

LỜI CAM ĐOAN



Tôi xin cam đoan rằng đây là công trình nghiên cứu của tôi, có sự hỗ trợ từ Giáo viên hướng dẫn là TS. Lê Thị Lanh. Các nội dung nghiên cứu và kết quả trong đề tài này là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào trước đây. Những số liệu trong các bảng biểu phục vụ cho việc phân tích, nhận xét, đánh giá được chính tác giả thu thập từ các nguồn khác nhau có ghi trong phần tài liệu tham khảo. Ngoài ra, đề tài còn sử dụng một số nhận xét, đánh giá cũng như số liệu của các tác giả, cơ quan tổ chức khác, và cũng được thể hiện trong phần tài liệu tham khảo.

Nếu phát hiện có bất kỳ sự gian lận nào tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng, cũng như kết quả luận văn của mình.

TP.HCM, ngày 04 tháng 03 năm 2009

Tác giả

Nguyễn Thị Linh Phượng

LỜI CẢM ƠN



Trước tiên, tôi xin chân thành cảm ơn các cô, chú, anh, chị ở Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang đã nhiệt tình giúp đỡ tôi trong quá trình thu thập thông tin cũng như các số liệu có liên quan đến đề tài nghiên cứu, đã tạo điều kiện tốt nhất để tôi hoàn thành được luận văn tốt nghiệp này.

Nhân đây, tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến Quý Thầy Cô, những người đã tận tình truyền đạt kiến thức cho tôi trong suốt khóa học vừa qua.

Những lời cảm ơn sau cùng tôi xin cảm ơn Cô Lê Thị Lanh đã tận tình hướng dẫn và góp ý cho tôi trong suốt quá trình thực hiện luận văn tốt nghiệp này.

TP.HCM, ngày 04 tháng 03 năm 2009

Tác giả

Nguyễn Thị Linh Phượng

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
MỤC LỤC	i
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT	iv
DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU	v
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ	vi
PHẦN MỞ ĐẦU	
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN	1
1.1 Khái quát về giải pháp tài chính	1
1.2 Nội dung giải pháp tài chính	1
1.3. Đặc thù của ngành Viễn thông và giải pháp tài chính cho ngành Viễn thông	1
1.3.1. Đặc thù của ngành Viễn thông	1
1.3.2 Giải pháp tài chính cho ngành Viễn thông	8
1.4 Khái niệm và đặc điểm của hoạt động kinh doanh viễn thông	8
1.4.1 Khái niệm về kinh doanh viễn thông	8
1.4.2 Những đặc điểm cơ bản của hoạt động kinh doanh viễn thông	9
1.5 Khái niệm và đặc điểm sản phẩm dịch vụ viễn thông	9
1.5.1 Khái niệm	9
1.5.2 Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ viễn thông	10
1.5.3 Các dịch vụ viễn thông chủ yếu	10
1.6 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ viễn thông của các nước trên thế giới	21
1.6.1 Các trường phái phát triển dịch vụ viễn thông trên thế giới	21
1.6.2 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ viễn thông của một số nước trên thế giới	24
1.6.3. Xu hướng kinh doanh của một số doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông hiện nay	26

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH VÀ TÌNH HÌNH KINH DOANH SẢN PHẨM DỊCH VỤ VIỄN THÔNG TẠI VIỄN THÔNG CẦN THƠ - HẬU GIANG	31
2.1 Khái quát về Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang	31
2.1.1 Lịch sử hình thành Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang	31
2.1.2 Quá trình phát triển	32
2.1.3 Chức năng, nhiệm vụ của Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang	32
2.1.4 Cơ cấu tổ chức của Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang	33
2.1.5 Kết quả hoạt động kinh doanh của Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang trong thời gian qua (2002 – 2007)	37
2.2 Thực trạng giải pháp tài chính tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang trong thời gian qua (2002 – 2007)	41
2.2.1 Phân tích các giải pháp tài chính để thực hiện huy động vốn tại đơn vị	41
2.2.2 Phân tích các giải pháp tài chính trong việc sử dụng vốn tại đơn vị giai đoạn 2002 - 2007	47
2.2.3 Đánh giá thực trạng các giải pháp tài chính đã thực hiện trong thời gian qua (2002 – 2007)	61
2.3 Thực trạng tình hình phát triển các sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang trong thời gian qua (2002 – 2007)	62
2.3.1 Doanh nghiệp tham gia cung cấp dịch vụ viễn thông	62
2.3.2 Tình hình phát triển thuê bao giai đoạn 2002 – 2007	63
2.3.3 Thực trạng phát triển các sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang	67
2.3.4 Đánh giá tình hình phát triển sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang trong thời gian qua	77
2.3.5 Nguyên nhân	79
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH NHẪM PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ VIỄN THÔNG TẠI VIỄN THÔNG CẦN THƠ - HẬU GIANG	84

3.1 Xu hướng toàn cầu hóa kinh tế đối với việc phát triển các sản phẩm dịch vụ viễn thông	84
3.1.1 Thời cơ và thách thức	84
3.1.2 Mục tiêu và định hướng phát triển trong thời gian tới	88
3.2 Dự báo về tình hình phát triển sản phẩm dịch vụ viễn thông của Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang trong thời gian tới	94
3.3 Một số giải pháp tài chính nhằm phát triển sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang	95
3.3.1 Giải pháp vĩ mô	95
3.3.2 Giải pháp vi mô	99
3.3.3 Những giải pháp khác	104

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

ADSL	Công nghệ đường dây thuê bao bất đối xứng
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
CHTC	Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang
CNTT	Công nghệ thông tin
EVN-Telecom	Công ty Viễn thông Điện lực
FCC	Ủy ban Truyền thông Liên bang
HT Mobile	Công ty cổ phần Viễn thông Hà Nội
ITU	Liên minh Viễn thông Quốc tế
LAN	Mạng nội bộ
NGN	Mạng thế hệ sau
PC	Máy tính cá nhân
S-Fone	Công ty Cổ Phần Dịch vụ Bưu chính Viễn thông Sài Gòn
SHDSL	Công nghệ đường dây thuê bao đối xứng
Viettel	Công ty Điện tử Viễn thông Quân đội
VNCI	Dự án Nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam
VNPT	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam
VoIP	Dịch vụ thoại trên nền IP
VTI	Công ty Viễn thông Quốc tế
WAN	Mạng diện rộng
WiFi	Công nghệ truy cập vô tuyến WiFi
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

<i>STT</i>	<i>Tên bảng</i>	<i>Trang</i>
Bảng 2.1	Kết quả thực hiện một số chỉ tiêu sản xuất kinh doanh giai đoạn 2002 – 2007	38
Bảng 2.2	Nguồn vốn kinh doanh của đơn vị	42
Bảng 2.3	Nguồn vốn vay dài hạn	45
Bảng 2.4	Tình hình chiếm dụng vốn của đơn vị	46
Bảng 2.5	Phân tích tỷ suất đầu tư	47
Bảng 2.6	Phân tích vốn luân chuyển	48
Bảng 2.7	Phân tích các tỷ số thanh khoản	49
Bảng 2.8	Phân tích tỷ số hoạt động	52
Bảng 2.9	Phân tích các tỷ số đòn cân nợ	57
Bảng 2.10	Phân tích các tỷ số lợi nhuận	59
Bảng 2.11	Tình hình phát triển thuê bao viễn thông giai đoạn 2002 – 2007	64
Bảng 2.12	Doanh thu dịch vụ viễn thông chủ yếu giai đoạn 2002 – 2007	68

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

<i>STT</i>	<i>Tên đồ thị</i>	<i>Trang</i>
Đồ thị 2.1	Tổng doanh thu thực hiện (2002 – 2007)	39
Đồ thị 2.2	Nguồn vốn tự bổ sung	44
Đồ thị 2.3	Tình hình phát triển thuê bao mới	63
Đồ thị 2.4	Doanh thu dịch vụ điện thoại cố định	69
Đồ thị 2.5	Doanh thu dịch vụ điện thoại di động	70
Đồ thị 2.6	Doanh thu kinh doanh thẻ viễn thông trả trước	71
Đồ thị 2.7	Doanh thu dịch vụ internet	72
Đồ thị 2.8	Thị phần dịch vụ điện thoại cố định năm 2007	75
Đồ thị 2.9	Thị phần dịch vụ điện thoại di động năm 2007	76
Đồ thị 2.10	Thị phần dịch vụ internet năm 2007	77

LỜI MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài

Ngày nay chúng ta đang bước vào kỷ nguyên của sự thay đổi nhanh chóng trong lĩnh vực thông tin và giao tiếp của xã hội, nhu cầu trao đổi thông tin ngày càng trở nên cấp thiết, tạo điều kiện thuận lợi cho thị trường viễn thông trong nước cũng như trên thế giới ra đời và phát triển. Trong những năm gần đây, sự cạnh tranh trên thị trường viễn thông đã trở nên rất sôi động và quyết liệt. Ngành Bưu chính Viễn thông đã xóa dần vị thế độc quyền, thị phần từng bước bị thu hẹp do ngày càng có nhiều các nhà khai thác, các doanh nghiệp mới cùng cung cấp các sản phẩm dịch vụ viễn thông trên thị trường với những mức giá hấp dẫn và các chương trình khuyến mãi thật sự thu hút được sự chú ý của khách hàng. Sự tăng trưởng mạnh mẽ trong ngành viễn thông đã và đang tạo ra những thách thức và cơ hội mới đối với những nhà khai thác và cung cấp dịch vụ viễn thông. Cùng với cuộc cách mạng số hóa, toàn cầu hóa và sự nói lỏng điều tiết thị trường viễn thông, ngày càng nhiều các doanh nghiệp viễn thông đa dạng hóa các dịch vụ để tăng năng lực cạnh tranh và nguồn thu mới.

