

**PHỤ LỤC 4: KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN  
NĂM 2021 CỦA DOANH NGHIỆP**

*(đã được Chủ tịch Tổng công ty phê duyệt  
tại tờ trình 2229./TTr-VNPT VNP-NS ngày 21/ 5/2021 của Tổng công ty)*

**I. Tình hình sản xuất kinh doanh và đầu tư phát triển năm trước**

**1.1. Khái quát về thị trường, tình hình SXKD trong năm 2020:**

Năm 2020, tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam gặp nhiều khó khăn, thách thức do dịch bệnh Covid-19 bùng phát khó kiểm soát; thiên tai bão lũ diễn biến phức tạp, khó lường đã tác động đến nhiều mặt của đời sống kinh tế, xã hội đồng thời tác động đến hoạt động SXKD của Tổng công ty. Trong lĩnh vực viễn thông và CNTT, các doanh nghiệp tiếp tục phải đối mặt với cạnh tranh khốc liệt với các chiêu thức cạnh tranh mạnh hơn tập trung chủ yếu vào giảm giá cước dịch vụ. Chính sách của Cơ quan quản lý nhà nước có nhiều thay đổi đòi hỏi doanh nghiệp phải luôn chủ động đẩy mạnh đổi mới sáng tạo, nghiên cứu phát triển để vươn lên đi đầu trong xu thế công nghệ mới, nhờ đó có thể bắt kịp và khai thác hiệu quả các cơ hội to lớn do công cuộc chuyển đổi số mang lại. Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông gặp rất nhiều khó khăn để đồng thời đổi mới phương thức kinh doanh dịch vụ viễn thông, đổi mới sáng tạo, phát triển và ứng dụng công nghệ vào hoạt động SXKD nhằm thực hiện các chỉ tiêu về doanh thu và đặc biệt là phát triển thuê bao của Tổng công ty.

**1.2. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch năm 2020:**

- Tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2020: đạt 42.126 tỷ đồng.
- Tổng lợi nhuận trước thuế đạt 1.749 tỷ đồng.
- Tổng nộp NSNN: 1.307 tỷ đồng.
- Thuê bao viễn thông:
  - + Tổng số thuê bao điện thoại đạt trên 31,422 triệu thuê bao, trong đó thuê bao cố định (có dây, không dây) đạt 2,031 triệu thuê bao; thuê bao di động đạt 29,412 triệu thuê bao.
  - + Tổng số thuê bao Internet băng rộng đạt 6,428 triệu thuê bao.
- Tổng vốn đầu tư đã thực hiện năm 2020: 78,595 tỷ đồng.

**II. Kế hoạch sản xuất kinh doanh và đầu tư phát triển năm 2021**

**2.1. Kế hoạch sản xuất kinh doanh**

- Kế hoạch về lợi nhuận (trước thuế): 1.744 tỷ đồng, trong đó doanh thu VT-CNTT: 45.240 tỷ đồng.
- Kế hoạch phát triển thị trường và sản phẩm:



+ Đẩy mạnh các sản phẩm dịch vụ số mới trên nền Data, đổi mới dòng sản phẩm cốt lõi dịch chuyển sang cung cấp và phát triển mạnh thuê bao Data thuần cho các máy tính bảng, thuê bao IOT.

+ Bổ sung tiện ích cho hộ gia đình thông qua các dịch vụ hộ Home, phát triển App IOT cho hộ gia đình thông qua hoàn thiện và triển khai bộ sản phẩm Home cung cấp trên thị trường.

+ Phát triển hệ sinh thái Digilife trở thành sản phẩm số và tiếp tục mở rộng các sản phẩm dịch vụ nhóm Digi.

+ Xây dựng hệ sinh thái sản phẩm số đáp ứng tối đa nhu cầu chuyển đổi số của Chính phủ, Bộ ngành TW và địa phương. Tập trung vào các sản phẩm dịch vụ đã triển khai.

+ Triển khai phát triển sản phẩm dịch vụ khối khách hàng SME và cho khách hàng SoE/ngành.

