

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN KINH DOANH
TẠI CÔNG TY VIỄN THÔNG FPT TELECOM ĐÀ NẴNG**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: HOÀNG NGỌC ANH

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2154030101

KHÓA HỌC: 2021 – 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN KINH DOANH
TẠI CÔNG TY VIỄN THÔNG FPT TELECOM ĐÀ NẴNG**

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Trần Thị Hải

Sinh viên thực hiện: Hoàng Ngọc Anh

Mã số sinh viên: 2154030101

Khóa học: 2021 - 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
Năm học: 2025-2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Hoàng Ngọc Anh
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2021 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“ Hoàn Thiện Công Tác Đào Tạo Nhân Viên Kinh Doanh Tại Công Ty Viễn Thông
FPT TELECOM ĐÀ NẴNG ”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

Các thông tin dữ liệu liên quan đến Công ty viễn thông FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng

4. Các bảng biểu

Danh mục các bảng biểu được kèm theo trong bài

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS. Trần Thị Hải

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp

- 02/03/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp

- 25/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển và hội nhập sâu rộng, thị trường viễn thông tại Việt Nam đang diễn ra sự cạnh tranh hết sức gay gắt giữa các doanh nghiệp. Để tồn tại và phát triển bền vững, các doanh nghiệp không chỉ cần đầu tư vào công nghệ, hạ tầng mà còn phải chú trọng đến yếu tố con người – đặc biệt là chất lượng nguồn nhân lực. Trong đó, đội ngũ nhân viên kinh doanh giữ vai trò then chốt, trực tiếp tạo ra doanh thu, mở rộng thị trường và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

Tại Công ty Viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng, nhân viên kinh doanh không chỉ thực hiện nhiệm vụ bán sản phẩm, dịch vụ mà còn đóng vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và khách hàng. Do đó, năng lực chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng chăm sóc khách hàng và khả năng thích ứng với thị trường của đội ngũ này có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty. Nhận thức được tầm quan trọng của nguồn nhân lực, trong những năm qua, công ty đã chú trọng đến công tác đào tạo nhằm nâng cao trình độ và kỹ năng cho nhân viên kinh doanh. Tuy nhiên, thực tế cho thấy công tác đào tạo vẫn còn tồn tại một số hạn chế như: nội dung đào tạo chưa thực sự gắn với nhu cầu thực tế công việc, phương pháp đào tạo còn mang tính truyền thống, thiếu tính tương tác; việc đánh giá hiệu quả sau đào tạo chưa được thực hiện một cách đầy đủ và khoa học. Bên cạnh đó, sự thay đổi nhanh chóng của thị trường và yêu cầu ngày càng cao từ phía khách hàng đòi hỏi công tác đào tạo phải liên tục được cải tiến và hoàn thiện. Trong điều kiện chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ trong kinh doanh ngày càng phổ biến, nhân viên kinh doanh cần được trang bị thêm nhiều kỹ năng mới như kỹ năng bán hàng online, sử dụng công cụ số, phân tích dữ liệu khách hàng. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với doanh nghiệp trong việc đổi mới nội dung và phương pháp đào tạo để phù hợp với xu hướng phát triển hiện nay.

Xuất phát từ những lý do trên, việc nghiên cứu đề tài “Hoàn thiện công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại Công ty Viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng” là cần thiết cả về mặt lý luận và thực tiễn. Kết quả nghiên cứu không chỉ giúp đánh giá đúng thực trạng công tác đào tạo tại công ty mà còn đề xuất các giải pháp thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Tổng quan những vấn đề lý luận cơ bản về công tác đào tạo nguồn nhân lực nhằm khẳng định vai trò của đào tạo nguồn nhân lực của doanh nghiệp trong mối quan hệ với các nội dung khác của quản trị nhân lực.

Phân tích thực trạng công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại Công ty Viễn Thông FPT Telecom Đà Nẵng từ đó phát hiện ra những vướng mắc còn tồn tại trong công ty.

Từ việc phát hiện ra những khó khăn tồn tại, đề xuất những giải pháp phù hợp góp phần hoàn thiện tốt hơn việc đào tạo nhân viên cho công ty Viễn Thông FPT Telecom Đà Nẵng.

Mục tiêu cụ thể.

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về đào tạo nguồn nhân lực trong doanh nghiệp.
- Phân tích thực trạng công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng.
- Đánh giá những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân trong công tác đào tạo.
- Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo nhân viên kinh doanh tại công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu:

Công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại Công ty Viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về nội dung: Tập trung vào các hoạt động đào tạo nhân viên kinh doanh (xác định nhu cầu đào tạo, chương trình đào tạo, phương pháp đào tạo, đánh giá hiệu quả đào tạo).
- Về không gian: Công ty Viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng.
- Về thời gian: Giới hạn nghiên cứu tình hình số liệu của công ty trong năm 2023 – 2025. Nghiên cứu giới hạn thời gian 3 năm gần đây nhất để thấy được những biến động của công ty để có kết quả phân tích thực trạng được chính xác hơn và mang tính thiết thực hơn.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng dữ liệu thu nhập từ các bài viết, webside, báo cáo, thông tin công khai tại nội bộ và do đơn vị thực tập cung cấp trong giai đoạn 2023 – 2025

Phương pháp phân tích, tổng hợp :

- Thu thập dữ liệu thứ cấp từ báo cáo nội bộ, tài liệu của công ty.
- Thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua khảo sát, phỏng vấn nhân viên kinh doanh.
- Phương pháp phân tích và xử lý dữ liệu:
- Phương pháp thống kê, so sánh, tổng hợp.
- Phân tích định tính kết hợp định lượng để đánh giá thực trạng.

Phương pháp quan sát thực tế:

Quan sát trực tiếp hoạt động đào tạo và làm việc của nhân viên kinh doanh tại công ty.

5. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục bảng biểu, danh mục các từ viết tắt, danh mục tài liệu tham khảo, nội dung được trình bày trong 3 chương, cụ thể như sau :

Chương 1 : Cơ sở lý luận về công tác đào tạo nhân sự trong doanh nghiệp

Chương 2 : Thực trạng công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại công ty viễn thông FPT TELECOM - ĐÀ NẴNG

Chương 3 : Đề xuất giải pháp hoàn thiện công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại công ty Cổ phần viễn thông FPT TELECOM - ĐÀ NẴNG

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập tại trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, em đã nhận được sự giảng dạy tận tình của Quý Thầy Cô khoa Quản trị Kinh doanh, những người đã trang bị cho em những kiến thức nền tảng và kỹ năng cần thiết để tự tin tiếp cận môi trường làm việc thực tế. Lời đầu tiên, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Cô Trần Thị Hải, người đã trực tiếp hướng dẫn, tận tình hỗ trợ, góp ý và chỉnh sửa để em có thể hoàn thành khóa luận tốt nghiệp một cách tốt nhất. Cô vẫn luôn sẵn lòng dành thời gian để hướng dẫn và giải đáp những thắc mắc của em. Những buổi họp, cuộc trao đổi và phản hồi của Cô đã giúp em hiểu rõ hơn về mục tiêu và phương pháp nghiên cứu và đã giúp em nhìn nhận được ưu điểm cũng như hạn chế trong bài khóa luận của em, từ đó hoàn thiện nội dung của đề tài tốt hơn. Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến toàn thể Quý Thầy Cô Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, đặc biệt là khoa Kinh tế, những người đã truyền đạt cho em những kiến thức quý báu trong suốt quá trình học tập.

Bên cạnh đó, em xin cảm ơn Ban Giám hiệu nhà trường đã tạo mọi điều kiện thuận lợi về cơ sở vật chất và hệ thống trang thiết bị, giúp em có môi trường học tập đầy đủ và hiệu quả. Đồng thời, em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo FPT Telecom Đà Nẵng nói chung và các anh chị đồng nghiệp tại bộ phận nhân sự nói riêng, đã tạo điều kiện cho em có cơ hội thực tập tại công ty. Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn đến chị cùng các anh chị trong bộ phận đã tận tình hướng dẫn, hỗ trợ và cung cấp những thông tin, số liệu cần thiết để em có thể hoàn thành khóa luận này.

Cuối cùng, trong quá trình thực hiện khóa luận, do hạn chế về kinh nghiệm thực tế, chắc chắn sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu từ Quý Thầy Cô để khóa luận được hoàn thiện hơn. Em xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP	1
1.1. Khái niệm, vai trò và ý nghĩa đào tạo nhân sự.....	1
1.1.1. Khái niệm đào tạo nhân sự.	1
1.1.2. Vai trò của đào tạo nhân sự đối với doanh nghiệp.	1
1.1.3. Ý nghĩa của đào tạo nhân sự đối với hoạt động kinh doanh.	2
1.2. Các hình thức đào tạo nhân sự	3
1.2.1. Phương pháp đào tạo trong công việc	3
1.2.1.1. Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc	3
1.2.1.2. Luân chuyển và chuyển công việc	3
1.2.1.3. Đào tạo theo kiểu học nghề	4
1.2.2. Phương pháp đào tạo ngoài công việc	4
1.2.2.1. Tổ chức các lớp đào tạo cạnh doanh nghiệp	4
1.2.2.2. Các bài giảng, hội nghị hoặc hội thảo	4
1.2.2.3. Cử đi học ở trường đào tạo chính quy	5
1.3. Nội dung đào tạo nhân sự trong doanh nghiệp	5
1.3.1. Xác định nhu cầu đào tạo.....	5
1.3.2. Xác định mục tiêu đào tạo	6
1.3.3. Lựa chọn đối tượng đào tạo	7
1.3.4. Xác định nội dung đào tạo	7
1.3.5. Phương pháp và hình thức đào tạo	8
1.3.6. Triển khai hoạt động đào tạo.....	9
1.3.7. Ngân sách đào tạo	10
1.3.8. Đánh giá kết quả đào tạo.....	11

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY VIỄN THÔNG FPT TELECOM ĐÀ NẴNG	12
2.1. Giới thiệu về Công ty Cổ phần Viễn thông FPT chi nhánh Đà Nẵng	12
2.1.1. Giới thiệu về FPT Telecom	12
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển công ty Giai đoạn hình thành (2009 – 2014)	13
2.1.3. Lĩnh vực và sản phẩm hoạt động	15
2.1.3.1. Lĩnh vực hoạt động.....	15
2.1.3.2. Sản phẩm và dịch vụ	15
2.1.4. Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi	17
2.1.4.1. Tầm nhìn	17
2.1.4.2. Sứ mệnh.....	18
2.1.4.3. Giá trị cốt lõi	18
2.1.5. Cơ cấu tổ chức quản lý.....	18
2.1.5.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức quản lý	18
2.1.5.2. Chức năng và nhiệm vụ các phòng ban.....	19
2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	19
2.2.1. Các yếu tố vi mô.....	23
2.2.1.1. Khách hàng	23
2.2.1.2. Đối thủ cạnh tranh	24
2.2.1.3. Nhà cung cấp.....	25
2.2.1.4. Trung gian Marketing	26
2.2.2. Các yếu tố vĩ mô.....	26
2.2.2.1. Môi trường chính trị – pháp luật.....	26
2.2.2.2. Môi trường văn hóa – xã hội	27
2.2.2.3. Môi trường kinh tế	28

2.2.2.4. Môi trường công nghệ	29
2.3. Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh ...	30
2.3.1. Cơ sở vật chất.....	30
2.3.2. Nguồn nhân lực	31
2.3.3. Tài chính	34
2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025	36
2.5. Thực trạng công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng.....	38
2.5.1. Giới thiệu đội ngũ nhân viên kinh doanh công ty	38
2.5.2. Nhu cầu đào tạo	40
2.5.3. Mục tiêu đào tạo.....	43
2.5.4. Triển khai kế hoạch đào tạo	45
2.5.4.1. Lựa chọn đối tượng đào tạo.....	45
2.5.4.2. Chương trình đào tạo	47
2.5.5. Chi phí đào tạo nhân viên	53
2.5.6. Đánh giá kết quả đào tạo.....	54
2.6. Đánh giá chung về công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại Công ty Viễn thông FPT Telecom – chi nhánh Đà Nẵng.....	54
2.6.1. Những kết quả đạt được	55
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY VIỄN THÔNG FPT TELECOM ĐÀ NẴNG.....	58
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp	58
3.1.1. Mục tiêu phát triển của công ty FPT TELECOM Đà Nẵng.....	58
3.1.2. Định hướng phát triển công tác đào tạo nhân viên kinh doanh của Công Ty FPT TELECOM Đà Nẵng.....	59

3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đào tạo nhân viên kinh doanh của Công ty FPT TELECOM Đà Nẵng	60
3.2.1. Hoàn thiện chương trình đào tạo	60
3.2.2. Hoàn thiện công tác lựa chọn giảng viên đào tạo	61
3.2.3. Hoàn thiện công tác dự tính chi phí đào tạo	63
3.2.4. Giải pháp hoàn thiện công tác đánh giá kết quả đào tạo	64

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Logo của công ty FPT Telecom.....	13
Hình 2.2. Trụ sở FPT Telecom Đà Nẵng.....	14
Hình Sơ đồ 2.3. Cơ cấu tổ chức FPT Telecom Đà Nẵng.....	19
Hình 2.4: Tốc độ tăng GRDP năm 2025.....	28

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Bảng thống kê cơ sở vật chất tại FPT Telecom Đà Nẵng.....	30
Bảng 2.2: Bảng cơ cấu nhân sự tại FPT Telecom Đà Nẵng hiện nay.....	32
Bảng 2.3: Bảng cân đối kế toán – nguồn vốn của FPT Telecom Đà Nẵng.....	36
Bảng 2.4: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng.....	38
Bảng 2.5: Bảng Đội ngũ nhân viên kinh doanh trong 3 năm 2024 – 2026.....	39
Bảng 2.6: Bảng Số lượng đào tạo trong 3 năm 2024 – 2026.....	40
Bảng 2.7: Chương trình đào tạo phòng kinh doanh của công ty.....	49
Bảng 2.8: Hình thức đào tạo trong 3 năm 2024 – 2026.....	52
Bảng 2.9: Chi phí đào tạo của Công ty giai đoạn 2024 – 2026.....	53

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP

1.1. Khái niệm, vai trò và ý nghĩa đào tạo nhân sự

1.1.1. Khái niệm đào tạo nhân sự.

Đào tạo nhân sự là một trong những hoạt động quan trọng trong quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp, nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và thái độ làm việc của người lao động. Thông qua quá trình đào tạo, nhân viên được trang bị những kiến thức cần thiết để thực hiện công việc một cách hiệu quả hơn, đồng thời thích nghi với sự thay đổi của môi trường kinh doanh. Theo nghĩa rộng, đào tạo nhân sự là quá trình học tập có tổ chức, giúp người lao động tiếp thu kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm nhằm cải thiện năng lực làm việc hiện tại và chuẩn bị cho các vị trí trong tương lai. Đây không chỉ là việc truyền đạt kiến thức mà còn là quá trình phát triển toàn diện con người trong tổ chức.

Trong doanh nghiệp, đào tạo nhân sự thường bao gồm các nội dung như: đào tạo hội nhập cho nhân viên mới, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, đào tạo kỹ năng mềm (giao tiếp, làm việc nhóm, bán hàng...), và đào tạo nâng cao để phát triển đội ngũ kế cận. Việc đào tạo có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức như đào tạo trực tiếp, đào tạo tại chỗ, đào tạo trực tuyến hoặc thông qua các chương trình huấn luyện chuyên sâu.

1.1.2. Vai trò của đào tạo nhân sự đối với doanh nghiệp.

Đào tạo nhân sự đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong bối cảnh môi trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh và biến động. Hoạt động đào tạo giúp nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và ý thức trách nhiệm của người lao động. Khi được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết, nhân viên có khả năng thực hiện công việc một cách hiệu quả hơn, góp phần nâng cao năng suất lao động và giảm thiểu sai sót trong quá trình làm việc.

Bên cạnh đó, đào tạo nhân sự còn giúp doanh nghiệp thích ứng kịp thời với sự thay đổi của công nghệ, thị trường và nhu cầu khách hàng. Việc thường xuyên cập nhật

kiến thức mới không chỉ giúp người lao động tránh bị lạc hậu mà còn tạo điều kiện để doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời, thông qua đào tạo, doanh nghiệp có thể xây dựng và phát triển đội ngũ nhân sự kế thừa, đảm bảo nguồn lực cho các vị trí quản lý và lãnh đạo trong tương lai.

Ngoài ra, đào tạo còn góp phần nâng cao mức độ gắn bó của người lao động đối với doanh nghiệp. Khi được quan tâm phát triển và tạo điều kiện học tập, nhân viên sẽ có động lực làm việc tích cực hơn, từ đó giảm tỷ lệ nghỉ việc và ổn định nguồn nhân lực. Không những vậy, chất lượng sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp cũng được cải thiện nhờ đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, qua đó nâng cao uy tín và hình ảnh của doanh nghiệp trên thị trường, đào tạo nhân sự còn giúp doanh nghiệp hạn chế các rủi ro trong hoạt động thông qua việc nâng cao nhận thức của người lao động về quy trình, quy định và an toàn lao động. Đồng thời, đây cũng là nền tảng thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo trong tổ chức, khi người lao động có đủ kiến thức và kỹ năng để đề xuất các giải pháp cải tiến trong công việc. Có thể khẳng định rằng đào tạo nhân sự không chỉ mang lại lợi ích trước mắt mà còn có ý nghĩa lâu dài, góp phần quyết định sự thành công và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

1.1.3. Ý nghĩa của đào tạo nhân sự đối với hoạt động kinh doanh.

Trong hoạt động kinh doanh, đào tạo nhân sự giữ vai trò quan trọng đối với sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Khi được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng, nhân viên làm việc hiệu quả hơn, xử lý công việc nhanh chóng và hạn chế sai sót, từ đó góp phần nâng cao kết quả kinh doanh.

Đào tạo giúp nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, đặc biệt với nhân viên kinh doanh thông qua việc cải thiện kỹ năng giao tiếp và tư vấn, từ đó gia tăng sự hài lòng và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Trong bối cảnh thị trường biến động, đào tạo giúp nhân viên cập nhật kiến thức mới, nâng cao khả năng thích nghi và góp phần tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Việc giảm thiểu sai sót trong công việc cũng giúp tiết kiệm chi phí và sử dụng nguồn lực hiệu quả hơn.

Đào tạo nhân sự tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động, chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, vì vậy cần được quan tâm và đầu tư hợp lý.

1.2. Các hình thức đào tạo nhân sự

1.2.1. Phương pháp đào tạo trong công việc

1.2.1.1. Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc

Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc là phương pháp mà người hướng dẫn sẽ trực tiếp giải thích, làm mẫu và hướng dẫn chi tiết từng bước công việc cho người học. Sau đó, người học sẽ thực hành dưới sự giám sát và được chỉnh sửa khi cần thiết.

Phương pháp này có ưu điểm là giúp người lao động nhanh chóng nắm bắt được quy trình làm việc, giảm thiểu sai sót trong quá trình thực hiện. Đặc biệt, đối với nhân viên mới, đây là cách tiếp cận hiệu quả để làm quen với công việc trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, hiệu quả của phương pháp này phụ thuộc nhiều vào năng lực và kỹ năng truyền đạt của người hướng dẫn. Nếu người hướng dẫn thiếu kinh nghiệm hoặc không có kỹ năng sư phạm, quá trình đào tạo có thể không đạt được kết quả như mong muốn.

1.2.1.2. Luân chuyển và thuyên chuyển công việc

Luân chuyển và thuyên chuyển công việc là việc di chuyển nhân viên giữa các vị trí, bộ phận hoặc chức năng khác nhau trong doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định. Mục đích của phương pháp này là giúp nhân viên có cái nhìn tổng thể về hoạt động của doanh nghiệp, từ đó nâng cao khả năng thích ứng và phát triển toàn diện. Đối với các vị trí quản lý tương lai, đây là hình thức đào tạo rất quan trọng nhằm xây dựng đội ngũ kế cận có năng lực.

Bên cạnh đó, việc luân chuyển còn giúp doanh nghiệp phát hiện năng lực tiềm ẩn của nhân viên và bố trí nhân sự phù hợp hơn. Tuy nhiên, nếu không được tổ chức hợp lý, phương pháp này có thể gây gián đoạn công việc hoặc tạo tâm lý không ổn định cho người lao động.

1.2.1.3. Đào tạo theo kiểu học nghề

Đào tạo theo kiểu học nghề là hình thức đào tạo kết hợp giữa lý thuyết và thực hành trong một thời gian dài, thường áp dụng đối với các công việc đòi hỏi tay nghề cao hoặc kỹ năng chuyên môn sâu. Trong quá trình này, người học sẽ được hướng dẫn trực tiếp bởi những người có chuyên môn cao, đồng thời tham gia vào các công việc thực tế để tích lũy kinh nghiệm. Ưu điểm của phương pháp này là giúp người học phát triển kỹ năng một cách bài bản và vững chắc. Tuy nhiên, thời gian đào tạo thường kéo dài và chi phí tương đối cao, do đó cần có kế hoạch cụ thể để đảm bảo hiệu quả.

1.2.2. Phương pháp đào tạo ngoài công việc

Đào tạo ngoài công việc là hình thức đào tạo được tổ chức tách biệt khỏi môi trường làm việc thực tế. Phương pháp này thường mang tính hệ thống, có cấu trúc rõ ràng và được thiết kế nhằm cung cấp kiến thức chuyên sâu hoặc kỹ năng mới.

1.2.2.1. Tổ chức các lớp đào tạo cạnh doanh nghiệp

Theo PGS.TS Trần Kim Dung (2023), Quản trị nguồn nhân lực, NXB Tài Chính. Tổ chức các lớp đào tạo cạnh doanh nghiệp là hình thức doanh nghiệp trực tiếp mở các lớp đào tạo tại đơn vị nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng cần thiết cho người lao động để đáp ứng yêu cầu công việc. Hình thức này giúp doanh nghiệp chủ động về nội dung, thời gian đào tạo và tiết kiệm chi phí. Các lớp đào tạo cạnh doanh nghiệp thường được tổ chức dưới sự hướng dẫn của quản lý, chuyên gia hoặc nhân viên có kinh nghiệm trong doanh nghiệp.

1.2.2.2. Các bài giảng, hội nghị hoặc hội thảo

Các bài giảng, hội nghị hoặc hội thảo là hình thức đào tạo được doanh nghiệp sử dụng nhằm truyền đạt kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm cho người lao động. Thông qua hình thức này, nhân viên có cơ hội tiếp cận thông tin mới, trao đổi kinh nghiệm thực tế và nâng cao năng lực chuyên môn.

Hình thức đào tạo này thường có sự tham gia của các chuyên gia, nhà quản lý hoặc những người có kinh nghiệm trong lĩnh vực liên quan.

1.2.2.3. Cử đi học ở trường đào tạo chính quy

Cử đi học ở các trường đào tạo chính quy là hình thức doanh nghiệp tạo điều kiện cho người lao động tham gia học tập tại các trường đại học, cao đẳng hoặc các cơ sở đào tạo chuyên nghiệp nhằm nâng cao trình độ chuyên môn và nghiệp vụ.

Hình thức đào tạo này giúp người lao động được tiếp cận kiến thức bài bản, chuyên sâu và có hệ thống, từ đó nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho doanh nghiệp.

1.3. Nội dung đào tạo nhân sự trong doanh nghiệp

1.3.1. Xác định nhu cầu đào tạo

- Phân tích ở cấp độ nhân viên:

- **Đánh giá năng lực cá nhân:** Thông qua kết quả thực hiện công việc để tìm ra những điểm yếu, sự thiếu hụt về kỹ năng của từng cá nhân cụ thể.

- Phân tích đặc điểm cá nhân:

Xem xét trình độ, độ tuổi và khả năng tiếp thu của nhân viên để lựa chọn phương pháp đào tạo phù hợp, tránh tình trạng đào tạo tràn lan cho những người đã có đủ năng lực.

Doanh nghiệp cần phối hợp nhiều phương pháp thu thập dữ liệu:

- **Phương pháp phỏng vấn cá nhân:** Đây là cách thức trực tiếp trao đổi với nhân viên hoặc cấp quản lý để nắm bắt những khó khăn thực tế, nguyện vọng đào tạo và các rào cản trong công việc hiện tại.

- **Phương pháp quan sát thực tế:** Theo dõi trực tiếp quá trình nhân viên thực hiện công việc như cách nhân viên kinh doanh tư vấn khách hàng để phát hiện ra những thiếu sót về kỹ năng giao tiếp hay xử lý tình huống.

- **Phương pháp phân tích hồ sơ, tài liệu:** Dựa trên các báo cáo kết quả kinh doanh, biên bản đánh giá nhân sự định kỳ và các phản hồi từ khách hàng để có bằng chứng xác thực về nhu cầu đào tạo.

1.3.2. Xác định mục tiêu đào tạo

Việc xác định mục tiêu đào tạo là bước đầu tiên và có ý nghĩa quan trọng trong quá trình đào tạo nhân sự. Mục tiêu đào tạo được xác định rõ ràng sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng nội dung đào tạo phù hợp, lựa chọn phương pháp giảng dạy hiệu quả và đánh giá chính xác kết quả sau đào tạo.

Mục tiêu chung của đào tạo nhân sự là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu công việc và góp phần thực hiện mục tiêu phát triển của doanh nghiệp. Thông qua hoạt động đào tạo, doanh nghiệp hướng đến việc cải thiện năng suất lao động, nâng cao hiệu quả kinh doanh và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời, đào tạo cũng giúp xây dựng đội ngũ nhân viên có trình độ, kỹ năng và thái độ làm việc chuyên nghiệp.

Mục tiêu cụ thể của đào tạo thường được xác định dựa trên nhu cầu thực tế của doanh nghiệp trong từng giai đoạn. Các mục tiêu này có thể bao gồm việc trang bị kiến thức chuyên môn cho nhân viên, nâng cao kỹ năng bán hàng, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống hoặc cập nhật những thông tin mới về sản phẩm và thị trường. Ngoài ra, mục tiêu cụ thể còn hướng đến việc khắc phục những hạn chế, thiếu sót trong quá trình làm việc của nhân viên, từ đó giúp họ hoàn thành công việc tốt hơn.

Mục tiêu theo đối tượng đào tạo được xây dựng dựa trên từng nhóm nhân viên khác nhau trong doanh nghiệp. Đối với nhân viên mới, mục tiêu đào tạo chủ yếu là giúp họ làm quen với môi trường làm việc, hiểu rõ về sản phẩm, quy trình và văn hóa doanh nghiệp. Đối với nhân viên đang làm việc, mục tiêu đào tạo tập trung vào việc nâng cao kỹ năng chuyên môn, cải thiện hiệu quả công việc và phát triển các kỹ năng mềm cần thiết. Đối với đội ngũ quản lý, mục tiêu đào tạo hướng đến việc nâng cao năng lực lãnh đạo, kỹ năng quản lý và khả năng ra quyết định.

Tóm lại, việc xác định mục tiêu đào tạo một cách rõ ràng và phù hợp sẽ giúp doanh nghiệp triển khai hoạt động đào tạo hiệu quả, đáp ứng đúng nhu cầu thực tế và mang lại giá trị thiết thực cho cả doanh nghiệp và người lao động.

1.3.3. Lựa chọn đối tượng đào tạo

Lựa chọn đối tượng đào tạo là bước quan trọng nhằm đảm bảo chương trình đào tạo được triển khai đúng người, đúng nhu cầu và đạt hiệu quả cao. Doanh nghiệp cần căn cứ vào mục tiêu đào tạo, yêu cầu công việc cũng như năng lực hiện tại của nhân viên để xác định nhóm đối tượng phù hợp. Đối tượng đào tạo trong doanh nghiệp bao gồm: nhân viên mới tuyển dụng, nhân viên đang làm việc nhưng chưa đáp ứng yêu cầu công việc và đội ngũ nhân viên có tiềm năng phát triển. Mỗi nhóm đối tượng sẽ có nhu cầu và nội dung đào tạo khác nhau, do đó việc phân loại rõ ràng giúp doanh nghiệp xây dựng chương trình đào tạo phù hợp và tránh lãng phí nguồn lực.

1.3.4. Xác định nội dung đào tạo

Xác định nội dung đào tạo là quá trình doanh nghiệp xác định những kiến thức, kỹ năng và phương pháp làm việc cần thiết để người lao động thực hiện tốt công việc được giao. Nội dung đào tạo được xây dựng dựa trên yêu cầu công việc, tiêu chuẩn thực hiện công việc và năng lực hiện tại của người lao động. Đây là cơ sở giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Để xác định được nội dung đào tạo phù hợp, doanh nghiệp cần tiến hành phân tích công việc và đánh giá tình hình thực hiện công việc của nhân viên. Thông qua việc đánh giá kết quả thực hiện công việc, doanh nghiệp có thể nhận biết được những hạn chế về trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp hay khả năng xử lý công việc của người lao động. Sự chênh lệch giữa yêu cầu công việc và năng lực thực tế của nhân viên chính là căn cứ để xác định nội dung cần đào tạo.

Việc xác định nội dung đào tạo có thể được thực hiện thông qua nhiều phương pháp khác nhau như quan sát, phỏng vấn, sử dụng bảng câu hỏi, thảo luận nhóm hoặc phân tích các báo cáo liên quan đến kết quả thực hiện công việc của nhân viên. Thông qua các phương pháp này, doanh nghiệp có thể thu thập được thông tin về những kỹ năng còn thiếu, những khó khăn mà nhân viên gặp phải trong quá trình làm việc cũng như nhu cầu học tập và phát triển của họ.

Nội dung đào tạo trong doanh nghiệp thường bao gồm đào tạo kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng xử lý

tình huống trong công việc. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng chú trọng đào tạo về văn hóa doanh nghiệp, nội quy lao động và tác phong làm việc nhằm giúp nhân viên nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc và nâng cao tinh thần trách nhiệm trong công việc.

Đối với từng vị trí công việc khác nhau, nội dung đào tạo cũng được xây dựng khác nhau nhằm phù hợp với đặc điểm công việc và mục tiêu của doanh nghiệp. Ví dụ, đối với nhân viên kinh doanh, nội dung đào tạo thường tập trung vào kỹ năng bán hàng, kỹ năng chăm sóc khách hàng, kỹ năng tư vấn sản phẩm và kỹ năng đàm phán. Trong khi đó, đối với nhân viên kỹ thuật, doanh nghiệp sẽ chú trọng đào tạo chuyên môn kỹ thuật, kỹ năng sử dụng thiết bị và khả năng xử lý sự cố phát sinh trong quá trình làm việc.

Việc xác định đúng nội dung đào tạo giúp doanh nghiệp sử dụng hiệu quả nguồn kinh phí đào tạo, nâng cao năng suất lao động và cải thiện chất lượng công việc. Đồng thời, điều này còn tạo điều kiện cho người lao động phát triển năng lực cá nhân, nâng cao trình độ chuyên môn và đáp ứng tốt hơn yêu cầu công việc trong tương lai.

1.3.5. Phương pháp và hình thức đào tạo

Trong công tác đào tạo nhân lực, có rất nhiều phương pháp đào tạo nhưng phương pháp đào tạo tại nơi làm việc nhằm giúp người lao động nhanh chóng tiếp cận công việc thực tế và nâng cao kỹ năng chuyên môn. Đây là phương pháp đào tạo được thực hiện trực tiếp tại môi trường làm việc dưới sự hướng dẫn của cấp trên, trưởng phòng hoặc những nhân viên có kinh nghiệm trong doanh nghiệp. Với phương pháp này, người lao động sẽ vừa học vừa thực hành thông qua việc quan sát, tiếp nhận hướng dẫn và trực tiếp tham gia thực hiện công việc thực tế. Người hướng dẫn sẽ truyền đạt kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, kinh nghiệm xử lý công việc cũng như các quy định và quy trình làm việc của doanh nghiệp. Qua đó, người lao động có thể nhanh chóng làm quen với môi trường làm việc, hiểu rõ yêu cầu công việc và nâng cao kỹ năng thực hành.

Phương pháp đào tạo tại nơi làm việc thường được áp dụng đối với nhân viên mới tuyển dụng, nhân viên thử việc hoặc người lao động cần nâng cao kỹ năng chuyên

môn để đáp ứng yêu cầu công việc. Hình thức này giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí đào tạo do không cần tổ chức lớp học riêng hay thuê địa điểm đào tạo bên ngoài. Đồng thời, quá trình đào tạo gắn liền với thực tế công việc nên người lao động có điều kiện vận dụng ngay những kiến thức và kỹ năng đã học vào công việc, từ đó nâng cao hiệu quả đào tạo.

Bên cạnh những ưu điểm, phương pháp đào tạo tại nơi làm việc cũng tồn tại một số hạn chế nhất định. Nếu người hướng dẫn thiếu kinh nghiệm hoặc không có kỹ năng truyền đạt tốt thì người lao động có thể tiếp thu kiến thức không đầy đủ hoặc thực hiện sai quy trình công việc. Ngoài ra, trong quá trình đào tạo, người lao động có thể mắc sai sót ảnh hưởng đến chất lượng công việc và hoạt động của doanh nghiệp.

Do đó, để nâng cao hiệu quả đào tạo tại nơi làm việc, doanh nghiệp cần lựa chọn người hướng dẫn có trình độ chuyên môn, kinh nghiệm và tinh thần trách nhiệm cao. Đồng thời, doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch đào tạo cụ thể, phù hợp với từng vị trí công việc nhằm giúp người lao động phát huy tối đa năng lực và đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp.

1.3.6. Triển khai hoạt động đào tạo

Sau khi xác định nhu cầu đào tạo, mục tiêu đào tạo và xây dựng kế hoạch đào tạo, doanh nghiệp sẽ tiến hành triển khai hoạt động đào tạo nhằm đảm bảo chương trình đào tạo được thực hiện đúng kế hoạch và đạt hiệu quả đề ra. Đây là giai đoạn quan trọng trong công tác đào tạo nhân lực vì ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng đào tạo và khả năng tiếp thu của người lao động.

Để triển khai hoạt động đào tạo, trước hết doanh nghiệp cần thông báo kế hoạch đào tạo đến các phòng ban và người lao động tham gia đào tạo nhằm giúp nhân viên chủ động sắp xếp thời gian và công việc. Đồng thời, doanh nghiệp cần chuẩn bị đầy đủ các điều kiện cần thiết phục vụ cho quá trình đào tạo như địa điểm học tập, tài liệu đào tạo, trang thiết bị hỗ trợ giảng dạy và đội ngũ giảng viên hoặc người hướng dẫn.

Tùy thuộc vào mục tiêu đào tạo và đối tượng đào tạo mà doanh nghiệp sẽ lựa chọn phương pháp và hình thức đào tạo phù hợp. Đối với đào tạo tại nơi làm việc, người lao động sẽ được hướng dẫn trực tiếp trong quá trình thực hiện công việc thực tế dưới

sự chỉ dẫn của cấp trên hoặc nhân viên có kinh nghiệm. Đối với đào tạo ngoài doanh nghiệp, người lao động sẽ tham gia các khóa học, hội nghị, hội thảo hoặc chương trình đào tạo tại các cơ sở đào tạo chuyên môn.

Trong quá trình triển khai đào tạo, doanh nghiệp cần theo dõi và giám sát quá trình học tập của người lao động nhằm đảm bảo người học tham gia đầy đủ và tiếp thu hiệu quả các nội dung đào tạo. Đồng thời, doanh nghiệp cần kịp thời hỗ trợ và xử lý những khó khăn phát sinh trong quá trình đào tạo nhằm đảm bảo chương trình đào tạo được thực hiện thuận lợi và đúng tiến độ.

Sau khi kết thúc chương trình đào tạo, doanh nghiệp sẽ tiến hành đánh giá kết quả đào tạo thông qua các bài kiểm tra, khảo sát hoặc đánh giá mức độ cải thiện hiệu quả công việc của người lao động sau đào tạo. Thông qua việc đánh giá, doanh nghiệp có thể xác định mức độ hiệu quả của chương trình đào tạo, đồng thời rút kinh nghiệm và hoàn thiện hơn hoạt động đào tạo trong những lần tiếp theo.

1.3.7. Ngân sách đào tạo

Để công tác đào tạo nguồn nhân lực được thực hiện hiệu quả, doanh nghiệp cần xây dựng ngân sách đào tạo phù hợp với nhu cầu đào tạo và khả năng tài chính của doanh nghiệp. Việc xác định ngân sách đào tạo có vai trò quan trọng trong quá trình tổ chức và triển khai các chương trình đào tạo, góp phần đảm bảo hoạt động đào tạo được thực hiện đúng kế hoạch và đạt được mục tiêu đề ra.

Thông thường, doanh nghiệp sẽ tiến hành xác định ngân sách đào tạo dựa trên kế hoạch đào tạo đã được xây dựng trước đó. Căn cứ vào số lượng nhân viên tham gia đào tạo, nội dung đào tạo, thời gian đào tạo và phương pháp đào tạo mà doanh nghiệp sẽ dự toán các khoản chi phí cần thiết phục vụ cho hoạt động đào tạo. Ngoài ra, việc xác định ngân sách đào tạo còn phụ thuộc vào quy mô hoạt động, chiến lược phát triển nguồn nhân lực và khả năng tài chính của doanh nghiệp trong từng giai đoạn.

Trong quá trình xác định ngân sách đào tạo, doanh nghiệp cần tính toán đầy đủ các khoản chi phí liên quan như chi phí thuê giảng viên, chi phí tài liệu học tập, chi phí tổ chức lớp học, chi phí cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ đào tạo, chi phí hỗ trợ người lao động tham gia đào tạo và các khoản chi phí phát sinh khác. Việc xác định đầy

đủ và hợp lý các khoản chi phí sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong việc triển khai hoạt động đào tạo và sử dụng hiệu quả nguồn kinh phí đào tạo.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần xem xét mối quan hệ giữa chi phí đào tạo và hiệu quả đạt được sau đào tạo nhằm đảm bảo việc đầu tư cho công tác đào tạo mang lại hiệu quả thiết thực. Nếu ngân sách đào tạo được xây dựng hợp lý và sử dụng hiệu quả sẽ góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải thiện hiệu quả làm việc của người lao động và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

1.3.8. Đánh giá kết quả đào tạo

Trong công tác đào tạo nguồn nhân lực, đánh giá kết quả đào tạo là một nội dung quan trọng nhằm xác định mức độ hiệu quả của hoạt động đào tạo đối với người lao động và doanh nghiệp. Việc đánh giá kết quả đào tạo giúp doanh nghiệp xem xét chương trình đào tạo có đạt được mục tiêu đề ra hay không, đồng thời làm cơ sở để hoàn thiện và nâng cao chất lượng công tác đào tạo trong những giai đoạn tiếp theo.

Mục tiêu của việc đánh giá kết quả đào tạo là đo lường mức độ thay đổi về kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và thái độ làm việc của người lao động sau quá trình tham gia đào tạo. Thông qua hoạt động đánh giá, doanh nghiệp có thể xác định được khả năng tiếp thu kiến thức của người lao động, mức độ vận dụng kiến thức vào thực tế công việc cũng như hiệu quả làm việc sau đào tạo.

Doanh nghiệp có thể thực hiện đánh giá kết quả đào tạo thông qua nhiều phương pháp khác nhau như tổ chức kiểm tra kiến thức sau đào tạo, khảo sát ý kiến của người lao động, quan sát quá trình thực hiện công việc hoặc đánh giá kết quả làm việc của nhân viên sau đào tạo. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng có thể căn cứ vào các chỉ tiêu như năng suất lao động, chất lượng công việc, doanh số bán hàng và mức độ hoàn thành nhiệm vụ của người lao động để đánh giá hiệu quả đào tạo.

Thông qua kết quả đánh giá, doanh nghiệp sẽ xác định được những nội dung đào tạo phù hợp cần tiếp tục phát huy cũng như những hạn chế cần được khắc phục trong công tác đào tạo. Từ đó, doanh nghiệp có thể điều chỉnh nội dung, phương pháp và hình thức đào tạo nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo và đáp ứng tốt hơn yêu cầu phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY VIỄN THÔNG FPT TELECOM ĐÀ NẴNG

2.1. Giới thiệu về Công ty Cổ phần Viễn thông FPT chi nhánh Đà Nẵng

2.1.1. Giới thiệu về FPT Telecom

Là thành viên thuộc Tập đoàn công nghệ hàng đầu Việt Nam. Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (tên gọi tắt là FPT Telecom) hiện là một trong những nhà cung cấp dịch vụ Viễn thông và Internet hàng đầu khu vực. Thành lập ngày 31/01/1997, khởi nguồn từ Trung tâm Dịch vụ Trực tuyến do 4 thành viên sáng lập cùng sản phẩm mạng Intranet đầu tiên của Việt Nam mang tên “Trí tuệ Việt Nam – TTVN”, sản phẩm được coi là đặt nền móng cho sự phát triển của Internet tại Việt Nam. Sau hơn 26 năm hoạt động đến nay, FPT Telecom đã có gần 10.000 nhân viên chính thức với hơn 300 văn phòng giao dịch trải dài từ bắc chí nam, phục vụ hầu hết 63 tỉnh thành trên cả nước. FPT Telecom là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực viễn thông và dịch vụ internet tại Việt Nam. Đây là một công ty con của Tập đoàn FPT - một trong những tập đoàn công nghệ hàng đầu tại Việt Nam. FPT Telecom Đà Nẵng là đơn vị thành viên trực thuộc Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – FPT Telecom. Với mục đích đem đến những sản phẩm và dịch vụ viễn thông chất lượng cao cho người dân miền Trung, ngày thành lập 10/04/2009, FPT Telecom Chi nhánh Đà Nẵng đã chính thức đi vào hoạt động. Hiện chi nhánh Đà Nẵng là cánh chim đầu đàn của nhà "Cáo" ở khu vực miền Trung. Cùng với các chi nhánh khác, Đà Nẵng có chiến lược phát triển ổn định, tạo bàn đạp cung cấp nguồn lực và thực lực về hạ tầng, nhân sự trong chiến lược mở rộng vùng phủ.



Hình 2.1. Logo của công ty FPT Telecom

Trụ sở chính: Tòa nhà FPT, số 10 Phố Phạm Văn Bạch, Phường Dịch Vọng, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội.

Website: <http://www.fpt.vn>

- Chi nhánh Đà Nẵng



Hình 2.2. Trụ sở FPT Telecom Đà Nẵng

Địa điểm : Tòa nhà FPT Telecom , Lô A4-1 Khu đô thị FPT , Đường Trần Quốc Vượng Đà Nẵng

Website chính thức: <https://fptdanang.info.vn>

Facebook chính thức: <https://www.facebook.com/FPT.DaNang.Service/>

Website : [FPT Telecom - Công ty Cổ phần Viễn thông FPT](#)

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển công ty Giai đoạn hình thành (2009 – 2014)

Ngày 10/04/2009, FPT Telecom chính thức thành lập chi nhánh tại Đà Nẵng, đánh dấu bước mở rộng hoạt động vào khu vực miền Trung.

Trong giai đoạn đầu, doanh nghiệp chủ yếu tập trung xây dựng cơ sở hạ tầng và phát triển thị trường. Dù phải cạnh tranh với các đơn vị lớn như VNPT, chi nhánh vẫn đạt được kết quả tích cực. Đến năm 2014, FPT Telecom Đà Nẵng đã vươn lên đứng thứ hai về thị phần tại địa phương.

Công ty cũng nâng cấp chất lượng dịch vụ Internet bằng cách tăng băng thông các gói cước, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Trong thời gian này, đơn vị đã xây dựng được đội ngũ nhân sự trẻ, mở rộng mạng lưới cáp quang và thu hút được lượng lớn người dùng.

Giai đoạn phát triển mạnh (2015 – 2020)

Từ năm 2015, FPT Telecom Đà Nẵng bước vào giai đoạn tăng trưởng nhanh với nhiều đổi mới. Doanh nghiệp tiên phong triển khai dịch vụ combo Internet và truyền hình trên cùng một đường truyền, đồng thời phát triển nền tảng giải trí FPT Play.

Năm 2016, công ty chuyển đổi toàn bộ hạ tầng sang cáp quang, giúp nâng cao chất lượng dịch vụ và gia nhập nhóm doanh nghiệp có doanh thu lớn. Những năm sau đó tiếp tục ghi nhận nhiều dấu mốc như ra mắt Camera FPT (2017), mở rộng hệ thống FPT Shop (2018) và đầu tư hạ tầng Metro Port (2020).

Nhờ những bước đi này, doanh thu và lợi nhuận tăng trưởng ổn định, đồng thời thị trường được mở rộng sang các tỉnh lân cận, giúp doanh nghiệp khẳng định vị thế tại khu vực miền Trung.

Giai đoạn chuyển đổi số (2021 – nay)

Từ năm 2021 đến nay, FPT Telecom Đà Nẵng tập trung vào chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ để nâng cao trải nghiệm khách hàng. Công ty triển khai nhiều dịch vụ mới như FPT Cloud, Smart Home. Doanh nghiệp cũng mở rộng hoạt động đến khu vực nông thôn và miền núi, góp phần phổ cập dịch vụ số. Mục tiêu là trở thành nhà cung cấp dịch vụ số hàng đầu tại miền Trung...

2.1.3. Lĩnh vực và sản phẩm hoạt động

2.1.3.1. Lĩnh vực hoạt động

- Cung cấp hạ tầng mạng viễn thông cho dịch vụ Internet băng rộng
- Dịch vụ giá trị gia tăng trên mạng Internet, điện thoại di động
- Dịch vụ Truyền hình trả tiền
- Dịch vụ tin nhắn, dữ liệu, thông tin giải trí trên mạng điện thoại di động
- Thiết lập hạ tầng mạng và cung cấp các dịch vụ Viễn thông, Internet
- Xuất nhập khẩu thiết bị Viễn thông và Internet.
- Dịch vụ Viễn thông cố định nội hạt
- Dịch vụ Viễn thông giá trị gia tăng
- Dịch vụ Viễn thông cố định đường dài trong nước
- Cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán

2.1.3.2. Sản phẩm và dịch vụ

Dịch vụ Internet FPT

- **Hạ tầng:** Sử dụng công nghệ cáp quang FTTH (Fiber To The Home) với đường truyền dẫn hoàn toàn bằng cáp quang tới tận địa điểm khách hàng.
- **Tốc độ:** Cung cấp băng thông không giới hạn (lên đến 1Gbps) với các gói cước tiêu biểu như Giga, Sky, Meta, đáp ứng mọi nhu cầu từ lướt web cơ bản đến chơi game và livestream.
- **Công nghệ tích hợp:** Tiên phong trang bị thiết bị Wi-Fi 6 giúp giảm độ trễ (latency) tới 80% và khả năng chịu tải cùng lúc nhiều thiết bị mà không gây giật lag.



Dịch vụ Truyền hình FPT

- **Hình thức:** Hoạt động trên hai nền tảng là IPTV (truyền hình qua bộ giải mã) và OTT (truyền hình qua internet).
- **Nội dung độc quyền:** Là đơn vị dẫn đầu về bản quyền thể thao (UEFA Champions League, Europa League, V-League, các giải Ngoại hạng Anh...) và các giải đấu Esport lớn.
- **Tính năng thông minh:** Cho phép người dùng xem lại trong vòng 48 giờ, tùy chọn ngôn ngữ thuyết minh/phụ đề, và cá nhân hóa danh sách kênh dựa trên sở thích của từng thành viên trong gia đình.

ĐIỂM NỔI BẬT



01

KẾT HỢP HOÀN HẢO

Sản phẩm hợp nhất 2 trong 1
Kế thừa nổi bật của box IPTV & OTT

02

KẾT NỐI INTERNET

Kết nối được cả LAN/ Wifi:
Tự động detect IP để
chuyển trạng thái IPTV/ OTT

03

CẤU HÌNH

Mạnh mẽ, hoạt động mượt
mà

- **Trải nghiệm đa nền tảng:** Website fptplay.vn và ứng dụng di động cho phép khách hàng truy cập kho nội dung khổng lồ từ bất kỳ đâu chỉ cần có kết nối Internet.
- **Đồng bộ hóa:** Một tài khoản có thể đăng nhập đồng thời trên nhiều thiết bị (Smartphone, Tablet, Smart TV, PC), giúp việc giải trí không bị gián đoạn.

- **Công nghệ truyền tải:** Sử dụng các chuẩn nén video hiện đại giúp hình ảnh đạt độ phân giải 4K nhưng vẫn đảm bảo mượt mà ngay cả khi tốc độ mạng trung bình.

Camera FPT Giải pháp an ninh thông minh

- **Lưu trữ Cloud:** Khác biệt hoàn toàn với camera truyền thống dùng thẻ nhớ, Camera FPT lưu trữ dữ liệu trên nền tảng điện toán đám mây tại máy chủ đặt tại Việt Nam, đảm bảo không bị mất dữ liệu khi bị mất cắp hoặc hỏng camera.

- **Trí tuệ nhân tạo (AI):** Khả năng phân biệt chuyển động của người và vật, nhận diện khuôn mặt, giúp giảm thiểu báo động giả.

- **Dịch vụ đồng bộ:** Khách hàng được hỗ trợ lắp đặt, bảo trì và hỗ trợ kỹ thuật 24/7 từ đội ngũ kỹ thuật viên chuyên nghiệp của FPT Telecom trên toàn quốc.



2.1.4. Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi

2.1.4.1. Tầm nhìn

FPT Telecom hướng tới mục tiêu trở thành nhà cung cấp dịch vụ số có trải nghiệm khách hàng tuyệt vời nhất tại Việt Nam. Công ty tiên phong trong việc chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ hiện đại để kết nối mọi người, mọi nhà.

2.1.4.2. Sứ mệnh

"Kết nối con người": Sứ mệnh của FPT Telecom là mang lại dịch vụ Internet và các tiện ích công nghệ chất lượng cao, giúp khách hàng tiếp cận tri thức và giải trí một cách nhanh chóng, ổn định và tử tế nhất.

2.1.4.3. Giá trị cốt lõi

FPT Telecom vận hành dựa trên 6 chữ vàng của tập đoàn FPT:

- **Tôn:** Tôn trọng cá nhân.
- **Đổi:** Đổi mới sáng tạo.
- **Đồng:** Đồng đội - tinh thần tập thể.
- **Chí:** Chí công vô tư.
- **Gương:** Người lãnh đạo làm gương tiên phong thực hiện đúng các chuẩn mực đạo đức và văn hóa công ty
- **Sáng:** Lãnh đạo sáng suốt đưa ra quyết định chính xác

2.1.5. Cơ cấu tổ chức quản lý

2.1.5.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức quản lý



Sơ đồ 2.3. Cơ cấu tổ chức FPT Telecom Đà Nẵng.

(Nguồn: Phòng nhân sự - FPT Telecom Đà Nẵng)

2.1.5.2. Chức năng và nhiệm vụ các phòng ban

2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Giám đốc chi nhánh:

– **Chức năng:** Lập kế hoạch chung, điều hành, quản lý các nhân sự trong chi nhánh và chịu trách nhiệm với Ban tổng giám đốc.

– Nhiệm vụ:

+ Xây dựng mô hình tổ chức, cơ cấu nhân sự tại các đơn vị, phòng ban trực thuộc chi nhánh và tổ chức thực hiện các chỉ đạo của cấp trên.

+ Tổ chức hoạch định chiến lược, kế hoạch hoạt động kinh doanh của chi nhánh trình ban lãnh đạo Công ty phê duyệt.

+ Xây dựng hệ thống hoàn thiện tiêu chuẩn và các chỉ tiêu chất lượng phục vụ công tác quản lý điều hành hoạt động của chi nhánh, giám sát, kiểm tra, đôn đốc các phòng ban chức năng thực hiện các hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao nhất, đúng quy định của Công ty và pháp luật.

+ Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và công tác quản lý điều hành của chi nhánh đến ban giám đốc Công ty theo quy định.

Khối kinh doanh

– **Chức năng:** Nhận kế hoạch, chịu trách nhiệm về doanh số, doanh thu từ Ban Giám đốc chi nhánh. Phát triển thị trường, phát triển doanh thu.

– **Nhiệm vụ:**

+ Tìm kiếm khách hàng, tư vấn, thuyết phục, thương lượng, ký kết hợp đồng với khách hàng và tiến hành khảo sát.

+ Tham mưu, giúp việc cho giám đốc chi nhánh trong việc quản lý, điều hành công việc thuộc các lĩnh vực kinh doanh.

+ Thừa lệnh Giám đốc chi nhánh quản lý tập trung toàn bộ mọi hoạt động có liên quan và đúng quy định.

+ Xây dựng và theo dõi thực hiện chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh. + Quản lý, theo dõi hợp đồng kinh tế.

+ Lưu trữ, bảo quản toàn bộ các văn bản, hồ sơ kinh doanh, tài liệu liên quan đến chức năng liên quan của phòng. Khối kỹ thuật

– **Chức năng:** Lập kế hoạch, chịu trách nhiệm về các mảng kỹ thuật, hạ tầng. Chịu sự điều hành của ban Giám đốc chi nhánh.

– **Nhiệm vụ:**

+ Tư vấn, thiết kế, hỗ trợ lắp đặt, bảo trì hệ thống hạ tầng viễn thông của công ty và mạng theo yêu cầu của khách hàng và đối tác.

+ Chịu trách nhiệm quản lý hoạt động phát triển, thi công và bảo trì hệ thống hạ tầng và thuê bao viễn thông Internet FPT của công ty FPT Telecom Đà Nẵng.

+ Đào tạo, phát triển đội ngũ kỹ thuật viên tiềm năng.

Khối Dịch vụ khách hàng

– **Chức năng:** Hỗ trợ các phòng ban kinh doanh trong chi nhánh. Chịu trách nhiệm về nghiệp vụ dịch vụ khách hàng.

– **Nhiệm vụ:**

+ Kiểm tra hợp đồng, giấy tờ và cập nhật đầy đủ, chính xác thông tin của khách hàng trên hệ thống.

+ Thực hiện các thủ tục chuyển đổi, đổi thủ, thanh lý hợp đồng theo yêu cầu của khách hàng, thu cước phí hàng tháng

+ Hỗ trợ khách hàng sử dụng các dịch vụ FPT Telecom Đà Nẵng qua các hệ thống phone/chat/Email.

+ Duy trì mức phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, xử lý các khiếu nại của khách hàng, thu nhập các ý kiến và phản hồi về phía khách hàng, giải đáp thắc mắc, chăm sóc khách hàng. Khối tổng hợp

• **Phòng nhân sự:**

– **Chức năng:**

+ Tham mưu cho ban điều hành trong việc xây nguồn nhân lực toàn hệ thống, thực hiện công tác hành chính quản trị.

+ Nhận kế hoạch và chịu trách nhiệm về mảng sự kiện nội bộ của công ty. + Quản lý công tác hành chính.

– **Nhiệm vụ:**

+ Thực hiện các kế hoạch tuyển dụng nhân viên, bồi dưỡng, đào tạo nhân viên trong toàn hệ thống nhân viên trong công ty

+ Thực hiện kế hoạch và tổ chức các chương trình sự kiện nội bộ hàng năm của công ty

- + Xây dựng quy chế và thực hiện các công tác văn thư, lưu trữ, quản lý hồ sơ pháp lý

- + Sắp xếp hỗ trợ làm việc hợp lý cho từng phòng ban.

Phòng kế toán (FAF):

- **Chức năng:** Lập kế hoạch, chịu trách nhiệm các nghiệp vụ kế toán của chi nhánh. Chịu sự điều hành của ban Giám đốc chi nhánh.

- **Nhiệm vụ:**

- + Quản lý hóa đơn, các biểu mẫu chứng từ kế toán của công ty, kiểm tra tính chính xác, hợp lý, hợp lệ của chứng từ thu, chi, chứng từ ngân hàng và chứng từ điều chỉnh.

- + Cập nhật và kiểm tra các chứng từ điều chỉnh, kết chuyển lương và các chi phí liên quan, công nợ, chi phí, lãi lỗ.

- + Làm báo cáo thuế và báo cáo tài chính theo định lý.

- + Tham mưu, giúp việc giám đốc trong việc quản lý điều hành công việc thuộc các lĩnh vực tài chính, kế toán, kiểm toán – kiểm soát nội bộ, thu hồi công nợ, thống kê và thông tin kinh tế, kiểm tra, giám sát các hoạt động tài chính của chi nhánh.

• Phòng kiểm soát chất lượng (QA):

- **Chức năng:** Đảm bảo các hoạt động diễn ra tại chi nhánh hệ thống chất lượng của công ty và tập đoàn.

- **Nhiệm vụ:**

- + Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng (Quy trình, tài liệu, hồ sơ...)

- + Theo dõi, kiểm tra việc hoạt động sản xuất kinh doanh theo quy trình, theo dõi tình hình hoạt động chất lượng trong chi nhánh.

- + Tham gia hoạch định, kiểm soát và đánh giá chất lượng các dự án.

2.2.1. Các yếu tố vi mô

2.2.1.1. Khách hàng

Khách hàng là yếu tố quyết định sự thành công của FPT Telecom, với nhóm đối tượng đa dạng bao gồm cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp và các tổ chức lớn.

- **Cá nhân, hộ gia đình:** Các khách hàng cá nhân thường tìm kiếm các dịch vụ Internet tốc độ cao, ổn định và các gói truyền hình giải trí chất lượng. Cá nhân, hộ gia đình sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu liên lạc, tìm kiếm thông tin trực tuyến của bản thân, cá nhân, gia đình sử dụng. Họ thường có xu hướng lựa chọn các dịch vụ phù hợp với vùng không gian nhỏ, khép kín, sử dụng lâu dài và có dịch vụ sửa chữa và bảo hành lâu dài với sản phẩm. Cá nhân, hộ gia đình quan tâm phần lớn tới cách chính sách bảo hành và chăm sóc khách hàng của công ty viễn thông.

- **Internet công cộng:** Được lắp đặt nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng mạng trong các môi trường công cộng như công viên, phố đi bộ,... Internet công cộng thường được lắp đặt bởi nhà nước, doanh nghiệp tài trợ. Họ có xu hướng lựa chọn dịch vụ có vùng mạng phủ sóng rộng, mức dung lượng mạng trung bình đảm bảo để truy cập được internet.

- **Các tổ chức (ban ngành đoàn thể, trường học,...), doanh nghiệp:** Các doanh nghiệp yêu cầu các giải pháp viễn thông tích hợp như Internet cáp quang, truyền hình doanh nghiệp và lưu trữ đám mây. Các tổ chức thường sử dụng dịch vụ viễn thông nhằm đảm bảo đường truyền liên lạc, đường truyền tiếp nhận thông tin trong quá trình làm việc, học tập. Các tổ chức, doanh nghiệp thường sử dụng các dịch vụ viễn thông đặc biệt dành riêng cho tổ chức, doanh nghiệp. Đồng thời các tổ chức, doanh nghiệp có xu hướng lắp đặt internet ở khu vực làm việc/học tập và có thể lắp đặt trực tiếp tại các cửa hàng, trung tâm bán hàng,... của mình nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng internet cho khách hàng. Các doanh nghiệp, tổ chức thường lựa chọn dịch vụ có dung lượng lớn để đảm bảo đường truyền cho quá trình làm việc, họ quan tâm nhiều đến các chính sách bảo hành, tốc độ và chất lượng của nhà mạng.

2.2.1.2. Đối thủ cạnh tranh

- Đối thủ cạnh tranh hiện tại của hiện tại của FPT Telecom :VNPT, Viettel, Mobifone.

	Điểm Mạnh	Điểm Yếu
VNPT 	Hạ tầng viễn thông rộng khắp, phủ sóng toàn quốc, đặc biệt mạnh ở khu vực nông thôn Thương hiệu lâu đời, độ uy tín cao Tập khách hàng lớn, đặc biệt là cơ quan nhà nước Dịch vụ đa dạng (internet, truyền hình, dịch vụ số...)	Quy trình làm việc còn cứng nhắc, thiếu linh hoạt Chất lượng chăm sóc khách hàng chưa đồng đều Tốc độ đổi mới,sáng tạo chậm hơn doanh nghiệp tư nhân
Viettel 	Hạ tầng mạnh nhất thị trường, công nghệ hiện đại Nguồn lực tài chính lớn Phủ sóng rộng khắp, kể cả vùng sâu xa Chính sách giá cạnh tranh, nhiều ưu đãi Đội ngũ nhân sự kỷ luật, tổ chức tốt	Thủ tục, quy trình đôi khi còn phức tạp Chăm sóc khách hàng ở một số khu vực chưa được tốt Dịch vụ đôi lúc bị quá tải do lượng khách lớn
MobiFone	Thương hiệu uy tín trong lĩnh vực viễn thông Chất lượng dịch vụ ổn định Tập khách hàng trung thành cao	Phát triển internet cáp quang chậm Độ phủ sóng thị trường rộng

	Có kinh nghiệm lâu năm trong thị trường	Ít lợi thế cạnh tranh trong mảng internet cố định Hoạt động marketing và bán hàng chưa nổi bật
---	--	--

Đánh giá chung: Từ việc phân tích các đối thủ cạnh tranh như Viettel, VNPT và MobiFone, có thể nhận thấy thị trường viễn thông hiện nay có mức độ cạnh tranh ngày càng gay gắt, đặc biệt trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ internet và các dịch vụ giá trị gia tăng. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với FPT Telecom Đà Nẵng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh. Trong bối cảnh các doanh nghiệp lớn có lợi thế về hạ tầng, quy mô và chính sách giá, FPT Telecom cần tập trung phát huy thế mạnh về chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng. Để đạt được mục tiêu này, doanh nghiệp cần chú trọng hoàn thiện công tác đào tạo nhân viên kinh doanh, đặc biệt là nâng cao kỹ năng tư vấn, kỹ năng chăm sóc khách hàng và khả năng xử lý tình huống trong thực tế. Trước áp lực cạnh tranh về giá từ các đối thủ, nhân viên kinh doanh của FPT Telecom cần được trang bị kỹ năng thuyết phục và khả năng tạo ra giá trị khác biệt cho khách hàng. Việc này góp phần giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng giữ chân khách hàng và cải thiện hiệu quả kinh doanh. Việc ứng dụng công nghệ trong đào tạo, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Đồng thời, doanh nghiệp cần xây dựng chương trình đào tạo linh hoạt, phù hợp với sự biến động của thị trường và nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

2.2.1.3. Nhà cung cấp

Ngay từ khi thành lập, FPT Telecom đã hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ internet và viễn thông. Để đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp đến khách hàng, doanh nghiệp phụ thuộc vào các nhà cung cấp thiết bị viễn thông, phần cứng như modem, router, hệ thống cáp quang và các công nghệ kỹ thuật hiện đại. Trong quá trình hoạt động, những biến động về giá thiết bị, nguồn cung linh kiện hoặc tình trạng thiếu hụt thiết bị công nghệ trên thị trường có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của

doanh nghiệp. Đặc biệt, các nhà cung cấp nước ngoài giữ vai trò quan trọng trong việc cung cấp thiết bị và công nghệ phục vụ cho hệ thống viễn thông của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, việc duy trì mối quan hệ hợp tác ổn định với các nhà cung cấp cũng giúp FPT Telecom⁴³ đảm bảo nguồn thiết bị phục vụ hoạt động kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ và đáp ứng tốt nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

2.2.1.4. Trung gian Marketing

Trung gian marketing là một trong những yếu tố có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của FPT Telecom. Trung gian marketing bao gồm các đại lý, cộng tác viên kinh doanh, đối tác phân phối và các đơn vị hỗ trợ quảng bá dịch vụ của doanh nghiệp đến khách hàng. Thông qua hệ thống trung gian marketing, doanh nghiệp có thể mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng, nâng cao khả năng quảng bá thương hiệu và gia tăng doanh thu. Các trung gian này hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình tìm kiếm khách hàng mới, giới thiệu dịch vụ internet và truyền hình cũng như triển khai các chương trình khuyến mãi đến người tiêu dùng. Việc hợp tác hiệu quả với các trung gian marketing còn giúp FPT Telecom nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường và mở rộng thị phần tại khu vực Đà Nẵng. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng cần quản lý chặt chẽ hoạt động của các trung gian nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ và hình ảnh thương hiệu trong quá trình tiếp cận khách hàng.

2.2.2. Các yếu tố vĩ mô

2.2.2.1. Môi trường chính trị – pháp luật

Tại thị trường Việt Nam nói chung và khu vực Đà Nẵng nói riêng, các yếu tố chính trị - pháp lý đóng vai trò then chốt, chi phối trực tiếp đến chiến lược kinh doanh của FPT Telecom. Nền tảng chính trị ổn định là tiền đề quan trọng giúp doanh nghiệp yên tâm đầu tư và phát triển dài hạn. Đặc biệt, những chủ trương của Nhà nước về thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia và xây dựng đô thị thông minh tại Đà Nẵng đã mở ra không gian tăng trưởng rộng lớn cho các dịch vụ viễn thông. Tuy nhiên, đi kèm với cơ hội là những yêu cầu khắt khe về mặt pháp lý. FPT Telecom phải đối mặt với áp lực tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về bảo mật thông tin, an toàn dữ liệu và quản lý nội dung số. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục đầu tư, nâng cấp hệ thống kỹ thuật để đáp

ứng tiêu chuẩn luật pháp. Ngoài ra, sự kiểm soát chặt chẽ từ phía Chính phủ về giá cước và cạnh tranh lành mạnh cũng tạo ra thách thức trong việc tối ưu hóa chi phí và lợi nhuận. Để duy trì vị thế, FPT Telecom cần vận dụng linh hoạt các chính sách ưu đãi, đồng thời không ngừng cải thiện năng lực thực thi pháp luật trong bối cảnh quản lý ngày càng siết chặt. Khung pháp lý điều chỉnh hoạt động kinh doanh viễn thông:

- ***Luật Viễn thông số 41/2009/QH12***: Văn bản nền tảng quy định về quyền hạn, nghĩa vụ của nhà cung cấp dịch vụ, quản lý tài nguyên viễn thông và quy hoạch hạ tầng kỹ thuật.

- ***Luật An toàn thông tin mạng số 86/2015/QH13***: Tập trung vào các quy chuẩn bảo vệ thông tin cá nhân, đảm bảo an ninh hệ thống và trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc xử lý sự cố dữ liệu.

- ***Luật An ninh mạng số 24/2018/QH14***: Quy định chi tiết về việc kiểm soát dữ liệu người dùng tại Việt Nam, ngăn chặn thông tin độc hại và bảo vệ chủ quyền không gian mạng quốc gia.

- ***Thông tư số 03/2013/TT-BTTTT***: Hướng dẫn cụ thể về quản lý giá cước và các dịch vụ viễn thông công ích, đảm bảo tính minh bạch trên thị trường.

- ***Nghị định số 72/2013/NĐ-CP (đã sửa đổi)***: Bộ quy tắc về quản lý, cung cấp và khai thác các dịch vụ Internet cũng như thông tin trên môi trường mạng

2.2.2.2. Môi trường văn hóa – xã hội

Môi trường văn hóa – xã hội tại Đà Nẵng tạo ra nhiều điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của FPT Telecom. Đây là một thành phố trẻ, năng động với cơ cấu dân số chủ yếu trong độ tuổi lao động, có xu hướng tiếp cận nhanh với lối sống hiện đại và công nghệ mới. Nhu cầu sử dụng các dịch vụ như internet tốc độ cao, truyền hình giải trí và các giải pháp viễn thông ngày càng gia tăng. Đồng thời, sự phát triển của xu hướng làm việc từ xa, học tập trực tuyến và thương mại điện tử sau đại dịch COVID-19 đã góp phần thúc đẩy mạnh mẽ nhu cầu sử dụng dịch vụ viễn thông. Hiện nay, sự gia tăng nhanh chóng của người dùng mạng xã hội trên nền tảng di động cũng trở thành yếu tố quan trọng tác động đến thị trường viễn thông. Việc phổ biến các ứng dụng như Facebook,

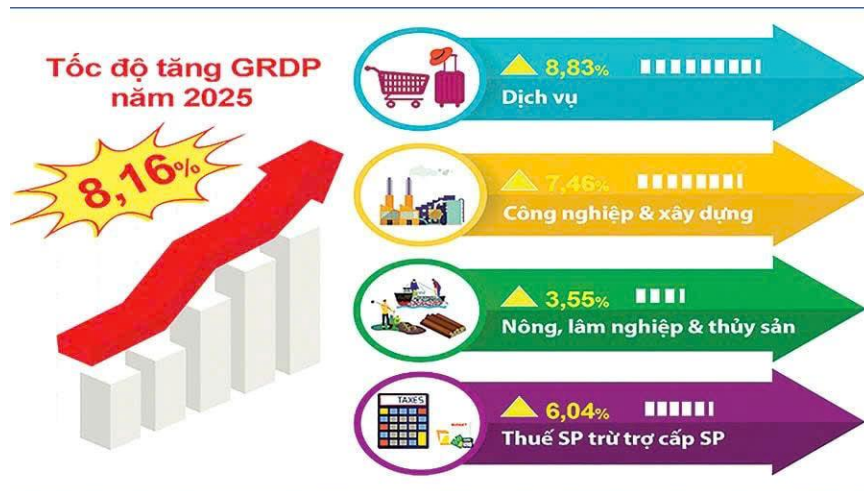
Instagram, TikTok đã làm thay đổi thói quen sử dụng internet của người dân. Cùng với đó, hoạt động mua sắm trực tuyến ngày càng phát triển, thay thế dần phương thức mua sắm truyền thống, kéo theo nhu cầu sử dụng dịch vụ internet ổn định và tốc độ cao. Trong thời gian tới, số lượng người dùng và nhu cầu sử dụng dịch vụ viễn thông được dự báo sẽ tiếp tục gia tăng. Tuy nhiên, yêu cầu về chất lượng dịch vụ, tốc độ đường truyền và bảo mật thông tin cá nhân cũng ngày càng cao. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải không ngừng cải tiến công nghệ, nâng cấp hạ tầng và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Vì vậy, việc xây dựng chiến lược phù hợp với đặc điểm văn hóa, thói quen tiêu dùng và xu hướng công nghệ của người dân tại Đà Nẵng là yếu tố quan trọng đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

2.2.2.3. Môi trường kinh tế

Năm 2025, môi trường kinh tế tại thành phố Đà Nẵng tiếp tục có nhiều chuyển biến tích cực, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của Công ty FPT Telecom Đà Nẵng. Theo số liệu thống kê, tốc độ tăng trưởng GRDP năm 2025 đạt khoảng 8,16%, cho thấy nền kinh tế địa phương đang phục hồi và phát triển ổn định. Trong đó, khu vực dịch vụ tăng 8,83%, công nghiệp và xây dựng tăng 7,46%, nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,55%. Điều này góp phần thúc đẩy nhu cầu sử dụng Internet, truyền hình số và các dịch vụ viễn thông ngày càng gia tăng.

Bên cạnh đó, Đà Nẵng tiếp tục đẩy mạnh phát triển đô thị thông minh, chuyển đổi số và đầu tư vào hạ tầng công nghệ thông tin. Đây là điều kiện thuận lợi để FPT Telecom Đà Nẵng mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển các giải pháp công nghệ số. Ngoài ra, sự gia tăng số lượng doanh nghiệp, nhu cầu làm việc trực tuyến và ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh cũng góp phần làm tăng nhu cầu sử dụng các dịch vụ Internet tốc độ cao.

Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội phát triển, doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn như áp lực cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông, chi phí đầu tư hạ tầng công nghệ lớn và biến động giá cả thiết bị đầu vào. Do đó, FPT Telecom Đà Nẵng cần tiếp tục đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng dịch vụ và tối ưu chi phí nhằm duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường.



Hình 2.4: Tốc độ tăng GRDP năm 2025

(Nguồn : Cục thống kê Đà Nẵng)

2.2.2.4. Môi trường công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học – công nghệ đang tạo ra những biến đổi sâu rộng đối với ngành viễn thông. Các tiến bộ trong lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông không chỉ mở rộng khả năng cung cấp dịch vụ mà còn làm thay đổi cách thức doanh nghiệp tiếp cận và phục vụ khách hàng. Tại FPT Telecom Đà Nẵng, việc ứng dụng các công nghệ như mạng cáp quang tốc độ cao, WiFi thế hệ mới, điện toán đám mây và nền tảng số đã góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện trải nghiệm người dùng. Sự phổ biến của các thiết bị thông minh, bao gồm điện thoại di động, tivi thông minh và hệ thống giám sát, làm gia tăng nhu cầu sử dụng internet và các dịch vụ đi kèm. Xu hướng chuyển đổi số đang diễn ra rộng khắp trong các lĩnh vực kinh tế – xã hội, tạo điều kiện mở rộng thị trường và đa dạng hóa dịch vụ. Các công nghệ như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và Internet vạn vật ngày càng được tích hợp vào hoạt động quản lý và cung cấp dịch vụ, góp phần nâng cao hiệu quả vận hành của doanh nghiệp. Quá trình đổi mới công nghệ đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật, cập nhật hệ thống và nâng cao năng lực vận hành. Yêu cầu về bảo mật thông tin và an toàn dữ liệu cũng trở thành yếu tố quan trọng trong bối cảnh số hóa ngày càng sâu rộng. Trong điều kiện đó, FPT Telecom Đà Nẵng cần tăng cường ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh, đồng thời chú trọng đào tạo nhân viên kinh doanh về kiến thức công nghệ và kỹ năng sử dụng công cụ số. Việc này góp phần nâng cao hiệu quả làm việc và đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

2.3. Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh

2.3.1. Cơ sở vật chất

STT	Tên Loại	Số Lượng	Đơn Vị Tính
1	Máy tính bàn	228	Cái
2	Điện thoại bàn	53	Cái
3	Máy in	10	Cái
4	Máy scan	2	Cái
5	Điều hoà	16	Cái
6	Tivi	3	Cái
7	Camera	35	Cái
8	Máy chiếu	2	Cái
9	Bàn làm việc	143	Cái
10	Ghế làm việc	380	Cái
11	Bàn tiếp khách	5	Cái
12	Ghế tiếp khách	20	Cái
13	Tủ đựng đồ	68	Cái
14	Ô tô	1	Cái

Bảng 2.1: Bảng thống kê cơ sở vật chất tại FPT Telecom Đà Nẵng

(Nguồn : Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị tại FPT Telecom Đà Nẵng được đầu tư bài bản, hiện đại, phản ánh rõ nét đặc thù của một doanh nghiệp viễn thông hàng đầu. Với 228 máy tính bàn, đây là tài sản chiếm tỷ trọng lớn nhất, minh chứng cho một lực lượng nhân sự chuyên môn đông đảo và quy trình vận hành hoàn toàn dựa trên nền tảng công nghệ số. Công tác thông tin liên lạc và chăm sóc khách hàng được đảm bảo thông qua hệ thống 53 điện thoại bàn, giúp duy trì kết nối thông suốt trong mọi giao dịch.

Về không gian làm việc, công ty đã trang bị 143 bàn làm việc đi kèm với 380 ghế làm việc, tạo điều kiện cho một môi trường làm việc linh hoạt, có khả năng đáp ứng cả nhân sự cố định lẫn các đợt tập huấn hoặc cộng tác viên dự phòng. Hệ thống 16 máy điều hòa cùng các thiết bị phụ trợ như tivi (3 cái) và máy chiếu (2 cái) không chỉ đảm bảo sức khỏe, sự thoải mái cho nhân viên mà còn phục vụ tốt cho công tác hội họp, đào tạo nội bộ chuyên nghiệp.

Đặc biệt, công ty rất chú trọng đến công tác an ninh và quản lý tài sản khi lắp đặt tới 35 camera giám sát và trang bị 68 tủ đựng đồ cá nhân. Mặc dù số lượng máy in (10 cái) và máy scan (2 cái) không quá lớn so với tổng quy mô, nhưng điều này cho thấy xu hướng tối ưu hóa chi phí vận hành và nỗ lực chuyển đổi sang môi trường làm việc "không giấy tờ". Thêm vào đó, việc sở hữu 01 xe ô tô công vụ cho thấy sự chủ động trong việc di chuyển, khảo sát hạ tầng hoặc hỗ trợ kỹ thuật kịp thời.

Nhìn chung, số liệu thống kê cho thấy một hệ thống hạ tầng đồng bộ, có chiều sâu, không chỉ đáp ứng tốt các yêu cầu nghiệp vụ hiện tại mà còn sẵn sàng cho các kế hoạch mở rộng quy mô trong tương lai, góp phần trực tiếp vào việc nâng cao hiệu suất và khẳng định uy tín của thương hiệu trên thị trường.

2.3.2. Nguồn nhân lực

Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, nhân lực chính là yếu tố cốt lõi định hình năng lực vận hành và sự phát triển bền vững của mỗi tổ chức. Do đó, việc xem xét thực trạng lao động dựa trên tiêu chí độ tuổi và trình độ chuyên môn sẽ giúp doanh nghiệp nhận diện rõ nét bức tranh nhân sự hiện tại. Từ đó, ban lãnh đạo có thể đưa ra những đánh giá xác đáng về mức độ tương thích giữa năng lực nhân viên với yêu cầu công việc tại từng phòng ban. Trên cơ sở đó, tập trung phân tích tình hình

nguồn nhân lực tại Công ty Viễn thông FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2024–2026, qua đó làm sáng tỏ chiến lược sử dụng nhân sự mang tính định hướng của doanh nghiệp.

Bảng 2.2 .Cơ cấu nhân sự tại FPT Telecom Đà Nẵng

Chi tiêu	Năm						So sánh			
	2024		2025		2026		2025/2024		2026/2025	
	Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Chênh lệch	Tỉ lệ % chênh lệch	Chênh lệch	Tỷ lệ % chênh lệch
Tổng số lượng	301	100	352	100	402	100	51	16,94	50	14,20
I.Giới tính										
1.Nam	206	68,5	234	66,5	265	65,9	28	13,59	31	13,25
2.Nữ	95	31,5	118	33,5	137	34,1	23	24,21	19	16,10
II.Trình độ học vấn										
1.Đại học	265	87,0	305	86,6	351	87,3	43	16,41	46	15,08
2.Cao đẳng & Trung cấp	34	11,3	42	12,0	46	11,4	8	23,53	4	9,52
3.Lao động phổ thông	5	1,7	5	1,4	5	1,3	0	0,00	0	0,00
III. Độ tuổi										
1.Dưới <25	118	39,2	142	40,3	164	40,8	24	20,34	22	15,46
2.Từ 25>40	156	51,8	182	51,7	208	51,7	21	15,56	26	14,29
3.Từ >40	27	9,0	28	8,0	30	7,5	1	11,11	2	7,14
IV. Phòng ban										
1.Phòng kinh doanh	108	35,88	126	35,80	144	35,82	18	16,94	18	14,29
2.Phòng Nhân sự	18	5,98	21	5,97	24	5,97	3	16,67	3	14,29
3.Phòng Marketing	5	1,66	7	1,99	8	1,99	2	40,00	1	14,29
4.Phòng kế toán	3	1,00	3	0,85	4	1,00	0	0,00	1	33,33
5.Phòng kỹ thuật	122	40,53	144	40,91	162	40,30	22	18,03	18	12,50
6.Phòng CSKH	38	12,62	44	12,50	53	13,18	6	15,79	9	20,45
7.Các bộ phận khác(Bảo vệ tạp vụ)	7	2,33	7	1,98	7	1,74	0	0,00	0	0,00

(Nguồn: Phòng nhân sự - FPT Telecom Đà Nẵng)

Trong giai đoạn 2024–2026, tổng số nhân sự của FPT Telecom Đà Nẵng có xu hướng tăng liên tục qua các năm, từ 301 người (2024) lên 352 người (2025) và đạt 402 người (2026). Tốc độ tăng trưởng nhân sự lần lượt đạt 16,94% và 14,20%, cho thấy quy mô hoạt động của đơn vị đang được mở rộng, đồng thời nhu cầu về nguồn nhân lực ngày càng tăng nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển kinh doanh.

– **Giới tính:** Số lượng lao động nam tăng từ 206 người năm 2024 lên 234 người năm 2025 và đạt 265 người năm 2026, chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu nhân sự với 65,9% tổng số lao động năm 2026. Lao động nữ cũng có xu hướng tăng từ 95 người lên 118 người và đạt 137 người vào năm 2026. Tuy nhiên, tỷ trọng lao động nữ chỉ dao động từ 31,5% đến 34,1%, thấp hơn so với lao động nam. Điều này cho thấy cơ cấu nhân sự của đơn vị vẫn có xu hướng tập trung vào lao động nam, có thể xuất phát từ đặc điểm công việc yêu cầu tính linh hoạt, di chuyển nhiều và áp lực công việc tương đối cao.

– **Trình độ học vấn:** Lao động có trình độ đại học chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng liên tục qua các năm, từ 265 người (2024) lên 305 người (2025) và đạt 351 người (2026), chiếm 87,3% tổng số lao động năm 2026. Lao động có trình độ cao đẳng và trung cấp tăng nhẹ từ 34 người lên 46 người. Trong khi đó, lao động phổ thông duy trì ở mức 5 người trong cả ba năm và không có sự thay đổi đáng kể. Điều này cho thấy công ty đang chú trọng tuyển dụng nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển và nâng cao chất lượng hoạt động.

– **Độ tuổi:** Nhóm lao động dưới 25 tuổi tăng từ 118 người (2024) lên 142 người (2025) và đạt 164 người (2026), cho thấy doanh nghiệp có xu hướng trẻ hóa đội ngũ nhân sự. Nhóm lao động từ 25–40 tuổi cũng tăng từ 156 người lên 208 người và duy trì tỷ trọng cao nhất, dao động quanh mức 51,7–51,8%. Nhóm lao động trên 40 tuổi tăng nhẹ từ 27 người lên 30 người nhưng chiếm tỷ trọng thấp, chỉ khoảng 7,5–9,0%. Điều này phản ánh công ty đang tập trung xây dựng lực lượng lao động trẻ, năng động và phù hợp với môi trường kinh doanh có tính cạnh tranh cao.

Nhìn chung, cơ cấu nhân sự của FPT Telecom Đà Nẵng trong giai đoạn 2024–2026 có sự gia tăng cả về quy mô và chất lượng lao động. Doanh nghiệp đang có xu hướng trẻ hóa đội ngũ nhân sự và ưu tiên tuyển dụng nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao. Tuy nhiên, công ty cũng cần cân nhắc đến việc duy trì sự cân bằng về giới tính và đa dạng nguồn nhân lực nhằm tạo nền tảng phát triển ổn định và bền vững trong thời gian tới.

– **Phòng ban:** Cơ cấu nhân sự phân theo phòng ban cho thấy sự phân bổ nguồn nhân lực tập trung chủ yếu tại các bộ phận trực tiếp phục vụ hoạt động kinh doanh và vận hành của doanh nghiệp. Phòng Kỹ thuật có số lượng nhân sự lớn nhất, tăng từ 122 người (2024) lên 144 người (2025) và đạt 162 người (2026), chiếm khoảng 40,3–40,9% tổng số lao động. Tiếp theo là Phòng Kinh doanh với số lượng nhân sự tăng từ 108 người lên 144 người, duy trì tỷ trọng ổn định khoảng 35,8%. Điều này cho thấy công ty đang ưu tiên nguồn lực cho các bộ phận tạo doanh thu và đảm bảo chất lượng dịch vụ.

Phòng Chăm sóc khách hàng cũng ghi nhận xu hướng tăng từ 38 người (2024) lên 53 người (2026), chiếm 13,18% tổng số lao động năm 2026, phản ánh sự quan tâm của doanh nghiệp đối với việc nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng. Phòng Nhân sự tăng nhẹ từ 18 người lên 24 người, duy trì tỷ trọng gần 6%. Phòng

Marketing có số lượng nhân sự thấp nhưng có tốc độ tăng trưởng tương đối cao, từ 5 người năm 2024 lên 8 người năm 2026.

Đối với Phòng Kế toán và các bộ phận khác như bảo vệ, tạp vụ, số lượng nhân sự không có nhiều biến động trong giai đoạn nghiên cứu. Điều này cho thấy công ty duy trì quy mô ổn định đối với các bộ phận hỗ trợ nhằm đảm bảo hoạt động nội bộ diễn ra hiệu quả.

Nhìn chung, cơ cấu nhân sự theo phòng ban của FPT Telecom Đà Nẵng được phân bổ hợp lý, tập trung chủ yếu vào các bộ phận trực tiếp tạo ra doanh thu và hỗ trợ vận hành. Sự gia tăng nhân sự ở các phòng Kinh doanh, Kỹ thuật và Chăm sóc khách hàng phản ánh định hướng mở rộng quy mô hoạt động và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thời gian tới.

2.3.3. Tài chính

Bảng 2.3: Bảng cân đối kế toán – nguồn vốn của FPT Telecom Đà Nẵng

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Chỉ tiêu	ĐVT	NĂM 2023	NĂM 2024	NĂM 2025	NĂM 2024/2023		NĂM 2025/2024	
					Chênh lệch	Tỷ lệ	Chênh lệch	Tỷ lệ
Tài sản ngắn hạn	Tỷ đồng	11,58	15,27	16,934	3,749	32.6%	1,677	11,0%
Tiền và các khoản tương đương tiền	Tỷ đồng	424	679	713	255	60.2%	34	5,0%
Đầu tư tài chính ngắn hạn	Tỷ đồng	8,652	11,377	12,379	2,725	31.5%	1.002	8,8%
Phải thu ngắn hạn	Tỷ đồng	1,447	1,815	2,153	368	25.5%	338	18,6%
Hàng tồn kho	Tỷ đồng	808	1,196	1,427	388	48.0%	231	19,3%
Tài sản ngắn hạn	Tỷ đồng	177	190	262	13	7.3%	72	38,1%
Tài sản dài hạn	Tỷ đồng	8,633	8,511	9,171	-122	-1.4%	660	7,8%
Các khoản phải thu dài hạn	Tỷ đồng	27	26	26	-1	-4.6%	0	1,1%
Tài sản cố định	Tỷ đồng	6,023	5,688	5,786	-335	-5.6%	98	1,7%
Tài sản dở dang dài hạn	Tỷ đồng	417	390	697	-27	-6.6%	307	78,8%
Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	Tỷ đồng	6	6	6	0	0.0%	0	-3,2%
Tài sản dài hạn khác	Tỷ đồng	2,159	2,401	2,656	242	11.2%	255	10,6%
Tổng tài sản	Tỷ đồng	20,141	23,768	26,105	3,627	18.0%	2.337	9,8%
Tổng nợ	Tỷ đồng	11,067	13,122	14,874	2,005	18.6%	1.752	13,4%
Nợ ngắn hạn	Tỷ đồng	11,028	13,000	14,681	1,972	17.9%	1.681	12,9%
Nợ dài hạn	Tỷ đồng	39	122	193	83	215.3%	71	58,7%
Vốn chủ sở hữu	Tỷ đồng	9,074	10,646	11,231	1,572	17.3%	585	5,5%
Vốn chủ sở hữu	Tỷ đồng	9,074	10,646	11,231	1,572	17.3%	585	5,5%
Tổng nguồn vốn	Tỷ đồng	20,141	23,768	26,105	3,627	18.0%	2.337	9,8%

Nhận xét : Dựa vào bảng cân đối kế toán – nguồn vốn tại FPT Telecom Đà Nẵng giai đoạn 2023 - 2025, có thể thấy tổng tài sản của đơn vị liên tục tăng trưởng mạnh mẽ, đạt mức 26.105 tỷ đồng vào năm 2025, tương ứng mức tăng 9,8% so với năm 2024. Sự gia tăng này chủ yếu đến từ tài sản ngắn hạn với tốc độ tăng trưởng ấn tượng 32,6% vào năm 2024, cho thấy khả năng thanh khoản và nguồn vốn lưu động của doanh nghiệp rất dồi dào. Đặc biệt, khoản đầu tư tài chính ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn và tăng đều qua các năm, phản ánh chiến lược sử dụng vốn linh hoạt và hiệu quả. Về cơ cấu nguồn vốn, tổng nợ phải trả có xu hướng gia tăng song hành cùng quy mô tài sản, đạt 14.874 tỷ đồng vào năm 2025. Trong đó, nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng chủ yếu, cho thấy doanh nghiệp tận dụng tốt nguồn tín dụng ngắn hạn để tài trợ cho hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, điểm đáng chú ý là nợ dài hạn có mức tăng đột biến lên đến 215,3% vào năm 2024, cho thấy đơn vị đang có những khoản đầu tư dài hạn hoặc tái cấu trúc nợ để phục vụ cho các dự án phát triển trong tương lai. Bên cạnh đó, vốn chủ sở hữu cũng ghi nhận sự tăng trưởng ổn định qua từng năm, tăng 17,3% (năm 2024) và tiếp tục tăng 5,5% (năm 2025). Điều này giúp đảm bảo tỷ lệ an toàn tài chính và củng cố năng lực nội tại của doanh nghiệp. Việc vốn chủ sở hữu đạt hơn 11.231 tỷ đồng vào cuối kỳ cho thấy đơn vị có nền tảng tài chính vững chắc, đủ khả năng đối ứng với các khoản nợ phải trả. Nhìn chung, doanh nghiệp đang duy trì một cơ cấu tài chính tích cực với quy mô vốn và tài sản mở rộng liên tục. Sự cân bằng giữa việc gia tăng nợ để tận dụng đòn bẩy tài chính và bồi đắp vốn chủ sở hữu cho thấy FPT Telecom Đà Nẵng đang có chiến lược quản trị nguồn vốn rất chủ động và ổn định, tạo tiền đề tốt cho các bước tăng trưởng tiếp theo.

2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025

Bảng 2.4 : Bảng kết quả hoạt động kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Chi tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/2023		Năm 2025/2024	
				Chênh lệch	Tỷ lệ	Chênh lệch	Tỷ lệ

Doanh thu từ hoạt động kinh doanh	15,806 tỷ đồng	17,610 tỷ đồng	19,507 tỷ đồng	1,804	11,40%	1.897	10,8%
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	3,035 tỷ đồng	3,633 tỷ đồng	4,349 tỷ đồng	598	19,70%	716	19,7%
Lợi nhuận trước thuế	3,042 tỷ đồng	3,588 tỷ đồng	4,364 tỷ đồng	546	17,90%	776	21,6%
Lợi nhuận sau thuế	2,434 tỷ đồng	2,861 tỷ đồng	3,486 tỷ đồng	427	17,60%	625	21,8%
Lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS)	4,344 tỷ đồng	3,412 tỷ đồng	4,150 tỷ đồng	-932	-21,45 %	738	21,6

Nhận xét : Dựa vào bảng phân tích kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2023 - 2025, có thể thấy tình hình tài chính của đơn vị đang có những chuyển biến tích cực:

- **Về Doanh thu:** Doanh thu từ hoạt động kinh doanh duy trì đà tăng trưởng ổn định qua các năm. Cụ thể, năm 2024 tăng 11,40% (tương ứng 1.804 tỷ đồng) so với năm 2023, và tiếp tục tăng thêm 1.897 tỷ đồng (10,8%) vào năm 2025. Điều này cho thấy quy mô hoạt động của chi nhánh không ngừng mở rộng.

- **Về Lợi nhuận:** Khả năng sinh lời của doanh nghiệp có sự bứt phá mạnh mẽ. Lợi nhuận sau thuế năm 2024 đạt 2.861 tỷ đồng (tăng 17,60%) và đạt đỉnh 3.486 tỷ đồng vào năm 2025 với tốc độ tăng trưởng ấn tượng 21,8%. Việc tốc độ tăng lợi nhuận sau thuế năm 2025 (21,8%) cao gấp đôi tốc độ tăng doanh thu (10,8%) chứng tỏ doanh nghiệp đã tối ưu hóa chi phí vận hành rất hiệu quả.

- **Về Lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS):** Chỉ số EPS có sự biến động đáng chú ý. Trong năm 2024, mặc dù lợi nhuận tăng nhưng EPS lại giảm -21,45% (giảm 932 tỷ

đồng). Tuy nhiên, sang năm 2025, EPS đã phục hồi mạnh mẽ với mức tăng 21,6%, tương đương tăng 738 tỷ đồng so với năm trước đó.

• **Đánh giá chung:** Nhìn chung, kết quả hoạt động kinh doanh của FPT Telecom Đà Nẵng trong 3 năm qua rất khả quan. Doanh nghiệp không chỉ tăng trưởng về mặt doanh thu mà còn cải thiện đáng kể hiệu quả quản trị, giúp lợi nhuận đạt mức tăng trưởng cao và ổn định vào năm cuối giai đoạn.

2.5. Thực trạng công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng

2.5.1. Giới thiệu đội ngũ nhân viên kinh doanh công ty

Trong bối cảnh thị trường viễn thông cạnh tranh ngày càng gay gắt hiện nay, năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp không chỉ phụ thuộc vào hạ tầng công nghệ mà phần lớn được quyết định bởi chất lượng nguồn nhân lực . Đối với FPT Telecom Đà Nẵng, đội ngũ nhân viên kinh doanh đóng vai trò rất quan trọng đối với công ty. Đây là lực lượng trực tiếp đi thị trường tìm kiếm khách hàng về cho công ty. Trên cơ sở đó, giới thiệu đội ngũ nhân viên kinh doanh từ năm 2024 – 2026 của Công ty Viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng.

Bảng 2.5 : Đội ngũ nhân viên kinh doanh trong 3 năm 2024 – 2026

Chỉ tiêu	2024	2025	2026	Chênh lệch 2025/2024	Chênh lệch 2026/2025
Trưởng phòng	5	6	7	1	1
Nhân viên kinh doanh cũ	72	78	92	6	14

Nhân viên kinh doanh mới	21	28	29	7	1
Thực tập sinh kinh doanh	10	14	16	4	2
TỔNG	108	126	144	18	18

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Qua bảng số liệu có thể thấy quy mô nhân sự của doanh nghiệp giai đoạn 2024–2026 có xu hướng tăng trưởng ổn định. Tổng số nhân sự tăng từ 108 người năm 2024 lên 126 người năm 2025 và đạt 144 người năm 2026, mỗi năm đều tăng thêm 18 người. Điều này cho thấy doanh nghiệp đang mở rộng hoạt động kinh doanh và có nhu cầu bổ sung nguồn nhân lực ngày càng lớn.

Trong cơ cấu nhân sự, lực lượng nhân viên kinh doanh cũ chiếm tỷ trọng cao nhất và tăng mạnh qua các năm, từ 72 người năm 2024 lên 92 người năm 2026. Điều này phản ánh doanh nghiệp chú trọng duy trì đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Bên cạnh đó, số lượng nhân viên kinh doanh mới cũng tăng từ 21 lên 29 người, cho thấy doanh nghiệp vẫn tích cực tuyển dụng nhân sự mới để đáp ứng nhu cầu mở rộng thị trường. Tuy nhiên, mức tăng năm 2026 chỉ tăng thêm 1 người so với năm 2025, chứng tỏ tốc độ tuyển mới có xu hướng chậm lại.

Số lượng trưởng phòng tăng đều qua các năm, từ 5 lên 7 người, cho thấy doanh nghiệp đang hoàn thiện bộ máy quản lý phù hợp với sự gia tăng quy mô nhân sự. Đồng thời, số lượng thực tập sinh kinh doanh cũng tăng từ 10 lên 16 người, thể hiện doanh nghiệp quan tâm đến việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực kế thừa.

Nhìn chung, bảng số liệu cho thấy tình hình nhân sự của doanh nghiệp phát triển theo hướng tích cực, đặc biệt tập trung vào bộ phận kinh doanh. Đây là cơ sở để doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, đồng thời đặt ra yêu cầu cần chú trọng hơn đến công tác đào tạo, quản lý và phát triển nguồn nhân lực trong thời gian tới.

2.5.2. Nhu cầu đào tạo

ĐVT : người

Đối tượng đào tạo	2024	2025	2026	Chênh lệch 2025/ 2024	Chênh lệch 2026/2025
Trưởng phòng kinh doanh	3	4	5	1	1
Nhân viên kinh doanh cũ	45	50	60	5	10
Nhân viên kinh doanh mới	21	28	29	7	1
Thực tập sinh kinh doanh	10	14	16	4	2
Tổng	79	96	110	17	14

Bảng 2.6 : Số lượng đào tạo trong 3 năm 2024 – 2026

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Trong giai đoạn 2024 – 2026, nhu cầu đào tạo nhân sự tại FPT Telecom có xu hướng tăng đều qua các năm. Điều này cho thấy công ty ngày càng chú trọng đến công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cũng như chất lượng phục vụ khách hàng trong bối cảnh thị trường viễn thông ngày càng cạnh tranh. Số lượng trưởng phòng kinh doanh tham gia đào tạo tăng từ 3 người năm 2024 lên 4 người năm 2025 và đạt 5 người vào năm 2026. Mức tăng tuy không lớn nhưng phản ánh sự quan tâm của công ty đối với việc nâng cao năng lực quản lý, kỹ năng lãnh đạo và khả năng điều hành cho đội ngũ quản lý cấp phòng, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ phận kinh doanh. Đối với nhân viên kinh doanh cũ, số lượng tham gia đào tạo tăng mạnh từ 45 người năm 2024 lên 50 người năm 2025 và đạt 60 người vào năm 2026. Đây là nhóm có số lượng đào tạo cao nhất trong các đối tượng tham gia đào tạo. Điều này cho thấy công ty đặc biệt chú trọng đến việc nâng cao

trình độ chuyên môn, kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng cho đội ngũ nhân viên hiện tại nhằm đáp ứng yêu cầu công việc ngày càng cao. Số lượng nhân viên kinh doanh mới được đào tạo cũng có xu hướng tăng qua các năm, từ 21 người năm 2024 lên 28 người năm 2025 và đạt 29 người năm 2026. Điều này phản ánh nhu cầu mở rộng nguồn nhân lực kinh doanh của công ty, đồng thời cho thấy công ty quan tâm đến công tác đào tạo hội nhập nhằm giúp nhân viên mới nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc và nắm bắt quy trình nghiệp vụ, số lượng thực tập sinh kinh doanh tham gia đào tạo tăng từ 10 người năm 2024 lên 14 người năm 2025 và đạt 16 người vào năm 2026. Qua đó cho thấy FPT Telecom đang chú trọng xây dựng nguồn nhân lực kế thừa, tạo điều kiện cho sinh viên thực tập tiếp cận môi trường làm việc thực tế và tích lũy kinh nghiệm chuyên môn.

Nhìn chung, tổng số lượng nhân sự tham gia đào tạo tăng từ 79 người năm 2024 lên 96 người năm 2025 và đạt 110 người vào năm 2026. Điều này cho thấy công ty ngày càng quan tâm đầu tư vào công tác đào tạo nguồn nhân lực nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên, đáp ứng nhu cầu phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

Mục đích của công tác xác định nhu cầu đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng là nhằm xác định những kiến thức, kỹ năng và năng lực mà nhân viên còn thiếu so với yêu cầu của vị trí công việc. Trên cơ sở đó, công ty xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với từng nhóm nhân viên kinh doanh, từ nhân viên mới đến nhân viên đang làm việc, bảo đảm nội dung đào tạo đáp ứng đúng nhu cầu thực tế. Xác định đúng nhu cầu đào tạo còn giúp nhân viên nâng cao kiến thức về sản phẩm, dịch vụ, kỹ năng tư vấn, chăm sóc khách hàng, kỹ năng xử lý tình huống và kỹ năng bán hàng, từ đó nâng cao hiệu quả thực hiện công việc, cải thiện doanh số, tăng tỷ lệ hoàn thành KPI và góp phần thực hiện mục tiêu kinh doanh của công ty. Đồng thời, hoạt động này cũng giúp doanh nghiệp sử dụng hiệu quả nguồn kinh phí đào tạo, tránh đào tạo chưa phù hợp với yêu cầu công việc hoặc không đúng đối tượng.

Phân tích doanh nghiệp

Hiện nay, FPT Telecom là một trong những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực viễn thông và công nghệ thông tin có tốc độ phát triển mạnh tại khu vực Đà Nẵng.

Với mục tiêu mở rộng thị trường và nâng cao chất lượng dịch vụ, công ty ngày càng chú trọng đến việc đầu tư và phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhân viên kinh doanh. Trong quá trình hoạt động, đội ngũ nhân viên kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc tìm kiếm khách hàng, tư vấn dịch vụ và góp phần nâng cao doanh thu cho công ty. Công ty tập trung đào tạo nhân viên kinh doanh nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng chăm sóc khách hàng để đáp ứng yêu cầu công việc ngày càng cao. Bên cạnh đó, trong môi trường cạnh tranh mạnh giữa các doanh nghiệp viễn thông hiện nay, việc đào tạo nhân viên kinh doanh là điều cần thiết để giúp công ty nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp đối với khách hàng. Công ty không chỉ đào tạo kiến thức về sản phẩm, dịch vụ mà còn chú trọng rèn luyện kỹ năng bán hàng, kỹ năng xử lý tình huống và tác phong làm việc chuyên nghiệp cho nhân viên.

Ngoài ra, FPT Telecom còn thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo cho nhân viên mới, nhân viên cũ và thực tập sinh nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đáp ứng nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh trong thời gian tới. Công ty ngày càng quan tâm đến công tác đào tạo nhân viên kinh doanh như một yếu tố quan trọng góp phần vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Phân tích yêu cầu công việc

Hiện nay, tại FPT Telecom, công tác đào tạo nhân viên kinh doanh đang được công ty đặc biệt chú trọng nhằm nâng cao hiệu quả làm việc và đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Nhân viên kinh doanh là bộ phận trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, thực hiện hoạt động tư vấn dịch vụ, tìm kiếm khách hàng mới và duy trì mối quan hệ với khách hàng hiện tại. Việc đào tạo nhân viên kinh doanh là yếu tố cần thiết giúp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.

Trong quá trình đào tạo, công ty tập trung trang bị cho nhân viên các kiến thức về sản phẩm, dịch vụ internet và truyền hình cũng như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết phục khách hàng và kỹ năng xử lý tình huống thực tế. Bên cạnh đó, nhân viên kinh doanh còn được đào tạo về quy trình làm việc, tác phong chuyên nghiệp và kỹ năng chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao chất lượng phục vụ.

Tuy nhiên, một số nhân viên kinh doanh vẫn còn hạn chế về kinh nghiệm thực tế, khả năng giao tiếp và kỹ năng xử lý tình huống phát sinh trong công việc. Do đó, công ty cần tiếp tục đẩy mạnh công tác đào tạo nhằm giúp nhân viên nâng cao trình độ chuyên môn, cải thiện kỹ năng bán hàng và đáp ứng tốt hơn yêu cầu công việc trong thời gian tới.

Phân tích nhu cầu cá nhân

Bên cạnh yêu cầu từ công việc, nhu cầu học tập và phát triển của nhân viên kinh doanh cũng là cơ sở quan trọng để FPT Telecom xây dựng các chương trình đào tạo phù hợp. Hiện nay, công ty đang tiến hành đào tạo nhân viên kinh doanh nhằm giúp nhân viên nâng cao kỹ năng nghiệp vụ, cải thiện hiệu quả làm việc và phát triển cơ hội nghề nghiệp trong tương lai.

Đối với nhân viên kinh doanh cũ, nhu cầu đào tạo chủ yếu tập trung vào việc cập nhật kiến thức sản phẩm, nâng cao kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng. Việc đào tạo thường xuyên giúp nhân viên cải thiện hiệu quả bán hàng, nâng cao khả năng giao tiếp và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Đối với nhân viên kinh doanh mới, công ty đang đào tạo các kỹ năng cơ bản như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tìm kiếm khách hàng, kỹ năng tư vấn dịch vụ và quy trình làm việc tại doanh nghiệp. Điều này giúp nhân viên mới nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc và nâng cao hiệu quả công việc trong thời gian đầu.

Ngoài ra, đối với thực tập sinh kinh doanh, công ty cũng đang tạo điều kiện tham gia các chương trình đào tạo thực tế nhằm giúp sinh viên tích lũy kinh nghiệm, nâng cao kiến thức chuyên môn và phát triển kỹ năng nghề nghiệp. Qua đó góp phần xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cho doanh nghiệp trong tương lai.

2.5.3. Mục tiêu đào tạo

Để đáp ứng mục tiêu đào tạo nhân viên kinh doanh, Tại FPT Telecom Đà Nẵng, mục tiêu đào tạo hướng đến việc nâng cao năng lực chuyên môn và kỹ năng bán hàng cho đội ngũ nhân viên kinh doanh, qua đó góp phần cải thiện hiệu quả làm việc và thực hiện các chỉ tiêu doanh thu. Nhân viên được trang bị kiến thức về sản phẩm, dịch vụ

viễn thông, đồng thời được rèn luyện các kỹ năng quan trọng như tư vấn, thuyết phục khách hàng, chăm sóc khách hàng và xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình bán hàng. Mục tiêu đào tạo cũng được xác định phù hợp với từng nhóm đối tượng. Nhân viên mới cần được hỗ trợ làm quen với môi trường làm việc, nắm vững kiến thức cơ bản và quy trình bán hàng. Đối với nhân viên có kinh nghiệm, mục tiêu đào tạo tập trung vào việc phát triển kỹ năng nâng cao, hướng tới khả năng đảm nhận các vị trí quản lý hoặc trưởng nhóm kinh doanh

Mục tiêu chung: Để đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững, FPT Telecom Chi nhánh Đà Nẵng đặt mục tiêu phát triển nguồn nhân lực khối kinh doanh có năng lực chuyên môn tốt, khả năng chịu đựng áp lực công việc cao, và sẵn sàng đối mặt với những thách thức trong môi trường cạnh tranh khốc liệt của thị trường viễn thông. Nhiệm vụ về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực sẽ được cải tiến nhằm phát huy những thành công đã đạt được, đồng thời khắc phục những điểm yếu trong các khóa đào tạo trước. Qua đó, nâng cao chất lượng đội ngũ kinh doanh và đóng góp vào việc triển khai các mục tiêu chiến lược, tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng.

Mục tiêu cụ thể: FPT Telecom Chi nhánh Đà Nẵng sẽ tích cực triển khai các chương trình đào tạo thực chiến nội bộ và kết hợp với các chuyên gia để nâng cao trình độ, kỹ năng bán hàng của đội ngũ nhân viên kinh doanh. Các khóa đào tạo này nhằm giúp nhân viên mới nhanh chóng rút ngắn thời gian thử việc từ 2 tháng xuống 1 tháng, sớm đạt KPI doanh số và thích ứng với sự đổi mới liên tục của các dòng sản phẩm công nghệ (Internet, FPT Play, Camera). Thông qua việc phát triển các kỹ năng và kiến thức, chi nhánh mong muốn nhân viên không chỉ hoàn thành tốt chỉ tiêu kinh doanh được giao mà còn sáng tạo trong việc tìm kiếm khách hàng và tối ưu hóa doanh thu.

Mục tiêu cụ thể với các nhóm nhân viên :

Đối với trưởng phòng kinh doanh: Mục tiêu của các khóa đào tạo là bổ sung và nâng cao kiến thức, kỹ năng về quản lý nhân sự , nhằm giúp các cán bộ quản lý có đủ năng lực, trình độ và phẩm chất lãnh đạo để quản lý hiệu quả các hoạt động phát triển thị trường của chi nhánh. Các khóa đào tạo sẽ giúp các nhà quản lý không chỉ duy trì được chất lượng dịch vụ, thúc đẩy chỉ tiêu doanh số của phòng mà còn nâng cao khả năng điều phối đội nhóm, quản trị hạ tầng băng rộng và đưa ra các quyết định chiến lược trong môi trường thay đổi nhanh chóng của ngành viễn thông.

Đối với nhân viên kinh doanh mới: Nhân viên mới tham gia khóa đào tạo hội nhập tại chi nhánh. Nhân viên sẽ được giới thiệu tổng quan về lịch sử hình thành, tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi của công ty, cũng như các quy định nội bộ, quy trình bán hàng. Mục tiêu cuối cùng giúp nhân viên mới hiểu rõ quy trình làm việc, và biết cách phối hợp với bộ phận kỹ thuật, nhanh chóng chốt được hợp đồng đầu tiên trong những tháng đầu làm việc.

Đối với nhân viên kinh doanh cũ: Đối với nhân viên đang làm việc tại FPT Telecom Chi nhánh Đà Nẵng, khóa đào tạo giúp các nhân viên cũ cải thiện hiệu suất cũ bán hàng và đồng thời cập nhật kiến thức khi công ty cho ra sản phẩm mới, tính năng công nghệ mới. Nội dung đào tạo tập trung đào tạo vào việc xử lý tình huống khi khách hàng so sánh giá, cách tư vấn kèm thêm các sản phẩm khác của công ty để tăng doanh thu. Qua đó không chỉ giúp nhân viên nâng cao hiệu quả làm việc mà còn tăng doanh thu cá nhân.

Đối với thực tập sinh kinh doanh: Thực tập sinh tham gia khóa đào tạo thực tế tại các phòng ban. Sinh viên sẽ được giới thiệu tổng quan về văn hóa doanh nghiệp, các dòng sản phẩm dịch vụ cơ bản và quy trình tiếp cận khách hàng tại địa bàn. Qua đó, thực tập sinh có thể hiểu rõ môi trường áp lực thực tế, nắm bắt các kỹ năng tìm kiếm khách hàng, giao tiếp và xử lý tình huống cơ bản nhất. Đào tạo thực địa cũng giúp thực tập sinh ứng dụng lý thuyết vào thực tiễn, tăng cường sự tự tin khi cọ xát với thị trường, từ đó nhanh chóng tích lũy kinh nghiệm và chuẩn bị hành trang trở thành nhân viên chính thức.

2.5.4. Triển khai kế hoạch đào tạo

2.5.4.1. Lựa chọn đối tượng đào tạo

Tại FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng, đối tượng đào tạo được phân loại thành các nhóm chính là trưởng phòng kinh doanh, nhân viên kinh doanh mới, nhân viên kinh doanh cũ và thực tập sinh kinh doanh. Việc phân chia đối tượng đào tạo dựa trên vị trí công việc, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc và yêu cầu thực hiện nhiệm vụ của từng cá nhân nhằm đảm bảo nội dung đào tạo phù hợp với từng nhóm đối tượng.

Đối tượng đào tạo tại FPT Telecom Đà Nẵng

Trưởng phòng kinh doanh:

Đây là nhóm đối tượng giữ vai trò quản lý, điều hành và định hướng hoạt động kinh doanh của đơn vị, do đó yêu cầu đào tạo đối với nhóm này thường tập trung vào việc nâng cao năng lực quản lý và khả năng lãnh đạo. Nội dung đào tạo bao gồm kỹ năng lập kế hoạch kinh doanh, kỹ năng quản lý và phân công công việc, kỹ năng đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên, kỹ năng ra quyết định và kỹ năng xây dựng chiến lược phát triển đội nhóm. Ngoài các nội dung liên quan đến quản lý, chương trình đào tạo còn chú trọng đến việc nâng cao kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đàm phán và xử lý tình huống phát sinh trong quá trình làm việc.

Nhân viên kinh doanh mới:

Đây là nhóm đối tượng mới được tuyển dụng vào công ty. Nhân viên mới sẽ được đào tạo cơ bản giúp nhân viên nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc của công ty và nắm bắt được yêu cầu công việc trong thời gian ngắn nhất và tiếp theo là đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng xử lý tình huống trong quá trình tiếp xúc với khách hàng. Thông qua các chương trình đào tạo ban đầu, nhân viên có thể hiểu rõ hơn về quy trình bán hàng, cách tiếp cận khách hàng tiềm năng cũng như phương pháp xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Từ đó giúp nhân viên mới nhanh chóng nâng cao hiệu quả làm việc, giảm bớt thời gian làm quen công việc và đáp ứng tốt yêu cầu của doanh nghiệp.

Nhân viên kinh doanh cũ:

Đối với nhân viên đã có kinh nghiệm làm việc, công ty sẽ đề xuất đi đào tạo, hoặc những cá nhân có nhu cầu đào tạo để tăng kỹ năng chuyên môn, sẽ tập trung đào tạo nâng cao nhằm cập nhật kiến thức mới, cải thiện kỹ năng bán hàng, kỹ năng chăm sóc khách hàng và xử lý tình huống phát sinh trong quá trình làm việc. Nội dung đào tạo đối với nhóm nhân viên này thường tập trung vào việc cập nhật thông tin về sản phẩm, chính sách kinh doanh mới của công ty cũng như xu hướng phát triển của thị trường. Việc đào tạo thường xuyên giúp nhân viên nâng cao năng lực chuyên môn, tăng khả năng thích ứng với sự thay đổi của thị trường và cải thiện hiệu suất công việc.

Thực tập sinh kinh doanh:

Nhóm thực tập sinh được đào tạo nhằm giúp tiếp cận môi trường làm việc thực tế và làm quen với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nội dung tập trung đào tạo thường bao gồm kiến thức cơ bản về sản phẩm, quy trình bán hàng, kỹ năng giao tiếp

với khách hàng và các kỹ năng hỗ trợ công việc cần thiết. Thực tập sinh là nguồn nhân lực tiềm năng để công ty tuyển dụng trong tương lai. Việc đào tạo và hướng dẫn thực tế giúp thực tập sinh tích lũy kinh nghiệm, phát triển kỹ năng làm việc và nâng cao khả năng đáp ứng yêu cầu công việc sau khi tốt

2.5.4.2. Chương trình đào tạo

Bảng 2.7: Chương trình đào tạo phòng kinh doanh của công ty

Mục tiêu đào tạo	Đối tượng	Khoá đào tạo	Thời gian	Hình thức đào tạo	Địa điểm	Giảng viên/ Đơn vị đào tạo
Đào tạo hội nhập	Nhân viên kinh doanh mới, thực tập sinh kinh doanh	Nội quy, quy định và văn hoá FPT	10/03/2026	Kèm cặp, chỉ dẫn	Công ty FPT Telecom Đà Nẵng	Cán bộ phòng nhân sự
		Tổng quan về sản phẩm (internet, FPT Play,Camera)	11/03/2026	Kèm cặp, chỉ dẫn	Công ty FPT Telecom Đà Nẵng	Cán bộ phòng nhân sự
		Quy trình nghiệp vụ trên ứng	12/03/2026	Kèm cặp, chỉ dẫn	Công ty FPT	Trưởng phòng

		dụng Mobisale			Telecom Đà Nẵng	kinh doanh
		Kỹ năng giao tiếp và tư vấn khách hàng cơ bản	13/03/2026	Khoá đào tạo chuyên sâu	Công ty FPT Telecom Đà Nẵng	Giảng viên kỹ năng
		Kỹ năng tiếp cạnh địa bàn và tìm kiếm khách hàng thực tế	16/03- 23/03/2026	Kèm cặp, chỉ dẫn, hướng dẫn thực hành	Công ty FPT Telecom Đà Nẵng	Trưởng phòng kinh doanh
Đào tạo phát triển kỹ năng	Nhân viên kinh doanh cũ	Kỹ năng xử lý từ chối và thuyết phục cao	25/03/2026	Khoá đào tạo chuyên sâu	FPT Polytechnic	Chuyên gia đào tạo bán hàng
		Kỹ năng tư vấn giải pháp mạng cho nhóm khách hàng Doanh nghiệp	26/03/2026	Khoá đào tạo chuyên sâu	Công ty FPT Telecom Đà Nẵng	Giảng viên nội bộ
		Kỹ năng bán hàng qua mạng xã hội	27/03/2026	Hội nghị hội thảo	FPT Polytechnic	Chuyên gia

						Marketing Online
Đào tạo kỹ năng quản lý	Trưởng phòng kinh doanh	Nghệ thuật lãnh đạo	28/03-30/03/2026	Hội thảo chuyên đề	Văn phòng vùng 4 FPT	Chuyên gia quản trị doanh nghiệp
		Kỹ năng lập kế hoạch và phân bổ chỉ tiêu kinh doanh	31/03/2026	Khoá đào tạo chuyên sâu	Văn phòng vùng 4 FPT	Giám đốc kinh doanh
		Kỹ năng quản trị nhân sự và thúc đẩy động lực đội ngũ	01/04-03/4/2026	Gửi đi học các trường chính quy	Trung tâm đào tạo FPT (FTC)	Chuyên gia quản trị doanh nghiệp
		Giao tiếp và đàm phán với nhóm khách hàng lớn	04/04/2026	Hội nghị hội thảo	Văn phòng vùng 4 FPT	Giám đốc Chi nhánh Đà Nẵng

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được làm với nội dung sau đây : Mục tiêu đào tạo, đối tượng đào tạo, khoá đào tạo, thời gian, địa điểm, giảng viên – đơn vị đào tạo, ... với sự chủ động từ phía các phòng ban chịu trách nhiệm

trong khâu phân chia nhiệm vụ đã giúp chương trình có độ chi tiết cao, bảo đảm tiến độ vận hành trong thực tế.

Chương trình đào tạo nhân viên kinh doanh tại khách sạn được phân bố theo bốn đối tượng chính :

Đào tạo cho nhân viên mới, thực tập sinh: Đối với nhóm nhân viên kinh doanh mới và thực tập sinh kinh doanh, chương trình đào tạo chủ yếu tập trung vào nội dung hội nhập nhằm giúp nhân sự nhanh chóng làm quen với môi trường làm việc của công ty. Nội dung đào tạo bao gồm nội quy, quy định và văn hóa doanh nghiệp FPT, tổng quan về sản phẩm – dịch vụ của công ty như Internet, FPT Play, Camera và các dịch vụ liên quan. Đồng thời, nhân viên còn được hướng dẫn về quy trình nghiệp vụ trên hệ thống Mobisale, kỹ năng giao tiếp và tư vấn khách hàng cơ bản cũng như kỹ năng tiếp cận địa bàn và tìm kiếm khách hàng thực tế. Hình thức đào tạo chủ yếu được áp dụng là kèm cặp, hướng dẫn trực tiếp và kết hợp với các khóa đào tạo chuyên sâu nhằm nâng cao khả năng tiếp thu và vận dụng kiến thức vào thực tế công việc.

Đào tạo cho nhân viên cũ : đối với nhân viên kinh doanh đã có kinh nghiệm, chương trình đào tạo được thiết kế theo hướng nâng cao và phát triển kỹ năng chuyên môn. Nội dung đào tạo tập trung vào kỹ năng xử lý từ chối và thuyết phục khách hàng, kỹ năng tư vấn giải pháp mạng cho nhóm khách hàng doanh nghiệp và kỹ năng bán hàng thông qua các nền tảng mạng xã hội. Việc đào tạo được triển khai dưới hình thức hội thảo, khóa học chuyên sâu với sự tham gia của các chuyên gia đào tạo và giảng viên nội bộ nhằm nâng cao năng lực làm việc và khả năng thích ứng với xu hướng kinh doanh hiện nay.

Đào tạo trưởng phòng kinh doanh : Đối với trưởng phòng kinh doanh, chương trình đào tạo tập trung vào việc nâng cao năng lực quản lý và lãnh đạo đội ngũ. Nội dung đào tạo bao gồm nghệ thuật lãnh đạo, kỹ năng lập kế hoạch và phân bổ chỉ tiêu kinh doanh, kỹ năng quản trị nhân sự và thúc đẩy động lực làm việc cho đội nhóm, cùng với kỹ năng giao tiếp và đàm phán đối với các nhóm khách hàng lớn. Hình thức đào tạo được triển khai thông qua các hội thảo chuyên đề, khóa đào tạo chuyên sâu và chương trình đào tạo tại các trung tâm chuyên môn nhằm nâng cao năng lực quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh.

Đội ngũ giảng viên tham gia chương trình đào tạo tại Công ty FPT Telecom chỉ nhánh Đà Nẵng được lựa chọn dựa trên nội dung đào tạo và yêu cầu của từng nhóm đối tượng nhằm đảm bảo tính phù hợp và hiệu quả của chương trình. Giảng viên tham gia đào tạo bao gồm cán bộ phòng nhân sự, nhân viên kinh doanh, trưởng phòng kinh doanh, giảng viên nội bộ, giám đốc kinh doanh, giám đốc chi nhánh cùng các chuyên gia đào tạo bên ngoài.

Đối với các chương trình đào tạo hội nhập như nội quy, quy định và văn hóa doanh nghiệp, công tác giảng dạy chủ yếu do cán bộ phòng nhân sự đảm nhiệm nhằm giúp nhân sự mới hiểu rõ môi trường làm việc và định hướng phát triển tại công ty. Đối với nội dung đào tạo về sản phẩm, quy trình nghiệp vụ và kỹ năng bán hàng cơ bản, công ty sử dụng đội ngũ nhân viên kinh doanh có thành tích tốt và trưởng phòng kinh doanh trực tiếp hướng dẫn, chia sẻ kinh nghiệm thực tế trong quá trình làm việc.

Đối với các chương trình đào tạo chuyên sâu về kỹ năng bán hàng, kỹ năng marketing trực tuyến, kỹ năng quản trị và năng lực lãnh đạo, công ty phối hợp với các giảng viên nội bộ và chuyên gia bên ngoài như chuyên gia đào tạo bán hàng, chuyên gia Marketing Online và chuyên gia quản trị doanh nghiệp để triển khai chương trình đào tạo. Việc kết hợp giữa nguồn lực nội bộ và chuyên gia bên ngoài góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, đồng thời giúp người học tiếp cận kiến thức thực tế và các phương pháp làm việc hiệu quả.

Hiện nay, có hai hình thức đào tạo chính quy được áp dụng là đào tạo trong công việc và đào tạo ngoài công việc :

ĐVT: người

Hình thức đào tạo	2024	2025	2026
Đào tạo trong công việc	68	83	95
Kèm cặp chỉ bảo	68	83	95

Đào tạo ngoài công việc	11	13	15
Khoá đào tạo chuyên sâu	6	8	9
Gửi đi học các trường chính quy	1	1	1
Hội nghị hội thảo	4	4	5
TỔNG	79	96	110

Bảng 2.8: Hình thức đào tạo trong 3 năm 2024 – 2026

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Trong giai đoạn 2024–2026, số lượng nhân sự tham gia các hình thức đào tạo tại Công ty FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng có xu hướng tăng qua các năm, từ 79 người năm 2024 lên 96 người năm 2025 và đạt 110 người vào năm 2026. Điều này cho thấy công ty ngày càng chú trọng đến công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên và đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp.

Đối với hình thức đào tạo trong công việc, số lượng nhân sự tham gia tăng từ 68 người năm 2024 lên 83 người năm 2025 và đạt 95 người vào năm 2026. Trong đó, hình thức kèm cặp, chỉ bảo chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng đều qua các năm. Điều này cho thấy công ty ưu tiên sử dụng hình thức đào tạo trực tiếp tại nơi làm việc nhằm giúp nhân viên tiếp cận nhanh với công việc thực tế, học hỏi kinh nghiệm từ người hướng dẫn và nâng cao hiệu quả làm việc trong thời gian ngắn.

Đối với đào tạo ngoài công việc, số lượng người tham gia cũng có xu hướng tăng từ 11 người năm 2024 lên 13 người năm 2025 và đạt 15 người vào năm 2026. Trong đó, số lượng nhân sự tham gia các khóa đào tạo chuyên sâu tăng từ 6 người lên 9 người, còn hình thức hội nghị, hội thảo tăng từ 4 người lên 5 người. Riêng hình thức gửi đi học tại các trường chính quy được duy trì ổn định ở mức 1 người qua các năm, cho thấy công ty vẫn tạo điều kiện cho nhân viên nâng cao trình độ chuyên môn nhưng số lượng còn

hạn chế. Công ty đang ưu tiên hình thức đào tạo trong công việc do tính linh hoạt, khả năng áp dụng thực tế cao và phù hợp với đặc điểm công việc kinh doanh. Đồng thời, việc kết hợp giữa đào tạo trong và ngoài công việc góp phần nâng cao kiến thức, kỹ năng và năng lực chuyên môn của đội ngũ nhân viên, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2.5.5. Chi phí đào tạo nhân viên

Bảng 2.9 : Chi phí đào tạo của Công ty giai đoạn 2024 – 2026

ĐVT: triệu đồng

Hạng mục chi phí	2024	2025	2026
Chi phí thuê giảng viên, chuyên gia	35	45	55
Chi phí tài liệu học tập, giáo trình	8	10	12
Chi phí thuê địa điểm đào tạo bên ngoài	12	15	20
Chi phí di chuyển, công tác phí	12	15	22
Chi phí trang thiết bị, dụng cụ hỗ trợ	5	6	8
Tổng cộng	75	94	117

(Nguồn : Phòng nhân sự công ty FPT Telecom Đà Nẵng)

Trong giai đoạn 2024–2026, tổng chi phí đào tạo của Công ty FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng có xu hướng tăng liên tục qua các năm, từ 75 triệu đồng năm 2024 lên

94 triệu đồng năm 2025 và đạt 117 triệu đồng vào năm 2026. Mức tăng lần lượt là 19 triệu đồng, tương ứng 25,3% trong giai đoạn 2024–2025 và 23 triệu đồng, tương ứng 24,5% trong giai đoạn 2025–2026. Điều này cho thấy công ty ngày càng chú trọng đầu tư cho hoạt động đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đáp ứng yêu cầu phát triển trong từng giai đoạn.

Chi phí thuê giảng viên và chuyên gia chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu chi phí đào tạo và tăng đều qua các năm, từ 35 triệu đồng năm 2024 lên 45 triệu đồng năm 2025 và đạt 55 triệu đồng năm 2026. Sự gia tăng này phản ánh nhu cầu sử dụng đội ngũ giảng viên, chuyên gia có trình độ chuyên môn và kinh nghiệm thực tiễn nhằm nâng cao chất lượng các chương trình đào tạo.

Chi phí tài liệu học tập và giáo trình tăng từ 8 triệu đồng năm 2024 lên 10 triệu đồng năm 2025 và đạt 12 triệu đồng vào năm 2026, cho thấy công ty chú trọng bổ sung và cập nhật nội dung đào tạo phù hợp với yêu cầu công việc. Chi phí thuê địa điểm đào tạo bên ngoài tăng từ 12 triệu đồng lên 20 triệu đồng, thể hiện xu hướng mở rộng các chương trình đào tạo chuyên sâu và đa dạng hóa hình thức đào tạo.

Chi phí di chuyển và công tác phí tăng từ 12 triệu đồng năm 2024 lên 22 triệu đồng năm 2026, phản ánh sự gia tăng về số lượng nhân viên tham gia các hoạt động đào tạo. Chi phí trang thiết bị và dụng cụ hỗ trợ cũng tăng từ 5 triệu đồng lên 8 triệu đồng, thể hiện sự đầu tư về cơ sở vật chất nhằm phục vụ tốt hơn cho quá trình đào tạo.

Nhìn chung, các khoản mục chi phí đều có xu hướng tăng qua các năm, cho thấy công ty đang quan tâm nhiều hơn đến công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, từ đó góp phần nâng cao năng lực chuyên môn và hiệu quả làm việc của đội ngũ nhân viên.

2.5.6. Đánh giá kết quả đào tạo

Hiện nay, việc đánh giá kết quả đào tạo tại công ty được thực hiện thông qua một số hình thức sau:

Đánh giá kết quả học tập của học viên : Đối với các khóa đào tạo hội nhập, đào tạo sản phẩm hoặc đào tạo kỹ năng bán hàng, nhân viên kinh doanh thường thực hiện bài kiểm tra cuối khóa hoặc bài thực hành theo các tình huống bán hàng thực tế. Ngoài kết quả kiểm tra, giảng viên và quản lý trực tiếp còn đánh giá mức độ tham gia học tập, tinh thần

hợp tác, khả năng tiếp thu và vận dụng kiến thức của học viên trong suốt quá trình đào tạo.

Đánh giá mức độ hài lòng sau khóa học : Sau mỗi khóa đào tạo, bộ phận nhân sự phối hợp với quản lý trực tiếp trao đổi và ghi nhận ý kiến phản hồi của học viên về chương trình đào tạo. Nội dung phản hồi chủ yếu liên quan đến mức độ phù hợp của nội dung học, khả năng áp dụng vào công việc, chất lượng giảng viên và công tác tổ chức. Trên cơ sở đó, công ty xem xét điều chỉnh chương trình đào tạo cho phù hợp với nhu cầu thực tế.

Đánh giá hiệu quả sau đào tạo trong quá trình làm việc : Sau khi nhân viên quay trở lại công việc, trưởng nhóm kinh doanh hoặc quản lý trực tiếp tiếp tục theo dõi khả năng áp dụng kiến thức đã được đào tạo thông qua kết quả thực hiện công việc. Một số tiêu chí được xem xét gồm kỹ năng tư vấn khách hàng, kỹ năng xử lý từ chối, khả năng giới thiệu sản phẩm, tỷ lệ chốt hợp đồng, doanh số bán hàng và mức độ hoàn thành chỉ tiêu được giao. Đây là cơ sở để đánh giá mức độ chuyển hóa kiến thức từ đào tạo vào thực tế công việc.

- **Ưu điểm** : Sau mỗi khóa học thì công ty đều đưa ra các câu hỏi liên quan tới phản ứng của người học sau mỗi khóa học nhằm quan tâm học viên: họ học được những gì sau khóa học, những kiến thức đó sẽ ảnh hưởng thế nào tới công ty.

Công ty cũng có các phương pháp đánh giá khác nhau cho từng hình thức đào tạo chứ không áp dụng một cách đánh giá cứng nhắc. Việc đánh giá kết quả đào tạo của công ty cũng tạo động lực cho học viên, Vì vậy có thể nói đánh giá kết quả đào tạo cũng tạo động lực cho nhân viên trong công ty. Sau khi đào tạo nhân viên có thể được đề bạt, chuyển chuyển tới những vị trí tốt hơn, để phù hợp với năng lực cũng như khả năng của mình.

- **Nhược điểm:**

- + Đánh giá kết quả còn chưa chính xác.
- + Chưa phản ánh được kết quả đào tạo của học viên.
- + Học viên chưa trả lời khách quan về quy trình học cũng như kết quả đạt được.

2.6. Đánh giá chung về công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại Công ty Viễn thông FPT Telecom – chi nhánh Đà Nẵng

2.6.1. Những kết quả đạt được

Hoạt động đào tạo là một hoạt động quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp. Đây chính là biện pháp hữu hiệu nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải thiện hiệu quả làm việc và tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom – chi nhánh Đà Nẵng có một số ưu điểm như sau:

- Đội ngũ nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng đã nắm bắt những kiến thức, kỹ năng và yêu cầu cần đạt trong từng giai đoạn đào tạo. Được đánh giá là có tinh thần học hỏi tốt, khả năng tiếp thu nhanh và vận dụng hiệu quả các kiến thức đã được đào tạo vào quá trình làm việc thực tế.
- Hệ thống cơ sở vật chất phục vụ đào tạo được công ty chú trọng đầu tư như phòng đào tạo, trang thiết bị trình chiếu, hệ thống mạng và tài liệu học tập nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình đào tạo nhân viên.
- Công ty đã ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác đào tạo thông qua các phần mềm quản lý, đào tạo trực tuyến và chia sẻ tài liệu nội bộ, góp phần nâng cao hiệu quả học tập và tiết kiệm thời gian đào tạo.
- Công tác tổ chức và quản lý đào tạo được thực hiện khá tốt, các chương trình đào tạo được triển khai đúng kế hoạch và phù hợp với nhu cầu công việc của nhân viên.

2.6.2. Những hạn chế

Bên cạnh những kết quả mà công ty đã đạt được, công tác đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được xem xét, tìm ra nguyên nhân và có biện pháp khắc phục nhằm hoàn thiện hơn trong thời gian tới. Công việc này không hề đơn giản, đòi hỏi sự quan tâm và nỗ lực từ phía ban lãnh đạo, bộ phận phụ trách đào tạo cũng như toàn thể nhân viên trong công ty.

- Các chương trình đào tạo tại công ty hiện nay còn nặng về lý thuyết, kéo dài không cần thiết và có nhiều nội dung không thực sự phù hợp với công việc của nhân viên.
- Một số chương trình đào tạo của công ty vẫn còn phụ thuộc nhiều vào giảng viên nội bộ hoặc giảng viên thuê ngoài mà chưa xây dựng được tiêu chí lựa chọn cụ

thể. Điều này có thể dẫn đến tình trạng giảng dạy còn nặng về lý thuyết, chưa gắn sát với thực tế bán hàng, chăm sóc khách hàng và xử lý tình huống của nhân viên kinh doanh. Do đó, việc hoàn thiện công tác lựa chọn giảng viên đào tạo là cần thiết nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.

- Hiện nay công tác dự tính chi phí đào tạo cho nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định. Các khoản chi phí như thuê chuyên gia huấn luyện kỹ năng Telesales hay mua bản quyền tài liệu đào tạo đôi khi chưa được chi tiết, dẫn đến việc sử dụng ngân sách thiếu sự linh hoạt. Việc phụ thuộc vào các đơn vị đào tạo bên ngoài thường phát sinh các chi phí về địa điểm và dịch vụ hậu cần, gây áp lực lên tổng ngân sách hoạt động của chi nhánh.
- Qua quá trình đào tạo cho thấy công tác đánh giá kết quả đào tạo vẫn còn một số hạn chế nhất định. Việc đánh giá hiện nay chủ yếu tập trung vào kết quả học tập ngay sau khóa học hoặc dựa vào nhận xét của người hướng dẫn, do đó chưa phản ánh đầy đủ hiệu quả thực tế của quá trình đào tạo. Công ty chưa có hệ thống tiêu chí đánh giá cụ thể để theo dõi mức độ vận dụng kiến thức và kỹ năng vào thực tế công việc sau đào tạo. Điều này gây khó khăn trong việc xác định chính xác hiệu quả của chương trình đào tạo cũng như năng lực của nhân viên sau khi tham gia học tập.

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY VIỄN THÔNG FPT TELECOM ĐÀ NẴNG

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Mục tiêu phát triển của công ty FPT TELECOM Đà Nẵng

Đến năm 2030, Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – Chi nhánh Đà Nẵng đặt ra các mục tiêu phát triển cụ thể nhằm khẳng định vị thế là doanh nghiệp viễn thông – công nghệ hàng đầu khu vực miền Trung, đóng góp tích cực vào quá trình chuyển đổi số toàn diện của thành phố Đà Nẵng.

Các mục tiêu chính bao gồm:

- Mở rộng thị phần dịch vụ Internet và truyền hình trả tiền, phấn đấu giữ vững vị trí top đầu về số lượng thuê bao và mức độ bao phủ hạ tầng tại khu vực.
- Phát triển mạnh các dịch vụ công nghệ số tích hợp, như: dịch vụ đám mây (FPT Cloud), giải pháp quản trị doanh nghiệp (FPT.eServices), dịch vụ bảo mật thông tin, camera giám sát thông minh, phù hợp với xu thế đô thị thông minh.
- Tăng trưởng doanh thu hàng năm ổn định từ 10–15%, trên cơ sở mở rộng tập khách hàng cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Nâng cao hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng, giảm tỷ lệ khách hàng rời mạng xuống dưới 5%/năm, nâng cao tốc độ xử lý yêu cầu và tỷ lệ khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ sau hỗ trợ.
- Đầu tư mở rộng hạ tầng viễn thông và số hóa quy trình quản lý nội bộ, tăng cường năng lực vận hành tự động, tiết kiệm chi phí và cải thiện chất lượng dịch vụ.
- Xây dựng văn hoá đoàn kết và lành mạnh: công ty đặt mục tiêu xây dựng một môi trường gắn kết, tôn trọng lẫn nhau và cùng hướng tới sự phát triển chung.

- Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, xây dựng đội ngũ nhân viên am hiểu công nghệ, có kỹ năng giao tiếp – tư vấn chuyên nghiệp, đáp ứng yêu cầu phát triển trong kỷ nguyên số. Thông qua các mục tiêu này, FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng hướng đến việc không chỉ là nhà cung cấp dịch vụ viễn thông mà còn trở thành đối tác chiến lược đồng hành cùng chính quyền và doanh nghiệp địa phương trong hành trình chuyển đổi số đến năm 2030.

3.1.2. Định hướng phát triển công tác đào tạo nhân viên kinh doanh của Công Ty FPT TELECOM Đà Nẵng

Trong bối cảnh thị trường viễn thông và dịch vụ số tại Đà Nẵng cạnh tranh ngày càng gay gắt, đội ngũ nhân viên kinh doanh chính là lực lượng trực tiếp tiếp cận khách hàng, đóng vai trò quyết định đến việc duy trì doanh thu và mở rộng thị phần của công ty. Nhận thức rõ điều đó, FPT Telecom Đà Nẵng xác định công tác đào tạo và phát triển đội ngũ kinh doanh là một nhiệm vụ chiến lược dài hạn. Công ty hướng tới việc xây dựng một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, am hiểu sâu sắc về sản phẩm công nghệ và có kỹ năng chăm sóc khách hàng toàn diện. Trong những năm tới đây, các chương trình đào tạo của công ty đã đề ra các định hướng như sau:

- Nâng cao năng lực và trình độ chuyên môn của nhân viên. Công ty hướng tới mục tiêu tất cả 100% từ nhân viên kinh doanh mới và nhân viên kinh doanh cũ, trưởng phòng, đều được đào tạo bài bản về thái độ, về kỹ năng, về kiến thức.

- Tận dụng lợi thế là một tập đoàn công nghệ, FPT Telecom Đà Nẵng định hướng xây dựng các kho bài giảng trực tuyến ngắn gọn điều này có thể giúp nhân viên kinh doanh có thể chủ động học tập mọi lúc, mọi nơi qua điện thoại, cập nhật nhanh các chính sách bán hàng, chương trình khuyến mãi mới mà không làm ảnh hưởng đến thời gian đi thị trường.

- Hợp tác với các cơ sở đào tạo và chuyên gia trong ngành để đào tạo chuyên sâu. công ty hướng tới liên kết với các các tổ chức đào tạo uy tín trong và ngoài nước nhằm cung cấp kiến thức hiện đại, xu hướng quốc tế về quản trị khách sạn, quản lý nhân sự, marketing dịch vụ và chuyển đổi số trong ngành công nghệ. Đồng thời, tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các khóa học nâng cao kỹ năng nghề, kỹ năng mềm, và kỹ năng lãnh đạo.

- Định hướng đào tạo lộ trình phát triển nghề nghiệp và giữ chân nhân sự. FPT Telecom Đà Nẵng xác định công tác đào tạo không chỉ nhằm mục đích giải quyết hiệu quả công việc trước mắt, mà còn là công cụ quan trọng để định hình lộ trình thăng tiến rõ ràng cho từng nhân viên kinh doanh. Chương trình đào tạo được thiết kế phân cấp minh bạch, giúp nhân sự thấy rõ hướng đi từ một nhân viên thử việc trở thành nhân viên chính thức, chuyên viên bán hàng cao cấp, hoặc phát triển lên các vị trí quản lý như Trưởng nhóm và Trưởng phòng kinh doanh. Việc gắn liền hoạt động đào tạo với cơ hội phát triển bản thân và gia tăng thu nhập chính là giải pháp bền vững để gắn kết nhân sự, giảm tỷ lệ biến động lao động của ngành sales viễn thông đồng thời xây dựng nguồn lực quản lý kế cận chất lượng cao cho chi nhánh trong tương lai.