Là một đơn vị trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang luôn nằm trong quỹ đạo phát triển chung của ngành. Với vai trò là doanh nghiệp nhà nước chủ lực về viễn thông và công nghệ thông tin trên địa bàn, Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang (CHTC) đã và đang phát triển mạnh mẽ mạng viễn thông – tin học trên địa bàn thành phố Cần Thơ và tỉnh Hậu Giang. Tuy nhiên, trong thời gian qua tốc độ phát triển thuê bao điện thoại tăng chậm, số lượng khách hàng rời mạng khá cao (tương đương 10% so với lượng tăng mới) do các sản phẩm dịch vụ mà đơn vị đang cung cấp chưa thật sự đa dạng, sức cạnh tranh còn nhiều hạn chế, chất lượng chưa tốt như đã cam kết với khách hàng, các qui trình cung cấp dịch vụ mặc dù đã được hoàn thiện và đổi mới nhưng vẫn ở tình trạng trì trệ, thiếu đồng bộ làm chậm tốc độ và khả năng cung cấp dịch vụ ra thị trường.

Để khắc phục những tồn tại yếu kém nêu trên cần đi sâu phân tích thực trạng giải pháp tài chính tại đơn vị, đồng thời tìm hiểu tình hình kinh doanh sản phẩm dịch vụ viễn thông, cũng như những khó khăn, vướng mắc mà Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang đang gặp phải nhằm đề ra những giải pháp tài chính thiết thực giúp đơn vị phát

triển các sản phẩm dịch vụ, nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập kinh tế. Chính vì thế, đề tài “**Giải pháp tài chính nhằm phát triển sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang**” được lựa chọn để nghiên cứu.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở phân tích thực trạng giải pháp tài chính và tình hình kinh doanh các sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang trong thời gian qua; đánh giá những mặt mạnh và những mặt còn tồn tại của đơn vị để tìm ra nguyên nhân chủ yếu tác động đến quá trình kinh doanh; cuối cùng xem xét một số kinh nghiệm phát triển dịch vụ viễn thông của các nước trên thế giới, từ đó đề xuất một số giải pháp tài chính giúp đơn vị phát triển các sản phẩm dịch vụ viễn thông nhằm đẩy mạnh hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh và tăng cường khả năng cạnh tranh trong quá trình hội nhập kinh tế.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đề tài chỉ tập trung phân tích thực trạng giải pháp tài chính và tình hình kinh doanh các sản phẩm dịch vụ viễn thông cơ bản tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang giai đoạn từ năm 2002 đến năm 2007.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài chỉ sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp, so sánh các số liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo quyết toán của đơn vị qua các năm, số liệu được công bố trên các phương tiện thông tin đại chúng và các tài liệu có liên quan về ngành Viễn thông để đề ra những giải pháp tài chính thiết thực, chứ không lập bảng câu hỏi để khảo sát, đo lường mức độ tác động của các yếu tố đến quá trình kinh doanh sản phẩm dịch vụ viễn thông của đơn vị.

Cụ thể, nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở sử dụng các phương pháp sau:

* *Phương pháp thống kê, mô tả* nhằm tập hợp các số liệu và đánh giá thực trạng nhằm đưa ra cái nhìn tổng quan về tình hình tài chính và quá trình kinh doanh sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang.

* *Phương pháp phân tích, so sánh* nhằm đối chiếu, so sánh các số liệu, thông tin trong quá khứ để tìm hiểu nguyên nhân và có các định hướng phù hợp.

5. Những đóng góp của đề tài

Tuy còn nhiều hạn chế nhưng đề tài cũng có những đóng góp như sau:

* Đề tài đã hệ thống toàn bộ các sản phẩm dịch vụ viễn thông và cung cấp thông tin cho các nhà nghiên cứu về lĩnh vực đề tài đang nghiên cứu.

* Đánh giá thực trạng giải pháp tài chính và tình hình kinh doanh sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang giai đoạn 2002 – 2007.

* Đưa ra một số giải pháp tài chính để phát triển sản phẩm dịch vụ viễn thông nhằm giúp cho các nhà quản trị và điều hành doanh nghiệp viễn thông có thể vận dụng trong thực tế để hoàn thiện và phát triển thêm những dịch vụ mới nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập kinh tế.

6. Bố cục của đề tài

Nội dung chính của đề tài bao gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận.

Chương 2: Phân tích thực trạng giải pháp tài chính và tình hình kinh doanh sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang.

Chương 3: Giải pháp tài chính nhằm phát triển các sản phẩm dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Cần Thơ - Hậu Giang.

Phần phụ lục về các vấn đề khác có liên quan đến đề tài.