## **2.2. Kế hoạch đầu tư phát triển**

Năm 2021, Tổng Công ty đăng ký và được Tập đoàn tạm giao Kế hoạch đầu tư với tổng số vốn đầu tư 119,178 tỷ đồng.

## **III. Các giải pháp thực hiện:**

### **1. Giải pháp nguồn nhân lực**

- Nâng cao chất lượng nhân sự quản lý;
- Chuyển đổi nguồn nhân lực đáp ứng chiến lược chuyển đổi số.

### **2. Giải pháp về kinh doanh**

“Lấy khách hàng làm trung tâm - chuyển đổi số từ khách hàng (khách hàng số)”, tập trung chuyển đổi quy trình, điều hành theo hướng kinh doanh trên môi trường số, tập trung kinh doanh dịch vụ số cả khối khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp.

#### **2.1. Số hóa kênh bán hàng**

- Đối với khách hàng mới: hoàn thiện và sử dụng nền tảng kết nối mở, có thể liên kết để cung cấp các dịch vụ hiện hữu, mở rộng kinh doanh sản phẩm dịch vụ khác (handset, thiết bị đầu cuối ...).

- Đối với khách hàng hiện hữu: sử dụng các App để thâm canh dịch vụ và thúc đẩy thanh toán Online.

- Xây dựng kênh bán Online, số hóa hướng đến phục vụ nhu cầu của các doanh nghiệp SME.

#### **2.2. Phân tích dữ liệu**

- Phân tích dữ liệu kinh doanh, dữ liệu hành vi, nguồn gốc, định danh, kết nối nhiều nguồn dữ liệu... để dựng chân dung khách hàng mục tiêu cho từng nhóm sản phẩm, dịch vụ Digital.

- Xây dựng mô hình dữ liệu, báo cáo hành vi người dùng hoặc dịch vụ liên quan nhằm phục vụ công tác xây dựng sản phẩm/dịch vụ, digital marketing campaign, cross-sell.

### 2.3. Trải nghiệm khách hàng

- Tập trung số hoá các quy trình và đẩy mạnh ứng dụng Chat-bot, e-Contract, V2T/T2V, Voice Recognition, Social Hearing/Seeding...

### 2.4. Quảng cáo, truyền thông

- Quản trị nhận diện thương hiệu theo hướng đồng bộ chuẩn hoá và tăng cường quảng bá thương hiệu tại địa bàn; Triển khai nhiều hình thức và tăng hiệu quả bán hàng trực tiếp.

- Định vị thông điệp truyền thông về thương hiệu tập trung vào 2 thương hiệu lớn là VinaPhone và VNPT gắn kèm với định vị về chất lượng và bản sắc thương hiệu rõ ràng.

- Truyền thông các sản phẩm trọng điểm: các sản phẩm, gói cước chiến lược theo đặc thù của địa phương dựa trên nghiên cứu về nhu cầu và đặc tính của các tập khách hàng mục tiêu để lựa chọn nội dung và kênh truyền thông phù hợp, và tuân thủ theo các nguyên tắc áp dụng riêng cho khu vực thành thị và nông thôn.

### BIỂU CÁC CHỈ TIÊU SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN NĂM 2021

TT	Các chỉ tiêu	ĐVT	Kế hoạch
1	Các chỉ tiêu sản lượng chủ yếu	Thuê bao	
	+ Di động	Thuê bao	417.792
	+ Băng rộng cố định	Thuê bao	1.010.500
2	Chỉ tiêu sản phẩm, dịch vụ công ích (nếu có)	Tỷ đồng	
3	Doanh thu VT-CNTT	Tỷ đồng	45.240
4	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	1.744
5	Nộp ngân sách	Tỷ đồng	
6	Tổng vốn đầu tư	Tỷ đồng	119,178
7	Kim ngạch xuất khẩu (nếu có)	1.000 USD	
8	Các chỉ tiêu khác		

KT. TỔNG GIÁM ĐỐC  
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC

