP/IP	Transmission Control Protocol/ Internet Protocol	Giao thức điều khiển để truyền nhận liên mạng
CRM	Customer relationship management	Quản lý quan hệ khách hàng
LAN	Local Area Network	Mạng máy tính nội bộ
WAN	Wide Area Network	Mạng diện rộng
SMS	Short Messaging Service	Dịch vụ tin nhắn ngắn
MMS	Multimedia Messaging Services	Tin nhắn đa phương tiện
ERP	Enterprise Resource Planning	Hoạch định nguồn lực doanh nghiệp
LPG	Liquefied Petroleum Gas	Khí dầu mỏ hóa lỏng
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
PGCHP	Petrolimex Gas Company Hai Phong	Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
Bảng 1	Lao động và đóng góp của một số ngành kinh tế vào GDP năm 2019	26
Bảng 2	Tình hình số lượng lao động của năm 2020 – 2021	37
Bảng 3	Hệ thống máy tính cho sản xuất kinh doanh tại công ty Gas Petrolimex Hải Phòng	39
Bảng 4	Các ứng dụng cơ bản công nghệ thông tin trong kinh doanh tại công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	40
Bảng 5	Thống kê khách mua hàng theo nhân viên quản lý trên FTS	50, 51, 52
Bảng 6	Báo cáo khách hàng có phát sinh mua hàng	53
Bảng 7	Báo cáo kiểm tra bảo dưỡng	54, 55
Bảng 8	Bảng cân đối phát sinh tài khoản kế toán	56
Bảng 9	Số liệu thống kê cuộc gọi qua Call Gas	63
Bảng 10	Thống kê cuộc gọi qua tổng đài CSKH 6 tháng cuối năm 2021	64
Bảng 11	Số liệu văn bản đến đi chi tiết theo người dùng	65, 66, 67
Bảng 12	Số liệu các cuộc họp trực tuyến trong năm	68
Bảng 13	Số lượng các nhóm Zalo trao đổi công việc trong Công ty	68
Bảng 14	Số liệu về hạ tầng nhân lực tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	69
Bảng 15	Báo cáo sản lượng tiêu thụ của công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng	71
Bảng 16	Báo cáo hoạt động kết quả kinh doanh	72, 73

DANH MỤC HÌNH VẼ

Số hiệu hình vẽ	Tên hình vẽ	Trang
Hình 1	Hệ thống thông tin	8
Hình 2	Các thành phần của hệ thống thông tin	9
Hình 3	Sơ đồ tổ chức của Công ty	32
Hình 4	Quy trình quản lý bán hàng Gas công nghiệp (Gas bồn) cho khách hàng của công ty con	42
Hình 5	Quy trình bán Gas bình cho khách hàng lấy tại kho của đơn vị, vận chuyển đến cho khách hàng	44
Hình 6	Lịch sử các cuộc gọi giao dịch trên phần mềm FTS	49
Hình 7	Giao diện thư điện tử của Công ty	60
Hình 8	Thông tin khách hàng gọi điện (số điện thoại nằm trong hệ thống) đến	62
Hình 9	Khách hàng không nằm trong hệ thống gọi đến	62
Hình 10	Quy trình hoạt động của tổng đài chăm sóc khách hàng	64

PHẦN MỞ ĐẦU

1.1. Tính cấp thiết của đề tài

Hiện nay, công nghệ thông tin (CNTT) đang làm biến đổi sâu sắc đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội của các nước trên toàn thế giới, trong đó có Việt Nam. CNTT được ứng dụng rộng rãi trong mọi lĩnh vực, thúc đẩy nhanh quá trình tăng trưởng, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thay đổi cơ cấu xã hội. CNTT đang hiện diện và đóng vai trò quan trọng không thể thiếu trong quá trình quản trị, điều hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Sự phát triển và ứng dụng CNTT đã làm thay đổi mô hình và cách thức hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, việc chuyển dần các giao dịch truyền thống sang giao dịch điện tử đã ảnh hưởng đến vị trí, vai trò và cả nhu cầu của các bên hữu quan (khách hàng, nhà cung cấp, nhà đầu tư...) của doanh nghiệp. CNTT tạo ưu thế cạnh tranh thông qua một hệ thống hỗ trợ như: viễn thông, thương mại điện tử, dịch vụ truyền thông đa phương tiện và các ứng dụng phong phú của từng lĩnh vực, từng ngành nghề.

Ở Việt Nam, Đảng và nhà nước luôn luôn quan tâm đến sự phát triển của CNTT, ngay từ những năm kháng chiến chống Mỹ (năm 1962) Đảng đã cử những cán bộ khoa học ưu tú đi thực tập máy tính điện tử ở Liên Xô. Những cán bộ này sau này là những cán bộ khoa học chủ chốt trong lĩnh vực khoa học máy tính. Để thể chế hoá về mặt nhà nước, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 49/CP ngày 4/8/1993 về “Phát triển CNTT ở Việt Nam trong những năm 90”. Tiếp theo chính phủ ra Nghị quyết số 49/CP cũng là cơ sở để Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 211/TTg ngày 7/4/1995 phê duyệt Chương trình quốc gia về CNTT - Kế hoạch tổng thể đến năm 2000. Ngày 6/5/1994, Ban chỉ đạo Chương trình quốc gia về CNTT được thành lập theo Quyết định số 212/TTg ngày 6/5/1994 của Thủ tướng Chính phủ. Nghị quyết Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành Trung ương (khoá VII) ngày 30/7/1994 xác định: “Ưu tiên ứng dụng và phát triển các công nghệ tiên tiến, như CNTT phục vụ yêu cầu điện tử hoá và tin học hoá nền kinh tế quốc dân”. Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng toàn quốc lần thứ VIII nhấn mạnh: “Ứng dụng CNTT trong tất cả các lĩnh vực kinh tế quốc dân, tạo ra sự chuyên biến rõ rệt về năng suất, chất lượng và hiệu quả; hình

thành mạng thông tin quốc gia liên kết với một số mạng thông tin quốc tế”. Thực hiện các chủ trương của Đảng và Nhà nước, từ những năm 90, CNTT ở nước ta đã được ứng dụng và phát triển, góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế – xã hội của đất nước.

Dấu mốc quan trọng thể hiện quyết tâm của Chính phủ trong việc phát triển CNTT là việc cho mở Internet tại Việt Nam. Chính thức kết nối Internet toàn cầu từ ngày 19/11/1997, sau thời gian phát triển, Internet Việt Nam đã đạt được nhiều bước phát triển ấn tượng. Đây là cơ sở quan trọng để việc phát triển và ứng dụng CNTT thành công tại nước ta. Giai đoạn từ năm 2000 đến nay các chính sách thể hiện quyết tâm của Đảng về ứng dụng và phát triển CNTT phục vụ sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Cụ thể như sau: Luật Giao dịch điện tử năm 2005; Luật Công nghệ Thông tin năm 2006; Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 01/7/2014 của Bộ Chính trị về đẩy mạnh ứng dụng phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế; Luật An ninh mạng năm 2018; Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chương trình chuyên đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

CNTT là một trong các động lực quan trọng nhất của sự phát triển, cùng với một số ngành công nghệ cao khác đang làm biến đổi sâu sắc đời sống kinh tế, văn hoá, xã hội ở nước ta. Thực tiễn cho thấy rằng, ứng dụng CNTT trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp đã có những bước tiến rõ rệt và đã đạt được những thành tựu quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Gas Petrolimex xuất hiện sớm nhất tại thị trường phía Bắc, vào năm 1996 chính thức thành lập kho gas Thượng Lý tại Hải Phòng và sau đó 1 năm vào ngày 11/10/1997 chính thức thành lập Xí nghiệp Gas Hải Phòng, tiền thân của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng hiện nay. Petrolimex Gas nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường và khẳng định là đơn vị kinh doanh gas hàng đầu khu vực phía Bắc. Trong suốt quá trình 25 năm hình thành và phát triển Petrolimex Gas đã và đang liên tục đầu tư cho lĩnh vực CNTT nhưng hiệu quả vẫn còn hạn chế. Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề trên nên tôi chọn đề tài: “*Biện pháp tăng cường*

ứng dụng Công nghệ thông tin trong kinh doanh tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng” làm đề tài luận văn tốt nghiệp của mình.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

1.2.1. Mục tiêu chung

Trên cơ sở phân tích thực trạng, ý nghĩa và vai trò của CNTT trong kinh doanh, đề xuất một số biện pháp tăng cường ứng dụng CNTT trong kinh doanh cho Công ty giai đoạn 05 năm 2023-2027 tiếp theo nhằm đẩy mạnh và tăng cường khả năng cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

1.2.2. Mục tiêu cụ thể

- Góp phần thống nhất hóa các vấn đề về cơ sở lý luận ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- Phân tích thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý kinh doanh tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng giai đoạn 2017-2021.
- Đề xuất các biện pháp tăng cường ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng trong thời gian tới.

1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1.3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đề tài tập trung phân tích hoạt động ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý kinh doanh tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

1.3.2. Phạm vi nghiên cứu

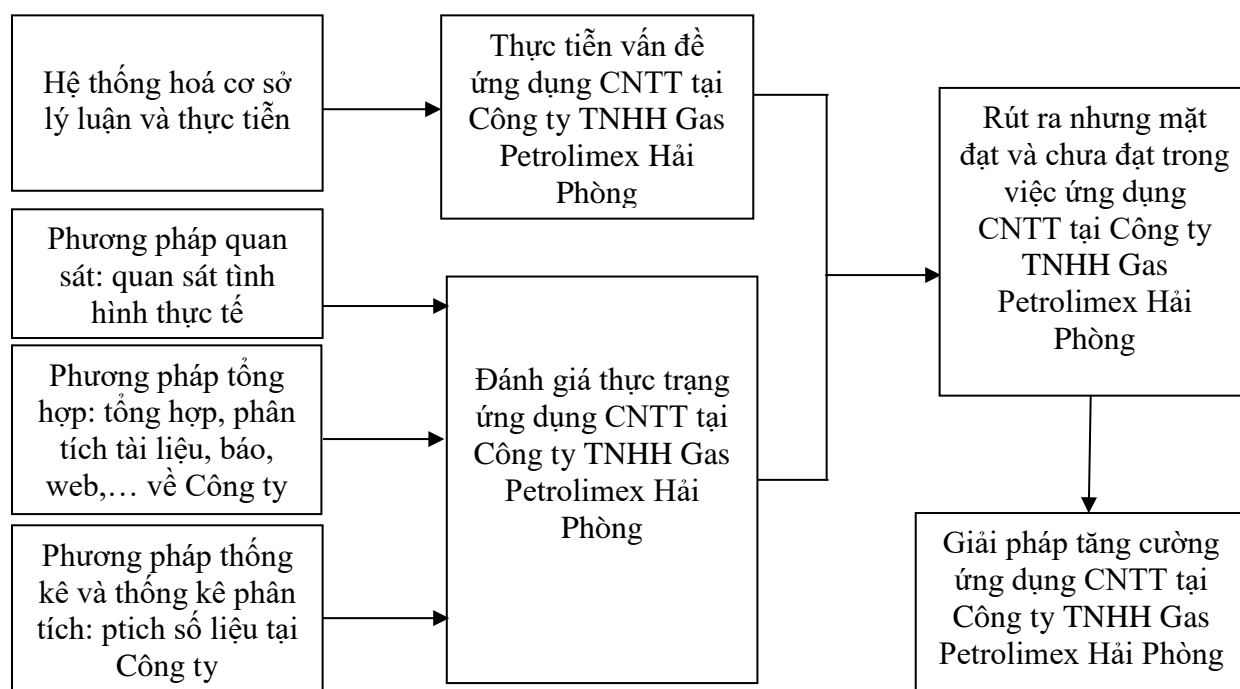
Phạm vi không gian: Đề tài được nghiên cứu tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng.

Phạm vi thời gian: Đề tài phân tích số liệu thứ cấp trong 05 năm gần đây (từ năm 2017 đến năm 2021) và đề xuất các biện pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng CNTT nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh giai đoạn 2023-2027.

Phạm vi nội dung: Phân tích đánh giá thực trạng ứng dụng CNTT trong Công ty hiện nay; đưa ra các giải pháp, mô hình CNTT cụ thể theo từng giai đoạn của mô hình đầu tư CNTT.

1.4 Phương pháp nghiên cứu

1.4.1. Quy trình nghiên cứu



1.4.2. Thu thập dữ liệu

Dữ liệu đã được thu thập từ các công trình nghiên cứu có liên quan, từ các báo cáo của các bộ ngành, địa phương về CNTT trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp được công bố.

1.4.3. Xử lý số liệu thu thập:

Sử dụng phương pháp thống kê mô tả và thống kê so sánh.

1.5 Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

1.5.1 Ý nghĩa khoa học

Đề tài đã góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

1.5.2 Ý nghĩa thực tiễn

Từ kết quả nghiên cứu, đưa ra các định hướng, biện pháp thực tế ứng dụng CNTT cho Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng. Cũng như góp phần để các doanh nghiệp khác tham khảo.

1.6 Tổng quan nghiên cứu

Trong những năm qua, ứng dụng CNTT nói chung, ứng dụng trong hoạt động của doanh nghiệp nói riêng, đã thu hút sự quan tâm, nghiên cứu của các học giả, các nhà hoạch định chính sách.

Dưới đây là một số công trình, tài liệu có liên quan đến đề tài mà học viên đã chọn để nghiên cứu:

1. Sách trắng “*Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam 2021*”, Bộ thông tin và truyền thông, Nhà xuất bản thông tin và truyền thông, 2021.

Cuốn sách cung cấp bức tranh toàn cảnh và thực trạng phát triển của ngành CNTT-TT Việt Nam, phân tích vai trò của ngành CNTT-TT trong công cuộc phát triển, hội nhập quốc tế.

2. Bích Ngọc (24/9/2019), “Việt Nam: Mức độ sẵn sàng tham gia Cách mạng công nghiệp 4.0”, Website Tạp chí Con số sự kiện

<https://consosukien.vn/viet-nam-muc-do-san-sang-tham-gia-cach-mang-cong-nghiep-4-0.htm>

3. Bộ Chính trị (2019). Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

4. “Ứng dụng Công nghệ Thông tin và Thương mại điện tử trong doanh nghiệp” - Viện Tin học Doanh nghiệp (VCCI-ITB) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

5. Báo cáo ứng dụng công nghệ thông tin năm 2011 - Cục Ứng dụng công nghệ thông tin - BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

1.7 Nội dung của Luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, luận văn được chia thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về ứng dụng CNTT trong quản lý doanh nghiệp

Chương 2: Phân tích thực trạng ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Chương 3: Biện pháp tăng cường ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh cho Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ ỨNG DỤNG CNTT TRONG QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP

1.1. Công nghệ thông tin và ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm công nghệ thông tin

1.1.1.1. Công nghệ thông tin

Công nghệ thông tin, viết tắt: CNTT, (tiếng anh: Information technology hay IT) là một ngành kỹ thuật sử dụng máy tính và phần mềm máy tính để chuyển đổi, lưu trữ, bảo vệ, xử lý, truyền tải và thu thập thông tin trên nền tảng Internet. Thuật ngữ “Công nghệ thông tin” xuất hiện lần đầu vào năm 1958 trong bài viết xuất bản tại tạp chí Harvard Business Review. Hai tác giả của bài viết, Leavitt và Whisler đã bình luận: "Công nghệ mới chưa thiết lập một tên riêng. Chúng ta sẽ gọi là công nghệ thông tin (Information Technology - IT).

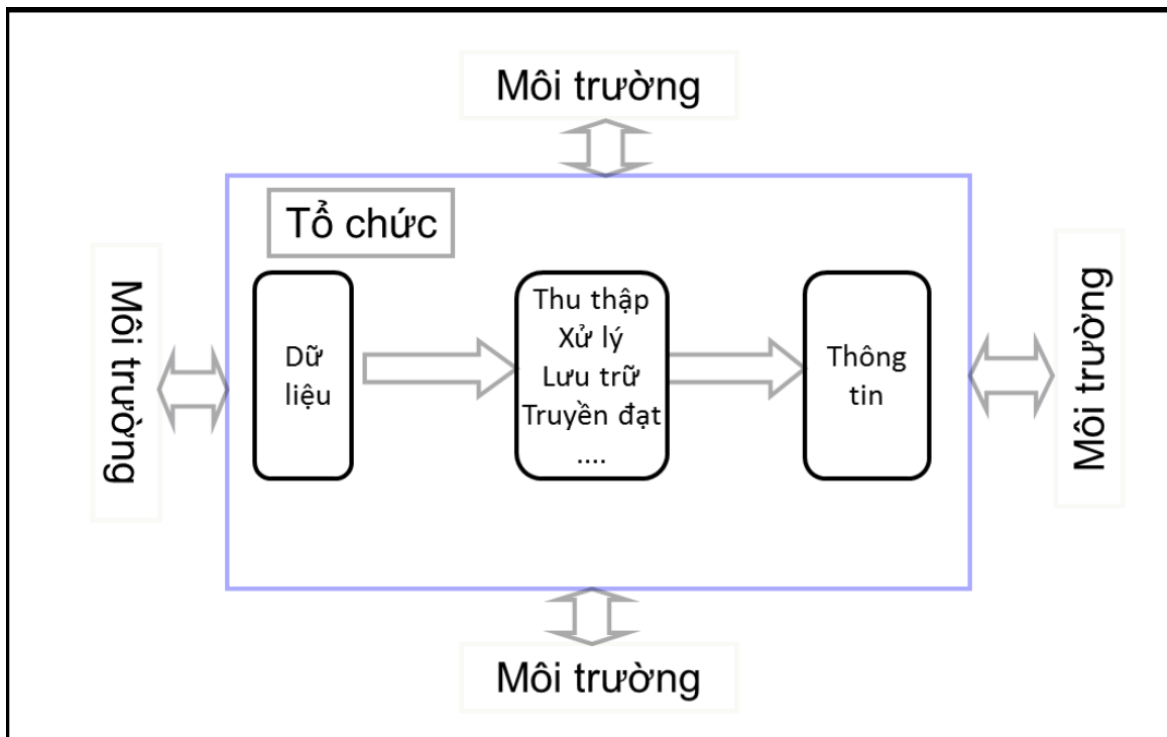
Ở Việt Nam, khái niệm Công nghệ Thông tin được hiểu và định nghĩa trong Nghị quyết Chính phủ 49/CP ký ngày 4 tháng 8 năm 1993: "Công nghệ thông tin là tập hợp các phương pháp khoa học, các phương tiện và công cụ kỹ thuật hiện đại - chủ yếu là kỹ thuật máy tính và viễn thông - nhằm tổ chức khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn tài nguyên thông tin rất phong phú và tiềm năng trong mọi lĩnh vực hoạt động của con người và xã hội". Có thể hiểu công nghệ thông tin bao gồm các kỹ thuật phần cứng, phần mềm, dữ liệu, mạng máy tính và viễn thông được sử dụng để xử lý thông tin.

1.1.1.2. Hệ thống thông tin

Hệ thống thông tin (Information System – IS hay HTTT) là một tập hợp các yếu tố có liên quan với nhau cùng làm nhiệm vụ thu thập, xử lý, lưu trữ và truyền đạt thông tin để hỗ trợ việc ra quyết định, phân tích tình hình, lập kế hoạch, điều phối và kiểm soát các hoạt động trong một tổ chức, doanh nghiệp.

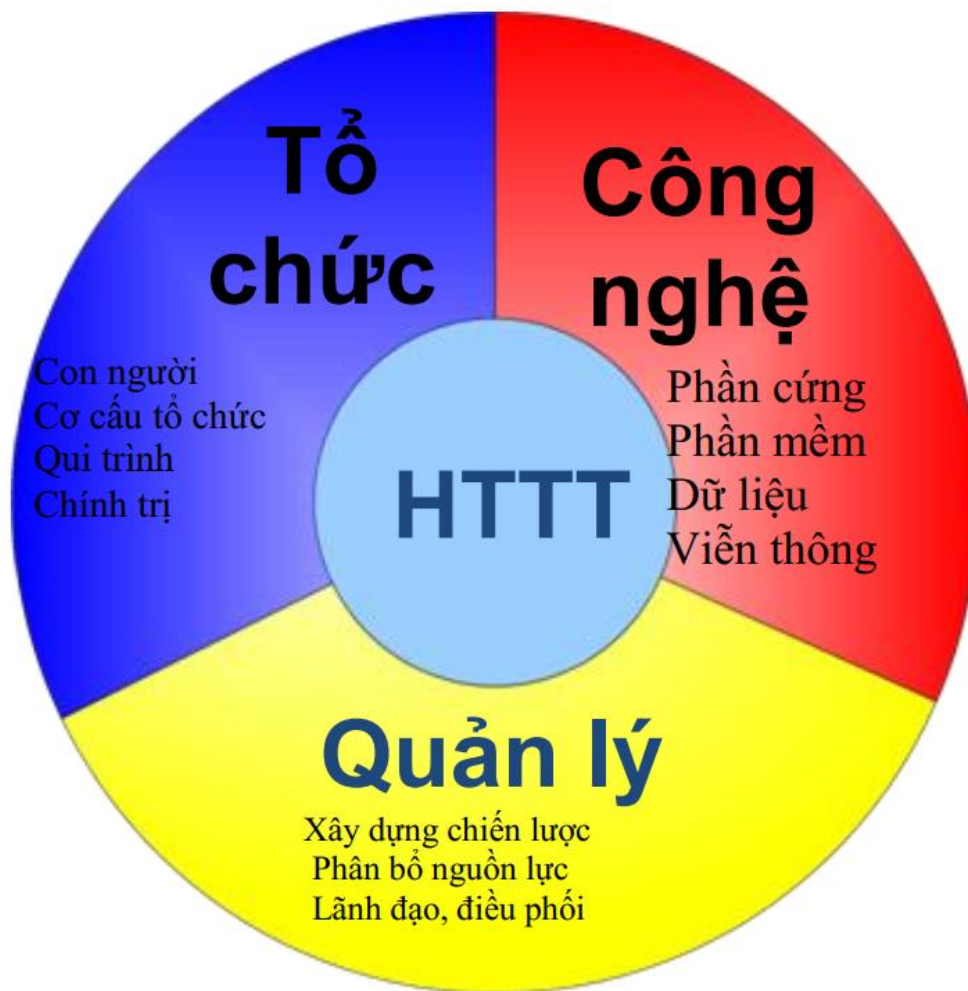
Hệ thống thông tin có thể chứa thông tin về đối tượng mà doanh nghiệp quan tâm điển hình như các thông tin về con người, thị trường kinh doanh, nơi chốn, sự

kiện, hiện tượng và các hoạt động trong phạm vi một cơ quan hay trong môi trường hoạt động. Trong một hệ thống thông tin doanh nghiệp môi trường có thể là khách hàng, nhà cung cấp, các cơ quan quản lý nhà nước, các cổ đông và các đối thủ cạnh tranh.



Hình 1: Hệ thống thông tin

Các chức năng chính của một hệ thống thông tin là thu thập dữ liệu từ trong nội bộ cơ quan và từ môi trường bên ngoài để lưu trữ và xử lý thành thông tin có ý nghĩa, rồi phân phối thông tin ấy đến những người hoặc tổ chức cần sử dụng. Có thể nói xây dựng hệ thống thông tin là việc ứng dụng công nghệ thông tin một cách có hệ thống, hiệu quả của doanh nghiệp. Để hệ thống hoạt động hiệu quả nó phải được tổ chức, quản lý một cách chặt chẽ, hệ thống thông tin không chỉ là các máy móc, phần mềm, nó bao gồm những yếu tố sau:



Hình 2: Các thành phần của hệ thống thông tin

Công nghệ là nội dung quan trọng, công nghệ bao gồm các yếu tố trực tiếp của quá trình xử lý thông tin, giúp hệ thống hoạt động với tốc độ cao, cho kết quả xác. HTTT cần các thành phần công nghệ về phần cứng, phần mềm, lưu trữ và viễn thông. Tuy nhiên các thành phần này không thể hoạt động được nếu thiếu các yếu tố về tổ chức. HTTT là một bộ phận của doanh nghiệp và nó có các yếu tố quan trọng nhất là con người để vận hành hệ thống. Một cơ cấu quản lý và qui tắc hoạt động cho hệ thống, nó cũng chịu tác động trực tiếp của các yếu tố như văn hoá, chính trị, Hiệu quả của HTTT phụ thuộc vào các yếu tố quản lý, hệ thống sẽ hoạt động như thế nào là dựa vào chiến lược, kế hoạch, mục tiêu của doanh nghiệp. Các yếu tố khác: HTTT được phân bổ những nguồn tài nguyên nào của doanh nghiệp. Lãnh đạo, động viên: Giúp các nhân viên làm việc hiệu quả hơn để đạt được các kế hoạch. Kiểm soát: Giám sát, kiểm tra quá trình hoạt động theo kế hoạch.

Phần cứng: bao gồm các đối tượng vật lý hữu hình như vi mạch, bản mạch điện, dây cáp, linh kiện, các thành phần này được cấu tạo thành các thiết bị như máy tính, máy in, máy ghi hình, ... các phương tiện được sử dụng trong quá trình xử lý thông tin.

Phần mềm: bao gồm tất cả các mã lệnh và chỉ thị được viết thành chương trình, những chương trình có chức năng điều khiển, kiểm soát hoạt động của phần cứng để thực hiện chức năng xử lý dữ liệu.

Dữ liệu: nói chung là hình thức lưu giữ các sự kiện, ý tưởng, tin tức và các thực thể cần quản lý, dữ liệu tồn tại ở nhiều dạng khác nhau: con số, kí tự, văn bản, hình ảnh, âm thanh. Dữ liệu của hệ thống thông tin là dữ liệu được số hoá và tổ chức thành các cơ sở dữ liệu và các cơ sở tri thức.

Mạng viễn thông: là hệ thống tập hợp các thiết bị, các mạng máy tính, được kiểm soát bằng các giao thức truyền thông để truyền dữ liệu từ nơi này đến nơi khác trong phạm vi địa lý rộng lớn. Ngày nay, mạng nội bộ, mạng Internet là hệ thống mạng cần có để mọi loại hình tổ chức có thể ứng dụng CNTT thực hiện thành công kinh doanh và thương mại điện tử.

Con người: là chủ thể trong các hoạt động, trong hệ thống thông tin con người tham gia dưới hai hình thức hoặc sử dụng thông tin hoặc những người tổ chức thực hiện hệ thống thông tin. Đó là những người tham gia quản lý, vận hành và bảo trì hệ thống. Họ có thể là các nhà quản lý, đại diện bán hàng, người điều hành sản xuất và đơn giản là người cần thông tin.

1.1.2. Ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh

1.1.2.1. Khái niệm

Luật công nghệ thông tin năm 2006 nhấn mạnh: “Ứng dụng công nghệ thông tin là việc sử dụng công nghệ thông tin vào các hoạt động thuộc lĩnh vực kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an ninh và các hoạt động khác nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả của các hoạt động này”.

Có thể khẳng định ứng dụng công nghệ thông tin trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là việc sử dụng công nghệ thông tin phục vụ các hoạt động sản xuất, các hoạt động kinh doanh, các hoạt động quản lý của doanh nghiệp nhằm khai

thác tối đa các nguồn lực và tối ưu hoá các hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm đem lại lợi ích cao nhất cho doanh nghiệp và xã hội. Như vậy, ứng dụng CNTT trong kinh doanh của doanh nghiệp có thể chia thành ứng dụng CNTT vào kinh doanh sinh lời (Thương mại điện tử) và phần mềm quản lý.

- Thương mại điện tử (TMĐT): là việc các doanh nghiệp sử dụng các phương tiện điện tử và mạng Internet để mua bán hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp mình. Theo nghĩa rộng hơn, “thương mại điện tử là việc thực hiện toàn bộ hoạt động kinh doanh bao gồm: marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán” - Luật Thương mại quốc tế (UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce), năm 1996. Khái niệm này đề cập đến toàn bộ hoạt động kinh doanh, chứ không chỉ giới hạn riêng hoạt động mua và bán, toàn bộ các hoạt động kinh doanh này thực hiện qua các phương tiện điện tử. Khái niệm này được viết tắt bởi 4 chữ MSDP. Trong đó:

M – Marketing (có trang web, hoặc xúc tiến thương mại qua Internet).

S – Sales (có trang web có chức năng hỗ trợ giao dịch, ký kết hợp đồng).

D – Distribution (phân phối sản phẩm số hóa trên mạng).

P – Payment (thanh toán qua mạng hay thông qua trung gian như ngân hàng).

Như vậy, khi doanh nghiệp sử dụng các phương tiện điện tử và mạng vào trong các hoạt động kinh doanh cơ bản như marketing, bán hàng, phân phối, thanh toán thì được coi là tham gia thương mại điện tử.

Ở Việt Nam, theo nghị định ND 52/2013/ND-CP về Thương mại điện tử. Định nghĩa: “Hoạt động thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác”.

Tóm lại, thương mại điện tử là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện điện tử mà nói chung ta không cần phải in ra giấy trong bất cứ công đoạn nào của toàn bộ quá trình giao dịch. Các phương tiện điện tử nói đến ở đây chính là các phương tiện kỹ thuật được sử dụng với mục đích tạo thuận tiện, hỗ trợ cho các hoạt động trong thương mại điện tử, bao gồm điện thoại, máy điện báo (telex) và máy fax, truyền hình, thiết bị kỹ thuật thanh toán điện tử, mạng nội bộ và mạng liên nội bộ, Internet và web. Và khái niệm thông tin không chỉ là tin tức đơn thuần mà

được hiểu là bất cứ thứ gì có thể truyền tải được bằng kỹ thuật điện tử, bao gồm: thư từ, các file văn bản (text based file), các cơ sở dữ liệu (database), các bảng tính (spreadsheet); các hình đồ họa (graphical image), quảng cáo, hỏi hàng, đơn hàng, bảng giá, hợp đồng, hình ảnh động (video image, avatars), âm thanh, v.v...

- Phần mềm quản lý: là việc doanh nghiệp sử dụng các ứng dụng, phần mềm CNTT vào việc.

+ Kiểm soát các vấn đề tồn kho kịp thời nhanh chóng. Nếu như tại một kho có quá nhiều hàng tồn, trong khi 1 kho khác lại thiếu hàng bán thì cơ hội kinh doanh của doanh nghiệp có vấn đề. Chưa kể là vấn đề hàng tồn rải rác ngoài thị trường rất khó kiểm soát và không thể nắm bắt được lượng hàng hóa tiêu thụ thực tế là bao nhiêu.

+ Kiểm soát được các nguồn nhân lực nội bộ, bao gồm giám sát đội ngũ nhân viên thị trường.

+ Đáp ứng nhanh chóng, tức thời. Ví dụ: chỉ vài phút chạy báo cáo, trong khi nếu không có phần mềm thì phải tập hợp số liệu từ các phòng ban khác nhau tập hợp, lãng phí rất nhiều thời gian.

+ Mở rộng thị trường: khai thác sự phổ cập của mạng xã hội, các ứng dụng thông dụng như Zalo, Twitter, Fanpage, ... để quảng bá hình ảnh, sản phẩm; mở rộng mạng lưới phân phối, phát triển thị trường với chi phí ít hơn khiến việc kinh doanh dễ dàng hơn.

1.1.2.2. Lợi ích và hạn chế của việc ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh

a. Lợi ích:

Ban đầu, các ứng dụng CNTT hướng đến các lợi thế về hiệu quả trong quá trình quản lý. Với CNTT, các tính toán truyền thống được thực hiện nhanh, tin cậy và chính xác hơn nhiều. Các máy móc tương đối rẻ hơn sẽ thay thế cho lao động của con người. Đến nay, CNTT đã xâm nhập sâu rộng vào quá trình kinh doanh, không chỉ là việc tự động hóa sản xuất, sản xuất linh hoạt; sự phát triển của hệ thống thông tin quản trị trở thành hệ thống hỗ trợ quyết định đem đến ngày càng nhiều lợi thế cạnh tranh cho tổ chức. Cụ thể:

* Với nhà cung cấp:

- Mở rộng thị trường: Với chi phí đầu tư nhỏ hơn nhiều so với thương mại truyền thống, các công ty có thể mở rộng thị trường, tìm kiếm, tiếp cận người cung cấp, khách hàng và đối tác trên khắp thế giới. Việc mở rộng mạng lưới nhà cung cấp, khách hàng cũng cho phép các tổ chức có thể mua với giá thấp hơn và bán được nhiều sản phẩm hơn.

- Giúp doanh nghiệp giảm bớt gánh nặng về chi phí vận hành và nguồn nhân lực nên có thể giảm giá bán hàng hóa.

- Giảm chi phí sản xuất: Giảm chi phí giấy tờ, giảm chi phí chia sẻ thông tin, chi phí in ấn, gửi văn bản truyền thống.

- Giảm chi phí thông tin liên lạc: email tiết kiệm hơn fax hay gửi thư truyền thống.

- Giảm các chi phí hành chính: họp trực tuyến; học tập, đào tạo trực tuyến hướng tới giảm chi phí ăn nghỉ, đi lại so với phương thức truyền thống.

- Thông tin cập nhật: Mọi thông tin trên web như sản phẩm, dịch vụ, giá cả... đều có thể được cập nhật nhanh chóng và kịp thời.

- Tăng cường bảo mật thông tin khách hàng bằng các công nghệ hiện đại và thông minh nhất.

- Hỗ trợ phân tích dữ liệu người tiêu dùng nhằm thúc đẩy khả năng tiếp cận khách hàng mục tiêu.

- Sắp xếp và quản lý bộ phận, đội nhóm trong doanh nghiệp một cách khoa học, công bằng.

- Phân tích số liệu chính xác, tạo báo cáo trực quan nhằm hỗ trợ doanh nghiệp đưa ra quyết định nhanh chóng và hiệu quả.

- Dịch vụ chăm sóc, giải quyết nhu cầu của khách hàng đảm bảo được thực hiện liên tục, mọi lúc mọi nơi kể cả ngoài giờ làm việc.

- Tối ưu hóa mọi hoạt động công việc, tiết kiệm thời gian, gia tăng doanh số.

Khách hàng ngày càng yêu cầu khắt khe từ giao hàng đúng hạn đến yêu cầu hàng hóa đạt chất lượng cao. Điều này đòi hỏi tích hợp tự động hóa sản xuất linh hoạt, tự động hóa quản trị. Đặc biệt Internet đóng vai trò then chốt trong quá trình

này. Hệ thống mạng đang vượt qua giới hạn của một tổ chức, hướng tới tối ưu hóa trên toàn ngành, chuỗi cung cấp hay lĩnh vực.

* Với khách hàng:

- Vượt giới hạn về không gian và thời gian: Cho phép khách hàng mua sắm mọi nơi, mọi lúc đối với các cửa hàng trên khắp thế giới.

- Nhiều lựa chọn về sản phẩm và dịch vụ: Cho phép người mua có nhiều lựa chọn hơn vì tiếp cận được nhiều nhà cung cấp hơn.

- Giá thấp hơn: Do thông tin thuận tiện, dễ dàng và phong phú hơn nên khách hàng có thể so sánh giá cả giữa các nhà cung cấp thuận tiện hơn và từ đó tìm được mức giá phù hợp nhất- Giao hàng nhanh hơn với các hàng hóa số hóa được: Đối với các sản phẩm số hóa được như phim, nhạc, sách, phần mềm.... việc giao hàng được thực hiện dễ dàng thông qua Internet.

- Thông tin phong phú, thuận tiện và chất lượng cao hơn: Khách hàng có thể dễ dàng tìm được thông tin nhanh chóng và dễ dàng thông qua các công cụ tìm kiếm; đồng thời các thông tin đa phương tiện (âm thanh, hình ảnh) giúp quảng bá, giới thiệu sản phẩm tốt hơn.

- Đấu giá: Mô hình đấu giá trực tuyến ra đời cho phép mọi người đều có thể tham gia mua và bán trên các sàn đấu giá và đồng thời có thể tìm, sưu tầm những món hàng mình quan tâm tại mọi nơi trên thế giới.

- Cộng đồng thương mại điện tử: Môi trường kinh doanh thương mại điện tử (TMĐT) cho phép mọi người tham gia có thể phối hợp, chia sẻ thông tin và kinh nghiệm hiệu quả và nhanh chóng.

- “Đáp ứng mọi nhu cầu”: Khả năng tự động hóa cho phép chấp nhận các đơn hàng khác nhau từ mọi khách hàng.

- Thuế: Trong giai đoạn đầu của TMĐT, nhiều nước khuyến khích bằng cách miễn thuế đối với các giao dịch trên mạng.

* Lợi ích với xã hội:

- Hoạt động trực tuyến: Thương mại điện tử tạo ra môi trường để làm việc, mua sắm, giao dịch... từ xa nên giảm việc đi lại, ô nhiễm, tai nạn.

- Nâng cao mức sống: Có nhiều hàng hóa, nhiều nhà cung cấp sẽ tạo áp lực giảm giá, do đó tăng khả năng mua sắm của khách hàng, nâng cao mức sống.

Có thể nói, CNTT đã trở thành nhân tố không thể thiếu đối với mọi hoạt động của doanh nghiệp, từ công việc nghiệp vụ hàng ngày đến tiếp thị, bán hàng, lập kế hoạch, hỗ trợ chăm sóc khách hàng đến tăng trưởng kinh doanh,... Đến nay, thương mại điện tử là phương thức giao dịch nhanh nhất, hiệu quả nhất, thông tin cập nhật nhất, tận dụng được tối đa các nguồn lực và đem lại sự tiện dụng nhất cho các bên tham gia. Thương mại điện tử giúp người tham gia nhanh chóng tiếp cận những thông tin phong phú về thị trường, đối tác, đối tượng, giảm chi phí trong kinh doanh, rút ngắn chu kỳ sản xuất. Từ đó, thương mại điện tử giúp các nền kinh tế hoạt động và phát triển mau lẹ hơn gấp nhiều lần.

b. Hạn chế và khó khăn:

CNTT đã liên tục phát triển để đưa ra hàng loạt sản phẩm phục vụ nhu cầu của doanh nghiệp. Song trong thực tế, không phải tất cả các doanh nghiệp đều có thể áp dụng thành công CNTT. Những hạn chế, khó khăn các doanh nghiệp Việt Nam trong việc triển khai ứng dụng CNTT:

- Ứng dụng công nghệ thông tin đòi hỏi hệ thống vận hành phải được đầu tư bài bản, thống nhất từ ban lãnh đạo đến cấp nhân viên.
- Để ứng dụng tối ưu sức mạnh công nghệ cần rất nhiều thời gian và chất xám.
- Nhiều doanh nghiệp có tư duy còn hạn chế, đi theo lối mòn cũ.
- Có hai loại hạn chế của thương mại điện tử, một nhóm mang tính kỹ thuật, một nhóm mang tính thương mại.

Hạn chế về kỹ thuật	Hạn chế về thương mại
<ol style="list-style-type: none"> 1. Chưa có tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn và độ tin cậy. 2. Tốc độ đường truyền Internet vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của người dùng, nhất là trong Thương mại điện tử 3. Các công cụ xây dựng phần mềm vẫn trong giai đoạn đang phát triển 4. Khó khăn khi kết hợp các phần mềm TMĐT với các phần mềm ứng dụng và các cơ sở dữ liệu truyền thống 5. Cần có các máy chủ thương mại điện tử đặc biệt (công suất, an toàn) đòi hỏi thêm chi phí đầu tư 6. Chi phí truy cập Internet vẫn còn cao 7. Thực hiện các đơn đặt hàng trong thương mại điện tử B2C (Business-To-Consumer) đòi hỏi hệ thống kho hàng tự động lớn 	<ol style="list-style-type: none"> 1. An ninh và riêng tư là hai cản trở về tâm lý đối với người tham gia TMĐT. 2. Thiếu lòng tin và TMĐT và người bán hàng trong TMĐT do không được gặp trực tiếp 3. Nhiều vấn đề về luật, chính sách, thuế chưa được làm rõ 4. Một số chính sách chưa thực sự hỗ trợ tạo điều kiện để TMĐT phát triển 5. Các phương pháp đánh giá hiệu quả của TMĐT còn chưa đầy đủ, hoàn thiện 6. Chuyển đổi thói quen tiêu dùng từ thực đến ảo cần thời gian 7. Sự tin cậy đối với môi trường kinh doanh không giấy tờ, không tiếp xúc trực tiếp, giao dịch điện tử cần thời gian 8. Số lượng người tham gia chưa đủ lớn để đạt lợi thế về quy mô (hoà vốn và có lãi) 9. Số lượng gian lận ngày càng tăng do đặc thù của TMĐT 10. Thu hút vốn đầu tư mạo hiểm khó khăn hơn sau sự sụp đổ hàng loạt của các công ty dot.com

1.1.2.3 Một số ứng dụng của CNTT trong quản lý kinh doanh

- Website thông tin (cổng thông tin điện tử) và website thương mại.
- Ngân hàng điện tử.

- Các dịch vụ trực tuyến: Hội nghị trực tuyến, đào tạo trực tuyến, làm việc từ xa.

- Đàm thoại qua giao thức Internet (Voice IP, TCP/IP): Zalo, Facebook Messenge, Viber, Skype, ...

- Fanpage, Zalo OA,....

- Quản lý quan hệ bán hàng (CRM - *Customer relationship management*)

(...)

Tóm lại, sự phát triển và ứng dụng của CNTT đã làm thay đổi mô hình và cách thức hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, việc chuyển dần các giao dịch truyền thống sang giao dịch điện tử đã ảnh hưởng đến vị trí, vai trò và cả nhu cầu của các bên hữu quan (khách hàng, nhà cung cấp, nhà đầu tư...) của doanh nghiệp. Buộc các bên liên quan thích ứng và phát huy hiệu quả các khoản đầu tư.

1.1.3. Mô hình đầu tư ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp

Mô hình đầu tư CNTT trong doanh nghiệp được tổng hợp theo các giai đoạn sau:

a. Giai đoạn 1: Đầu tư cơ sở về CNTT

Đây là giai đoạn đầu tư cơ bản ban đầu của doanh nghiệp vào CNTT, bao gồm cơ sở hạ tầng về phần cứng, phần mềm và nhân sự. Có nghĩa là hạ tầng (phần cứng và phần mềm) được trang bị để có thể triển khai một số ứng dụng cơ bản của doanh nghiệp, như: trang bị máy tính, thiết lập mạng LAN, thiết lập kết nối Internet, truyền thông nội bộ và đối tác. Đầu tư giai đoạn này nhằm xây dựng nền tảng cho các giai đoạn tiếp theo.

b. Giai đoạn 2: Tăng cường ứng dụng điều hành, tác nghiệp

Là giai đoạn đầu tư để nâng cao hiệu suất hoạt động, hỗ trợ các bộ phận chức năng của doanh nghiệp, cụ thể là cho các phòng ban chức năng... Đây là bước phát triển của hầu hết các doanh nghiệp, các đầu tư nhằm tự động hóa các quy trình tác nghiệp, kinh doanh nhằm nâng cao hiệu quả các hoạt động của doanh nghiệp như: các ứng dụng để đáp ứng từng lĩnh vực tác nghiệp; cụ thể là tài chính kế toán, quản lý nhân sự, quản lý tiền lương, quản lý bán hàng, xuất hóa đơn; các ứng dụng hướng tới tác nghiệp và thống kê.

c. Giai đoạn 3: Ứng dụng toàn diện nhằm nâng cao năng lực quản lý và sản xuất

Giai đoạn 2 là giai đoạn số hóa, nhưng vẫn còn mang tính rời rạc; như vậy giai đoạn 3 sẽ là giai đoạn đưa ra các giải pháp mang tính toàn diện sau giai đoạn làm quen (giai đoạn 2) để số hóa một cách toàn diện doanh nghiệp. Về cơ sở hạ tầng CNTT cần có hệ thống mạng WAN phủ khắp doanh nghiệp, hoặc mã hóa các luồng thông tin, các phần mềm tích hợp, hệ thống CSDL cấp toàn công ty. Triển khai các giải pháp đồng bộ, thống nhất giúp doanh nghiệp nâng tầm quản lý chất lượng nội tại, tăng hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh.

d. Giai đoạn 4: Đầu tư để biến đổi doanh nghiệp, vươn ra thế giới

Đây là giai đoạn đầu tư CNTT nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh trong môi trường kinh doanh hiện đại, tức là đầu tư CNTT vào các sản phẩm và dịch vụ để tạo nên ưu thế về giá, tạo nên sự khác biệt, và các sản phẩm khác, phù hợp với chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp. Kế thừa phát huy sức mạnh trên nền tảng dữ liệu và các quy trình nghiệp vụ đã hình thành trong doanh nghiệp đưa doanh nghiệp lên tầm cao mới, kinh doanh toàn cầu, CNTT là công cụ đặc lực trong việc thực thi các chiến lược kinh doanh.

1.1.4. Vai trò của việc ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý kinh doanh

Có thể nhận ra, CNTT đã mang lại nhiều sự thay đổi đáng kể cho cuộc sống của từng cá nhân và các tổ chức khác nhau. Hiện nay, ta có thể thấy những ví dụ điển hình về sự thay đổi đến từ làn sóng công nghệ thông tin như mua sắm trực tuyến (online shopping), tiếp thị kỹ thuật số (digital marketing), mạng xã hội (social networking), truyền thông kỹ thuật số (digital communication) và điện toán đám mây (cloud computing), Dữ Liệu Lớn (big data), Giờ đây, CNTT là một phần không thể thiếu đối với các doanh nghiệp muốn đạt được những kết quả tối ưu nhất trong việc lập kế hoạch kinh doanh, tiếp thị hiệu quả, bán hàng toàn cầu, quản lý có hệ thống, theo dõi thời gian thực, hỗ trợ khách hàng tức thì và tăng trưởng kinh doanh dài hạn.

Theo những nghiên cứu trong 2 thập kỷ vừa qua, có thể thấy để vươn đến thành công, một doanh nghiệp cần phụ thuộc vào một vài yếu tố nhất định như phân tích chính xác, lựa chọn công nghệ phù hợp và một tầm nhìn chiến lược. Họ đã chọn

cách đầu tư vào công nghệ và lựa chọn con đường cách tân để tăng thị phần và khả năng cạnh tranh. Không quá khi nói, công nghệ thông tin là công cụ duy nhất cung cấp cho bạn cơ hội để phân tích một dữ liệu cụ thể và lên kế hoạch phù hợp nhất cho lộ trình kinh doanh của bạn. Ngoài ra, nó còn cung cấp những sự trợ giúp để bạn có thể dễ dàng xử lý các vấn đề phức tạp và hoạch định khả năng mở rộng, tăng trưởng trong tương lai. Trong thời buổi hiện đại ngày nay, nó đã chứng minh được rằng Digital Marketing là một công cụ tuyệt vời cho phép bạn quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ của mình ra thị trường toàn cầu trong khi bạn chỉ cần ngồi chơi xơi nước tại văn phòng hoặc nhà của bạn. Bên cạnh đó, nhờ vào Cloud Computing và Modern Communication mà bạn có thể thành lập một tổ chức toàn cầu, quản lý và giám sát các văn phòng ảo của nó trên toàn thế giới. Tóm lại, tôi sẽ giải thích cách mà công nghệ thông tin đang đóng vai trò quan trọng trong các giai đoạn khác nhau của kinh doanh.

a. Ra quyết định

Sự nhanh nhạy và chính xác chính là chìa khóa của việc ra quyết định trong kinh doanh. Mọi tổ chức thành công đều phải trải qua một quá trình nghiên cứu thị trường một cách toàn diện để ban lãnh đạo có thể đưa ra những quyết định đúng đắn nhất. Việc nghiên cứu này có thể được hoàn thành theo nhiều cách khác nhau thông qua các khảo sát online, các diễn đàn, blog, thảo luận nhóm bằng World Wide Web và tất nhiên một phương thức không thể thiếu đó là thông qua phỏng vấn trực tiếp. Hiện nay, Big data, Google Analytics and Microsoft CRM Dynamics cũng là những công cụ tuyệt vời để trích xuất những thông tin hữu ích có thể ảnh hưởng đến việc ra quyết định. Hơn nữa, những công cụ online này không chỉ cung cấp thời gian phản hồi thực của các khách hàng tiềm năng mà còn đảm bảo độ chính xác của dữ liệu bằng cách giảm thiểu rủi ro việc xảy ra lỗi xuất phát từ yếu tố con người.

b. Tiếp thị và tăng trưởng kinh doanh

Điều quan trọng nhất của sự thành công trong kinh doanh nằm ở marketing, vì điều này cho phép ban lãnh đạo trước hết xác định được những đối tượng mục tiêu và sau đó là quan sát khuynh hướng và nhu cầu của họ. Về tổng thể, việc Marketing sẽ bao gồm mối quan hệ cộng đồng, quảng cáo, khuyến mãi và doanh số bán hàng - thứ

ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh doanh sau cùng. Tuy tồn tại nhiều loại marketing có thể giúp bạn tìm kiếm cho mình những khách hàng tiềm năng, nhưng ở đây tôi sẽ chỉ giải thích ngắn gọn về Digital marketing, thứ từng là một giấc mơ trong quá khứ khi không có công nghệ Internet. Digital marketing là một hiện tượng mới nổi cho phép bạn quảng bá sản phẩm hoặc dịch vụ của mình trên toàn thế giới. Ngoài ra, nó còn là một thuật ngữ rộng lớn bao hàm nhiều khái niệm khác nhau như tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO), trả tiền cho mỗi nhấp chuột (PPC), viết blog, diễn đàn thảo luận, gửi email, SMS, MMS, social media marketing và quảng cáo trên các ứng dụng điện thoại thông minh, v.v. Hiện nay thị trường web đang bùng nổ với tốc độ chóng mặt, hàng triệu trang web mới đang được phát triển trên internet mỗi năm vì hầu hết các doanh nhân đều hiểu rằng thành công lâu dài trong kinh doanh là bất khả thi nếu không có sự hiện diện của kỹ thuật số trên internet.

c. Hỗ trợ khách hàng và sự hài lòng của họ

Mức độ hài lòng của khách hàng là chìa khóa của sự thành công, điều này sẽ không thể đạt được nếu thiếu đi quy trình hỗ trợ khách hàng theo thời gian thực. Thành công của 1 doanh nghiệp phụ thuộc vào việc biết được nhu cầu, xu hướng, hành vi và mức độ hài lòng của khách hàng. Nhờ vào công nghệ Internet, chúng ta đã có thể giao tiếp với hàng triệu khách hàng tiềm năng hoặc khách hàng hiện tại trong thời gian thực. Mà như các bạn biết đó, giao tiếp hiệu quả luôn là 1 công cụ hữu hiệu để hiểu được những nhu cầu, vấn đề của khách hàng và giải pháp của họ. CNTT cung cấp cho chúng ta nhiều kênh để giao tiếp với khách hàng một cách dễ dàng. Một vài kênh trong đó là email, các hội thảo trên web, mạng xã hội, công thông tin thành viên, bản tin trực tuyến và nhắn tin bằng văn bản hoặc đa phương tiện thông qua điện thoại thông minh. Các tổ chức doanh nghiệp thông thường sử dụng hệ thống quản lý quan hệ khách hàng (CRM) để có thể giữ gìn những dữ liệu có giá trị, nhằm mục đích hiểu được hành vi của khách hàng và nhu cầu trong tương lai của họ.

d. Quản lý tài nguyên và toàn cầu hóa

Quản lý tài nguyên đóng một vai trò quan trọng trong thành công của doanh nghiệp. Khi nói đến các tổ chức vừa hoặc lớn, rất khó để các lãnh đạo cấp cao có thể quản lý tất cả các nguồn lực theo cách thủ công. Các nguồn lực này có thể bao gồm

nguồn lực hữu hình, tài chính hoặc nguồn nhân lực, v.v. Công nghệ thông tin đã đóng một vai trò quan trọng trong việc tự động hóa các vấn đề phức tạp như vậy bằng cách giới thiệu các giải pháp thân thiện với người dùng. Một thập kỷ trước, hầu hết các giải pháp quản lý tài nguyên đều dựa trên máy tính để bàn. Nhưng bây giờ nhờ vào internet và công nghệ đám mây (cloud technology) mà các kỹ sư phần mềm đã có thể giới thiệu các giải pháp ERP (hoạch định nguồn lực doanh nghiệp) dựa trên các đám mây. Giờ đây, các nhà quản lý đã có thể quản lý hoặc giám sát các nguồn lực tổ chức của họ hầu như ở bất kỳ đâu trên thế giới bằng cách sử dụng máy tính cá nhân, máy tính xách tay, máy tính bảng hoặc điện thoại thông minh. Khái niệm này đã gợi ý cho ý tưởng về toàn cầu hóa. Hầu hết các công ty đa quốc gia (Microsoft, Google, Amazon, McDonalds, v.v.) trên thế giới sử dụng các giải pháp dựa trên đám mây này để quản lý các văn phòng ảo hoặc thực và nhân viên của họ trên toàn thế giới.

Tóm lại, không thể đạt được thành công lâu dài trong kinh doanh nếu không tận dụng những lợi ích mà công nghệ thông tin mang lại trong thời đại kỹ thuật số này. Các công ty nên chi trả cho chi phí hợp lý này để đạt được thành công, bởi vì sử dụng cách tiếp cận sáng tạo trong chiến lược kinh doanh, sử dụng các chuyên gia CNTT được đào tạo chuyên sâu và đưa ra các quyết định đúng đắn vào đúng thời điểm là điều kiện tiên quyết của sự thành công trong kinh doanh. Khi các giải pháp CNTT tiếp tục tăng năng suất và hiệu quả trong hoạt động kinh doanh và truyền thông, doanh nghiệp sẽ tiếp tục dựa vào Công nghệ thông tin để thành công.

1.2. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh LPG

1.2.1. Khái niệm kinh doanh và hoạt động kinh doanh LPG

a, Khái niệm kinh doanh

Kinh doanh là các hoạt động đầu tư, sản xuất, mua bán, cung ứng dịch vụ do các chủ thể kinh doanh tiến hành một cách độc lập, thường vì mục đích tạo ra lợi nhuận. Theo Từ điển tiếng Việt, “kinh doanh” được hiểu là tổ chức sản xuất, buôn bán sao cho sinh lợi.

b, Hoạt động kinh doanh LPG (Liquefied Petroleum Gas)

Theo nghị định 87/2018/NĐ-CP, hoạt động kinh doanh khí là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các hoạt động: sản xuất, chế biến; xuất khẩu, nhập

khẩu; mua bán khí; nạp, cấp khí; tạm nhập tái xuất; cho thuê bồn chứa, chai chứa khí, kho chứa LPG chai, cầu cảng; giao nhận và vận chuyển khí nhằm mục đích sinh lời.

1.2.2. Các nguyên tắc của hoạt động kinh doanh và hoạt động kinh doanh LPG

Thương nhân kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG) phải tổ chức kiểm tra định kỳ cơ sở kinh doanh LPG thuộc mình quản lý tuân thủ các quy định của pháp luật về an toàn, phòng cháy và chữa cháy; an ninh trật tự; an toàn lao động, vệ sinh lao động, bảo vệ môi trường và đo lường, chất lượng. Thương nhân kinh doanh LPG đầu mối phải thực hiện phân phối LPG và LPG chai trên thị trường thông qua hệ thống phân phối thuộc mình quản lý, bao gồm doanh nghiệp thành viên, chi nhánh kinh doanh LPG, trạm nạp LPG vào chai, trạm cấp LPG, trạm nạp LPG vào ô tô, cửa hàng bán LPG, tổng đại lý và đại lý.

Chai LPG trước khi đưa vào sử dụng phải thực hiện việc kiểm định kỹ thuật an toàn, đã đăng ký sử dụng, đăng ký nhãn hàng hóa, thương hiệu theo quy định của pháp luật; chai LPG đã qua sử dụng phải thực hiện tái kiểm định kỹ thuật an toàn; các chai LPG phải có đầy đủ hồ sơ được lưu trữ theo quy định tại cơ sở kinh doanh của thương nhân chủ sở hữu chai LPG. Thương nhân chủ sở hữu chai LPG được quyền cho ký cược chai LPG thuộc sở hữu và được phép quy định “Phiếu ký cược chai LPG”, áp dụng thống nhất trong hệ thống phân phối và khách hàng tiêu thụ thuộc thương nhân quản lý; được quyền kiểm tra hồ sơ ký cược chai LPG tại bất kỳ cơ sở nào có tồn chứa, sử dụng chai LPG của mình. Thương nhân chủ sở hữu cơ sở kinh doanh LPG bị sáp nhập hoặc bị giải thể hoặc chuyển đổi ngành nghề không kinh doanh LPG hoặc ngừng hoạt động kinh doanh lâu dài phải thu hồi toàn bộ số chai LPG thuộc sở hữu của mình để bán hoặc nhượng lại cho thương nhân khác kèm theo đầy đủ hồ sơ quy định; thương nhân nào sở hữu các chai LPG này phải đăng ký lại nhãn hàng hóa, thương hiệu tại cơ quan chức năng có thẩm quyền.

Giá bán LPG áp dụng theo cơ chế giá thị trường có sự kiểm soát của Nhà nước do thương nhân kinh doanh LPG quyết định sau khi đã nộp đầy đủ thuế.

1.2.3. Các ứng dụng công nghệ thông tin thường sử dụng trong hoạt động kinh doanh LPG

- Thương mại điện tử: là việc thực hiện một phần hay toàn bộ hoạt động kinh doanh bao gồm marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán thông qua các phương tiện điện tử. Như vậy khái niệm này đề cập đến toàn bộ các hoạt động kinh doanh thông qua phương tiện điện tử.

Khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG) là nhiên liệu thông dụng về tính đa năng và thân thiện với môi trường. Cùng với sự phát triển của xã hội, LPG ngày càng phổ biến và thông dụng trong sản xuất và tiêu dùng ngày càng nhiều cá nhân và tổ chức tham gia kinh doanh LPG. Để tạo lợi thế trong kinh doanh, buộc các DN phải tự thích ứng và tìm hướng đi phù hợp, trong đó có áp dụng thương mại điện tử. Cụ thể:

- * Khai thác các phương tiện truyền thông để quảng bá: báo, phát thanh, truyền hình. Đưa thông tin doanh nghiệp đến với người tiêu dùng.

- * Phần mềm quản lý dữ liệu thông tin khách hàng, phần mềm thống kê, kế toán, hóa đơn: Quản lý tệp khách hàng, xuất hóa đơn, thống kê báo cáo.

- * Sử dụng các ứng dụng của nhà cung cấp để hỗ trợ, giám sát thông tin dịch vụ: Tra cứu bưu gửi (EMS, VIETTEL POST, ...).

- * Facebook, Fanpage, Twitter, ...: Lưu trữ, chia sẻ thông tin các hoạt động của DN; quảng bá DN; bán hàng Online; liên lạc; ...

- * Yahoo, Gmail, Messenger, Zalo, ...: liên lạc, trao đổi thông tin, bán hàng.

- * Quản lý văn thư lưu trữ: lưu trữ công văn, quyết định trên phần mềm thay thế việc lưu trữ truyền thống.

- Chữ ký điện tử (*electronic signature*): là một dạng nào đó, thông tin đi kèm theo dữ liệu (văn bản, hình ảnh, video...) nhằm mục đích xác định người chủ của dữ liệu đó. Chữ ký điện tử được sử dụng trong các giao dịch điện tử. Xuất phát từ thực tế, chữ ký điện tử cũng cần đảm bảo các chức năng: xác định được người chủ của một dữ liệu nào đó: văn bản, ảnh, video, ... dữ liệu đó có bị thay đổi hay không.

Các DN kinh doanh LPG thường sử dụng:

- * Chữ ký số sử dụng trong lĩnh vực Bảo hiểm xã hội: FastCA, ...

- * Chữ ký số trong lĩnh vực hải quan: Viettel-CA, VNPT-CA, ...

- * Chữ ký số ký hóa đơn điện tử.

Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng sử dụng: TRUSTCA (ký hóa đơn điện tử), FastCA (bảo hiểm xã hội), Viettel-CA (Hải quan).

- Thanh toán trong thương mại điện tử: Thanh toán là khâu rất quan trọng để hoàn thiện quy trình kinh doanh trong TMĐT. Có nhiều phương thức thanh toán trong TMĐT, phương thức chủ yếu là thanh toán điện tử. Hình thức thanh toán phổ biến là chuyển tiền điện tử: thanh toán tiền lương, thanh toán hóa đơn mua hàng.

- Website, Fanpage:

+ Website (Website thông tin, website thương mại): đóng vai trò kênh truyền thông và công cụ kinh doanh hàng đầu cho mỗi doanh nghiệp. Thứ nhất doanh nghiệp cần có mặt trên mạng Internet nhất là các doanh nghiệp thương mại, đó là yêu cầu tối thiểu để khẳng định doanh nghiệp đã có mặt trên thị trường. Website của doanh nghiệp phục vụ trực tiếp cho các nhiệm vụ marketing như: thu hút sự quan tâm của khách hàng tương lai, với các thông tin trên trang web, bất kỳ người sử dụng Internet nào cũng có thể truy cập vào Website để tìm hiểu về doanh nghiệp và có thể trở thành khách hàng tiềm năng. Tạo ra nguồn thông tin sẵn có cho đối tác sử dụng: trên web đã có sẵn các thông tin mà đối tác cần như sản phẩm, thông tin liên hệ,

* <https://pgas.petrolimex.com.vn/index.html>

* <https://www.pvgas.com.vn/>

* <https://www.pvn.vn/Pages/default.aspx>

+ Fanpage: đóng vai trò kinh doanh, giải trí, quảng cáo thương hiệu, ... và liên kết với cộng đồng có cùng sở thích.

- Marketing trực tuyến: sử dụng các công cụ của CNTT dựa trên nền tảng Internet thay cho các công cụ truyền thống, như: Website, Mạng xã hội (Facebook, Google, Yahoo, Zalo, Twiter, ...).

- Thư điện tử: đóng vai trò kết nối nội tại doanh nghiệp cũng như giữa doanh nghiệp – khách hàng – nhà cung cấp.

- Các ứng dụng mang tính nội bộ:

+ Ứng dụng quản lý kinh doanh, kế toán: có nhiệm vụ xuất hóa đơn, thống kê, báo cáo.

Phần mềm FTS Business Solution: tích hợp chức năng xuất hóa đơn, ký điện tử, nhân sự và quản trị - báo cáo kinh doanh, kế toán, ...

+ Ứng dụng quản lý văn bản, công việc: ban hành và tiếp nhận công văn, quyết định, chỉ đạo, ... trong nội bộ doanh nghiệp.

PGAS-Quản trị công việc: ban hành, lưu trữ công văn, quyết định; tiếp nhận và chuyển công văn từ ban giám đốc đến từng phòng ban, đơn vị trực thuộc. Theo dõi, đánh giá lượt xử lý văn bản bình xét hiệu quả công việc để tính lương.

1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý kinh doanh LPG

1.3.1 Các yếu tố khách quan

- Sự phát triển của CNTT:

Trước năm 2000, công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin, viễn thông ở Việt Nam được thống kê riêng. Tuy nhiên, 20 năm qua là quá trình tích hợp, hội tụ của 3 lĩnh vực này ngày càng sâu sắc, giờ đây được coi là ngành công nghiệp điện tử - công nghệ thông tin – truyền thông (gọi tắt là công nghiệp CNTT-TT).

Năm 2000, đóng góp của công nghiệp CNTT – TT chỉ khoảng 0,5% GDP của Việt Nam, với doanh thu 300 triệu USD và số lao động chỉ chiếm khoảng 0,11% tổng số lao động của Việt Nam. Ngành công nghiệp CNTT – TT được coi là ngành kinh tế (cấp 2) nhỏ, thua kém các ngành khác như nông nghiệp, dầu khí, thương mại, xây dựng.

Tuy nhiên sau 20 năm, công nghiệp CNTT-TT đã có bước phát triển nhảy vọt:

- Doanh thu vào năm 2019 là 120 tỉ USD, gấp 400 lần năm 2000, tương ứng mức tăng trưởng bình quân 37%/năm trong suốt 19 năm.
- Số lao động là 1.030.000 người, gấp 20 lần năm 2000, chiếm 1,88% tổng số lao động Việt Nam.
- Năng suất lao động gấp 7,6 lần năng suất lao động bình quân cả nước.
- Đóng góp 14,3% vào GDP của Việt Nam, gấp 28 lần năm 2000 (0,5% GDP).
- Xuất khẩu giá trị 89,2 tỉ USD, chiếm 33,7% xuất khẩu của Việt Nam. Giá trị xuất khẩu 1 lao động tạo ra 1 năm gấp 18 lần bình quân cả nước.

Như vậy, từ chỗ là một ngành công nghiệp nhỏ bé của Việt Nam vào năm 2000, sau 20 năm công nghiệp CNTT – TT đã trở thành ngành kinh tế (cấp 2) lớn nhất Việt Nam, có mức tăng trưởng cao nhất, có năng suất lao động cao nhất và giá trị xuất khẩu lớn nhất (bảng 1).

Bảng 1: Lao động và đóng góp của một số ngành kinh tế vào GDP năm 2019

Ngành	Lao động (triệu người)	Đóng góp vào GDP	NSLĐ so với NSLĐ bình quân Việt Nam	NSLĐ của công nghiệp CNTT-TT so với các ngành khác
I. Ngành cấp 2:				
1. Thương mại	7,28	11,16%	83,8%	9 lần
2. Xây dựng	4,6	5,94%	70,7%	10 lần
3. Du lịch, ăn uống	2,7	3,8%	75,8%	9,8 lần
4. Giáo dục đào tạo	1,98	3,82%	105,2%	7 lần
5. Vận tải, kho bãi	1,97	2,78%	77,2%	9,8 lần
6. CNTT-TT	1,03	14,3%	760%	-
7. Y tế, chăm sóc sức khỏe	0,612	2,77%	247%	3 lần
II. Ngành cấp 1:				
1. Nông Lâm Ngư nghiệp	18,8	13,96%	40,58%	18,7 lần
III. Nền kinh tế Việt Nam	54,66	100%	-	7,6 lần

- Chính sách của Nhà nước:

Theo quy định tại Điều 5 Luật Công nghệ thông tin 2006 thì chính sách của Nhà nước về ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin được quy định cụ thể như sau:

- Ưu tiên ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.
- Tạo điều kiện để tổ chức, cá nhân hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an

ninh; thúc đẩy công nghiệp công nghệ thông tin phát triển thành ngành kinh tế trọng điểm, đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa và xuất khẩu.

- Khuyến khích đầu tư cho lĩnh vực công nghệ thông tin.
- Ưu tiên dành một khoản ngân sách nhà nước để ứng dụng công nghệ thông tin trong một số lĩnh vực thiết yếu, tạo lập nền công nghiệp công nghệ thông tin và phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin.
- Tạo điều kiện thuận lợi để phát triển cơ sở hạ tầng thông tin quốc gia.
- Có chính sách ưu đãi để tổ chức, cá nhân có hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin đối với nông nghiệp; nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo; người dân tộc thiểu số, người tàn tật, người có hoàn cảnh khó khăn.
- Bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin.
- Tăng cường giao lưu và hợp tác quốc tế; khuyến khích hợp tác với tổ chức, cá nhân Việt Nam ở nước ngoài trong lĩnh vực công nghệ thông tin.

- Yếu tố khách hàng:

Với sự phát triển không ngừng, CNTT đã bao phủ khắp thế giới và trở nên thân thiết với mọi người. CNTT mang đến cho con người rất nhiều tiện ích tuyệt vời, như:

- Mua sắm: trước đây người tiêu dùng phải trực tiếp đến cửa hàng nhưng hiện nay bạn chỉ cần ngồi nhà và đặt mua bất kỳ thứ gì mình muốn.
- Di chuyển: không cần đến tận nơi mua vé, giao dịch,...
- Kết nối, liên lạc: với chiếc smartphone hay laptop là bạn có thể liên lạc, trò chuyện, trao đổi công việc với đối tác, với đồng nghiệp không kể không gian, thời gian như đang ở cạnh nhau.
- Học tập: học tập trực tuyến có thể giúp chúng ta chủ động về mặt thời gian, chi phí

Như vậy, con người hiện nay gần như không thể tách rời Internet cũng như các trang thiết bị, các ứng dụng CNTT.

1.3.2. Các yếu tố chủ quan

- Hạ tầng CNTT của doanh nghiệp:

Các hạ tầng CNTT giúp tạo lợi thế trong kinh doanh, cụ thể:

+ Sử dụng Internet, điện thoại tại tất cả các điểm bán hàng và hệ thống phần cứng (dây mạng, thiết bị đi kèm: tổng đài, Switch, Router, ...)

+ Trang bị máy tính.

+ Sử dụng các phần mềm hỗ trợ nghiệp vụ như: thống kê, kế toán, văn thư, ...

+ Quảng bá hình ảnh qua truyền hình.

+ Tận dụng, khai thác các ứng dụng CNTT trong việc quảng bá hình ảnh như: mạng xã hội (Facebook, Zalo, ...)

- Nguồn lực con người và cơ sở vật chất của doanh nghiệp:

Với tính đặc thù ngành hàng kinh doanh của công ty, việc áp dụng CNTT trong quản lý kinh doanh cũng gặp nhiều khó khăn, từ con người đến cơ sở vật chất. Như:

+ Nguồn lực con người:

* Thay đổi quan điểm trong việc tận dụng và khai thác lợi thế khi triển khai ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh.

* Tuyển dụng mới

* Đào tạo: cử CBCNV tham gia các lớp đào tạo Tin học văn phòng, sử dụng phần mềm, cũng như khuyến khích CBCNV tự tìm tòi học hỏi CNTT, ...

+ Cơ sở vật chất: luôn ưu tiên cho việc nâng cấp cơ sở hạ tầng CNTT

* Trang cấp mới máy tính cho nhân viên mới, thay mới kịp thời.

* Thời gian khấu hao theo từng loại trang thiết bị, nâng cấp kịp thời.

* Triển khai phần mềm quản lý dữ liệu khách hàng, hóa đơn, chứng từ độc lập và tập trung, thay thế dần việc sử dụng sổ tay theo dõi.

* Sử dụng hệ thống máy chủ trong việc quản lý dữ liệu tập trung.

- Khả năng liên kết với các đơn vị có liên quan: ký hợp đồng thuê bao điện thoại, Internet, các đơn vị cung cấp trang thiết bị CNTT.

Tiểu kết chương 1

Kinh doanh luôn là thị trường cạnh tranh đầy quyết liệt. Để tồn tại và phát triển, mỗi doanh nghiệp cần phải sử dụng hiệu quả các tài nguyên của mình nhằm thu được lợi ích cao nhất. Với sự phát triển của CNTT hiện nay, tất cả các hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ đều có thể ứng dụng CNTT: Hoàn thiện những hoạt động cụ thể, hoàn thiện kết nối (giao diện) giữa các hoạt động, hoàn thiện kết nối ngoài công ty. Nhận thức được hiệu quả của công nghệ thông tin và các chính sách ưu đãi, tạo điều kiện của nhà nước cho doanh nghiệp, các doanh nghiệp nước ta đã ứng dụng hiệu quả của CNTT. Có thể nói trong các tất cả lĩnh vực kinh tế đều có ứng dụng CNTT, các doanh nghiệp đã có ứng dụng CNTT trực tiếp trong sản xuất, hầu hết các doanh nghiệp có ứng dụng CNTT trong tác nghiệp, điều hành, ... Nhưng vẫn còn một số doanh nghiệp hiện nay triển khai ứng dụng CNTT chưa thành công.

Để ứng dụng CNTT thành công trong doanh nghiệp, mỗi doanh nghiệp phải thay đổi tư duy, xác định lộ trình chiến lược phù hợp, đánh giá và chọn lựa giải pháp phù hợp và duy trì nâng cấp mở rộng theo nhu cầu phát triển của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CNTT TRONG QUẢN LÝ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH GAS PETROLIMEX HẢI PHÒNG

2.1. Giới thiệu về Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Tên công ty: CÔNG TY TNHH GAS PETROLIMEX HẢI PHÒNG

Tên Tiếng Anh: HAI PHONG PETROLIMEX GAS COMPANY

Viết tắt là: PGC HẢI PHÒNG (PGCHP)

Trụ sở: Tầng 4 TD Business Centre, Lô 20A đường Lê Hồng Phong, Quận Ngô Quyền, TP.Hải Phòng

Năm thành lập: 11/10/1997

Logo của Công ty:



Vốn điều lệ: 30.000.000.000 (Ba mươi tỷ đồng chẵn)

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng là công ty TNHH một thành viên có 100% vốn Tổng công ty Gas Petrolimex-CTCP thuộc Tập đoàn xăng dầu Việt Nam (Tập đoàn Petrolimex), có trụ tại Tầng 4 TD Business Centre, Lô 20A đường Lê Hồng Phong, Quận Ngô Quyền, TP.Hải Phòng. Năm 1994 với tên ban đầu là Phòng kinh doanh Gas - Công ty xăng dầu khu vực III; ngày 11/10/1997 đổi tên thành Xí nghiệp Gas trực thuộc Công ty xăng dầu khu vực III.

Là một đơn vị kinh doanh mặt hàng gas sớm nhất trong cả nước. Công ty Xăng dầu khu vực III cũng như Xí nghiệp Gas có nhiều kinh nghiệm trong việc tổ chức cũng như khai thác kinh doanh mặt hàng này. Từ năm 1996, khi Kho gas Thượng Lý đi vào hoạt động với sức chứa 1.000 tấn, Xí nghiệp Gas Hải Phòng có nhiệm vụ cung cấp gas cho các tỉnh từ Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, và các tỉnh phía Bắc. Trong những năm từ 1994 - 1996, thị phần của Công ty chiếm từ 80 -> 95%.

Từ những năm 1997, nhu cầu gas ngày càng phát triển trong lĩnh vực dân dụng và bước đầu xâm nhập vào lĩnh vực công nghiệp. Nhiều nhà kinh doanh đã nhận ra xu thế mới và ồ ạt đầu tư vào kinh doanh mặt hàng gas, có nhiều hãng kinh doanh Gas

nhu: Petro Việt Nam gas, Shell gas (nay là công ty TNHH City gas Miền Bắc), Total gas, Đài Hải gas, Thăng Long gas... tiến hành xây dựng kho bể và tung sản phẩm của mình ra thị trường. Thị trường Gas cạnh tranh gay gắt và khốc liệt. Do việc hạch toán vẫn phụ thuộc vào Công ty xăng dầu khu vực III nên hoạt động của Xí nghiệp Gas ngày càng khó khăn thiếu tính chủ động, kịp thời. Vì thế ngày 11/ 01/ 1999 theo quyết định số 01/ QĐ-HĐQT đã đổi tên Xí nghiệp Gas thành Chi nhánh Gas Hải Phòng và căn cứ Quyết định 1669/12/2003/QĐ/BTM ngày 03/12/2003 của Bộ Thương Mại về việc chuyển Công ty Gas trực thuộc Tổng Công ty xăng Dầu Việt Nam thành Công ty Cổ phần Gas Petrolimex đặt trụ sở tại số 775 đường Giải phóng - Quận Hoàng Mai - TP.Hà Nội (hiện nay trụ sở chính của Tổng công ty đặt tại số 229 Tây Sơn - tòa nhà MIPEC, quận Đống Đa, Hà Nội). Căn cứ Điều lệ tổ chức của Công ty Cổ phần Gas Petrolimex đã được Đại hội Cổ Đông thành lập thông qua ngày 30/12/2003 Quyết định chuyển Chi nhánh gas Hải phòng thuộc Công ty Gas thành Chi nhánh Gas Petrolimex Hải Phòng có trụ sở làm việc tại: số 1 Đường Hùng Vương - phường Sở Dầu - quận Hồng Bàng - Hải Phòng. Công ty Gas chịu trách nhiệm nhập khẩu hàng hoá và chỉ đạo kinh doanh ở tầm vĩ mô với các chính sách, chiến lược cơ chế cho sự tăng trưởng về mặt hàng gas. Chi nhánh Gas Petrolimex Hải Phòng nhập hàng từ Công ty Gas và có trách nhiệm cung cấp hàng cho các đơn vị phía Bắc và thị trường Hải Phòng thông qua các đơn vị trong ngành và hệ thống mạng lưới đại lý, cửa hàng.

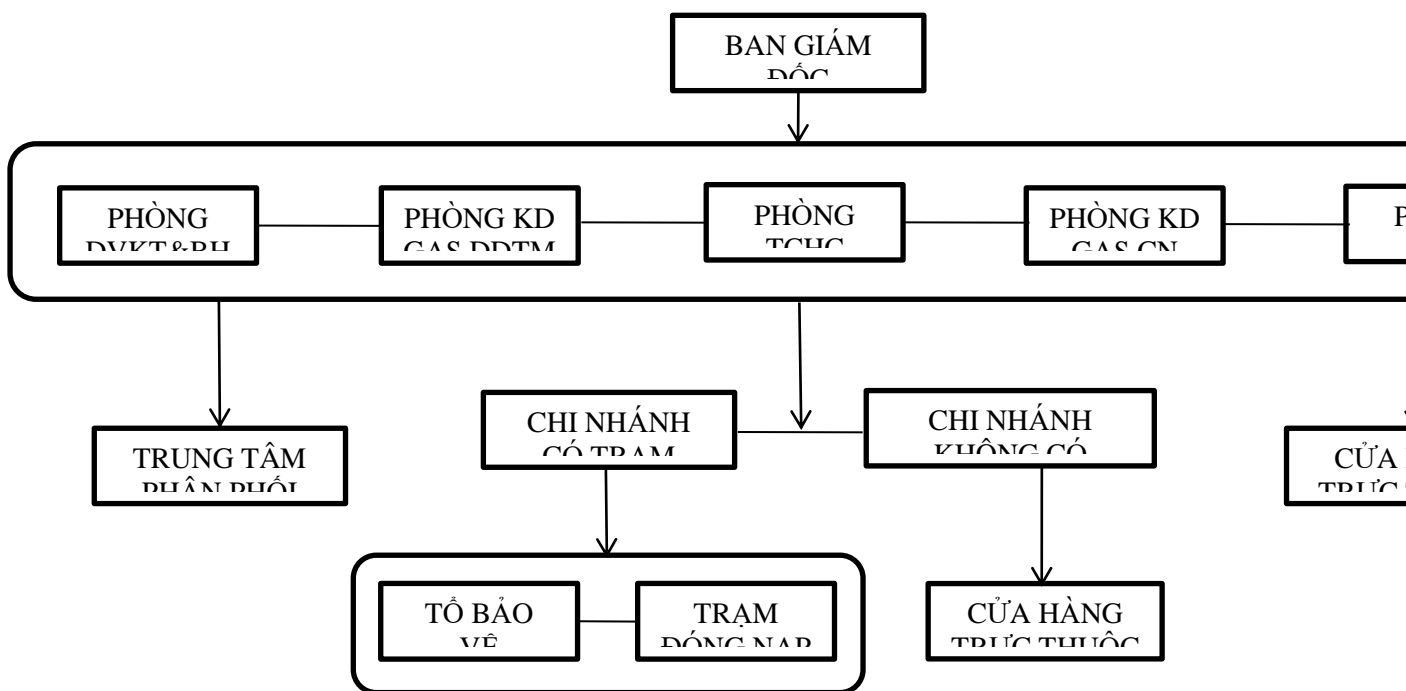
Từ năm 1999 - 2004, thị trường Gas trong nước nói chung và tại Hải Phòng nói riêng rất phức tạp, cạnh tranh gay gắt. Chỉ riêng tại Hải Phòng đã có tới 5 hãng kinh doanh gas với các chế độ, chính sách khác nhau, nhằm chiếm lĩnh thị trường. Mặc dù vậy, dưới sự lãnh đạo của Công ty Cổ phần Gas Petrolimex, Chi nhánh Gas Hải Phòng đã vượt qua khó khăn, trở ngại trong quá trình kinh doanh và đưa Công ty, Chi nhánh ngày càng phát triển với bản sắc riêng và nét độc đáo riêng của Petrolimex trên thị trường. Đội ngũ tiếp thị của Chi nhánh luôn năng động, sáng tạo tiếp cận và tiếp thị khách hàng không chỉ trong lĩnh vực dân dụng mà cả trong lĩnh vực công nghiệp. Chi nhánh cũng có rất nhiều khách hàng lớn như Thủy tinh Sanmiguel, Ấc quy tia

sáng, Sứ Hải Dương, Công nghiệp tàu thủy Ngô Quyền, Thép Hòa Phát... với lượng tiêu thụ gas hàng tháng từ 200 -> 500 tấn.

Ngày 01/04/2005, Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng chính thức thành lập, tiền thân là chi nhánh Gas Petrolimex Hải Phòng - trực thuộc Công ty Cổ phần Gas Petrolimex. Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng nhập hàng từ Công ty cổ phần Gas và có trách nhiệm cung cấp hàng cho các đơn vị phía Bắc và thị trường Hải Phòng thông qua các đơn vị trong ngành và hệ thống mạng lưới đại lý, cửa hàng, trung tâm, chi nhánh.

Sau hơn 20 năm hình thành và phát triển, Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng trực thuộc Tổng công ty Gas Petrolimex-CTCP – Tập đoàn xăng dầu Việt Nam; được phân công phụ trách và phát triển thị trường trên các tỉnh từ Quảng Ninh đến Hà Tĩnh, với hệ thống gồm 6 chi nhánh, 1 trung tâm phân phối, 9 cửa hàng trực thuộc văn phòng công ty và 22 cửa hàng trực thuộc chi nhánh cùng hệ thống phân phối của các công ty xăng dầu trong hệ thống Petrolimex, các Tổng đại lý, đại lý ngoài hệ thống. Đến nay, sản phẩm của Công ty đã có mặt trong mọi lĩnh vực từ sản xuất đến tiêu dùng trên khắp địa bàn. Trong suốt quá trình hình thành và phát triển, Công ty luôn là một trong những doanh nghiệp đi đầu trong việc áp dụng CNTT vào quá trình sản xuất kinh doanh cũng như quản lý, hỗ trợ ra quyết định.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng



Hình 3: Sơ đồ tổ chức của Công ty

Chức năng, nhiệm vụ của từng phòng ban:

a. Ban giám đốc:

+ Giám đốc Công ty: Ông Vũ Văn Khanh là người đứng đầu chịu trách nhiệm trước Công ty Cổ phần Gas Petrolimex về mọi mặt hoạt động kinh doanh của Công ty, trực tiếp phụ trách công tác tổ chức cán bộ, kinh doanh, công tác tài chính.

+ Phó Giám đốc kinh doanh: Ông Phạm Bá Thắng chịu trách nhiệm trước Giám đốc quản lý kinh doanh và các lĩnh vực liên quan.

+ Phó Giám đốc kỹ thuật: Ông Đặng Thành Nam chịu trách nhiệm trước Giám đốc quản lý kỹ thuật, an toàn và các lĩnh vực liên quan.

b. Phòng tổ chức hành chính:

- Trưởng phòng: Bà Đoàn Thị Hà Ngân; 1 phó phòng; 1 chuyên viên Tin học; 2 nhân viên; 1 tổng đài và 3 lái xe.

- Chức năng: tham mưu cho Giám đốc Công ty tổ chức thực hiện các công tác:

+ Xây dựng mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh

+ Bố trí sắp xếp, quản lý, sử dụng lao động, lao động tiền lương, giải quyết các chế độ chính sách đối với người lao động

+ Quản lý công tác hành chính, quản trị, văn thư, lưu trữ công văn tài liệu

+ Đào tạo, bảo vệ nội bộ, thanh tra, kiểm tra an toàn an ninh trật tự, công tác an toàn PCCC, an toàn bảo hộ lao động, vệ sinh lao động, vệ sinh môi trường.

+ Công tác quân sự, công tác hành chính quản trị cơ quan theo điều lệ hoạt động của Công ty theo pháp luật của Nhà nước.

+ Tổ chức quản lý, chỉ đạo công tác phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin và tự động hóa trong sản xuất kinh doanh của Công ty một cách có hệ thống và hiệu quả.

c. Phòng kế toán tài chính:

- Kế toán trưởng: Bà Trương Thị Thanh Dung; 1 phó phòng; 4 kế toán viên và 1 thủ quỹ;

- Chức năng: Tham mưu giúp giám đốc công ty chỉ đạo và tổ chức thực hiện công tác kế toán tài chính của Công ty, quản lý vốn, tài sản, hàng hoá theo đúng nguyên tắc, chế độ quy định của Nhà nước và phân cấp của Công ty.

- Tổ chức thực hiện công tác hạch toán, thống kê, báo cáo kế toán tài chính theo đúng nguyên tắc quy định hiện hành của ngành, của Nhà nước và phân cấp của Công ty.

- Không ngừng tăng cường, nâng cao các biện pháp quản lý tài chính đối với các hoạt động sản xuất kinh doanh, đảm bảo sử dụng có hiệu quả vốn được giao, tiết kiệm chi phí.

d. Phòng kinh doanh:

- Phòng kinh doanh gas công nghiệp:

Trưởng phòng: Ông Phạm Hùng; 1 phó phòng và 2 nhân viên

- Phòng kinh doanh gas thương mại và dân dụng:

Trưởng phòng: Ông Nguyễn Văn Bình; 2 phó phòng, 5 nhân viên và 5 lái xe gas bình.

- Chức năng: Tham mưu giúp Giám đốc tổ chức thực hiện công tác tiếp thị kinh doanh gas và các thiết bị sử dụng gas công nghiệp, dân dụng có hiệu quả ngành hàng theo đúng nội dung đăng ký kinh doanh và phân cấp của Công ty.

- Tổ chức tạo nguồn hàng, tham mưu tổ chức thực hiện quản lý hành hóa, bán hàng hiệu quả và mở rộng phát triển thị trường.

e. Phòng dịch vụ kỹ thuật bán hàng:

- Trưởng phòng: Ông Nguyễn Tuấn Đạt; 1 phó phòng; 3 kỹ thuật và tổ dịch vụ kỹ thuật gồm 3 nhân viên kỹ thuật.

- Chức năng: giúp Giám đốc về công tác kỹ thuật nhằm phục vụ sản xuất kinh doanh gas bao gồm:

+ Tiếp thị khách hàng công nghiệp, làm dịch vụ kỹ thuật, tư vấn kỹ thuật

+ Tham mưu giúp Giám đốc Công ty chỉ đạo công tác quản lý kỹ thuật, xây dựng cơ bản, công nghệ đầu tư, kỹ thuật hàng hoá, an toàn vệ sinh môi trường, phòng chống cháy nổ,... một cách có hiệu quả và chấp hành đúng các quy định của pháp luật, phân cấp của Công ty.

+ Tổ chức và thực hiện công tác quản lý kỹ thuật, xây dựng cơ bản, công nghệ đầu tư, kỹ thuật hàng hoá, an toàn vệ sinh môi trường, phòng chống cháy nổ và tự động hoá, ... phục vụ cho công tác tổ chức kinh doanh, quản lý của Công ty một cách tốt nhất.

+ Tổ chức chỉ đạo, quản lý công tác đào tạo nghiệp vụ cho CBCNV Công ty và khách hàng có nhu cầu.

f. Các chi nhánh, trung tâm, cửa hàng:

- Chi nhánh: Quảng Ninh, Hải Dương, Hà Nam, Nam Định, Ninh Bình và Hà Tĩnh. Cùng các cửa hàng trực thuộc chi nhánh.

- Trung tâm: gồm trung tâm phân phối Gas Petrolimex và trung tâm chăm sóc khách hàng.

- Cửa hàng trực thuộc Văn phòng Công ty: Cửa hàng Gas petrolimex số 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09.

- Chức năng:

+ Tổ chức công tác bán buôn cho các đại lý và các thiết bị sử dụng gas.

+ Giao dịch, quảng cáo, giới thiệu sản phẩm gas, các thiết bị sử dụng gas và một số dịch vụ khác khi có nhu cầu.

+ Tổ chức tốt công tác quản lý lao động, phương tiện hàng hoá tài sản được giao.

2.1.3 Tình hình tài chính và nhân sự

a) Tình hình tài chính

Là một trong các doanh nghiệp đi đầu trong việc kinh doanh sản phẩm Gas nên cơ sở vật chất đã được tập đoàn Petrolimex rất chú trọng. Với tổng kho Đình Vũ sức chứa 3.000 tấn và trạm chiết nạp với sức chứa 1.000 tấn đảm bảo cung ứng đủ nhu cầu. Ngoài ra đội xe vận tải gồm hơn 10 xe chuyên dụng vận tải gas bồn đáp ứng cho các khách hàng trong khu vực miền Bắc. Nhà máy chiết nạp Gas có công suất đóng trên 30 tấn/ngày.

Thực hiện chính sách của nhà nước, hiện giờ Tập đoàn Xăng dầu nói chung và các công ty thành viên nói riêng đều trong quá trình cổ phần hóa, các công ty TNHH Gas Petrolimex cũng không ngoại lệ.

Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng là một doanh nghiệp 100% vốn nhà nước, nguồn lực tài chính của công ty được thể hiện ở 2 phần chính: giá trị tổng tài sản cố định và tài sản lưu động.

Phần giá trị tài sản cố định chủ yếu nằm trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ kinh doanh Gas. Đây là một lượng tài sản có giá trị không nhỏ và giá trị các tài sản này tăng lên nhiều lần khi công ty tiến hành cổ phần hóa, đánh giá lại giá trị tài sản.

Phần tài sản lưu động: hiện tại là gần 24 tỷ đồng.

Với quy mô tài sản như vậy, công ty có đủ điều kiện đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cần thiết để nhập khẩu một khối lượng Gas đảm bảo ổn định cung cấp cho thị trường nhất là trong những trường hợp có những biến động bất thường, khó khăn về giá cả và nguồn cung cấp. Đồng thời có thể khai thác được lợi thế hiệu quả kinh tế nhờ quy mô lớn trong nhiều mặt mà các đối thủ cạnh tranh hiện nay phải mất nhiều năm, mới có thể có được.

b) Tình hình nhân sự

Để một doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển được phụ thuộc vào 3 yếu tố: con người, đối tượng lao động và công cụ lao động. Trên thực tế, con người là yếu tố quan trọng hàng đầu, con người là người sản xuất ra các thiết bị, máy móc phù hợp với sản xuất kinh doanh, điều khiển chúng hoạt động. Con người có thể huy động, tìm kiếm nguồn vốn cho doanh nghiệp, tìm mọi biện pháp để bù đắp thiếu hụt tài chính cho doanh nghiệp.

Trình độ chuyên môn kỹ thuật của công ty được phản ánh trên biểu sau:

Bảng 2: Tình hình số lượng lao động của năm 2020 – 2021

TT	Chỉ tiêu	2019		2020		2021	
		SL (người)	Tỉ trọng (%)	SL (người)	Tỉ trọng (%)	SL (người)	Tỉ trọng (%)
1	Tổng số nhân viên	167		166		166	
	- Đại học	104	62	103	62	103	62
	- Trung cấp, cao đẳng	11	7	11	7	11	7

	- Công nhân kỹ thuật	45	27	45	45	45	27
	- Lao động khác	7	4	7	4	7	4
2	Số nhân viên cử đi học						
	- Ngắn hạn						
	- Dài hạn					1	

(Nguồn: Phòng TCHC - 2021)

2.1.4. Hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng từ năm

Ngành nghề kinh doanh của Công ty:

- Xuất nhập khẩu và kinh doanh Gas hóa lỏng.
- Kinh doanh kho bãi, vận tải, vật tư thiết bị, phụ kiện.
- Tư vấn đầu tư, chuyển giao công nghệ, bảo dưỡng, sửa chữa lắp đặt và các dịch vụ thương mại, các dịch vụ có liên quan đến phục vụ kinh doanh Gas theo quy định của pháp luật.

Mặt hàng kinh doanh chính của Công ty bao gồm: Gas rời và gas bình. Căn cứ theo nhu cầu nhập hàng của Công ty xây dựng lên. Tổng Công ty Gas Petrolimex-CTCP (Công ty mẹ) tiến hành nhập khẩu hàng gas qua hệ thống cảng Hải Phòng và giao cho Công ty theo lệnh giao hàng và hoá đơn GTGT theo giá nhất định Công ty Cổ phần Gas quyết định giá giao cho Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải phòng. Công ty trên cơ sở giá giao của Công ty mẹ, giá vốn bình quân để quy định giá giao cho các cửa hàng, tổng đại lý trong ngành, ngoài ngành và giá bán cho các khách hàng công nghiệp, giá bán lẻ cho người tiêu dùng. Sau khi nhập khẩu, Công ty tiến hành đóng bình, loại bình 12, 48 kg qua dàn đóng bình bán cho khách hàng dân dụng, hàn cắt công nghiệp..., gas rời dùng để bán buôn cho khách hàng công nghiệp.

Ngoài mặt hàng chính là gas, Công ty được tự kinh doanh và khai thác các mặt hàng bếp gas và phụ kiện gas như: van điều áp, dây kẹp ... trên nguyên tắc kinh doanh có hiệu quả. Căn cứ vào nhu cầu thị trường tại Hải Phòng, Công ty tiến hành nhập hoặc mua bếp gas và phụ kiện cần thiết phục vụ gas dân dụng và gas công nghiệp của các nhà cung cấp và tiến hành bán hàng cho các đại lý, khách hàng có nhu

cầu. Công ty được tự quyết định giá bán bếp và phụ kiện trên nguyên tắc đảm bảo vốn kinh doanh và có lãi.

2.2. Thực trạng triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Ngay từ những năm đầu của thế kỷ 20, Công ty TNHH Gas Petrolimex đã quan tâm đến việc ứng dụng CNTT vào quá trình sản xuất, kinh doanh của mình, từ việc đầu tư hạ tầng phần cứng, áp dụng phần mềm quản lý kinh doanh, kế toán, viết hóa đơn, cũng như thanh toán hàng hóa và tiền lương đến việc khai thác, sử dụng Internet để tạo lợi thế trong kinh doanh.

2.2.1. Thực trạng xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

- Hệ thống máy tính: theo khấu hao, hỏng hóc sẽ thay thế cục bộ. Hàng năm đều có theo dõi, đánh giá hệ thống toàn công ty.

Bảng 3 : Hệ thống máy tính cho sản xuất kinh doanh tại công ty Gas Petrolimex Hải Phòng

(ĐVT: bộ)

Chỉ tiêu		2019	2020	2021
1.Hệ thống máy tính	Tổng số:	89	89	90
	* Văn phòng công ty:			
	- Ban giám đốc	3	3	3
	- Phòng KD Gas DDTM	8	8	8
	- Phòng KD Gas CN	4	4	4
	- Phòng DVKTBH	7	7	7
	- Phòng TCHC	6	6	6
	- Phòng KTTC	7	7	7
	* Các đơn vị trực thuộc:			
	- Chi nhánh Quảng Ninh	15	15	15
	- Chi nhánh Hải Dương	5	5	6
	- Chi nhánh Hà Nam	3	3	3
	- Chi nhánh Nam Định	6	6	6
	- Chi nhánh Ninh Bình	7	7	7
- Chi nhánh Nghệ An-Hà Tĩnh	7	7	7	
- Các trung tâm-cửa hàng trực thuộc VP	11	11	11	

2.Hệ thống mạng	- Máy chủ (IBM)	2	2	2
	- Thiết bị cân bằng tải Internet	4	4	4
	- Switch	7	7	7
	- Wifi Access Point	7	7	7

- Hệ thống mạng Internet, viễn thông: Tất cả các đơn vị, địa điểm bán hàng của công ty đều có thuê bao Internet để phục vụ công việc như liên hệ giao dịch khách hàng, quản lý bán hàng.

- Hệ thống bảo mật an toàn: tất cả máy tính đều được cài phần mềm Antivirus, Wifewall.

- Hệ thống thư điện tử: toàn công ty sử dụng hệ thống E-mail nội bộ để giao dịch và truyền thông tin.

2.2.2. Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Việc quản lý văn bản và điều hành công việc trên mạng có 31% bao gồm ban giám đốc, trưởng phó các phòng nghiệp vụ, giám đốc các chi nhánh và các cửa hàng trưởng. Những đầu mối tiếp nhận, điều hành và triển khai công việc tại đơn vị mình. Các cấp dưới tiếp nhận công việc bằng hình thức khác như thư điện tử hoặc ghi chép.

Bảng 4. Các ứng dụng cơ bản công nghệ thông tin trong kinh doanh tại công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

(ĐVT số lượng tài khoản, máy tính/số lượng tổng: %)

STT	Chỉ tiêu	Tỷ lệ				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Triển khai ứng dụng cơ bản tại công ty					
	Quản lý văn bản và điều hành công việc trên mạng	31	31	31	31	31
	Quản lý nhân sự	2	2	2	2	2
	Quản lý tài chính – kế toán	25	25	25	25	25
	Thư điện tử nội bộ	37	37	37	38	38
	Hệ thống phòng chống virus máy tính	100	100	100	100	100
	Chữ ký số	100	100	100	100	100
2	Sử dụng văn bản điện tử					
	Giấy mời, tài liệu họp	100	100	100	100	100
	Trao đổi trong xử lý công việc	100	100	100	100	100
3	Triển khai phần mềm nguồn mở					
	Tỷ lệ máy tính cài Open Office	100	100	100	100	100

	Tỷ lệ máy tính cài Chrome/Cốc Cốc	100	100	100	100	100
	Tỷ lệ máy tính cài Unikey	100	100	100	100	100
	Tỷ lệ máy tính cài Zalo	100	100	100	100	100

(Nguồn: Phòng TCHC)

- Phòng tổ chức hành chính quản lý nhân sự với sự tham gia trực tiếp của trưởng, phó phòng và chuyên viên nhân sự trước khi tham vấn cho giám đốc về nhân sự của công ty.

- Quản lý tài chính – kế toán gồm: Giám đốc, kế toán trưởng, phòng kế toán tài chính và lãnh đạo các đơn vị (Giám đốc, nghiệp vụ các chi nhánh; các cửa hàng trưởng) chiếm tỉ trọng 25%.

- Thư điện tử nội bộ chiếm tỉ trọng 37%, các CBCNV có liên quan đến giao dịch với bên ngoài đều được cấp tài khoản.

- Toàn bộ hoá đơn, chứng từ đều được sử dụng chữ ký số; với tất cả các đơn vị trực thuộc công ty. Từ phòng kinh doanh, đến các chi nhánh và cửa hàng đều sử dụng chữ ký số khi phát hành hoá đơn.

- Tỷ lệ máy tính được cài đặt phần mềm diệt virus là 100%. Đảm bảo an toàn bảo mật thông tin trên mạng.

- Triển khai phần mềm nguồn mở là 100%, đây là các phần mềm thông dụng không thể thiếu với mỗi người dùng máy tính có kết nối mạng, vì vậy đây là các phần mềm bắt buộc phải cài đặt mỗi khi trang bị mới hoặc cài đặt lại hệ điều hành.

a) Các phần mềm quản lý chung

Với mục tiêu tăng cường tin học hóa trong công tác quản lý, kinh doanh Gas, phát triển dịch vụ chăm sóc khách hàng; trong những năm gần đây PGCHP đã tập trung ứng dụng CNTT trong hoạt động sản xuất kinh doanh và dịch vụ chăm sóc khách hàng với quyết tâm mang lại hiệu quả và sự thay đổi toàn diện trên mọi lĩnh vực hoạt động.

- PGCHP đã xây dựng hệ thống quản lý thông tin, dịch vụ khách hàng FTS Business Center (FTS) – phiên bản 1.0 và đưa vào áp dụng chính thức vào tháng 5-2013. Đây là hệ thống phần mềm dùng chung trong công tác quản lý kinh doanh trên toàn hệ thống Gas Petrolimex, có quy mô lớn, phức tạp, phạm vi ứng dụng rộng. Sau 2 năm đầu tiên áp dụng, triển khai và phát triển, hệ thống FTS Business Center đã cho

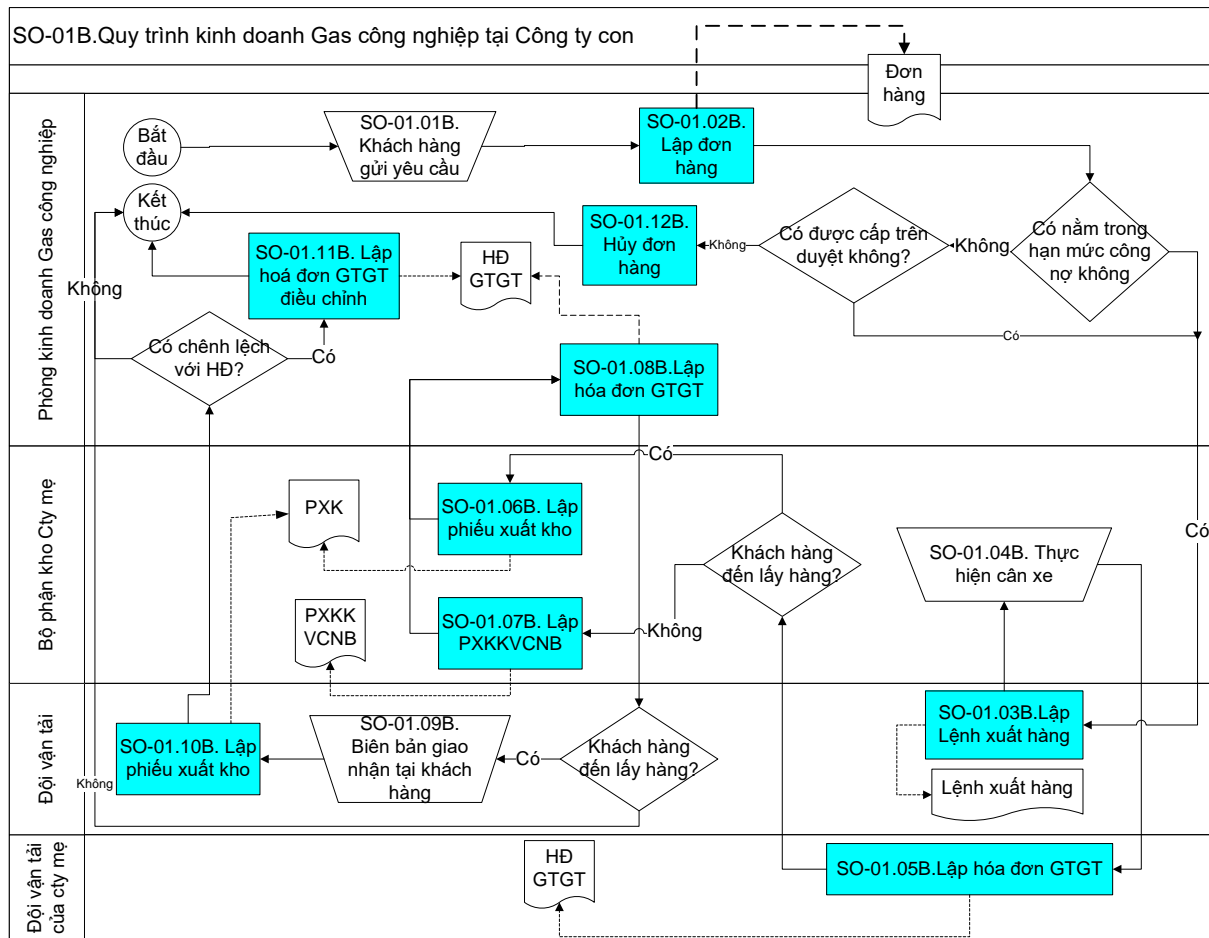
thấy sự hiệu quả rõ rệt trong công tác quản lý kinh doanh Gas, công tác quản trị cũng như giảm chi phí đầu tư mua sắm các phần mềm hỗ trợ khác.

Điểm nổi bật nhất từ năm 2017 đến nay là việc áp dụng và nâng cấp FTS phiên bản 3.0, đây là hệ thống phần mềm lõi, là nền tảng trong hỗ trợ kinh doanh, dịch vụ của PGC. Với sự hoàn thiện của phần mềm đồng nghĩa với việc chuyển từ đơn vị “cung cấp Gas thuần túy” sang “chăm sóc khách hàng sử dụng Gas”, tích cực ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại, nâng cao chất lượng dịch vụ.

FTS 3.0 hiện có 16 phân hệ với gần 200 tính năng/chức năng và hơn 200 biểu báo cáo. Một số phân hệ chức năng chính của FTS 3.0 gồm: mua hàng, bán hàng, phiếu thu, phiếu chi, hợp đồng mua bán, quản lý vật tư nội bộ, công nợ khách hàng. Phiên bản này ngoài việc hoàn thiện các chức năng bán hàng, quản lý hàng hóa đã tích hợp thêm nhiều chức năng quản trị; cũng như quản lý nhân sự tiền lương. Đến tháng 5-2020, việc hóa đơn điện tử được triển khai càng làm rõ sự tiện ích của ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh của doanh nghiệp. Do đó, FTS 3.0 là cơ sở quan trọng để PGCHP phát triển, mở rộng các dịch vụ, khai thác dữ liệu phục vụ chăm sóc khách hàng.

*** Quy trình quản lý bán hàng Gas công nghiệp (Gas bồn) cho khách hàng của công ty con:**

Hình 4: Quy trình quản lý bán hàng Gas công nghiệp (Gas bồn) cho khách hàng của công ty con



Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Giải thích quy trình:

- Khách hàng gửi yêu cầu: Hàng tháng căn cứ vào hợp đồng, hai bên sẽ ký kết các đơn hàng và thực hiện giao hàng.

Đối với những khách hàng có kế hoạch hàng vào đầu tháng hoặc cuối tháng trước sẽ thực hiện Fax hoặc gửi mail cho P.KD Gas CN các thông tin chi tiết về số lượng, mặt hàng, thời gian.

Một số khách hàng chưa có kế hoạch cụ thể có thể báo trước 1, 2 ngày thông qua hình thức điện thoại, gửi Email hoặc fax cho P. KD Gas CN. P.KD Gas CN sẽ ghi nhận vào sổ giao hàng.

- Căn cứ vào yêu cầu của khách hàng, P.KD sẽ lập đơn hàng trên hệ thống.

- Trong trường hợp P.KD Gas CN nhận thấy rằng, khách hàng đang vượt quá công nợ định mức, đơn hàng sẽ được chuyển lên cấp trên để duyệt đơn hàng, nếu đơn hàng vẫn không được duyệt P.KD Gas CN thực hiện hủy đơn hàng.

- Khi nhận được đơn hàng hợp lệ (Vẫn trong định mức công nợ hoặc vượt định mức mà vẫn được cấp trên duyệt), sau khi bố trí xe đội vận tải lập lệnh xuất hàng cho lái xe trên hệ thống.

- Trạm cân thực hiện cân xe để xác định lượng hàng thực xuất. Phiếu cân xe được trạm cân thực hiện.

- Căn cứ vào phiếu cân, đội vận tải của công ty mẹ sẽ viết hoá đơn cho công ty con.

- Nếu khách hàng đến lấy hàng, thủ kho của công ty mẹ sẽ viết phiếu xuất kho cho công ty con.

- Nếu phải vận chuyển đến cho khách hàng, thủ kho của công ty mẹ viết phiếu xuất kho kiêm vận chuyển nội bộ cho kho xe.

- Phòng kinh doanh của Công ty con viết hoá đơn GTGT cho khách hàng. Trong trường hợp khách hàng đến lấy, quy trình kết thúc.

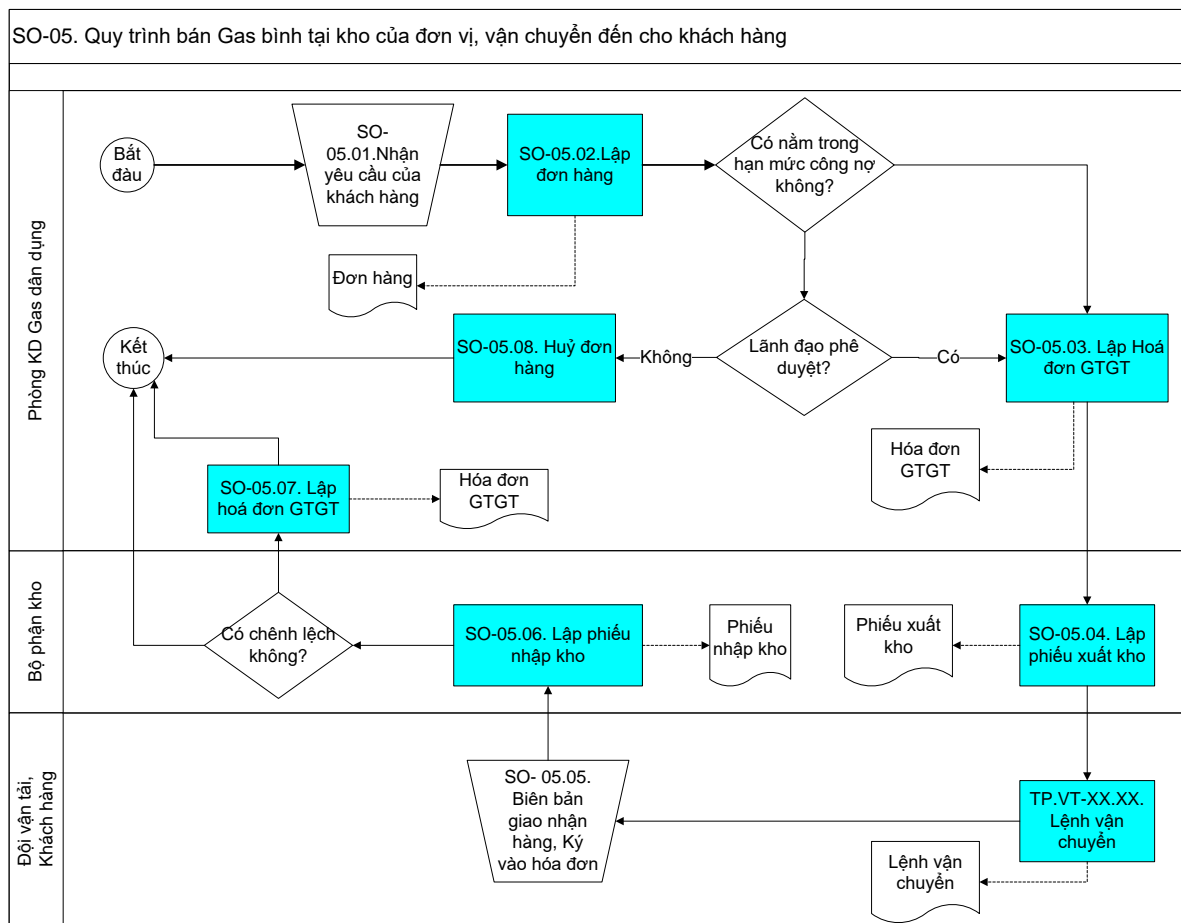
- Nếu phải chở hàng đến cho khách hàng, Căn cứ vào phiếu cân xe nhận thực tế tại khách hàng hai bên lập biên bản giao nhận hàng hóa xác định số lượng thực xuất cho khách hàng.

- Căn cứ vào Biên bản giao nhận tại khách hàng, Đội vận tải viết phiếu xuất kho, xuất từ kho xe cho khách hàng. Nếu không có sự chênh lệch giữa biên bản giao nhận tại khách hàng và hoá đơn GTGT ở bước SO.01.08B, quy trình kết thúc.

- Nếu có sự chênh lệch giữa biên bản giao nhận tại khách hàng và hoá đơn GTGT ở bước SO.01.08B, phòng kinh doanh của công ty con lập hoá đơn điều chỉnh cho khách hàng. Quy trình kết thúc.

* Quy trình bán Gas bình cho khách hàng lấy tại kho của đơn vị, vận chuyển đến cho khách hàng:

Hình 5: Quy trình bán Gas bình cho khách hàng lấy tại kho của đơn vị, vận chuyển đến cho khách hàng



Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Giải thích quy trình:

- SO-05.01: Hàng tháng căn cứ vào hợp đồng, hai bên sẽ ký kết các đơn hàng và thực hiện giao hàng.

Đối với những khách hàng có kế hoạch hàng vào đầu tháng hoặc cuối tháng trước sẽ thực hiện Fax hoặc gửi mail cho phòng kinh doanh.

Một số khách hàng chưa có kế hoạch cụ thể có thể báo trước 1, 2 ngày thông qua hình thức điện thoại, gửi mail hoặc fax.

- SO-05.02: Căn cứ vào yêu cầu của khách hàng, phòng kinh doanh lập đơn hàng trên hệ thống.

- SO-05.08: Trong trường hợp P.KD DD&TM nhận thấy rằng, khách hàng đang vượt quá Công nợ định mức, đơn hàng sẽ được chuyển lên cấp trên để duyệt đơn hàng, nếu đơn hàng vẫn không được duyệt P.KD DD&TM thực hiện hủy đơn hàng.

- SO-05.03: Khi đơn hàng được chấp nhận, P.KD DD&TM lập hoá đơn GTGT cho khách hàng.

- SO-05.04: Căn cứ vào hoá đơn GTGT, bộ phận kho xuất hàng và lập phiếu xuất kho.

- Lệnh vận chuyển: Sau khi hàng lên xe, đội vận tải phát lệnh vận chuyển.

- SO-05.05: Tại khách hàng sẽ có biên bản giao nhận hàng hóa (Giao bình gas và nhận lại vỏ bình) và ký vào hoá đơn GTGT phân người mua hàng.

- SO-05.06: Khi đội vận tải mang vỏ bình về, căn cứ vào biên bản giao nhận bộ phận kho nhập vỏ bình và lập phiếu nhập vỏ bình cho từng khách hàng.

- SO-05.07: Nếu có sự chênh lệch giữa biên bản giao nhận hàng và hoá đơn GTGT đã xuất cho khách hàng tại bước SO-05.03, P.KD DD&TM sẽ xuất hoá đơn GTGT điều chỉnh.

*** Một số báo cáo quản trị quan trọng trên ứng dụng phần mềm FTS:**

➤ Báo cáo tiêu thụ của một đơn vị (*Phụ lục 1 – trang 94*):

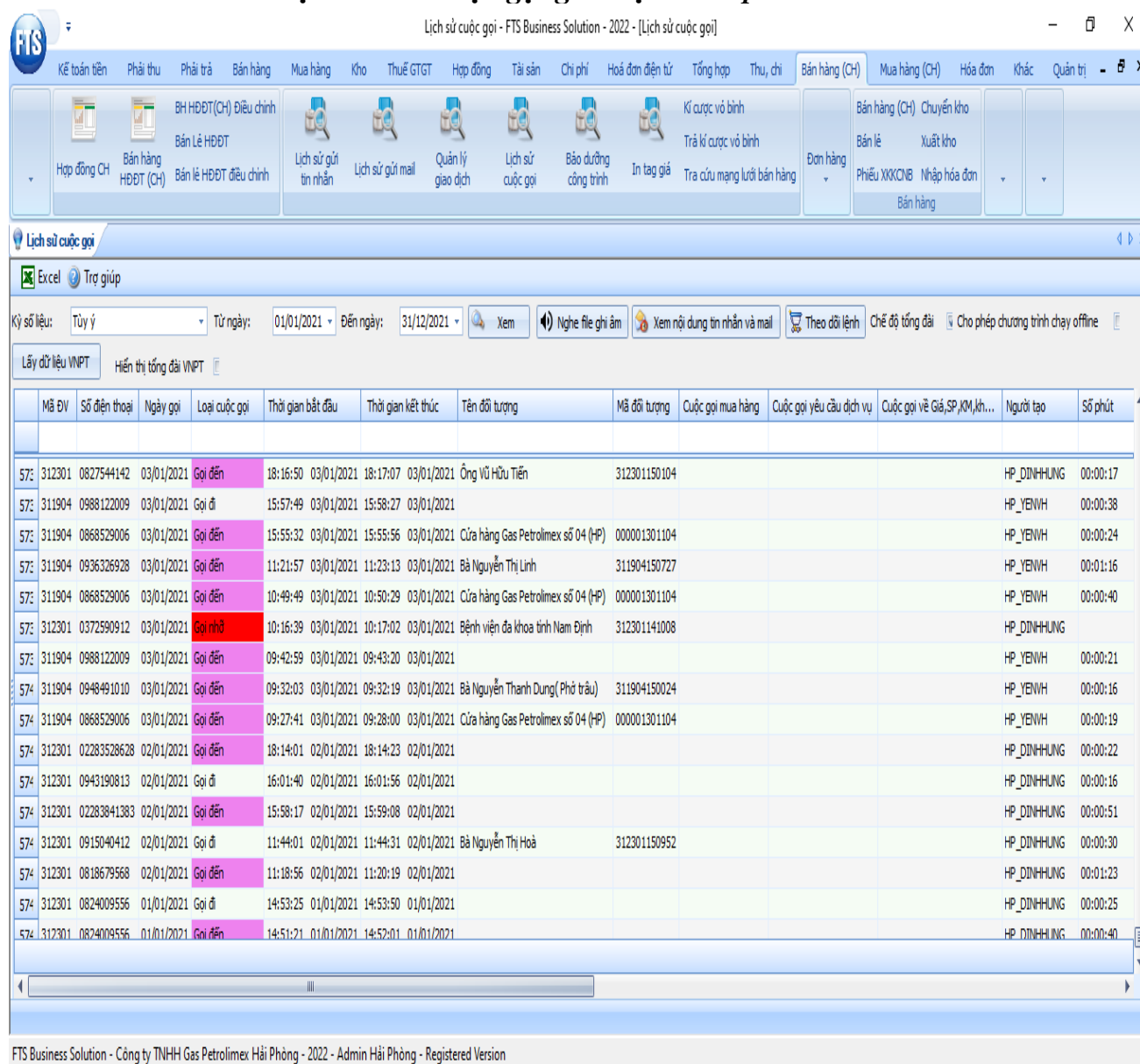
Báo cáo tiêu thụ thể hiện rõ chi tiết sản lượng bán được, tiền hàng, thuế VAT phải nộp, tiền ký cược vỏ bình, ...; cũng như chi tiết kênh bán hàng (bán lẻ, bán buôn) của đơn vị đó. Việc này giúp người quản trị điều chỉnh phương hướng bán hàng của đơn vị nếu cần.

➤ Báo cáo cân đối phát sinh công nợ của một đơn vị (*Phụ lục 2 – trang 95*)

Thể hiện chi tiết công nợ của khách hàng, đơn vị và người quản lý có thể kiểm tra chu kỳ phát sinh mua hàng, thanh toán, định mức công nợ của khách hàng. Hỗ trợ đơn vị dễ dàng điều chỉnh chính sách bán hàng với từng khách hàng cụ thể.

➤ Lịch sử cuộc gọi:

Hình 6: Lịch sử các cuộc gọi giao dịch trên phần mềm FTS



Mã DV	Số điện thoại	Ngày gọi	Loại cuộc gọi	Thời gian bắt đầu	Thời gian kết thúc	Tên đối tượng	Mã đối tượng	Cuộc gọi mua hàng	Cuộc gọi yêu cầu dịch vụ	Cuộc gọi về Giá,SP,KM,th...	Người tạo	Số phút
57c	312301 0827544142	03/01/2021	Gọi đến	18:16:50	03/01/2021 18:17:07	Ông Vũ Hữu Tiên	312301150104				HP_DINHUNG	00:00:17
57c	311904 0988122009	03/01/2021	Gọi đi	15:57:49	03/01/2021 15:58:27						HP_YENWH	00:00:38
57c	311904 0868529006	03/01/2021	Gọi đến	15:55:32	03/01/2021 15:55:56	Cửa hàng Gas Petrolimex số 04 (HP)	000001301104				HP_YENWH	00:00:24
57c	311904 0936326928	03/01/2021	Gọi đến	11:21:57	03/01/2021 11:23:13	Bà Nguyễn Thị Linh	311904150727				HP_YENWH	00:01:16
57c	311904 0868529006	03/01/2021	Gọi đến	10:49:49	03/01/2021 10:50:29	Cửa hàng Gas Petrolimex số 04 (HP)	000001301104				HP_YENWH	00:00:40
57c	312301 0372590912	03/01/2021	Gọi nhỡ	10:16:39	03/01/2021 10:17:02	Bệnh viện đa khoa tỉnh Nam Định	312301141008				HP_DINHUNG	
57c	311904 0988122009	03/01/2021	Gọi đến	09:42:59	03/01/2021 09:43:20						HP_YENWH	00:00:21
57c	311904 0948491010	03/01/2021	Gọi đến	09:32:03	03/01/2021 09:32:19	Bà Nguyễn Thanh Dung (Phó bầu)	311904150024				HP_YENWH	00:00:16
57c	311904 0868529006	03/01/2021	Gọi đến	09:27:41	03/01/2021 09:28:00	Cửa hàng Gas Petrolimex số 04 (HP)	000001301104				HP_YENWH	00:00:19
57c	312301 02283528628	02/01/2021	Gọi đến	18:14:01	02/01/2021 18:14:23						HP_DINHUNG	00:00:22
57c	312301 0943190813	02/01/2021	Gọi đi	16:01:40	02/01/2021 16:01:56						HP_DINHUNG	00:00:16
57c	312301 02283841383	02/01/2021	Gọi đến	15:58:17	02/01/2021 15:59:08						HP_DINHUNG	00:00:51
57c	312301 0915040412	02/01/2021	Gọi đi	11:44:01	02/01/2021 11:44:31	Bà Nguyễn Thị Hoà	312301150952				HP_DINHUNG	00:00:30
57c	312301 0818679568	02/01/2021	Gọi đến	11:18:56	02/01/2021 11:20:19						HP_DINHUNG	00:01:23
57c	312301 0824009556	01/01/2021	Gọi đi	14:53:25	01/01/2021 14:53:50						HP_DINHUNG	00:00:25
57c	312301 0824009556	01/01/2021	Gọi đến	14:51:21	01/01/2021 14:52:01						HP_DINHUNG	00:00:40

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Thống kê chi tiết cuộc gọi phát sinh đến số điện thoại cố định của cửa hàng có kết nối đến phần mềm ứng dụng Call Gas được đồng bộ dữ liệu với phần mềm quản lý tập trung FTS của Công ty; bao gồm: đơn vị, số điện thoại, tên (nếu đã được lưu trên FTS) hướng cuộc gọi, ngày giờ, thời lượng cuộc gọi, ca làm việc của ai trong cửa hàng.

➤ Thống kê khách hàng mua hàng:

Bảng 5: Thống kê khách hàng mua hàng theo nhân viên quản lý trên FTS

Tên hàng hóa	Tên đối tượng	ADDRESS	Số lượng khách	Sản lượng	Tổng số bình
Đông Xuân Tình			9	2,688.00	65.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VN	Ông Nguyễn văn Minh	Số 66 Lý Thường Kiệt, Hồng Bàng, Hải Phòng	1	60.00	5.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VN	Ông Nguyễn Ngọc Bắc	24 Phạm Bá Trục - Phan Bội Châu -Hồng Bàng - Hải Phòng.	1	24.00	2.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B48kg	Công ty Cổ phần dịch vụ thương mại 3AE	Số 6 Lô B240 đường 7 tháng 3 phường Thành tô, Quận Hải An,Thành phố Hải Phòng, Việt Nam.	1	2,160.00	45.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B48kg	Công ty TNHH SX & TM chiếu sáng Phương Đông	Xóm 3 Mỹ Đồng - Huyện Thủy Nguyên - TP Hải Phòng.	1	384.00	8.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VN	Bà Nguyễn Thị Vân	Số 154 Lý Thường Kiệt, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VN	Bà Nguyễn Thị Ngọc(Hà)	Gác 2/174 Lý Thường Kiệt, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VN	Bà Trần Thị My	Số 22 Lãn Ông, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VĐ	Ông Hà Văn Kỳ	Số 10/18 Kỳ Đồng, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VN	Ông Phạm Văn Tiến(Cháo lỏng)	Số 50/2 Đặng Kim Nở, Lê Chân HP	1	12.00	1.00
Hoàng Thị Huyền			13	2,628.00	168.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VĐ	Bà Nguyễn Thị Bảy (B.sông)	Gác 3/108 Lý Thường Kiệt, Quang Trung, Q.Hồng Bàng , Hải Phòng	1	24.00	2.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VĐ	Bà Phan Thị Lụa	Gác 2/69, Phan bội Châu, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỡ hóa lỏng B12VĐ	Ông Nguyễn Văn Tám	Số 13 Gác 3 Hai Bà Trưng - Cầu Đất - Ngô Quyền - Hải Phòng.	1	12.00	1.00

Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Nguyễn Văn Hải (Caffe)	Số 51 Phan bội Châu, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Ông Lê Văn Dũng	Số 103 Lý Thường Kiệt, Quang Trung, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Ông Đặng Văn Tiên	23/31 Bến Bính - Minh Khai -Hồng Bàng - HP	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Công ty TNHH Đầu tư TM và dịch vụ Phạm Gia	Số 5B Khu Hồ Đá - Đường Hà Nội - P. Sở Dầu- Q. Hồng Bàng - Hải Phòng.	1	840.00	70.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B48kg	Công ty TNHH K & P Electronics Việt Nam	Lô I-2 Khu công nghiệp Trảng Duệ, thuộc khu kinh tế Đình Vũ- Cát Hải , xã Hồng Phong, Huyện An Dương, Thành phố Hải Phòng, Việt Nam	1	144.00	3.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B48kg	Công ty TNHH Quân Thịnh Tín	Thôn 2 - Hoàng Lâu(Nhà Ông Nguyễn Văn Vĩnh) - Xã Hồng Phong - Huyện An Dương - TP Hải Phòng- Việt Nam	1	576.00	12.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B48kg	Trường Tiểu học Vĩnh Niệm	Số 1/411 Đường Thiên Lô - Lê Chân - Hải Phòng	1	96.00	2.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Trường Tiểu học Vĩnh Niệm	Số 1/411 Đường Thiên Lô - Lê Chân - Hải Phòng	0	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Ông Lê Hồng Yên	Số 238 Lý Thường Kiệt - Phan Bội Châu - Hồng bàng - Hải phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Ông Vũ Văn Sáng (Lan)	Số 7 Lãn ông, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Công ty TNHH Đầu tư TM và dịch vụ Phạm Gia	Số 5B Khu Hồ Đá - Đường Hà Nội - P. Sở Dầu- Q. Hồng Bàng - Hải Phòng.	0	840.00	70.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Bà Nguyễn Thị Mai Hương	Số 140 Hoàng Văn Thụ, Hoàng Văn Thụ, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Vương Thị Hoàng Yến			10	192.00	16.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Ông Nguyễn Duy Mạnh	Số 131 Đinh Tiên Hoàng -Hoàng Văn Thụ - HB - HP	1	24.00	2.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Bà Nguyễn Thị Thăng	Số 21-03 Pari - Vinhom Bạch Đằng- Hạ Lý- Hồng Bàng - Hải Phòng.	1	24.00	2.00

Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Ông Trần Văn Thắng	Gác 2/57 Kỳ Đồng, Quang Trung, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	24.00	2.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Ông Vũ Văn Cảnh	Số 5 Ngõ 1 - Hoàng Ngân - Phan bội Châu - Q.Hồng Bàng - Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Ông Hồ Văn Đồng	Gác 1/119, Lý Thường Kiệt, Quang trung, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Bảo hiểm xã hội Thành Phố	Số 2A Thát Khê- Hồng Bàng- Hải phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Bà Nguyễn Thị Chu	Gác 3/192 Lý Thường Kiệt, Phan bội Châu, Q.Hồng Bàng, Hải Phòng	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Bà Hồ Luật (Làm răng)	số 57 Kỳ Đồng - Phan Bội Châu - HB - HP	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VĐ	Bà Nguyễn Thị Nguyệt	Gác 3/54 Kỳ Đồng -Phan Bội Châu - Hồng Bàng - HP	1	12.00	1.00
Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	Công ty Cổ phần Da giấy và phát triển Hải phòng	Số 276 Hàng Kênh - P. Hàng Kênh - Q. Lê Chân - TP Hải Phòng- Việt Nam	1	48.00	4.00
Tổng cộng:			32	5,508.00	249.00

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

➤ Báo cáo khách hàng có phát sinh mua hàng:

Bảng 6: Báo cáo khách hàng có phát sinh mua hàng

1	Mã đơn vị	Tên hàng hóa	Mã đối tượng	Tên đối tượng	Địa chỉ	Số dt	SL khách	Sản lượng	Lần cuối khoảng	Sản lượng gần nhất	Số ngày đến hạn	
30288	TP. Hải Dương						2	1,824.00			1,344	-799
3028810522	P. Phạm Ngũ Lão						1	960.00			480	-433
	3120 01	Khí dầu mỏ hóa lỏng B48kg	3120011 43011	Công ty TNHH một thành viên TM và DV Phương Chi	Số nhà 125 Điện Biên Phủ - phường Phạm Ngũ Lão - Thành phố Hải Dương	09778 81886	1	960.00	07/09/2021	480	-433	
3028810540	P. Tứ Minh						1	864.00			864	-366
	3120 01	Khí dầu mỏ hóa lỏng B48kg	3120011 43002	Chi nhánh Hải Dương- Công ty cổ phần du lịch dịch vụ Nam Cường	Khách sạn Nam Cường Hải Dương - Số 01 đại lộ Võ Nguyên Giáp - Phường Tứ Minh - Thành phố Hải Dương	03203 89571 8	1	864.00	15/09/2021	864	-366	
30291	H. Nam Sách						1	12.00			12	-371
3029110645	Xã An Lâm						1	12.00			12	-371
	3120 01	Khí dầu mỏ hóa lỏng B12VN	3120011 43028	Công ty TNHH Cơ Khí Quảng Long Xương	Cụm CN An Đồng, xã An Lâm, huyện Nam Sách, Thành phố Hải Dương	03203 75719 0	1	12.00	10/09/2021	12	-371	
30294	H. Thanh Hà						1	2,160.00			720	-422
3029410819	Xã Việt Hồng						1	2,160.00			720	-422
	3120 01	Khí dầu mỏ hóa lỏng Butan B48RL	3120011 43045	Công ty TNHH Sản Xuất và Thương Mại Hải Đăng HD	Xóm 7, Thôn Quan Khê, xã Việt Hồng, huyện Thanh Hà, Thành phố Hải Dương	09848 87893	1	2,160.00	15/09/2021	720	-422	
30297	H. Gia Lộc						1	240.00			240	-373
3029711029	Xã Gia Tân						1	240.00			240	-373
	3120 01	Khí dầu mỏ hóa lỏng B48kg	3120011 43010	Công ty TNHH Hai Vina	Thôn Lãng Xuyên, xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, Thành phố Hải Dương	03203 71606 8	1	240.00	08/09/2021	240	-373	
Tổng cộng							5	4,236.00			2,316	-1,965

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

➤ Báo cáo kiểm tra bảo dưỡng:

Bảng 7: Báo cáo kiểm tra bảo dưỡng

Tên đối tượng	Loại kiểm tra	Ngày thực hiện	Kết quả kiểm tra	Đánh giá chung và kiến nghị của Đơn vị kiểm tra bảo dưỡng	Đơn vị thực hiện
1. Cửa hàng 04 (Hải Phòng)					
Nhà hàng TANKA	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
Công Ty Cổ phần vận tải và thương mại CPN Việt Nam	Định kỳ	29/10/2021	An toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Công ty Cổ phần dịch vụ thương mại 3AE	Định kỳ	29/10/2021	An toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Công ty Cổ Phần Thương mại và xuất nhập khẩu Ánh Dương	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
Công ty Cổ phần vận tải và thương mại CPN Việt Nam	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
Nhà hàng Hải Đăng	Định kỳ	29/10/2021	An toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Công ty TNHH K & P Electronics Việt Nam	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
Công ty CP thương mại và du lịch Phúc Thiên Hương	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Công ty TNHH Quân Thịnh Tín	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
Công ty TNHH sản xuất và Thương mại Trường Hà - Chi nhánh tại Hải Phòng	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
Nhà hàng Éch Xanh	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Chính Mỹ	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Dương Quan	Định kỳ	29/10/2021	An toàn	Dảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Hoa động	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm Non Kênh Giang	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Kiên bá	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Lâm Động	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Sao Biển	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm non Thiên Hương	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Mầm Non Thủy Sơn	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Nhà hàng Dê Đức Thịnh	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
NH Âm Thực Thiên Sơn	Định kỳ	29/10/2021	An toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Trường Tiểu học Vĩnh Niệm	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH4
Nhà hàng Thủy Đàm	Định kỳ	29/10/2021	An Toàn	Đảm bảo At hệ thống cung cấp	CH4
2. Cửa hàng 05 (Hải Phòng)					

Nhà hàng KPUB - Cty Công Vàng	Định kỳ	28/10/2021	An Toàn	HT đảm bảo an toàn	CH5
Công ty cổ phần đầu tư & Xây dựng Thành Tô	Định kỳ	21/10/2021	An Toàn	Lắp lại dàn bình, vệ sinh CN hệ thống	CH5
Công ty cổ phần thương mại dịch vụ Công Vàng-CN Hải Phòng-NH GOGI 263 Trần Nguyên Hãn	Định kỳ	28/10/2021	An Toàn	HT đảm bảo an toàn	CH5
3. Cửa hàng 06 (Hải Phòng)					
Trường Mầm Non Baby House	Định kỳ	18/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH6
Trường Mầm Non Thủy Đường	Định kỳ	18/10/2021	An Toàn	Đảm bảo AT hệ thống cung cấp	CH6
4. Văn phòng Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng					
Công ty cổ phần cáp điện và hệ thống LS Vina	Định kỳ	31/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG.	P.DVKT
Công ty cổ phần cáp điện và hệ thống LS Vina	Định kỳ	31/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG.	P.DVKT
Công ty TNHH chế tạo máy Citizen Việt Nam	Định kỳ	31/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG. 2. Thường xuyên xả nước, máy hóa hơi.	P.DVKT
Công ty TNHH MICHANG Việt Nam	Định kỳ	25/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG.	P.DVKT
Công ty TNHH Nhôm Beta Việt Nam	Định kỳ	25/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG.	P.DVKT
Công ty TNHH Toyoda Gosei Hải Phòng	Định kỳ	31/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG. 2. Khắc phục vị trí rò rỉ đầu vào máy hóa hơi.	P.DVKT
Công ty TNHH Toyoda Gosei Hải Phòng	Định kỳ	31/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG.	P.DVKT
Công ty TNHH Vật Liệu Nam Châm Shin-Etsu Việt Nam	Định kỳ	25/10/2021	An Toàn	1. Lên kế hoạch bảo dưỡng tổng kho LPG.	P.DVKT
Chi nhánh Công ty TNHH Toyoda Gosei Hải Phòng tại Thái Bình	Định kỳ	31/10/2021	An Toàn	1. Duy trì công tác PCCC kho LPG.	P.DVKT

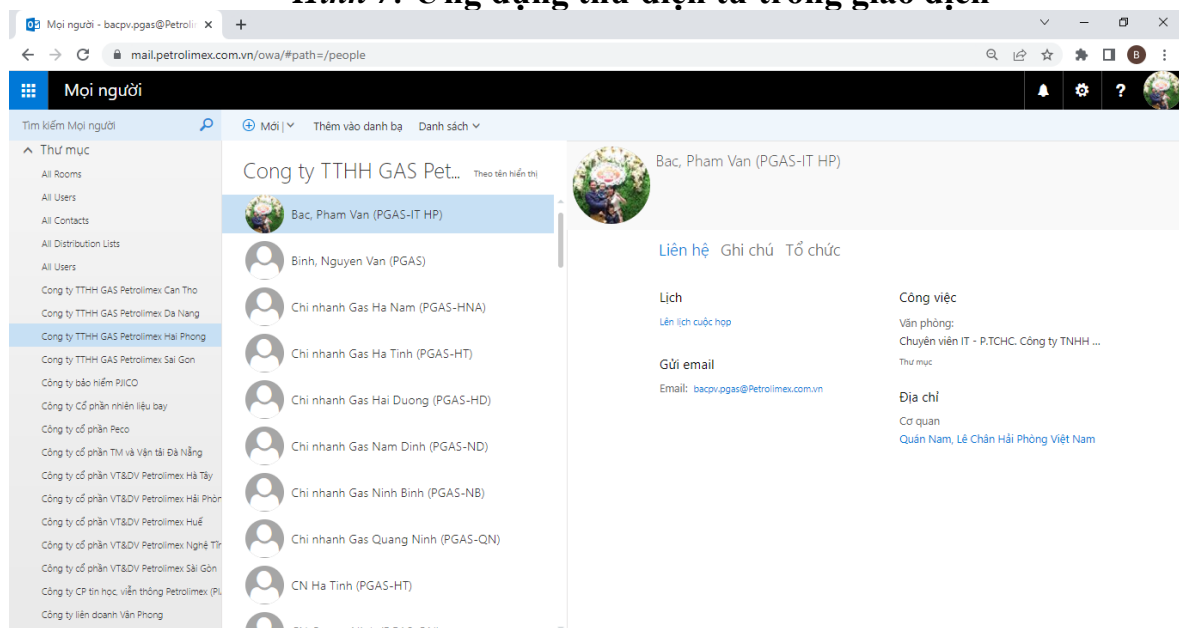
Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Phần mềm FTS là một phần mềm quản lý dữ liệu tập trung, với Client là các máy tính tại các chi nhánh, trung tâm, cửa hàng, văn phòng công ty; Server được đặt tại văn phòng công ty sau đó dữ liệu toàn công ty sẽ được truyền về Server tại Tổng công ty. FTS giúp công việc đơn giản hơn, nhanh hơn và chính xác hơn; từ viết hoá đơn, theo dõi gas thừa trả lại, theo dõi chu kỳ lấy hàng của khách đến theo dõi công nợ, sổ cái tài khoản, .v.v., theo dõi số hoá đơn và các báo cáo định kỳ hàng tháng. Khi chưa có phần mềm, việc cập nhật, theo dõi số liệu rất khó khăn, dễ xảy ra sai sót khi phải tổng hợp rất nhiều sổ cái và mất rất nhiều thời gian. Với FTS chỉ cần chính xác dữ liệu đầu vào và một lần, tất cả báo cáo chỉ mất vài phút. Dù có sai sót trong quá trình nhập máy, người dùng hoàn toàn có thể kiểm tra sai sót một cách nhanh chóng và chỉnh sửa. Năng suất và hiệu quả cao hơn rất nhiều so với trước kia.

b) Ứng dụng thư điện tử và chữ ký số trong sản xuất, kinh doanh và quản lý

Năm 2014, Tập đoàn đã triển khai áp dụng hệ thống thư điện tử trong giao dịch nội bộ và khách hàng, trong đó có PGCHP. Mỗi đơn vị sẽ được cấp một tài khoản Email để có thể giao dịch, mỗi tài khoản đều được cài đặt sẵn danh mục Email nội bộ trong tập đoàn với các quy định về tên tài khoản, vì vậy việc giao dịch giữa các Tổng công ty, công ty thành viên với nhau, giữa các CBCNV trong Tập đoàn trở lên dễ dàng và tiện lợi hơn.

Hình 7: Ứng dụng thư điện tử trong giao dịch



Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

**Bảng 8 : Ứng dụng thư điện tử và chữ ký số trong SXKD tại Công ty
(Trung bình/Tháng)**

Chỉ tiêu	2019	2020	2021
1. Tổng số Email điện tử trong hệ thống	71	71	71
- Liên quan các đầu vào			
- Liên quan tiêu thụ sản phẩm	9	16	26
- Quản lý chung	11	14	14
- Giao dịch nội bộ/khách hàng	20	30	40
2. Tổng số văn bản dùng chữ ký số	10	10	10
3. Tổng số giao dịch, HĐ dùng chữ ký số	2400	2400	2400

Có thể thấy số lượng tài khoản Email không thay đổi qua các năm, vì chính sách sử dụng thư điện tử của Tập đoàn. Chỉ cấp tài khoản cho các cá nhân thường xuyên có phát sinh giao dịch với khách hàng và nội bộ. Các thành phần còn lại có thể sử dụng thư điện tử nguồn mở để giao dịch.

c) Ứng dụng phần mềm Call Gas trong bán hàng và chăm sóc khách hàng

- Phần mềm Call Gas: Áp dụng tại kênh cửa hàng bán trực tiếp và kênh bán TĐL thành viên (cửa hàng bán trực tiếp). Phần mềm với các chức năng tương tác khách hàng như: Hỗ trợ nhân viên bán hàng công tác giao dịch điện thoại ở mức đơn giản, dữ liệu và thông tin khách hàng được kết nối đồng bộ với phần mềm FTS.

Xây dựng số điện thoại tổng đài 1900.571.266; sau khi tiếp nhận thông tin của khách hàng, nhân viên tổng đài sẽ phân loại thông tin:

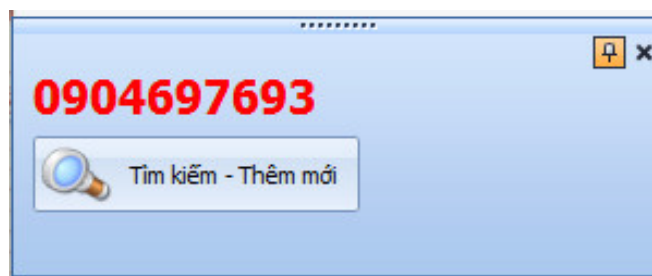
+ Mua gas: hỏi đại chỉ khách hàng, lập đơn hàng trên FTS và chuyển đơn hàng cho đơn vị (cửa hàng của công ty, đại lý trong và ngoài ngành) ở gần khách hàng nhất.

Hình 8 : Thông tin khách hàng gọi điện (số điện thoại nằm trong hệ thống) đến



Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Hình 9: Khách hàng không nằm trong hệ thống gọi đến



Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Khi có cuộc gọi đến, nếu số điện thoại nằm trong hệ thống, thông tin khách hàng sẽ hiển thị trên màn hình giúp đại viên xác định thông tin khách hàng, chu kỳ lấy hàng và hàng hoá khách hàng đang sử dụng nếu có phát sinh mua hàng. Nếu số điện thoại chưa nằm trong hệ thống, đại viên có thể tìm kiếm và thêm mới khách hàng sau khi xác định được nhu cầu mua hàng của khách hàng.

Phần mềm triển khai tạo nhiều thuận lợi cho các cửa hàng tập trung phát triển khách lẻ, dễ dàng định vị khách hàng và thời gian giao hàng chính xác với khách hàng.

Bảng 9 : Số liệu thống kê cuộc gọi qua Call Gas*(Trung bình/Tháng)*

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	So sánh 2020/2019	So sánh 2021/2020
Tổng số cuộc gọi phát sinh					
- Liên quan tiêu thụ sản phẩm	709	328	430	46%	131%
- Giao dịch nội bộ/khách hàng	1056	386	539	37%	140%

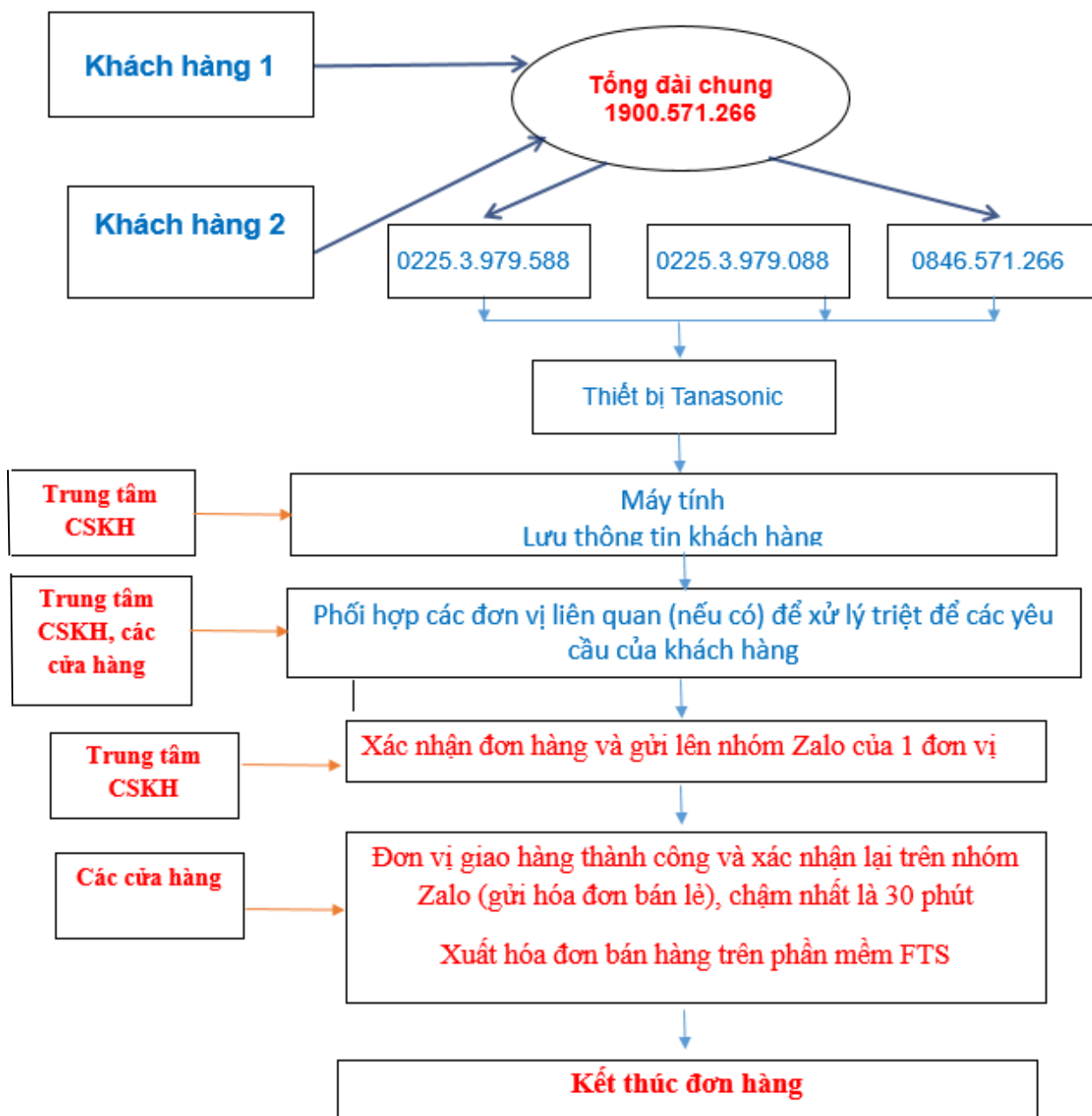
Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Có thể thấy đại dịch Covid ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động kinh doanh của công ty, năm 2020 số lượng cuộc gọi liên quan đến tiêu thụ bán hàng chỉ bằng 46% năm 2019. Phản ánh chung khi Covid chưa được khống chế, các chính sách cách lý của nhà nước buộc các doanh nghiệp, các hộ kinh doanh cũng như người dân chấp hành và hạn chế. Đến năm 2021, khi Covid đã được khống chế và các hoạt động sản xuất kinh doanh dần trở lại. Số lượng cuộc gọi của năm 2021 tăng nhanh trở lại đạt 131% liên quan đến bán hàng, dù chưa bằng năm 2019 (chỉ đạt 61%) nhưng cũng chứng tỏ nền kinh tế nước ta đang bình thường trở lại.

e) Ứng dụng công nghệ thông tin trong chăm sóc khách hàng

Trung tâm chăm sóc khách hàng được thành lập vào tháng 4/2021 với mong muốn quan tâm, hỗ trợ khách hàng giải đáp thắc mắc, phân nản về hàng hoá và dịch vụ của công ty. Cụ thể: tiếp nhận và phản hồi ngay với khách nếu có thể; với các thắc mắc chưa trả lời ngay được thì hẹn trả lời khách thời gian cụ thể.

Hình 10: Quy trình hoạt động của tổng đài chăm sóc khách hàng



Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Bảng 10 : Thống kê cuộc gọi qua tổng đài CSKH 6 tháng cuối năm 2021

(Trung bình/Tháng)

Chỉ tiêu	Số lượng
1. Tổng số cuộc gọi phát sinh	534
- Số cuộc gọi đến khách hàng	497
- Số cuộc khách hàng gọi đến TTCSKH	37
2. Số khách hàng chăm sóc được	400

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Có thể thấy phần nào hiệu quả hoạt động của TTCSKH qua số lượng cuộc gọi trung bình/tháng. Với lượng khách toàn công ty khoảng 19.000 khách hàng, TTCSKH với 3 tổng đài viên chia 2 ca làm việc vẫn chưa đáp ứng được mong muốn của lãnh đạo công ty; đó là chăm sóc khách hàng ngay khi khách hàng có phát sinh mua hàng. Vì vậy, để TTCSKH hoạt động hiệu quả hơn nữa, phát triển hơn cần bổ sung thêm nhân sự và trang thiết bị.

Khách hàng biết đến TTCSKH, có thêm nơi để thắc mắc các vấn đề liên quan đến gas. Công ty có thêm một kênh riêng để có thể giám sát chất lượng hàng hoá, chất lượng phục vụ khách hàng của nhân viên, các đơn vị bán hàng linh động hơn trong vấn đề tồn kho và giao hàng.

f) Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản trị công việc

Bên cạnh đó, PGCHP đã triển khai và áp dụng phần mềm quản trị công việc (VNOFFICE) chạy trên nền tảng web. Tiếp nhận văn bản đến, theo dõi văn bản đi, quản lý văn bản nội bộ, quản lý công việc, quản lý hồ sơ tài liệu và quản lý lịch công tác tuần.

Bảng 11: Số liệu văn bản đến đi chi tiết theo người dùng

(ĐVT: Văn bản/Năm)

STT	NHÂN VIÊN XỬ LÝ	2019	2020	2021
1	Khanh, Vu Van (PGAS-GD HP)	672	808	822
2	Nam, Dang Thanh (PGAS-PGD HP)	410	427	388
3	Thang, Pham Ba (PGAS-PGD HP)	608	653	605
4	Binh, Nguyen Van (PGAS)	778	692	651
5	Dong, Pham Van (PGAS)	543	146	90
6	Hoa, Nguyen Thi (PGAS)	736	136	129
7	Nghia, Do Van (PGAS)	465	14	3
8	Nguyet, Le Bich (PGAS)	430	58	71
9	Ha, Vuong Hong	0	9	0
10	Vũ Tuấn Anh	0	0	0
11	Hung, Pham (PGAS)	397	406	352
12	Thinh, Doan Duc (PGAS)	469	386	282
13	Chu, Thanh Tam (PGAS)	194	157	82
14	Thanh, Hoang Chau (PGAS)	183	147	44
15	Dat, Nguyen Tuan (PGAS)	369	411	341
16	Quyet, Phung Xuan (PGAS)	21	73	22
17	Hung, Pham Quoc (PGAS)	22	24	6
18	Nguyễn Thị Hương Trà	0	0	0

19	Linh, Do Manh (PGAS)	28	38	11
20	Viet Anh, Le (PGAS)	2	25	7
21	Dung, Truong Thanh (PGAS)	626	736	727
22	Tuan, Nguyen Manh (PGAS_HP)	230	125	112
23	Hanh, Doan Mai (PGAS)	114	88	88
24	Oanh, Nguyen Kieu (PGAS)	130	80	90
25	Loan, Nguyen Thi (PGAS)	132	82	99
26	Trang, Nguyen Thi (PGAS-HP)	121	80	91
27	Ly, Pham Huong (PGAS-HP)	117	80	93
28	Ngan, Doan Ha (PGAS)	413	416	414
29	Van, Dang My (PGAS)	528	468	414
30	To, Cao Thi (PGAS)	370	330	387
31	Phạm Văn Bắc (PGAS-IT HP)	331	253	334
32	Huong, Bui Thi (PGAS-HP)	289	197	384
34	Son, Hoang Thai (Cửa hàng 03 - Hải Phòng)	120	94	100
35	Trần Văn Đông (Cửa hàng 01 - Hải Phòng)	114	93	99
36	Manh, Luong Ngoc (Cửa hàng 02 - Hải Phòng)	121	97	101
37	Huyen, Hoang Thu (Cửa hàng 04 - Hải Phòng)	116	94	99
38	Kha, Bui Van (Cửa hàng 09 - Hải Phòng)	117	94	100
39	Toan, Nguyen Duc (Cửa hàng 05 - Hải Phòng)	115	93	98
40	Bien, Dinh Ngoc (Cửa hàng 08 - Hải Phòng)	119	95	98
41	Tam, Vu Thi Thanh (Cửa hàng 06 - Hải Phòng)	115	96	99
42	Vinh, Nguyen Khac (Cửa hàng 07 - Hải Phòng)	114	94	98
43	Quyên, Do Bich (Trung tâm chăm sóc khách hàng)	128	103	98
44	Tu, Hoang Anh (Trung tâm phân phối)	115	99	108
45	Nguyễn Thế Kỳ (PGĐ phụ trách CN)	199	183	202
46	Tạ Hồng Đăng (Cửa hàng 01 - Hải Dương)	94	57	2
47	Phan Văn Phiệt (GD CN)	215	200	224
48	Hieu, Pham Duc (PGĐ CN)	0	0	0
49	Cuong, Nguyen Viet (PGAS)	92	56	2
50	Dong, Vu Phuong (PGAS-HP)	97	56	2
51	Phạm Văn Hiếu (PGAS)	92	56	2
52	Quyet, Tran Manh (PGAS)	92	56	2
53	Phuong, Hoang Van (PGAS)	92	56	2
54	Dung, Nguyen Thac (PGAS)	92	56	2
55	Phuong, Luong Van (PGAS)	92	56	2
56	Lap, Dinh Trung (PGAS)	92	56	2
57	Yen, Dinh Van (PGAS)	93	56	2
58	Phan Bá Đạt (GD CN)	231	216	232
59	Long, Nguyen Cong (PGĐ CN)	0	0	0
60	Phan Duy Phúc (Cửa hàng Hoàng Mai)	92	56	2
61	Hao, Nguyen Van (Cửa hàng Nghi Xuân)	92	56	2
62	Đoàn Việt Hưng (GD CN)	176	166	178
63	Trần Thị Mai Quyên (PGĐ phụ trách CN)	194	181	185

64	Trần Văn Tuấn (Cửa hàng số 02 - Nam Định)	93	56	2
65	Ngoc, Tran Cong (Cửa hàng số 03 - Nam Định)	95	56	2
66	Hung, Vu Dinh (Cửa hàng số 01 - Nam Định)	93	57	2
67	Trịnh Hồng Anh (GD CN)	227	190	221
68	Canh, Dam Van (Cửa hàng số 03 - Ninh Bình)	92	56	2
69	Hung, Phan Van (Cửa hàng số 02 - Ninh Bình)	93	57	2
70	Dinh, Trinh Van (Cửa hàng số 01 - Ninh Bình)	93	56	2

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Văn bản đến, đi được triển khai đến từng đơn vị một cách đầy đủ.

Với việc triển khai ứng dụng FTS, VNOFFICE; năng suất lao động rõ ràng sẽ tăng, do dữ liệu chỉ cần nhập 1 lần, các báo cáo được thực hiện với hiệu suất cao hơn, chính xác hơn. Hỗ trợ quản lý tốt hơn về khách hàng, công nợ, chi phí, doanh thu và lợi nhuận,..., đồng thời có khả năng tối ưu hóa các nguồn lực, rõ ràng và minh bạch.

Tất cả số liệu tại đơn vị đều được giám sát, theo dõi thông qua các phân hệ, báo cáo trên phần mềm quản lý tập trung. Hệ thống mạng WAN được xây dựng dựa trên các tiêu chí an toàn và bảo mật, làm nền tảng vững chắc cho việc triển khai các ứng dụng CNTT, cũng như quản lý tập trung và xây dựng các chính sách trong Tập đoàn PLX. Thêm vào đó, 100% nhân viên văn phòng, trưởng các đơn vị và nhân viên nghiệp vụ được trang bị máy tính, máy in, ... có thể tự tra cứu thông tin đơn vị cũng như khách hàng qua hệ thống Internet và phần mềm nội bộ.

- Trong quá trình làm việc, nhân viên PGCHP có thể truy cập Internet/Wifi ổn định, tốc độ cao và an toàn thông qua hệ thống tường lửa. PGC cũng đưa hệ thống Website vào vận hành; đối tác, khách hàng có thể tìm kiếm thông tin, hỏi đáp thông qua website.

g) Ứng dụng công nghệ thông tin trong tổ chức các cuộc họp, giao ban và liên lạc trong nội bộ công ty

- PGCHP đã trang bị hệ thống họp truyền hình trực tuyến, một hình thức thông tin hiện đại và tiện dụng nhằm giúp các đơn vị ở cách xa nhau có thể tham dự họp mà không mất thời gian di chuyển, chi phí đi lại, hiệu quả cao hơn trong quá trình điều hành doanh nghiệp. Lãnh đạo và nhân viên của PGCHP còn có thể làm việc và kết nối mạng về hệ thống chính từ bất cứ nơi đâu có Internet, vì vậy giúp cho công việc chuyên môn rất linh động, kể cả khi đi công tác vẫn có thể truy xuất được tài nguyên từ trung tâm dữ liệu chính của đơn vị.

Bảng 12 : Số liệu các cuộc họp trực tuyến trong năm

CHỈ TIÊU	2019	2020	2021
Số cuộc họp Online TB/tháng	3	5	4
Số cuộc họp online trong năm	36	60	48

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

- Sử dụng Zalo: xây dựng các nhóm theo từng phòng, chức năng, nhiệm vụ để báo cáo, điều hành công việc; các sự vụ tức thời đảm bảo thông tin liên tục và kịp thời.

Bảng 13: Số lượng các nhóm Zalo trao đổi công việc trong công ty

(ĐVT: Nhóm)

CHỈ TIÊU	2019	2020	2021
Tổng số lượng nhóm Zalo			
- Nhóm lãnh đạo	5	5	5
- Nhóm phòng ban/chi nhánh	12	12	12
- Nhóm phần mềm, ứng dụng	4	4	4
- Nhóm sự vụ phát sinh	5	5	6

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Tất cả những điều này cũng là một phần trong tổng thể định hướng của doanh nghiệp nhằm hướng đến xây dựng và hoàn thiện trở thành một đơn vị kinh doanh trong thời đại công nghệ số thông minh. Đó là lý do vì sao PGCHP đang đầu tư hoàn thiện những điểm còn yếu và sẽ dần hoàn thiện để trở thành một đơn vị hàng đầu triển khai giải pháp 4.0 trong kinh doanh.

2.2.3. Thực trạng phát triển nguồn nhân lực và kinh phí trong ứng dụng công nghệ thông tin của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Với sự phát triển không ngừng của CNTT cũng như thích ứng với thời đại công nghệ 4.0; PGCHP luôn luôn coi CNTT là nhân tố quan trọng không thể bỏ qua và tận dụng những lợi thế mà CNTT mang lại trong kinh doanh.

* Nguồn nhân lực:

- Có cán bộ CNTT chuyên trách.

- Toàn bộ CBCNV có nhận thức và hiểu biết về CNTT cũng như quen thuộc và biết cách sử dụng các phần mềm, ứng dụng CNTT của công ty trong phạm vi được giao.

Bảng 14: Số liệu về hạ tầng nhân lực tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

(ĐVT: người)

STT	Chỉ tiêu	Giá trị				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Số cán bộ chuyên trách CNTT	1	1	1	1	1
2	Số nhân viên được đào tạo phần mềm nguồn mở	104	104	104	103	103

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

- Đào tạo nâng cao nghiệp vụ văn phòng hàng năm: tận dụng nội lực (những CBCNV có trình độ chuyên sâu trong từng mảng, như: tin học văn phòng, từng phần mềm chuyên dụng), hệ thống hợp trực tuyến nên công tác đào tạo diễn ra thuận lợi và gần gũi.

- Khi xây dựng các hệ thống, ứng dụng mới; cán bộ phụ trách luôn được đào tạo và tìm hiểu cận kề hệ thống, ứng dụng trước khi triển khai.

* Kinh phí: Bình quân giai đoạn 2017-2021, PGCHP đã đầu tư 250 triệu/1 năm.

2.2.4. Thực trạng công tác đảm bảo an toàn thông tin của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

* Bảo mật thông tin (hay InfoSec): được hiểu là bảo vệ an toàn thông tin dữ liệu cá nhân, tổ chức. Tránh khỏi hành vi xâm nhập, đánh cắp bởi kẻ gian hay tin tặc.

Có 3 yếu tố không thể tách rời gồm:

- Tính bảo mật: Thông tin không được tiết lộ cho các cá nhân, tổ chức không được phép. Hay nói cách khác những người muốn truy cập thông tin phải được phân quyền

- Tính toàn vẹn: Duy trì tính chính xác và hoàn chỉnh của thông tin. Điều này có nghĩa là thông tin không thể được chỉnh sửa một cách trái phép. Thông tin chỉ khi được phân quyền mới được phép chỉnh sửa.

- Tính khả dụng: Việc bảo mật hệ thống thông tin phải có sẵn khi cần thiết. Truy cập khi có yêu cầu ở bất kỳ đâu, bất kỳ nơi nào.

* Thực trạng công tác đảm bảo an toàn thông tin tại công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng:

- Thông tin khách hàng: tệp khách hàng là dữ liệu quan trọng được ưu tiên bảo mật hàng đầu. Trên phần mềm FTS, danh mục khách hàng chỉ được xem trên phần mềm mà không cho phép xuất thành file.

- Thông tin về tình trạng kinh doanh, giá bán cũng được bảo mật tuyệt đối.

2.2.5. Kết quả và lợi ích của ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh tại công ty Gas Petrolimex Hải Phòng

2.2.5.1. Lợi ích

- CNTT làm rút ngắn khoảng cách về không gian và thời gian giữa công ty & khách hàng, giữa công ty & nhà cung cấp; giữa các đơn vị trực thuộc, giữa các nhân viên trong nội bộ công ty: Các giao dịch, liên lạc thông suốt và nhanh chóng nhờ mạng Internet và sóng điện thoại dù có ở bất cứ đâu, bất cứ không gian thời gian nào.

- Tăng năng suất lao động, thay thế dần các phương thức truyền thống: thư tín, phát tờ rơi, bán hàng, mua hàng, quảng bá thương hiệu công ty.

- Hỗ trợ lãnh đạo đưa ra các quyết định chính xác, kịp thời.

2.2.5.2. Kết quả hoạt động của công ty

Thị trường Hải Phòng là một thị trường giàu tiềm năng nhưng cũng đầy thách thức đối với các hãng kinh doanh gas. Hiện tại trên thị trường Hải Phòng có khoảng 20 hãng kinh doanh mặt hàng gas, có cả các hãng mới tham gia thị trường kinh doanh gas (các hãng gas tư nhân: Hồng Hà, Minh Quang,...) đến các hãng đã có thâm niên (Petrolimex, PetroVietNam, Total,...) vì vậy tính cạnh tranh là rất cao. Mặt khác, về mặt tổ chức địa lý cũng như tổ chức dân cư của Hải Phòng cũng không đồng đều. Khu vực nội thành tập trung dân cư lớn tuy nhiên lại nhỏ hẹp, bị chia cắt do địa lý. Vì vậy, mức tiêu thụ sản phẩm gas dân dụng cũng không đồng đều trong khu vực. Tuy khu vực ngoại thành không tập trung dân cư nhưng lại có mật độ các nhà máy, các khu công nghiệp nên đây lại là thị trường tiêu thụ mạnh mặt hàng gas công nghiệp hay gas bồn.

Hiện nay, Công ty sử dụng mô hình trực tiếp trong quản lý, các trung tâm, chi nhánh, cửa hàng, đại lý, tổng đại lý chủ yếu là kinh doanh độc lập dưới sự quản lý trực tiếp của phòng kinh doanh và phòng bán hàng, các chi nhánh Công ty phải tự tìm kiếm bạn hàng, tự tổ chức hoạt động kinh doanh với sự hỗ trợ một phần của Công ty. Đây là mô hình hoạt động kinh doanh phát huy tối đa khả năng của nhân viên, tạo nên sự hứng thú và năng lực hoàn thiện công việc của họ.

Về mặt hàng chú trọng vào sản phẩm LPG bao gồm: gas bình, gas rời, các phụ kiện, ống dẫn gas, kẹp dây gas và các sản phẩm bổ sung khác như: bếp gas dân dụng, bếp gas công nghiệp, bình tắm nóng lạnh gas... Đây chính là những mặt hàng đều nhằm thỏa mãn nhu cầu sử dụng gas của khách hàng. Về hình thái sản phẩm của Công ty được phân ra làm 3 loại:

- Sản phẩm gas dân dụng: gas bình 12kg;
- Sản phẩm gas thương mại: gas bình 48kg;
- Sản phẩm gas công nghiệp: gas rời (gas bồn).

Đây là những sản phẩm chính tạo ra doanh thu và lợi nhuận chính cho Công ty.

Về mạng lưới phân phối: Công ty đã có mạng lưới kinh doanh rộng khắp các tỉnh Hải phòng, Hải Dương, Hưng Yên, Thái Bình...

Như vậy, thông qua các kênh phân phối này cũng là những công cụ để khẳng định vị thế của, khuyến khích trương danh tiếng.

Bảng 15 : Báo cáo sản lượng tiêu thụ của công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

STT	Các chỉ tiêu	2019	2020	2021	So sánh 2020/2019	So sánh 2021/2020
1	<i>Bán lẻ</i>	5.537	4.766	4.305	86 %	90 %
2	<i>Bán buôn</i>	13.140	11.407	14.400	87 %	126 %
3	<i>Bán ngoài ngành</i>	5.001	4.634	3.875	93 %	84 %
4	<i>Bán trong ngành</i>	8.440	7.919	6.544	94 %	83 %
Tổng lượng tiêu thụ		31.783	28.726	29.124	90%	101 %

(Nguồn: Báo cáo Phòng Kinh doanh DDTM)

b) Doanh thu và lợi nhuận

Trong giai đoạn từ năm 2017 - 2021 thị trường nhiên liệu có nhiều biến động, Việt Nam cũng như nhiều nước trên thế giới chịu ảnh hưởng không nhỏ trước sự biến động đó nhất là đại dịch COVID-19 bùng phát toàn cầu năm 2019. Trước tình hình đó Công ty cũng gặp một số khó khăn nhưng đã luôn cố gắng khắc phục, đưa ra những chiến lược mới để Công ty ngày một phát triển. Trong cơ chế mới, Công ty không những tổ chức tốt hoạt động kinh doanh, bảo đảm cung cấp thỏa mãn nhu cầu về Gas của ngành kinh tế và đời sống xã hội mà còn không ngừng nâng cấp, cải tạo cơ sở vật chất, kỹ thuật, đổi mới trang thiết bị, khẩn trương đẩy mạnh phát triển thị trường, tạo ra lợi thế lớn và giữ vững uy tín của mình trên thị trường khu vực. Công ty luôn hoàn thành xuất sắc các chỉ tiêu kinh tế, kỹ thuật và nhiệm vụ chính trị ngành giao cho, luôn giữ vai trò chủ đạo trong kinh doanh Gas trên thị trường Hải Phòng và các vùng lân cận, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với ngân sách Nhà nước. Nhờ có một đội ngũ cán bộ công nhân viên có bề dày kinh nghiệm trong các lĩnh vực kinh doanh gas và các sản phẩm dầu mỏ, kế thừa được các nguồn lực mạnh mẽ của Petrolimex, Công ty Gas petrolimex đã trở thành một doanh nghiệp kinh doanh gas có hiệu quả.

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty qua các năm như sau:

Bảng 16 : Kết quả kinh doanh ga của công ty qua các năm 2017-2021

(ĐVT: tấn, 1.000đ)

TT	Khoản mục	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Tốc độ PT bình quân
1	Tổng sản lượng bán ra	29.775	29.391	31.783	28.726	29.124	-2%
	Bán lẻ (Gas bình)	4.708	5.093	5.537	4.766	4.305	-9%
	Bán buôn (Gas rời)	11.669	10.547	13.140	11.407	14.400	23%
	Bán đại lý ngoài ngành	5.830	5.543	5.001	4.634	3.875	-34%
	Bán đại lý trong ngành	7.568	8.126	8.440	7.919	6.544	-14%
2	Tổng doanh thu bán hàng	554.038.709.794	593.912.497.610	602.062.989.210	525.749.525.305	663.949.997.729	20%
3	Các khoản giảm trừ	2.759.679.507	423.959.1475	4.768.404.615	4.626.838.045	5.952.618.173	116%
4	Tổng doanh thu thuần	551.279.030.287	589.672.906.135	597.294.584.59	521.122.687.260	657.997.379.55	19%

				5		6	
5	Giá vốn hàng hóa	447.711.530.670	487.257.388.904	480.046.867.359	410.947.159.773	558.362.590.595	25%
6	Lợi nhuận gộp	103.567.499.617	103.567.499.617	117.247.717.236	110.175.527.487	99.634.788.961	-4%
7	Doanh thu tài chính	2.367.180	2.816.255	3.064.603	3.176.701	3.282.766	39%
8	Chi phí tài chính	0	2.352.012.606	2.763.731.863	0	2.920.974.703	
9	Chi phí bán hàng & quản lý	86.095.538.454	79.250.322.078	91.777.616.080	93.196.315.048	85.312.830.409	-1%
10	Lợi nhuận thuần từ HĐKD	17.474.328.343	20.815.998.802	22.709.433.896	16.982.389.140	11.404.266.615	-35%
11	Thu nhập khác	436.008.582	1.278.902.581	452.604.919	1.127.037.889	13.660.403.846	3.033%
12	Chi phí khác	7.529.316	312.365.447	161.662.033	150.185.989	10.337.273.036	137.194%
13	Lợi nhuận khác	428.479.266	966.537.134	290.942.886	976.851.900	3.323.130.810	676%
14	Tổng lợi nhuận trước thuế	17.902.807.609	21.782.535.936	23.000.376.782	17.959.241.040	14.727.397.425	-18%
15	Thuế TNDN phải nộp	3.671.728.280	4.912.768.179	4.969.840.593	3.607.368.072	2.958.899.616	-19%
16	Lợi nhuận sau thuế	14.231.079.329	16.869.767.757	18.030.536.189	14.351.872.968	11.768.497.809	-17%

(Nguồn: Báo cáo tổng kết Phòng KTTC)

- Doanh thu bán hàng:

Phân tích số liệu qua 5 năm gần đây cho thấy hoạt động kinh doanh của công ty trong những năm qua cơ bản ổn định, doanh thu bán hàng năm 2017 đạt 554 tỉ đồng và năm 2018 đạt 594 tỉ đồng, đạt 107% so với năm trước. Năm 2019 đạt 101% so với năm 2018; năm 2020 do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 nên chỉ đạt 87,4% so với năm 2019; năm 2021 sau khi thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng đã dần thích nghi với COVID-19 và kinh tế bắt đầu hồi phục một cách mạnh mẽ, doanh thu của Công ty đạt 126% so với năm 2020.

- Giá vốn hàng bán:

Giá vốn hàng bán qua các năm đều tăng, sản lượng bán ra tăng tương ứng với giá vốn hàng bán nhưng giá vốn hàng bán tăng vọt là do diễn biến phức tạp của thị trường, do kinh tế thế giới rơi vào khủng hoảng, tình trạng khan hiếm nhiên liệu, lạm phát tăng

cao, nguồn hàng chủ yếu được nhập khẩu từ nước ngoài nên giá nhập khẩu tăng liên tục, đồng thời tỷ giá USD tăng mạnh so với đồng Việt Nam nên cũng làm giá vốn hàng tăng.

- Lợi nhuận sau thuế:

Lợi nhuận toàn Công ty từ năm 2017-2019 tăng tương đối ổn định tuy nhiên bắt đầu từ tháng 12 năm 2019 đến đầu năm 2020 thì lợi nhuận giảm, đây là thời điểm khó khăn chung của Thế giới do đại dịch COVID-19 bùng phát ảnh hưởng nghiêm trọng đến mọi mặt của xã hội. Đến đầu năm 2021, khi đã có Vắc xin phòng COVID-19 và các nước nói chung và Việt Nam nói riêng bắt đầu khống chế được dịch COVID-19 và nền kinh tế bắt đầu hồi phục thì doanh thu tăng trưởng mạnh mẽ. Năm 2021 cũng là năm có nhiều thay đổi về chính sách của nhà nước (cả về phòng chống COVID-19, hỗ trợ người dân và doanh nghiệp, gắn chip thẻ CCCD, triển khai cơ sở dữ liệu cư trú,...). Vì vậy, Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng có sự sàng lọc khách hàng về độ tin cậy tài chính (khắt khe hơn về công nợ khách hàng), triển khai mạnh mẽ quảng cáo hình ảnh Công ty trên các phương tiện thông tin (như đài truyền hình địa phương, mạng xã hội FACEBOOK, FANPAGE, ZALO, ...)

Hiện nay, tổng công ty Gas Petrolimex đảm nhận toàn bộ nhu cầu hàng hóa, tồn kho nên công ty không phải lo đến vấn đề tồn kho vì vậy lượng hàng sản xuất với lượng hàng bán ra gần như bằng nhau. Đây là 1 thuận lợi trong thời điểm hiện nay rất nhiều công ty tồn kho nhiều, chiếm rất nhiều vốn, khả năng xoay vòng vốn gặp khó khăn.

2.3. Thành công, hạn chế trong ứng dụng CNTT trong sản xuất kinh doanh tại công ty Gas Petrolimex Hải Phòng

2.3.1. Thành công

Cũng như các nước có nền kinh tế đang phát triển khác, mặc dù trình độ công nghệ thông tin của Việt Nam vẫn bị tụt hậu không phải chỉ so với các nước phương Tây mà còn so với các nước châu Á và trong khu vực nhưng với chiến lược đi tắt đón đầu ta vẫn có thể hoà nhập và bắt kịp nhịp độ phát triển kinh tế thế giới. Bên cạnh đó, thị trường Việt Nam ẩn chứa rất nhiều tiềm năng lớn, vì thế thu hút được nhiều sự quan tâm của các hãng công nghệ thông tin trên thế giới. Những yếu tố trong và ngoài nước đã, đang và sẽ có những tác động tích cực đến quá trình hình thành và phát triển của thương mại điện tử nước ta như quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, các

chính sách của nhà nước liên quan đến việc phát triển thương mại điện tử, tình hình kinh tế xã hội, v.v...

Trong những năm đổi mới và phát triển kinh tế đất nước, Đảng và Nhà nước ta đã nhận rõ vị trí quan trọng của thương mại điện tử trong sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa. Theo Chỉ thị 58/CT-TW của Bộ chính trị về “Đẩy mạnh ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa”, phát triển thương mại điện tử là một trong các dự án ưu tiên của Chính phủ. Như vậy, thương mại điện tử nước ta sẽ có những thuận lợi cơ bản về chính sách hỗ trợ của Nhà nước như: các chính sách hỗ trợ vốn, thuế, chính sách thu hút đầu tư nước ngoài để phát triển sản xuất các sản phẩm điện tử, v.v....

Sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung cũng như sự phát triển của các ngành liên quan như ngân hàng, phát thanh truyền hình, logistic v.v... cũng sẽ tạo ra những thuận lợi cơ bản để phát triển sản xuất và cải thiện điều kiện thị trường tiêu thụ cho thương mại điện tử.

Mặc dù chậm hơn yêu cầu, nhưng tới cuối năm 2008 khung pháp lý cho thương mại điện tử tại Việt Nam có thể nói đã tương đối hoàn thiện, với nền tảng chính là những văn bản quy phạm pháp luật thuộc hệ thống Luật Giao dịch điện tử. Bên cạnh đó, Luật Công nghệ thông tin và các văn bản hướng dẫn thi hành cũng tạo nên một hành lang pháp lý khá thuận lợi cho việc triển khai các khía cạnh liên quan đến hạ tầng công nghệ thông tin của hoạt động ứng dụng thương mại điện tử.

Với những thuận lợi như trên, PGCHP đã có những thành công nhất định trong việc triển khai ứng dụng CNTT:

- Định hướng rõ ràng từng giai đoạn đầu tư CNTT. Cụ thể: đầu tư cơ sở hạ tầng
- trang bị máy tính – thiết lập mạng nội bộ – kết nối Internet và viễn thông – hệ thống an ninh cơ bản – công cụ tác nghiệp cơ bản; nâng cao hiệu quả hoạt động – trang web, email, ...
- họp trực tuyến, ... làm việc từ xa; tạo lợi thế cạnh tranh bền vững – các phần mềm quản lý nhân sự, tài liệu, dự án, quan hệ khách hàng, ...
- cổng thông tin nội bộ; biến đổi và phát triển doanh nghiệp – hoạch định tài nguyên doanh nghiệp – quản lý chuỗi cung ứng.

- Trang bị máy tính cho từng nhân viên, từ nhân viên bán hàng chuyên trách, nghiệp vụ, trưởng các đơn vị đến toàn bộ nhân viên văn phòng. Các đơn vị trực thuộc đều có địa điểm độc lập, được kết nối Internet và viễn thông, cài đặt các hệ thống tường lửa và diệt virus bảo vệ.

- Mỗi cửa hàng đều được trang bị điện thoại cố định phục vụ bán hàng.

- Toàn thể CBCNV đều thành thạo sử dụng tin học văn phòng và các phần mềm của công ty.

- Triển khai thành công hệ thống phần mềm trong kinh doanh, như:

+ Phần mềm FTS

+ Phần mềm Call Gas

- Xây dựng tổng đài - trung tâm chăm sóc khách hàng.

- Ứng dụng ZALO, FACEBOOK trong bán hàng.

2.3.2. Hạn chế

Ngoài những thành công, PGCHP cũng gặp rất nhiều hạn chế. Như:

- Quy trình bán hàng online chưa hoàn thiện.

- Mô hình tổng đài trung tâm chăm sóc khách hàng và bán hàng còn nhiều khó khăn. Chưa thay đổi được thói quen của khách hàng: 95% khách hàng gọi điện mua hàng qua số điện thoại, zalo của trưởng đơn vị.

2.3.3. Nguyên nhân của tồn tại, hạn chế

- Việc thuyết phục lòng tin và thói quen của người tiêu dùng là một vấn đề khó khăn khi mà đa số người dân Việt Nam đều đã quen với phương thức mua bán “tiền trao cháo múc”. Về vấn đề thanh toán có thể thấy người Việt Nam chưa quen sử dụng thẻ tín dụng. Việc trao đổi, thanh toán bằng thẻ tín dụng tại các ngân hàng trong nước còn nhiều khó khăn. Thêm nữa là nhận thức về thương mại điện tử giữa khu vực thành thị và nông thôn đang có khoảng cách khá xa.

- Hệ thống pháp luật hiện nay vẫn còn thiếu những quy định, chế tài cụ thể về bảo vệ thông tin cá nhân trên môi trường mạng cũng như bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong quá trình giao dịch thương mại điện tử.

- Khó khăn chủ yếu là vấn đề về cơ sở hạ tầng, bao gồm đường truyền hẹp, khả năng truy cập Internet hạn chế. Trong đó, trở ngại dễ thấy nhất là nước ta còn thiếu đường truyền trực tiếp (leased line). Hiện nay mức giá sử dụng đường truyền trực tiếp của Việt Nam khá cao so với các nước khác.

Tiểu kết chương 2

Góp phần thực hiện mục tiêu chiến lược của Đảng và Nhà nước trong công cuộc chuyển đổi số, tận dụng những lợi thế từ cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) để thúc đẩy, tạo bút phá tăng trưởng, tạo lợi thế kinh doanh trên thị trường; Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng tích cực, toàn diện triển khai ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh với nhận thức rõ ràng: tận dụng tối đa lợi ích mà ứng dụng CNTT mang lại trong quản lý kinh doanh, tiết giảm chi phí, tăng lợi nhuận, thu nhập của người lao động trong Công ty.

Với sự phát triển không ngừng và liên tục của các ứng dụng CNTT, việc triển khai ứng dụng CNTT tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng có nhiều thuận lợi và thành công, nhưng cũng gặp không ít khó khăn và hạn chế.

CHƯƠNG 3. BIỆN PHÁP TĂNG CƯỜNG ỨNG DỤNG CNTT TRONG QUẢN LÝ KINH DOANH CHO CÔNG TY TNHH GAS PETROLIMEX HẢI PHÒNG

3.1. Phương hướng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

3.1.1. Phương hướng phát triển ứng dụng CNTT của thành phố Hải Phòng

Sau khoảng hai thập kỉ phát triển, tính từ năm 1994 đến nay, TMĐT trên thế giới đã có sự phát triển không ngừng. Từ dưới một triệu người dùng Internet vào cuối năm 1995, đến cuối năm 2010, đã có khoảng 2 tỷ người sử dụng Internet trên phạm vi toàn cầu, trong đó có khoảng trên 800 triệu người thường xuyên mua hàng qua Internet. Giá trị giao dịch TMĐT toàn cầu cũng tăng nhanh chóng, từ mức dưới 100 tỷ US\$ những năm đầu 2000, đến cuối 2010 đạt trên 10 nghìn tỷ US\$ và ước tính đạt trên 15 nghìn tỷ US\$ vào năm 2016. Các loại hình TMĐT đã phát triển mạnh mẽ, trong đó các giao dịch B2B giữ vai trò chủ đạo, chiếm khoảng 75% - 80% giá trị giao dịch. Giá trị giao dịch B2C, C2C sẽ tăng trưởng bình quân 10% - 15% và chiếm 20% - 25%. Ngày càng nhiều doanh nghiệp và người tiêu dùng ứng dụng TMĐT với mức độ ứng dụng ngày càng chuyên nghiệp hơn. TMĐT sẽ là xu hướng tất yếu của các quốc gia, các doanh nghiệp và người dân trong kinh doanh và tiêu dùng. Việt Nam nói chung và Hải Phòng nói riêng không thể đứng ngoài quy luật chung của sự phát triển.

Trong thời gian trước 2015, đặc biệt thời gian 2005 – 2010, ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp và người dân ở Hải Phòng còn mang tính tự phát, học hỏi, chưa mang tính chuyên nghiệp, chưa xem ứng dụng TMĐT là nhu cầu cấp thiết. Tuy nhiên, dưới áp lực cạnh tranh trong nước và nước ngoài diễn ra ngày càng khốc liệt, sự tác động của hội nhập kinh tế, hội nhập công nghệ từ các nước phát triển trên thế giới và khu vực, việc ứng dụng TMĐT trở thành một chiến lược quan trọng của nhiều doanh nghiệp để có thể kinh doanh hiệu quả, thành công. Trong thời gian chưa đủ dài, Hải Phòng (chính quyền, doanh nghiệp và người dân) đã dần quen với TMĐT. Nếu trước đây, chỉ một số lượng nhỏ doanh nghiệp Hải Phòng biết đến TMĐT, người dân chỉ

khai thác mạng Internet cho mục đích phi thương mại, thì hiện nay mức độ ứng dụng đã có tính chuyên sâu, đa dạng và phong phú hơn.

Dự báo trong giai đoạn 2015 – 2020, TMĐT của Hải Phòng sẽ tăng trưởng cả về quy mô và chất lượng. Giá trị giao dịch TMĐT sẽ chiếm khoảng 10% trên tổng giá trị giao dịch thương mại (mức dự báo cả nước là 10% - 12). Người dân ngày càng có xu hướng chuyển sang mua sắm qua mạng. Các hoạt động khai thác mạng Internet vào hoạt động mua sắm và TMĐT sẽ tăng với tốc độ cao hơn.

Khi cơ sở hạ tầng CNTT và thương mại đã được xây dựng và hoàn chỉnh hơn, hệ thống pháp luật và chính sách thúc đẩy TMĐT được ban hành đầy đủ và thực thi nghiêm chỉnh, những rào cản phát triển TMĐT sẽ ngày càng được giảm bớt. TMĐT ở Hải Phòng sẽ có những bước phát triển theo chiều sâu và chuyên nghiệp hơn, tiệm cận dần với Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, là hai địa phương đứng đầu cả nước.

- Phát triển thương mại điện tử hướng tới nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Phát triển, ứng dụng TMĐT gắn liền với việc ứng dụng và phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật về công nghệ thông tin truyền thông của doanh nghiệp, của cả nước đến năm 2030.

3.1.2. Phương hướng đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh của Công ty đến năm 2027

- Với mục tiêu tiếp tục cùng Tổng công ty hoàn thành tốt nhiệm vụ chính trị và góp phần giữ vai trò chủ đạo trong lĩnh vực điều tiết thị trường kinh doanh gas, trên phạm vi cả nước và từng khu vực nhằm bình ổn thị trường, giữ vững an ninh năng lượng. Thực hiện tốt chiến lược phát triển kinh tế theo ngành vùng.

- Tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng CNTT, góp phần thực hiện mục tiêu chiến lược của Đảng và Nhà nước trong công cuộc chuyển đổi số, tận dụng những lợi thế từ cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) để thúc đẩy, tạo bứt phá tăng trưởng, hướng tới khát vọng đưa Việt Nam trở thành quốc gia hùng cường, thịnh vượng, thuộc nhóm các nước có thu nhập trung bình cao vào năm 2035 và đến năm 2045 trở thành nước phát triển, theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

- Đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh nhằm tiết kiệm chi phí kinh doanh, giảm sức lao động, nâng cao hiệu quả kinh doanh, tăng năng suất lao động và nâng cao thu nhập của cán bộ công nhân viên công ty.

- Tiếp tục phát triển vững chắc hạ tầng và các phần mềm ứng dụng; mở rộng phạm vi ứng dụng CNTT tới hệ thống cộng tác viên tại các tỉnh, thành trên địa bàn Công ty quản lý. Nâng cao chất lượng phục vụ, cung ứng hàng hoá xứng đáng với vị thế, uy tín và truyền thống kinh doanh của Công ty, giữ vững lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

- Khắc phục các hạn chế tồn tại trong tổ chức kinh doanh nói chung, trong tiêu thụ và trong triển khai ứng dụng CNTT nói riêng. Hoàn thiện hệ thống TMĐT, tạo tiện lợi trong triển khai và ứng dụng CNTT trên toàn hệ thống.

- Phương hướng cụ thể:

- + Hoàn thành nâng cấp hệ thống đường truyền Internet toàn hệ thống Công ty.
- + Từng bước cải thiện hệ thống máy tính tại các đơn vị.
- + Phấn đấu đưa 100% cửa hàng được trang bị máy tính Laptop.
- + Phấn đấu đưa Fanpage của Công ty thành một trang bán hàng online uy tín và hiệu quả trong năm 2023.
- + Hoàn toàn tích hợp phân hệ nhân sự tiền lương vào phần mềm quản lý tập trung của Công ty (FTS) trong 5 năm tiếp theo.

3.2. Một số biện pháp tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh cho Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

3.2.1. Hoàn thiện công tác tổ chức – nhân sự

Trong hoạt động kinh doanh, con người có vị trí cực kỳ quan trọng, là yếu tố quyết định đến hiệu quả và lợi ích cuối cùng của doanh nghiệp. Đặc biệt trong lĩnh vực kinh doanh gas thì yếu tố con người lại càng có ý nghĩa hơn, đòi hỏi nhà quản trị kinh doanh phải có óc sáng tạo và năng động, có nghệ thuật quản trị và sử dụng lao động hợp lý và hiệu quả nhất.

Hiện nay, công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng có tổng biên chế có 165 trong đó lao động trực tiếp 122, lao động gián tiếp 43. Đội ngũ cán bộ quản trị có trình độ và khả năng chuyên môn hoá đạt ở mức cao, đội ngũ công nhân bán hàng lành nghề

còn chiếm tỷ lệ nhỏ. Việc bố trí nhân lực ở một số phòng và cửa hàng chưa hợp lý. Trong điều kiện đó chắc chắn chưa thể đáp ứng với yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của thị trường. Để hoàn thiện công tác tổ chức theo mục tiêu: đủ, gọn, nhẹ, tinh thông giúp Công ty có thể vươn lên đứng vững và khẳng định vị thế trên thị trường, Công ty có thể áp dụng các giải pháp hoàn thiện công tác tổ chức sau:

- Tiến hành rà soát lại biên chế hiện có, trên cơ sở đó kiến nghị Tổng Công ty Gas Petrolimex áp dụng qui chế định biên riêng cho từng khu vực, vùng đặc biệt khó khăn không áp dụng qui chế định biên theo tỷ lệ doanh thu mà phải biên chế theo nhu cầu thực tế. Mạnh dạn xét giải quyết nghỉ chế độ cho những người đến tuổi nghỉ hoặc trình độ năng lực kém hiệu quả công việc không cao, xử lý kỷ luật nghiêm túc các trường hợp vi phạm trên cơ sở đó xây dựng kế hoạch cán bộ đề nghị Tổng công ty bổ xung biên chế cho công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng đảm bảo đủ về số lượng, vững về chất lượng.

- Nghiên cứu bố trí lại lao động ở một số phòng và cửa hàng theo xu hướng đáp ứng các yêu cầu đặt ra trong kinh doanh. Nếu có thể yêu cầu Tổng công ty thành lập thêm Phòng thị trường – Marketing hoặc bổ xung thêm cán bộ quản trị Marketing có trình độ và kinh nghiệm thực tế cho các phòng kinh doanh với nhiệm vụ chuyên nghiên cứu xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch tiêu thụ, chủ động khai thác khách hàng tiềm năng để ký kết các hợp đồng, đơn hàng. Bổ xung bộ quy chế đánh giá chất lượng công việc lao động đưa vào xét lương hàng tháng.

- Tổ chức tuyển dụng cán bộ và lao động một cách công khai rộng rãi, theo đúng trình tự nhằm thu hút được những cán bộ quản trị và người lao động có trình độ và kinh nghiệm theo yêu cầu đặt ra, hạn chế tối đa việc tuyển dụng theo cảm tính, để ngoại giao hoặc do sức ép. Đào tạo và đào tạo lại cho một số cán bộ quản trị ở các phòng kinh doanh, phòng tài chính kế toán và lao động ở các cửa hàng nhằm bổ sung cho công ty những cán bộ trẻ có trình độ cao, áp dụng chính sách hỗ trợ kinh phí và khuyến khích vật chất cho cán bộ nhân viên đi học để nâng cao thêm trình độ, sau khi hoàn thành chương trình đào tạo phải trở lại phục vụ công ty.

- Mở các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ huấn luyện bán hàng ngắn hạn, dài hạn, đào tạo các lớp phòng chống cháy nổ theo định kỳ, giảng viên có thể là các kỹ sư có kiến thức về công tác bán hàng hoặc người có kinh nghiệm bán hàng lâu năm và đã thành công mà

Công ty có thể mời được. Tổ chức các buổi hội thảo rút kinh nghiệm, báo cáo kinh nghiệm bán hàng giữa các cửa hàng với nhau do chính nhân viên bán hàng của công ty thực hiện.

- Giải quyết tốt các nội dung nêu trên kết quả có thể cho thấy: biên chế lao động hợp lý đảm bảo bố trí đủ nhân lực cho 2 phòng Kinh doanh và các cửa hàng còn thiếu tránh được hiện tượng quá tải ở những bộ phận này; trình độ chuyên môn, năng lực thực hiện nhiệm vụ của cán bộ quản trị và lao động sẽ được nâng lên đáng kể giúp cho hoạt động kinh doanh sẽ đạt hiệu quả hơn; số dư dôi vì năng lực yếu được giải quyết thoả đáng theo qui định của Nhà nước tạo điều kiện để bố trí vào vị trí đó những cán bộ trẻ có năng lực theo yêu cầu đặt ra. Một trong những kết quả rất quan trọng là sẽ tạo ra một bộ máy gọn nhẹ, tinh và thông suốt, một không khí, môi trường lao động với ý thức tự giác, có trách nhiệm cao, có sự thi đua vì quyền lợi chung của Công ty và quyền lợi riêng của bản thân mình góp phần cùng các giải pháp khác nâng cao hiệu quả trong hoạt động kinh doanh.

- Ngoài những yếu tố như: máy móc, công nghệ, lao động, thì việc áp dụng các phương pháp quản lý chất lượng cũng rất quan trọng vì thế chọn được một hệ thống quản lý chất lượng phù hợp với điều kiện sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là rất quan trọng.

+ Khắc phục hạn chế này công ty đã áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế ISO 9002 được 2 năm;

+ Áp dụng hệ thống TQM (Total Quality Management) là một hệ thống quản lý chất lượng toàn diện.

Tuy nhiên, trong quá trình áp dụng 1 số lao động còn chưa thực hiện đầy đủ và đúng. Vì vậy, lãnh đạo Công ty cần đào tạo, triển khai, kiểm tra việc thực hiện.

3.2.2. Hoàn thiện công tác nghiên cứu thị trường

- Nghiên cứu thị trường là việc rất cần thiết đầu tiên đối với các cơ sở sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp thương mại. Mục đích nghiên cứu thị trường là xác định nhu cầu, thị hiếu của thị trường về một mặt hàng, một nhóm hàng nào đó của công ty. Trên cơ sở đó nâng cao khả năng thích ứng với chỉ tiêu kinh doanh và tổ chức tiêu thụ những mặt hàng mà thị trường đòi hỏi.

- Hiện tại công tác nghiên cứu thị trường của công ty còn chưa tổ chức chặt chẽ, không bố trí được cán bộ chuyên môn, không có kế hoạch do đó mọi thông tin về thị trường thường chấp vá không đầy đủ. Các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh đề ra thiếu chủ động, chỉ mang tính ước định không có cơ sở khoa học nên hiệu quả kinh doanh hết sức hạn chế. Vì thế để làm tốt công tác này cần phải có sự đầu tư thích đáng cho đội ngũ cán bộ chuyên nghiên cứu, tăng cường chi phí và trang bị phục vụ cho công tác nghiên cứu thị trường. Công tác này đòi hỏi bố trí đội ngũ điều tra nghiên cứu phải năng động, có kinh nghiệm, trình độ thu thập, phân tích tổng hợp và xử lý thông tin để xây dựng kế hoạch bán hàng tối ưu nhất. Quá trình nghiên cứu thị trường của công ty cần thực hiện các nội dung và theo trình tự sau:

3.2.2.1. Tổ chức nghiên cứu và thu thập thông tin

- Nhu cầu hiện tại và trong tương lai về các hàng hoá, dịch vụ của Công ty, nhất là các hàng hoá chủ đạo như gas dân dụng và thương mại, thiết bị phụ kiện sử dụng gas, nhu cầu sử dụng các dịch vụ lắp đặt, bảo dưỡng, sửa chữa, ...

- Số lượng khách hàng, nhóm khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng có nhu cầu tiêu dùng hàng hoá hoặc mua các dịch vụ của công ty; nhu cầu mua hàng online và tính khả thi của App bán hàng online của các doanh nghiệp kinh doanh cùng mặt hàng gas. Số người có nhu cầu phải được phân nhóm theo các tiêu thức cụ thể như độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, thu nhập Mặt khác, cũng phải xác định được phản ứng của khách hàng trước các biện pháp quảng cáo và chính sách bán hàng của Công ty.

- Số lượng, qui mô các đối thủ cạnh tranh, phân tích các nhân tố có ý nghĩa đối với chính sách tiêu thụ của đối thủ như thị phần, chính sách giá cả, phương pháp quảng cáo và bán hàng, chính sách phục vụ khách hàng cũng như các điều kiện thanh toán và tín dụng. Mặt khác, phải làm rõ khả năng phản ứng của các đối thủ trước các biện pháp về giá cả, quảng cáo và xúc tiến bán hàng, ... của Công ty.

- Nghiên cứu kỹ các đặc điểm kinh tế kỹ thuật, chiến lược kinh doanh, chính sách, các App bán hàng online và kế hoạch tiêu thụ của Công ty và đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng đến việc tổ chức mạng lưới tiêu thụ. Quá trình nghiên cứu mạng lưới tiêu thụ phải chỉ rõ các ưu điểm, nhược điểm của kênh trực tiếp và gián tiếp của

Công ty và của đối thủ; phải biết lượng hoá mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả tiêu thụ cũng như phân tích các hình thức tổ chức bán hàng cụ thể của Công ty và các đối thủ cạnh tranh.

- Công ty nên sử dụng hai phương pháp nghiên cứu tài liệu và nghiên cứu hiện trường để thu thập:

+ Đối với phương pháp nghiên cứu tài liệu: Công ty có thể lấy số liệu thống kê báo cáo về tình hình kinh doanh, tài chính, tình hình bán hàng trong từng tháng, quý, năm từ phòng Kinh doanh, phòng Tài chính - Kế toán của công ty. Ngoài ra lấy từ các cửa hàng bán lẻ, các đại lý của công ty hoặc thu thập thêm thông tin cả trên mạng Internet và sách báo, tạp chí chuyên ngành gas – khí hóa lỏng;

+ Đối với phương pháp nghiên cứu hiện trường tuy tốn kém nhưng chính xác hơn. Khi áp dụng phương pháp này công ty cần cử đại diện tiến hành đến một số tổ chức kinh tế, cơ quan hành chính sự nghiệp, đơn vị vũ trang và gặp mặt khách hàng có tiêu thụ hàng hoá của công ty để trao đổi với khách hàng, thông qua các lần mua bán tham khảo ý kiến, yêu cầu của khách về chất lượng, giá cả, ý thức phục vụ và dịch vụ chăm sóc khách hàng.

3.2.2.2. Xử lý thông tin

Từ những thông tin thu thập được, các cán bộ làm công tác nghiên cứu thị trường phải phân tích các loại nhu cầu trên từng vùng, từng nhóm khách hàng, nhu cầu mua hàng trên mạng để xác định nhu cầu và các phương thức, App bán hàng online mà công ty có khả năng đáp ứng được: Về khối lượng, cơ cấu, chủng loại, chất lượng, giá cả hàng hoá dịch vụ, phương thức bán hàng online, thanh toán, vận chuyển, lắp đặt thay thế và bảo dưỡng. Đồng thời có chính sách tiêu thụ phù hợp trước những phản ứng và chính sách của các đối thủ đưa ra, trước những phản ứng và kỳ vọng của khách hàng và nghiên cứu hoàn thiện App bán hàng online.

Giải quyết tốt các nội dung nêu trên Công ty có điều kiện làm chủ được thị trường, có cơ sở khoa học để ban hành các quyết định quản trị chính xác, chủ động điều chỉnh các mối quan hệ và tác động của thị trường với Công ty theo chiều hướng tích cực. Mặt khác có cơ sở để Công ty giải thích các ý kiến về sản phẩm, hàng hoá mà Công ty cung cấp cũng như lý do người tiêu dùng mua (không mua) hàng hoá, lý

do về tính trội hơn của việc cung cấp hàng hoá trong cạnh tranh. Đây là cơ sở rất quan trọng giúp cho Công ty ban hành các quyết định cần thiết tối ưu nhất trong hoạt động tiêu thụ.

3.2.3. Đầu tư, hiện đại hoá hạ tầng, kỹ thuật, công nghệ có hiệu quả

- Tốc độ phát triển kinh tế – kỹ thuật, đô thị và hạ tầng cơ sở nói chung, phát triển công nghệ nói riêng đòi hỏi phải có sự thay đổi đồng bộ như công nghệ, máy móc thiết bị, cơ sở hạ tầng, qui trình vận hành, ... để kịp đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Trong hoàn cảnh điều kiện hiện nay Công ty sớm nghiên cứu và áp dụng các nội dung sau:

+ Di chuyển địa điểm và đầu tư xây dựng mới đối với những cửa hàng gas có vị trí không còn thuận tiện nhằm phù hợp với tốc độ phát triển kinh tế, xã hội nói chung, tốc độ phát triển đô thị nói riêng.

+ Tổng kiểm kê tài sản trên cơ sở đó tiến hành thanh lý các trang thiết bị đã hết thời gian sử dụng hoặc lạc hậu như máy vi tính; trang bị đồng bộ mỗi cửa hàng một Laptop nhằm từng bước tự động hoá và linh hoạt trong công tác quản lý, bán hàng và ứng dụng công nghệ. Thay thế máy chủ nhằm đáp ứng nhu cầu khai thác cũng như triển khai phần mềm quản lý mới.

+ Hoàn thiện phân hệ quản lý nhân sự tiền lương trên phần mềm FTS của Công ty, nhằm hỗ trợ tối ưu công tác tổ chức nhân sự, tiền lương.

+ Định kỳ và thường xuyên kiểm tra, duy tu, bảo dưỡng các máy móc thiết bị, thay thế các chi tiết, linh kiện đã hỏng hoặc kém chất lượng.

+ Áp dụng các biện pháp kỹ thuật, huấn luyện và diễn tập để đảm bảo an toàn tuyệt đối công tác phòng chống cháy nổ, phòng chống lụt bão và vệ sinh môi trường.

+ Xây dựng, bổ sung sửa đổi các quy trình, quy phạm kỹ luật phù hợp với điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật, đảm bảo an toàn và hiệu quả.

3.2.4. Tăng cường hoạt động hỗ trợ và kích thích bán hàng

- Các hoạt động truyền thông nhằm giới thiệu sản phẩm là biện pháp cần thiết và vô cùng quan trọng đối với hoạt động tiêu thụ, nó kích thích nhu cầu tiêu dùng của khách hàng, tạo nên sự chú ý của khách hàng đến sản phẩm của Công ty, giúp cho khách hàng hiểu biết nhiều hơn về sản phẩm của Công ty, đồng thời đưa những thông

tin cần thiết tới những khách hàng chưa biết. Tuy nhiên hoạt động quảng cáo nếu không khoa học, không phù hợp sẽ gây tác dụng ngược cho sự phát triển của Công ty, đó là những chương trình nhàm chán, vô duyên gây bức bối cho người xem. Do vậy các hoạt động truyền thông phải đúng lúc, đúng chỗ với những mức độ nhất định hợp lý không bừa bãi để tránh được những tổn kém không cần thiết mà vẫn tạo nên hiệu quả cần thiết đối với khách hàng.

- Mục tiêu của các hoạt động truyền thông là đưa ra lượng thông tin đầy đủ đến với khách hàng về sản phẩm của Công ty, nhằm giải thích về tính năng, lợi ích, công dụng của sản phẩm đó và so sánh với sản phẩm cùng loại trên thị trường, từ đó góp phần tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm và mở rộng thị trường kinh doanh. Trong hoạt động truyền thông không nên quá khuếch trương, đảm bảo tính đúng đắn, trung thực chính xác và có nghệ thuật cao. Hiện nay hoạt động truyền thông của Công ty hầu như chưa trú trọng hơn nữa Công ty lại đang gặp khó khăn về vốn nên thực tế dùng kinh phí cho hoạt động truyền thông không lớn (với các phương tiện báo chí, radio, ti vi cần chi phí cao). Do vậy để phù hợp với tình hình, khả năng và điều kiện thực tế Công ty cần lựa chọn một số hình thức hoạt động truyền thông sau:

3.2.4.1. Quảng cáo online

Đây là hình thức quảng cáo có chi phí khá rẻ, thậm chí không mất chi phí so với quảng cáo trên truyền hình, đài phát thanh, báo chí song có thời gian sử dụng lâu dài, gây sự chú ý tới nhiều loại khách hàng khác nhau, thông tin được cô đọng nên rất dễ hiểu với đại đa số người xem. Điển hình của phương thức này là các quảng cáo, các bài viết, các chương trình khuyến mãi online trên Fanpage, Facebook, Zalo OA nhiều người thấy.

3.2.4.2. Quảng cáo trên báo chí

- Gas là mặt hàng có đặc thù riêng, do đó khi quảng cáo trên các loại báo chí (báo giấy, báo online) công ty phải chọn những tờ báo, tạp chí có tính chất chuyên ngành và nhiều người quan tâm như tờ báo kinh tế, báo Hải Phòng. Đây là tạp chí chuyên ngành nên chi phí quảng cáo không cao mà có hiệu quả. Nội dung trên báo, tạp chí phải mang đầy đủ thông tin về Công ty, sản phẩm, hướng dẫn các phương thức

giao dịch, địa điểm giao dịch, ứng dụng bán hàng và tổng đài bán hàng online. Hình thức của trang quảng cáo này phải được trình bày đẹp, có tính nghệ thuật cao.

- Đây là hai hình thức quảng cáo tương đối phù hợp đối với công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng, vì nó có chi phí không quá cao, phù hợp với tính chất hoạt động tiêu thụ của Công ty, đồng thời hai hình thức này có thể bổ xung cho nhau, khắc phục những hạn chế của từng hình thức nhằm nâng cao hiệu quả của quảng cáo. Ngoài ra Công ty còn có thể áp dụng một số hình thức quảng cáo không thường xuyên như: Quảng cáo trên ti vi, đài phát thanh trong các kỳ tổ chức ngày hội văn hoá, thể thao, hoạt động ngày quyền của người tiêu dùng, khuyến mãi bằng việc tặng các sản phẩm như áo, tranh ảnh, nước rửa bát, để đặt bình có in hình biểu tượng của Công ty. Hiện nay ngoài Công ty có quảng cáo trên đài truyền hình Hải Phòng thì Tổng công ty cũng có thực hiện các chương trình quảng cáo trên đài truyền hình trung ương (VTV1, VTV3) vào các khung giờ vàng.

- Triển khai, xúc tiến các hoạt động Marketing trên thị trường, ưu tiên sắp xếp cán bộ có trình độ và kỹ năng, giành kinh phí thoả đáng cho hoạt động này nhằm khai thác được mọi tiềm năng của thị trường về hàng hoá Công ty cung cấp.

- Công ty quan tâm giải quyết tốt các nội dung đề cập trên sẽ đưa các hoạt động hỗ trợ, kích thích bán hàng thành một biện pháp thường xuyên, đúng mức; tăng thêm sự hiểu biết của khách hàng về Công ty và các hàng hoá Công ty kinh doanh tạo được sự tín nhiệm và lôi kéo được khách hàng, kích thích nhu cầu tiêu dùng hàng hoá của Công ty góp phần tăng đáng kể sản lượng tiêu thụ và thị phần.

3.2.5. Đầu tư mở rộng mạng lưới tiêu thụ

- Mục tiêu chủ yếu của tiêu thụ sản phẩm là bán hết sản phẩm hàng hoá và dịch vụ với doanh thu tối đa, chi phí cho hoạt động tiêu thụ tối thiểu. Tuy nhiên tốc độ tiêu thụ không chỉ phụ thuộc vào quan hệ cung - cầu mà còn phụ thuộc rất lớn vào việc tổ chức mạng lưới, hệ thống tiêu thụ. Để thực hiện mục tiêu này việc xác định đúng hệ thống kênh tiêu thụ rất quan trọng và có ý nghĩa: Xác định đúng hệ thống kênh sẽ giúp cho Công ty kinh doanh có hiệu quả, bán được nhiều hàng hoá dịch vụ, phục vụ được nhu cầu nhiều người tiêu dùng, chiếm lĩnh được thị trường. Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng là một doanh nghiệp thương mại hiện đang tổ chức tiêu thụ

theo hệ thống kênh trực tiếp và gián tiếp, tỷ lệ sản lượng hàng hoá, dịch vụ tiêu thụ qua kênh trực tiếp chiếm xấp xỉ 60%, gián tiếp 40%, với cơ cấu này đã xuất hiện những yếu tố bất cập chưa đáp ứng kịp yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của thị trường. Để đạt mục tiêu, nhiệm vụ trước mắt và lâu dài Công ty cần thực hiện một số nội dung:

+ Trên cơ sở qui hoạch hệ thống bán lẻ gas trên địa bàn thành phố Hải Phòng từ năm 2017 đến 2021, định hướng đến năm 2025. Công ty từng bước đầu tư xây dựng mới các cửa hàng gas, xây dựng hệ thống cộng tác viên bán gas để đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng xã hội trên phạm vi địa bàn quản lý.

+ Mở rộng các điểm bán lẻ ở những cụm xã, khu vực đông dân cư bằng phương thức tuyển chọn và ký hợp đồng tiêu thụ với các đại lý có khả năng bán hàng nhằm phục vụ tối đa nhu cầu của người tiêu dùng.

- Để giải quyết các nội dung nêu trên Công ty phải nghiên cứu kỹ qui hoạch tổng thể mạng lưới tiêu thụ gas từ năm 2017 đến 2021, nghiên cứu các đặc điểm kinh tế kỹ thuật, chiến lược kinh doanh của Công ty, qui mô và phạm vi thị trường, hệ thống giao thông. Nghiên cứu chọn người đại diện, chọn trung gian bán hàng với một cơ chế hoa hồng thoả đáng đảm bảo lợi ích ổn định lâu dài của hai bên.

- Thực hiện tốt giải pháp này kết quả dự kiến sẽ đạt được: thị phần tăng lên khoảng 20%, doanh thu đạt khoảng 650 tỷ đồng, sản lượng gas tiêu thụ khoảng 25.000 - 27.000 tấn/năm, tỷ lệ sản lượng tiêu thụ qua kênh gián tiếp tăng đáng kể. Công ty chiếm lĩnh thị trường, đảm bảo sự vững chắc trong cạnh tranh, đáp ứng tốt mọi nhu cầu ngày càng cao cho sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng xã hội.

3.2.6. Tiếp tục củng cố lòng tin ở khách hàng

- Để nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty trong nền kinh tế thị trường hiện nay thì việc xây dựng lòng tin của khách hàng đối với sản phẩm, đối với công ty là mục tiêu mà tất cả các công ty đều hướng tới.

- Khách hàng không phải ai cũng như ai, mỗi người có một đặc điểm, thói quen, tính cách, mong muốn, nhu cầu khác nhau. Chính vì thế, điều quan trọng là hiểu mọi điều về khách hàng để chắc chắn rằng bạn mang đến cho họ những giá trị cao nhất. Từ thông tin cơ bản như tên tuổi, địa chỉ, đến mong muốn và tất tần tật, song quan

trong nhất đó là hiểu khách hàng để rút ngắn mối quan hệ, đúng với sứ mệnh của công ty và thiết lập lòng tin ở khách hàng.

- Khách hàng mua sản phẩm dựa trên lời hứa của chúng ta và công ty trước đó. Vì thế, hãy chắc chắn rằng chúng ta luôn luôn thực hiện đúng lời hứa đó và duy trì sự tín nhiệm với khách hàng của chúng ta. Khách hàng sẽ theo đuổi công ty mà họ đã đặt niềm tin để mua sản phẩm/dịch vụ cần thiết theo đúng giá trị mà họ mong muốn nhận được. Sự phối hợp của những yếu tố trên được sử dụng đúng đắn sẽ tạo kết nối với khách hàng và hình thành mối quan hệ lâu dài.

- Độ tín nhiệm của công ty chúng ta sẽ tăng cao khi chúng ta thực hiện chính xác những gì chúng ta đã nói vào mọi thời điểm. Hãy tránh xa sự không rõ ràng hay che đậy nào. Các khách hàng của chúng ta hiểu được sự cần thiết phải có lợi nhuận, vì vậy đừng nỗ lực ám chỉ rằng bạn kinh doanh chỉ cho vui. Hãy đưa ra những giá trị rõ ràng và nhắc nhở các khách hàng của chúng ta về những giá trị này.

- Hãy tạo mọi điều kiện khi khách hàng đến giao dịch với công ty. Yêu cầu nhân viên thực hiện theo những tiến trình và các kênh phối hợp để khách hàng có thể trải nghiệm chính xác những gì họ có. Hãy sửa lại quy trình làm việc xét thấy cần thiết và luôn phải hiểu khách hàng, hiểu dịch vụ của bạn được đánh giá như thế nào qua con mắt của khách hàng.

- Hãy chia sẻ cùng với cảm giác cấp bách của các khách hàng. Hãy cung cấp cho khách hàng sự tiếp cận dễ dàng tới những thông tin họ cần, chẳng hạn như lịch trình giao nhận, theo dõi vận chuyển ... Hãy sử dụng internet cho nhiệm vụ này nếu có thể (mọi người sẽ rất mong đợi sự tiếp cận như vậy). Đồng thời, chúng ta nên quan tâm tới cách thức mà những doanh nghiệp thành công ngày nay đang thực hiện: đảm bảo cách khách hàng có thể tiếp cận những nhân viên "bằng xương bằng thịt" trong trường hợp có khúc mắc phát sinh.

- Một chiến lược xoa dịu các khách hàng bất bình là rất cần thiết. Hãy chắc chắn rằng tất cả nhân viên đều nhận ra giá trị của từng khách hàng. Hãy đào tạo các nhân viên cách thức giải quyết sự cáu giận của khách hàng, thậm chí những chi phí ngắn hạn có thể khá cao.

- Hãy trao quyền cho nhân viên đưa ra những quyết định thích hợp đúng với nhu cầu của khách hàng, chứ không phải với công ty.

- Hãy đánh giá các cảm xúc của khách hàng và phản chiếu chúng. Nếu khách hàng tỏ ra lo lắng hay hồi hộp, hãy cam đoan với họ. Nếu khách hàng phấn khích về sản phẩm, hãy chia sẻ tình cảm này với họ qua những bình luận, giọng điệu và nhiều ngôn ngữ cơ thể khác. Hãy sử dụng chính ngôn từ của họ để tái khẳng định niềm chia sẻ của bạn.

- Chúng ta cần lắng nghe khách hàng, phát hiện ra các từ khoá và sử dụng những manh mối này để thiết lập mối quan hệ. Nếu một khách hàng cho thấy những mối quan tâm hình ảnh, hãy cho họ thấy các thông tin hình ảnh; nếu là mối quan tâm thính giác, hãy để họ nghe các thông tin; nếu là mối quan tâm tình cảm, hãy cho họ có hội để cảm nhận về sản phẩm hay dịch vụ.

- Hãy tìm kiếm những điều gây khó khăn cho khách hàng và giải quyết chúng. Những nỗ lực giảm thiểu cho khách hàng các công việc giấy tờ (đặc biệt là các form mẫu trùng lặp) là rất cần thiết. Chúng ta cần không ngừng đơn giản hoá mọi việc cho khách hàng. Hãy quan tâm tới những giải pháp cho khách hàng lựa chọn. Hãy đề nghị khách hàng cho biết ý kiến về những gì hữu ích và những gì cần bỏ đi.

3.3. Một số đề xuất và kiến nghị

- Hoàn thiện quy trình bán hàng Online:
 - + Thiết kế App bán gas mang thương hiệu Petrolimex trên Smartphone, phát triển chương trình cộng tác viên.
 - + Tổ chức các chương trình khuyến mãi Online trên Fanpage như quay số trúng thưởng, ...
 - + Giảm giá bán lẻ với mỗi bình gas được mua trên App, trên Fanpage.
- Hoàn thiện mô hình tổng đài trung tâm chăm sóc khách hàng và bán hàng:
 - + Quảng cáo tổng đài CSKH-BH 1900.571.266 trên các phương tiện truyền thông như truyền hình, báo điện tử; trên mạng xã hội như Facebook và Fanpage của công ty, của Tập đoàn và các đối tác.

+ Quảng bá trong các hội nghị khách hàng và các giao dịch hàng ngày với tệp khách hàng quen thuộc. Hướng thói quen của khách hàng đến tổng đài 1900.571.266 thay thế thói quen gọi điện di động.

+ Số lượng tổng đài viên và điện thoại phải đáp ứng được số lượng cuộc gọi đến theo thời gian phát triển của tổng đài. Tăng thu nhập của tổng đài viên.

- Phổ biến, tuyên truyền về lợi ích phát triển ứng dụng TMĐT cho CBCNV, khách hàng, nâng cao nhận thức của cộng đồng người tiêu dùng về TMĐT thông qua các hoạt động truyền thông trên mạng xã hội, trong các hội nghị khách hàng mà công ty tổ chức và các hình thức khác.

- Tổ chức các sự kiện thúc đẩy phát triển TMĐT (tuần lễ hay tháng mua sắm trực tuyến, các hoạt động khuyến mại khi mua sắm qua mạng ...).

Tiểu kết chương 3

Đẩy mạnh công tác ứng dụng CNTT trong quản lý kinh doanh là mục tiêu hàng đầu của các doanh nghiệp trong giai đoạn Cách mạng công nghệ lần thứ 4 hiện nay, nó ảnh hưởng trực tiếp đến chiến lược phát triển và kế hoạch của bất cứ doanh nghiệp nào trong đó có Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng.

Với sự thay đổi về thói quen tiêu dùng của người dân hiện nay đó là mua hàng online, Công ty TNHH phải thích nghi và tìm hướng đi mới trong tiêu thụ sản phẩm; cụ thể là: bán hàng online và chăm sóc khách hàng.

KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay, vấn đề đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong kinh doanh tiêu thụ sản phẩm là một trong những vấn đề mang tính chất sống còn của các doanh nghiệp. Hoàn thiện công tác đẩy mạnh ứng dụng CNTT sẽ tiết giảm chi phí, nâng cao năng suất lao động tạo điều kiện cho sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp phát triển và tạo ra doanh thu, lợi nhuận ngày càng cao, giúp cho đội ngũ cán bộ công nhân viên có mức thu nhập không ngừng tăng lên và từ đó giúp cho doanh nghiệp tái đầu tư sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

Đẩy mạnh hoạt động ứng dụng CNTT trong kinh doanh là mục tiêu vô cùng quan trọng của các Công ty sản xuất kinh doanh hiện nay, nó ảnh hưởng trực tiếp đến chiến lược và kế hoạch của Công ty. Đây là những nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự thành bại của nhiều doanh nghiệp. Vì vậy việc đẩy mạnh hoạt động ứng dụng CNTT trong sản xuất kinh doanh là những vấn đề mà mỗi Doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển đều phải quan tâm thường xuyên.

Trong điều kiện Việt Nam đang và sẽ tham gia vào nhiều tổ chức kinh tế khu vực và thế giới, đặc biệt là Hiệp định khung e-ASEAN, còn có nhiều vấn đề đòi hỏi nước ta phải giải quyết như xây dựng văn bản quy phạm pháp luật về thương mại điện tử, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ phát sinh trong thương mại điện tử, bảo vệ dữ liệu cá nhân và bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng ... Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng ngoài việc sản xuất, kinh doanh, tự hạch toán lãi lỗ để đảm bảo sự tồn tại và phát triển, Công ty còn phải từng bước hoàn thiện mình để hội nhập thành công với các tổ chức Quốc tế trong giai đoạn tới. Vì lẽ đó công tác ứng dụng CNTT trong kinh doanh của Công ty đã gặp rất nhiều khó khăn.

Theo đó luận văn đã nêu rõ khái niệm, lợi ích, khó khăn và hạn chế của ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp. Các nội dung trình bày ở phần trên của luận văn cho thấy phát triển ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp ở cả nước nói chung, Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng nói riêng là một sự cần thiết tất yếu. Phát triển ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp không chỉ tác động tích cực tới ngành thương mại, mà tới tất cả các ngành, các lĩnh vực kinh tế - xã hội.

Qua việc nghiên cứu, luận văn đã đạt được những kết quả sau:

Thứ nhất: hệ thống hóa cơ sở lý luận về ứng dụng CNTT trong kinh doanh tại doanh nghiệp. Cụ thể là: Khái niệm, vai trò của ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp. Nội dung của quá trình ứng dụng CNTT tại doanh nghiệp. Cuối cùng là các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình ứng dụng CNTT trong doanh nghiệp.

Thứ hai: Phân tích thực trạng công tác ứng dụng CNTT trong kinh doanh Gas tại Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng. Cụ thể là: Khái quát chung về quá trình hình thành phát triển Công ty. Sau đó đi phân tích công tác ứng dụng CNTT của Công ty trong giai đoạn 2017 – 2021. Các bước đi cụ thể: Thực trạng công tác ứng dụng CNTT trong kinh doanh Gas của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng; Phân tích thực trạng công tác ứng dụng CNTT tại Công ty thông qua các chỉ tiêu đánh giá; Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả ứng dụng trong kinh doanh mặt hàng gas.

Thứ ba: Đánh giá được quá trình ứng dụng CNTT trong kinh doanh mặt hàng Gas tại Công ty. Cụ thể là: tổng kết được các thành tựu của Công ty dựa trên các kết quả phân tích; đồng thời cũng đưa ra các hạn chế. Từ đó xác định được các nguyên nhân của các hạn chế.

Thứ tư: Sau các bước phân tích, đánh giá thực trạng tiêu thụ, xác định được các hạn chế và nguyên nhân của hạn chế, cuối cùng đưa ra các biện pháp nhằm đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong kinh doanh Gas tại Công ty.

Với thời gian có hạn, kiến thức còn hạn chế, đề tài sẽ không tránh khỏi những thiếu sót, hạn chế nhất định. Do vậy kính mong được sự giúp đỡ và đóng góp ý kiến của các thầy cô giáo và các bạn đề luận văn tốt nghiệp của tôi được hoàn thiện hơn.

Qua đây tôi cũng xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của PGS.TS. Nguyễn Thị Dương Nga và các cán bộ công nhân viên trong Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng đã giúp tôi hoàn thành luận văn này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2019). *Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.*
2. Bộ thông tin và truyền thông Việt Nam (2021), *Sách trắng Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam 2021*, Nhà xuất bản thông tin và truyền thông
3. Công Ty công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng (2017-2021), Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng.
4. Lê Thị Ngọc Diệp (2017), *Giáo trình Hệ thống thông tin quản lý*, Học viên Bưu chính viễn thông.
5. Trần Thanh Điện (2018), *Bài giảng Ứng dụng Công nghệ Thông tin và Thương mại điện tử trong doanh nghiệp*, Đại học Thương Mại Hà Nội.
6. Hà Nam Khánh Giao (2018), *Hệ thống thông tin quản trị nhìn từ góc nhìn kinh doanh*, Nhà xuất bản tài chính.
7. Nguyễn Bích Lâm (2017), *Tổng điều tra kinh tế năm 2017 - Ứng dụng công nghệ thông tin trong sản xuất kinh doanh*. Tổng cục Thống kê chỉ đạo biên soạn, tham gia biên soạn gồm các thành viên của Vụ Thống kê Thương mại và Dịch vụ, Tổng cục Thống kê.
8. Bích Ngọc (2019), *Việt Nam: Mức độ sẵn sàng tham gia Cách mạng công nghiệp 4.0*, Website Tạp trí Con số sự kiện, xem tại <https://consosukien.vn/viet-nam-muc-do-san-sang-tham-gia-cach-mang-cong-nghiep-4-0.htm>
9. Mai Thế Nhượng (2007), *Quản lý công nghệ thông tin – Chìa khóa dẫn đến thành công*, NXB Bưu điện.
10. Nguyễn Văn Hùng (2019), *Thương mại điện tử*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
11. Lê Văn Phùng (2010), *Hệ thống thông tin quản lý*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông.

12. Viện Tin học Doanh nghiệp (VCCI-ITB) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2015), *Ứng dụng Công nghệ Thông tin và Thương mại điện tử trong doanh nghiệp*.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Báo cáo tiêu thụ của một đơn vị trên phần mềm FTS

Mã hàng hóa	Tên hàng hóa	Tổng xuất		Tiền thuế VAT	Tổng tiền	Xuất bán lẻ cá nhân và các hộ gia đình				Xuất bán lẻ các tổ chức, hộ kinh doanh				Xuất bán buôn				Xuất ký cược vô bình			
		Số lượng	Tiền hàng			Số lượng	Tiền hàng	Tiền thuế VAT	Tổng tiền	Số lượng	Tiền hàng	Tiền thuế VAT	Tổng tiền	Số lượng	Tiền hàng	Tiền thuế VAT	Tổng tiền	Số lượng	Tiền hàng	Tiền thuế VAT	Tổng tiền
311901	Cửa hàng 01 (Hải Phòng)	20,427	886,604,079	61,827,408	948,431,487	24	858,168	85,816	943,984	72	2,574,504	257,450	2,831,954	19,928	614,841,407	61,484,142	676,325,549	403	268,330,000	0	268,330,000
01	Khí đốt	20,024	618,274,079	61,827,408	680,101,487	24	858,168	85,816	943,984	72	2,574,504	257,450	2,831,954	19,928	614,841,407	61,484,142	676,325,549	0	0	0	0
12100000	Khí dầu mô hóa lỏng LPG	3,608	108,769,107	10,876,912	119,646,019	0	0	0	0	0	0	0	0	3,608	108,769,107	10,876,912	119,646,019	0	0	0	0
12111201	Khí dầu mô hóa lỏng B12VN	732	23,457,312	2,345,730	25,803,042	24	858,168	85,816	943,984	72	2,574,504	257,450	2,831,954	636	20,024,640	2,002,464	22,027,104	0	0	0	0
12114801	Khí dầu mô hóa lỏng B48kg	15,684	486,047,660	48,604,766	534,652,426	0	0	0	0	0	0	0	0	15,684	486,047,660	48,604,766	534,652,426	0	0	0	0
02	Vô bình	403	268,330,000	0	268,330,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	403	268,330,000	0	268,330,000
19111201	Vô bình khí dầu mô hóa lỏng B12VN	61	15,250,000	0	15,250,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	61	15,250,000	0	15,250,000
19114801	Vô bình Khí dầu mô hóa lỏng B48kg	342	253,080,000	0	253,080,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	342	253,080,000	0	253,080,000
Tổng cộng:		20,427	886,604,079	61,827,408	948,431,487	24	858,168	85,816	943,984	72	2,574,504	257,450	2,831,954	19,928	614,841,407	61,484,142	676,325,549	403	268,330,000	0	268,330,000

Phụ lục 2: Báo cáo cân đối phát sinh công nợ của một đơn vị trên phần mềm FTS

Báo cáo cân đối phát sinh công nợ của một đơn vị trên phần mềm FTS

Tài khoản: 111, 112

Đối tượng: Tất cả

Đơn vị: 312100-Chi nhánh Gas Petrolimex Quảng Ninh

Từ ngày 01/01/2021 Đến ngày 31/01/2021

Mã khách	Tên khách	Dư đầu kỳ		Phát sinh trong kỳ		Dư cuối kỳ	
		Nợ	Có	Nợ	Có	Nợ	Có
000001301401	Cửa hàng 01 (Quảng Ninh)	38,528,875,022	20,511,041,191	201,395,758	169,144,000	38,730,270,780	20,680,185,191
000001301402	Cửa hàng 02 (Quảng Ninh)	44,550,095,480	33,043,118,106	314,316,736	243,711,320	44,864,412,216	33,286,829,426
000001301403	Cửa hàng 03 (Quảng Ninh)	42,484,975,808	18,689,727,114	304,227,678	112,670,000	42,789,203,486	18,802,397,114
000001301405	Cửa hàng 05 (Quảng Ninh)	34,684,253,048	27,011,899,393	227,224,028	221,465,000	34,911,477,076	27,233,364,393
000001301406	Cửa hàng 06 (Quảng Ninh)	61,172,514,681	18,129,715,252	256,561,800	108,000,000	61,429,076,481	18,237,715,252
000001301409	Cửa hàng Móng Cái (Quảng Ninh)	14,165,063,053	12,760,344,408	300,340,720	281,305,000	14,465,403,773	13,041,649,408
000001301493	Điểm bán tại Vân Đồn	1,548,074,220	1,548,074,220	49,523,000	49,523,000	1,597,597,220	1,597,597,220
000001301494	Cửa hàng Gas Quảng Yên (Quảng Ninh)	8,377,500,490	8,321,084,746	208,107,008	172,481,000	8,585,607,498	8,493,565,746
000001301495	Cửa hàng 09 (Quảng Ninh)	16,202,925,967	4,646,994,081	227,370,631	81,502,000	16,430,296,598	4,728,496,081
312100120007	Đại lý gas Đông Lý	6,888,450,180	0	93,258,000	0	6,981,708,180	0
312100120011	Công ty cổ phần thương mại & dịch vụ Quảng Phong	31,487,799,507	0	417,480,744	0	31,905,280,251	0
312100120012	Công ty TNHH TM DV Điện Quang	2,527,524,426	0	455,986,080	0	2,983,510,506	0
312100120058	Cửa Hàng Gas Đỗ Thành Trung	5,476,893,900	0	105,000,000	0	5,581,893,900	0
312100120059	Công ty TNHH An Hồng Phát	9,267,734,155	0	74,000,000	0	9,341,734,155	0
Tổng cộng		317,362,679,937	144,661,998,511	3,234,792,183	1,439,801,320	320,597,472,120	146,101,799,831

Phụ lục 3: Thống kê cuộc gọi của một đơn vị trên phần mềm FTS

Thống kê cuộc gọi của một đơn vị trên phần mềm FTS

Đơn vị: 312300-Chi nhánh Gas Petrolimex Nam Định

Từ ngày 01/04/2021 Đến ngày 30/04/2021

Mã đơn vị	Mã khách hàng	Tên khách hàng	Điện thoại	Ngày gọi	Giờ gọi	Giờ bắt đầu	Giờ kết thúc	Loại cuộc gọi	Ghi chú	Trạng thái	Loại cuộc gọi	Tổng đài VNPT
312301	000001301602	Cửa hàng 02 (Nam Định)	02283640290	02/04/2021	00:01:14	15/04/2021 4:46:41 PM	15/04/2021 4:47:55 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150025	Ông Đỗ Xuân Trinh	0936656501	02/04/2021	00:00:28	03/04/2021 4:36:17 PM	03/04/2021 4:36:45 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150042	Ông Trần Văn Vượng	0919787720	02/04/2021	00:00:20	02/04/2021 5:59:07 PM	02/04/2021 5:59:27 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150123	Ông Đỗ Vinh Hiền	0915312675	02/04/2021	00:00:24	24/04/2021 10:53:02 AM	24/04/2021 10:53:26 AM	2		Đã xử lý	Gọi đi	0
312301	312301150123	Ông Đỗ Vinh Hiền	0915312675	03/04/2021	00:00:19	24/04/2021 10:22:47 AM	24/04/2021 10:23:06 AM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150126	Ông Vũ Văn Dũng	0948397262	06/04/2021	00:00:15	02/04/2021 3:02:11 PM	02/04/2021 3:02:26 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150126	Ông Vũ Văn Dũng	0948397262	07/04/2021	00:00:16	02/04/2021 2:40:51 PM	02/04/2021 2:41:07 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150915	Ông Trần Văn Hải	0918634879	08/04/2021	00:02:05	02/04/2021 6:12:34 PM	02/04/2021 6:14:39 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150930	Bà Trần Thị Liên	0915184548	15/04/2021	00:00:24	07/04/2021 10:44:56 AM	07/04/2021 10:45:20 AM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150943	Bà Trần Văn Kiều	0946564336	16/04/2021	00:00:26	06/04/2021 3:23:21 PM	06/04/2021 3:23:47 PM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150952	Bà Nguyễn Thị Hoà	0915040412	24/04/2021	00:00:30	08/04/2021 4:28:09 PM	08/04/2021 4:28:39 PM	2		Đã xử lý	Gọi đi	0
312301	312301150952	Bà Nguyễn Thị Hoà	0915040412	24/04/2021	00:01:10	16/04/2021 9:40:48 AM	16/04/2021 9:41:58 AM	1		Đã xử lý	Gọi đến	0
312301	312301150952	Bà Nguyễn Thị Hoà	0915040412	28/04/2021	00:01:15	28/04/2021 4:13:24 PM	28/04/2021 4:14:39 PM	2		Đã xử lý	Gọi đi	0

Hải phòng, ngày 01 tháng 09 năm 2022

Phụ lục 4: Bảng cân đối phát sinh tài khoản kế toán:

Bảng cân đối phát sinh tài khoản kế toán

Tài khoản: 111, 112

Đơn vị: 311000-Văn phòng Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Từ ngày 15/11/2021 Đến ngày 30/11/2021

Mã tài khoản	Tên tài khoản	Dư đầu kỳ		Phát sinh trong kỳ		Phát sinh lũy kế		Dư cuối kỳ	
		Nợ	Có	Nợ	Có	Nợ	Có	Nợ	Có
111	Tiền mặt	569,857,031	0	11,689,195,807	11,613,324,131	0	0	645,728,707	0
1111	Tiền Việt Nam	569,857,031	0	11,689,195,807	11,613,324,131	0	0	645,728,707	0
11111	Tiền mặt khối VP	419,397,037	0	2,305,769,280	2,340,547,289	0	0	384,619,028	0
111111	Tiền mặt tại VP công ty	419,397,037	0	2,305,769,280	2,340,547,289	0	0	384,619,028	0
11112	Tiền mặt tại các chi nhánh	14,634,824	0	3,257,330,391	3,221,573,556	0	0	50,391,659	0
11113	Tiền mặt tại các cửa hàng	135,825,170	0	6,126,096,136	6,051,203,286	0	0	210,718,020	0
112	Tiền gửi ngân hàng	11,000,000	0	61,986,771,023	61,986,771,023	0	0	11,000,000	0
1121	Tiền Việt Nam	11,000,000	0	61,986,771,023	61,986,771,023	0	0	11,000,000	0
	Tổng cộng	580,857,031	0	73,675,966,830	73,600,095,154	0	0	656,728,707	0

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

**Phụ lục 5: Sổ quỹ tiền mặt tại cửa hàng:
Sổ quỹ tiền mặt tại cửa hàng**

Tài khoản: 111-Tiền mặt
Từ ngày 15/11/2021 Đến ngày 30/11/2021

Số dư đầu kỳ Nợ: 0
Số dư đầu kỳ Có: 0
Số dư cuối kỳ Nợ: 0
Số dư cuối kỳ Có: 0

Chứng từ			Diễn Giải	Tk đ/ứ	Số tiền		
Ngày ghi sổ	Nợ	Có			Thu	Chi	Tồn
17/11/2021	000058		Hải Thành	1311381	416	0	416
17/11/2021	000058		Đức Thanh	1311381	1,759,982	0	1,760,398
17/11/2021	000058		Tân Thành	1311381	10,383,953	0	12,144,351
17/11/2021	000058		Duy Anh	1311381	137,855,649	0	150,000,000
17/11/2021		000057	Nop PGB	336811	0	150,000,000	0
17/11/2021			Tổng ngày 17/11/2021		150,000,000	150,000,000	0
23/11/2021	000059		Long Bình	1311381	19,394,649	0	19,394,649
23/11/2021	000059		Tu Long	1311381	900,240	0	20,294,889
23/11/2021	000059		Duy Anh	1311381	6,271,787	0	26,566,676
23/11/2021	000059		Bac	1311381	471,992	0	27,038,668
23/11/2021	000059		Com Chay	1311381	4,861,296	0	31,899,964
23/11/2021	000059		Gia Minh	1311381	12,628,044	0	44,528,008
23/11/2021	000059		Oanh	1311381	471,992	0	45,000,000
23/11/2021		000058	Nop PGB	336811	0	45,000,000	0
23/11/2021			Tổng ngày 23/11/2021		45,000,000	45,000,000	0
26/11/2021	000060		Duy Anh	1311381	50,000,000	0	50,000,000
26/11/2021		000059	Nop Cty	336811	0	50,000,000	0
26/11/2021			Tổng ngày 26/11/2021		50,000,000	50,000,000	0
27/11/2021	000061		Lau de	1311381	1,769,856	0	1,769,856
27/11/2021	000061		Quang minh	1311381	11,712,624	0	13,482,480
27/11/2021	000061		oto	1311381	3,117,517	0	16,599,997
27/11/2021	000061		Thanh thien	1311381	3,400,003	0	20,000,000
27/11/2021		000060	Nop Cty (qua PGB)	336811	0	20,000,000	0
27/11/2021			Tổng ngày 27/11/2021		20,000,000	20,000,000	0
29/11/2021	000062		Oto	1311381	20,426,267	0	20,426,267
29/11/2021	000062		An Hung	1311381	573,733	0	21,000,000
29/11/2021		000061	Nop PGB	336811	0	21,000,000	0
29/11/2021			Tổng ngày 29/11/2021		21,000,000	21,000,000	0
30/11/2021	000063		Duy Anh	1311381	372,237	0	372,237

30/11/2021	000063		An Hung	1311381	14,418,088	0	14,790,325
30/11/2021	000063		Mhoach	1311381	18,209,675	0	33,000,000
30/11/2021	000064		NH Mạnh Hoạch	1311381	5,000,000	0	38,000,000
30/11/2021	000064		NGư trường	1311383	2,000,000	0	40,000,000
30/11/2021	000064		BBQ	1311383	2,000,000	0	42,000,000
30/11/2021	000065		Duy ANh (CP T10/2021)	1311381	4,730,650	0	46,730,650
30/11/2021		000062	Nop PGB	336811	0	33,000,000	13,730,650
30/11/2021		000063	Nop PGB	336811	0	9,000,000	4,730,650
30/11/2021		000064	Nộp Cty (CP T10/2021)	336811	0	4,730,650	0
30/11/2021			Tổng ngày 30/11/2021		46,730,650	46,730,650	0
30/11/2021			Tổng cộng		332,730,650	332,730,650	0
Tổng cộng					998,191,950	998,191,950	

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng

Phụ lục 6: Báo cáo tình hình sử dụng hoá đơn điện tử:

Báo cáo tình hình sử dụng hoá đơn điện tử (BC26/AC)

Đơn vị: 311901-Cửa hàng 01 (Hải Phòng)

Danh mục hóa đơn: Tất cả

Từ ngày 01/01/2021 Đến ngày 31/12/2021

Tên loại hóa đơn	Ký hiệu mẫu hóa đơn	Ký hiệu hóa đơn	Số tồn đầu kỳ		Số mua/phát hành trong kỳ		Tổng số sử dụng, xóa bỏ, mất, hủy trong kỳ			Số lượng đã sử dụng	Xóa bỏ		Mất		Hủy		Tồn cuối kỳ		
			Từ số	Đến số	Từ số	Đến số	Từ số	Đến số	Số lượng		Số lượng	Số seri	Số lượng	Số seri	Số lượng	Số seri	Từ số	Đến số	Số lượng
Hóa đơn GTGT cửa hàng 01 Hải Phòng	01GTKT0/001	PE/20E	351	1,000	0	0	351	908	558	521	37	351,412-413,433,446,460,522,559-563,595,599,629,648,679,682,702-704,711,718-719,721-725,743-744,759,778,781,807,847,871	0	0	0	0	909	1,000	92
PXK kiêm vận chuyên nội bộ - Cửa hàng 01 Hải Phòng	03XKNB0/001	PE/20E	310	1,000	0	0	310	793	484	478	6	382,390,403,534,609,675	0	0	0	0	794	1,000	207
Hóa đơn GTGT Cửa hàng 01 Hải Phòng	01GTKT0/001	PE/21E	0	0	1	1,000	0	0	0	0	0		0	0	0	0	1	1,000	1,000
Phiếu XK KVCNB Cửa hàng số 01 Hải Phòng	03XKNB0/001	PE/21E	0	0	1	1,000	0	0	0	0	0		0	0	0	0	1	1,000	1,000
Tổng cộng									1,042	999	43			0	0				2,299

Nguồn: Công ty TNHH Gas Petrolimex Hải Phòng