3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đào tạo nhân viên kinh doanh của Công ty FPT TELECOM Đà Nẵng

3.2.1. Hoàn thiện chương trình đào tạo

Để nâng cao chất lượng đào tạo, FPT Telecom cần tập trung vào chương trình giảng dạy. FPT Telecom cần triển khai đồng bộ các giải pháp sau:

Chương trình đào tạo dành cho nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom cần được điều chỉnh theo hướng thực tế và phù hợp hơn với yêu cầu công việc. Hiện nay, một số chương trình đào tạo vẫn còn thiên về lý thuyết, thời lượng học kéo dài và chứa nhiều nội dung chưa thật sự cần thiết đối với nhân viên kinh doanh. Điều này làm giảm khả năng tiếp thu kiến thức, gây tâm lý mệt mỏi và ảnh hưởng đến hiệu quả đào tạo. Vì vậy, công ty cần tiến hành rà soát và điều chỉnh nội dung đào tạo nhằm giảm bớt các phần lý thuyết không cần thiết, đồng thời tập trung nhiều hơn vào các hoạt động thực hành. Nội dung đào tạo nên tập trung vào các kỹ năng phục vụ trực tiếp cho công việc như kỹ năng bán hàng, kỹ năng giao tiếp với khách hàng, kỹ năng xử lý tình huống, kỹ năng thuyết phục khách hàng và kiến thức về sản phẩm, dịch vụ của công ty. Việc xây dựng chương trình đào tạo sát với thực tế công việc sẽ giúp nhân viên dễ dàng áp dụng kiến thức vào quá trình làm việc, từ đó nâng cao hiệu quả công việc và chất lượng phục vụ khách hàng. Công ty nên giảm thời lượng học lý thuyết trong các khóa đào tạo và tăng cường các hoạt động thực hành tại doanh nghiệp hoặc tại các cơ sở đào tạo phù hợp. Việc này giúp nhân viên có cơ hội vận dụng những kiến thức đã học vào thực tế, nâng cao khả năng

xử lý công việc và tạo sự hứng thú trong quá trình học tập. Các hoạt động như xử lý tình huống, thảo luận nhóm, đóng vai khách hàng – nhân viên hoặc chia sẻ kinh nghiệm từ những nhân viên có thành tích tốt sẽ góp phần nâng cao hiệu quả đào tạo và giúp nhân viên chủ động hơn trong quá trình tiếp thu kiến thức. Thời lượng đào tạo cũng cần được sắp xếp hợp lý nhằm tránh gây áp lực và ảnh hưởng đến công việc hằng ngày của nhân viên. Các khóa học nên được thiết kế ngắn gọn, tập trung vào những nội dung trọng tâm và có kế hoạch đào tạo rõ ràng cho từng giai đoạn. Đối với những nội dung mang tính cập nhật thông tin hoặc kiến thức cơ bản, công ty có thể triển khai theo hình thức đào tạo trực tuyến để tiết kiệm thời gian và chi phí. Để phát triển chương trình đào tạo hiệu quả, công ty cần xây dựng quy chế khuyến khích tự học, đặc biệt là lãnh đạo.

Công ty cần thường xuyên khảo sát nhu cầu đào tạo của nhân viên để xác định những kỹ năng còn thiếu và xây dựng chương trình phù hợp với từng vị trí công việc. Việc đánh giá hiệu quả sau đào tạo cũng cần được thực hiện nghiêm túc thông qua kết quả làm việc thực tế và ý kiến phản hồi của nhân viên nhằm kịp thời điều chỉnh chương trình đào tạo trong những lần tiếp theo. Điều này sẽ góp phần nâng cao chất lượng công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực của công ty trong thời gian tới.

3.2.2. Hoàn thiện công tác lựa chọn giảng viên đào tạo

Để nâng cao chất lượng đào tạo, FPT Telecom cần tập trung vào công tác lựa chọn giảng viên đào tạo. FPT Telecom cần triển khai đồng bộ các giải pháp sau :

Giảng viên là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng tiếp thu kiến thức và khả năng vận dụng vào thực tế công việc của nhân viên. Vì vậy, công ty cần xây dựng tiêu chí lựa chọn giảng viên phù hợp với từng nội dung đào tạo nhằm đảm bảo chương trình đào tạo đạt hiệu quả cao.

Đối với giảng viên nội bộ

Hạn chế

Qua nghiên cứu thực trạng công tác lựa chọn giảng viên đào tạo tại FPT Telecom Đà Nẵng, có thể thấy công ty đã tận dụng đội ngũ giảng viên nội bộ là các trưởng nhóm, quản lý và những nhân viên có nhiều kinh nghiệm thực tế để trực tiếp tham gia giảng dạy. Đây là lợi thế giúp nội dung đào tạo bám sát quy trình làm việc và tình huống phát sinh trong thực tế. Tuy nhiên, việc lựa chọn giảng viên vẫn còn một số hạn chế.

Đội ngũ giảng viên nội bộ tuy có chuyên môn nghiệp vụ và kinh nghiệm thực tiễn nhưng phần lớn chưa được đào tạo bài bản về kỹ năng giảng dạy và phương pháp sư phạm. Vì vậy, phương pháp truyền đạt giữa các giảng viên chưa thực sự thống nhất, một số buổi đào tạo còn thiên về chia sẻ kinh nghiệm, chưa kết hợp linh hoạt các phương pháp giảng dạy nhằm tăng tính tương tác và khả năng tiếp thu của học viên. Điều này có thể làm giảm hiệu quả của quá trình đào tạo, đặc biệt đối với các nhân viên mới hoặc nhân viên có ít kinh nghiệm.

Giải pháp

Để nâng cao chất lượng công tác lựa chọn giảng viên đào tạo, công ty cần xây dựng bộ tiêu chí lựa chọn giảng viên phù hợp với từng chương trình đào tạo. Đối với giảng viên nội bộ, nên ưu tiên lựa chọn những quản lý hoặc nhân viên có chuyên môn vững vàng, nhiều kinh nghiệm thực tế, có thành tích tốt trong công việc và có khả năng truyền đạt kiến thức hiệu quả. Bên cạnh năng lực chuyên môn, công ty cần chú trọng đến các tiêu chí như kỹ năng giao tiếp, khả năng hướng dẫn, xử lý tình huống và tạo sự tương tác với học viên trong quá trình giảng dạy.

Đồng thời, công ty nên tổ chức các khóa bồi dưỡng về kỹ năng giảng dạy, phương pháp sư phạm, kỹ năng thuyết trình và thiết kế bài giảng cho đội ngũ giảng viên nội bộ nhằm nâng cao chất lượng truyền đạt kiến thức. Sau mỗi khóa đào tạo, cần tiến hành đánh giá giảng viên thông qua các tiêu chí như nội dung giảng dạy, phương pháp truyền đạt, khả năng tương tác với học viên và mức độ đáp ứng mục tiêu đào tạo. Kết quả đánh giá sẽ là cơ sở để công ty lựa chọn, bồi dưỡng và xây dựng đội ngũ giảng viên nội bộ có chất lượng, góp phần nâng cao hiệu quả công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực tại FPT Telecom Đà Nẵng.

Đối với giảng viên thuê ngoài

Đối với giảng viên thuê ngoài, công ty cần có tiêu chí lựa chọn rõ ràng về trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc và phương pháp giảng dạy. Công ty nên ưu tiên những giảng viên có kinh nghiệm đào tạo trong lĩnh vực kinh doanh, bán hàng, chăm sóc khách hàng hoặc viễn thông nhằm đảm bảo nội dung đào tạo phù hợp với đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp. Trước khi lựa chọn giảng viên chính thức, công ty có thể tìm hiểu thông tin thông qua các khóa đào tạo trước, tham khảo ý kiến đánh giá hoặc tổ chức giảng thử để đánh giá khả năng truyền đạt và mức độ phù hợp với nhu cầu đào tạo.

của doanh nghiệp. Điều này sẽ giúp hạn chế tình trạng nội dung giảng dạy quá thiên về lý thuyết hoặc chưa sát với thực tế công việc của nhân viên kinh doanh.

Công ty cũng cần thường xuyên đánh giá chất lượng giảng dạy của cả giảng viên nội bộ và giảng viên thuê ngoài thông qua ý kiến phản hồi của nhân viên sau mỗi khóa học. Việc này sẽ giúp doanh nghiệp có cơ sở để lựa chọn đội ngũ giảng viên phù hợp, góp phần nâng cao chất lượng công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong thời gian tới.

3.2.3. Hoàn thiện công tác dự tính chi phí đào tạo

Để nâng cao chất lượng đào tạo, FPT Telecom cần tập trung vào công tác dự tính chi phí đào tạo. FPT Telecom cần triển khai đồng bộ các giải pháp sau :

Chi phí đào tạo tại FPT Telecom cần được xây dựng một cách cụ thể và hợp lý nhằm đảm bảo việc sử dụng ngân sách đào tạo đạt hiệu quả cao. Việc xác định đầy đủ các khoản chi phí trước khi triển khai chương trình đào tạo sẽ giúp công ty chủ động hơn trong quá trình tổ chức, đồng thời hạn chế tình trạng phát sinh những khoản chi không cần thiết gây ảnh hưởng đến ngân sách hoạt động của doanh nghiệp. Đối với các chương trình đào tạo thuê ngoài, công ty cần tìm hiểu và lựa chọn đơn vị đào tạo phù hợp với nhu cầu thực tế cũng như khả năng tài chính của doanh nghiệp. Trước khi quyết định hợp tác, công ty nên tham khảo nhiều đơn vị đào tạo khác nhau để so sánh về chất lượng chương trình, nội dung đào tạo và mức chi phí nhằm lựa chọn được phương án phù hợp nhất. Điều này sẽ giúp hạn chế tình trạng chi phí đào tạo quá cao nhưng hiệu quả mang lại chưa tương xứng.

Công ty cũng nên tăng cường tận dụng nguồn lực nội bộ để giảm bớt các khoản chi phí phát sinh. Những quản lý, trưởng nhóm hoặc nhân viên có kinh nghiệm và thành tích tốt có thể tham gia hướng dẫn, chia sẻ kinh nghiệm thực tế cho nhân viên mới. Việc tổ chức đào tạo nội bộ không chỉ giúp tiết kiệm chi phí thuê giảng viên mà còn giúp nội dung đào tạo sát với thực tế công việc hơn.

Hình thức đào tạo trực tuyến cũng cần được áp dụng đối với những nội dung phù hợp nhằm giảm bớt chi phí thuê địa điểm, in ấn tài liệu và các chi phí tổ chức lớp học. Công ty có thể xây dựng hệ thống tài liệu và bài giảng nội bộ để sử dụng cho nhiều khóa đào tạo khác nhau, góp phần tiết kiệm chi phí trong thời gian dài.

Công ty cần thường xuyên theo dõi và đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí đào tạo sau mỗi chương trình nhằm xác định mức độ phù hợp giữa chi phí bỏ ra và kết quả đạt được. Việc này sẽ giúp doanh nghiệp có cơ sở để điều chỉnh ngân sách đào tạo hợp lý hơn, đồng thời nâng cao hiệu quả của công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong thời gian tới.

3.2.4. Giải pháp hoàn thiện công tác đánh giá kết quả đào tạo

Hạn chế : Qua nghiên cứu thực trạng công tác đánh giá kết quả đào tạo tại FPT Telecom Đà Nẵng, có thể thấy công ty đã thực hiện đánh giá sau các khóa đào tạo nhằm kiểm tra mức độ tiếp thu của nhân viên. Tuy nhiên, hoạt động này vẫn còn một số hạn chế. Việc đánh giá hiện nay chủ yếu được thực hiện ngay sau khi kết thúc khóa học thông qua bài kiểm tra hoặc nhận xét của quản lý trực tiếp, trong khi chưa theo dõi thường xuyên khả năng vận dụng kiến thức và kỹ năng của nhân viên vào thực tế công việc sau đào tạo. Do đó, công ty chưa đánh giá đầy đủ hiệu quả lâu dài của chương trình đào tạo. công ty chưa xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá cụ thể cho từng chương trình đào tạo và từng nhóm đối tượng. Việc đánh giá chủ yếu dựa trên kết quả học tập và ý kiến nhận xét nên chưa phản ánh đầy đủ sự thay đổi về năng lực, kỹ năng và hiệu quả làm việc của nhân viên sau đào tạo. Điều này gây khó khăn trong việc xác định mức độ thành công của chương trình cũng như làm cơ sở để cải tiến nội dung đào tạo trong những lần tiếp theo.

Giải pháp: Để công tác đánh giá đạt hiệu quả cao, công ty cần thực hiện đánh giá ở nhiều giai đoạn khác nhau thay vì chỉ tập trung vào thời điểm kết thúc khóa học. Việc đánh giá nên được triển khai ngay sau khi chương trình đào tạo kết thúc và tiếp tục theo dõi sau một khoảng thời gian nhân viên quay lại làm việc thực tế. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp có cái nhìn đầy đủ hơn về mức độ tiếp thu kiến thức cũng như hiệu quả vận dụng vào công việc của nhân viên kinh doanh. Đối với giai đoạn đánh giá ngay sau khóa học, công ty có thể sử dụng bảng khảo sát hoặc phiếu đánh giá để thu thập ý kiến phản hồi từ học viên về nội dung chương trình, phương pháp giảng dạy, khả năng truyền đạt của giảng viên và mức độ phù hợp của khóa học đối với công việc thực tế. Những thông tin này sẽ giúp công ty xác định được chương trình đào tạo có đáp ứng nhu cầu học tập của nhân viên hay không, từ đó điều chỉnh nội dung và phương pháp đào tạo phù hợp hơn trong tương lai. Cùng với việc lấy ý kiến từ học viên, bộ phận phụ trách

đào tạo cũng cần theo dõi và tổng hợp kết quả của từng khóa học nhằm đánh giá mức độ hoàn thành mục tiêu đào tạo. Việc kết hợp nhiều nguồn thông tin khác nhau sẽ giúp quá trình đánh giá trở nên khách quan và chính xác hơn. Sau một khoảng thời gian nhân viên quay lại làm việc, công ty cần tiếp tục đánh giá khả năng áp dụng kiến thức và kỹ năng đã được đào tạo vào thực tế công việc. Việc đánh giá này có thể được thực hiện thông qua kết quả làm việc, năng suất lao động, kỹ năng giao tiếp với khách hàng, khả năng xử lý tình huống hoặc sự tiến bộ của nhân viên trong quá trình làm việc. Quản lý trực tiếp cũng có thể tham gia nhận xét và đánh giá để xác định mức độ thay đổi của nhân viên sau đào tạo.

Công ty nên kết hợp hoạt động đánh giá đào tạo với hệ thống đánh giá hiệu quả công việc định kỳ nhằm tạo sự đồng bộ trong quá trình quản lý nhân sự. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp theo dõi được sự tiến bộ của nhân viên mà còn tạo cơ sở để xây dựng các chương trình đào tạo phù hợp hơn với nhu cầu thực tế của từng bộ phận. Việc thực hiện tốt công tác đánh giá hiệu quả đào tạo sẽ góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh nền kinh tế số phát triển mạnh mẽ và thị trường viễn thông cạnh tranh ngày càng khốc liệt, nguồn nhân lực luôn được xem là yếu tố cốt lõi, quyết định sự sống còn và tăng trưởng bền vững của mọi doanh nghiệp. Đối với một đơn vị cung cấp dịch vụ công nghệ như FPT Telecom chi nhánh Đà Nẵng, đội ngũ nhân viên kinh doanh không chỉ đơn thuần làm nhiệm vụ thúc đẩy doanh số, mà còn là những đại sứ thương hiệu trực tiếp tiếp xúc, xây dựng niềm tin và mang những trải nghiệm dịch vụ tốt nhất đến với khách hàng. Chính vì vậy, việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua một quy trình đào tạo bài bản, thực chiến là yêu cầu cấp thiết mang tính chiến lược lâu dài.

Trong suốt thời gian thực tập và nghiên cứu thực tế tại FPT Telecom Đà Nẵng, em đã có cơ hội tiếp cận sâu sát, quan sát thực tế cách thức vận hành và triển khai các chương trình đào tạo của chi nhánh. Qua quá trình phân tích tình hình, em nhận thấy công ty đã có những bước đi rất đúng đắn khi xây dựng được một hệ thống đào tạo mang tính thực chiến cao, gắn liền lý thuyết với các kịch bản đi thị trường thực tế. Đặc biệt, mô hình kèm cặp nội bộ và sự quan tâm đầu tư mở rộng ngân sách qua các năm là những điểm sáng giúp lực lượng nhân sự mới nhanh chóng hội nhập. Tuy nhiên, song song với những kết quả đạt được, công tác đào tạo tại chi nhánh vẫn tồn tại một số điểm cần tiếp tục hoàn thiện, cụ thể như áp lực cân đối thời gian giữa việc học và chạy chỉ tiêu KPI của nhân sự, việc kiểm soát tỷ lệ hao hụt lao động sau đào tạo và sự cần thiết phải tối ưu hóa, số hóa các bài giảng trên nền tảng trực tuyến nhằm tăng tính chủ động cho người học. Với mục đích đóng góp một phần giải pháp khắc phục những hạn chế kể trên, đề tài khóa luận tốt nghiệp của em đã tập trung phân tích một cách khách quan thực trạng, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng đào tạo nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng. Từ nền tảng lý luận kết hợp với số liệu thực tế thu thập được, đề tài đã đề xuất một số nhóm giải pháp đồng bộ nhằm hoàn thiện nội dung, đổi mới phương pháp truyền đạt và nâng cao hiệu quả đánh giá sau đào tạo. Em hy vọng rằng những đề xuất mang tính đóng góp này sẽ phần nào hỗ trợ ban lãnh đạo công ty tối ưu hóa chi phí đầu tư, xây dựng được một đội ngũ chiến binh sales xuất sắc, nắm vững quy trình kiểm soát nghiệp vụ, từ đó góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh tổng thể và khẳng định vị thế dẫn đầu của FPT Telecom trên thị trường miền Trung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

STT	Loại tài liệu	
1	Sách tiếng việt	PGS.TS Nguyễn Văn Điềm, Quản Trị nguồn nhân lực,nhà xuất bản Đại Học Kinh Tế Quốc Dân
2	Sách tiếng việt	TH.S Lê Thị Quỳnh Anh, Giáo trình Quản Trị Nguồn Nhân Lực
3	Sách tiếng Việt	PGS.TS Nguyễn Ngọc Quân, Quản Trị nguồn nhân lực, nhà xuất bản, Đại Học Kinh Tế Quốc Dân
4	Sách tiếng Việt	PGS.TS Trần Kim Dung(2023), Quản trị nguồn nhân lực, NXB Tài Chính
5	Luận văn/khóa luận	Phạm Thị Thuỳ Trang (2020-2024), Khoá luận tốt nghiệp, “ Hoàn thiện công tác đào tạo nguồn nhân lực tại công ty TNHH tư vấn thương mại Khánh Linh”, Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng
6	Luận văn/khóa luận	Nguyễn Thị Kim Anh (2021-2025), Khoá luận tốt nghiệp, “ Hoàn thiện công tác đào tạo nguồn nhân lực tại khách sạn Mường Thanh Grand Đà Nẵng”, Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng
7	Báo cáo doanh nghiệp	Báo cáo phòng kế toán Công ty viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng
8	Báo cáo doanh nghiệp	Công ty viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng, Báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty viễn thông FPT Telecom Đà Nẵng năm 2023- 2025
9	Website	Các hình thức đào tạo trong doanh nghiệp Truy cập từ ; https://ocd.vn/dao-tao-la-gi-cac-hinh-thuc-dao-tao-cho-doanh-nghiep/

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI

Khai báo của Sinh viên về việc Sử dụng Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh có Trách nhiệm

Tôi, Hoàng Ngọc Anh, cam đoan rằng tôi đã sử dụng có trách nhiệm các công cụ Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh (GenAI) trong quá trình chuẩn bị Khóa luận này.

Bằng việc ký vào đơn này, tôi xác nhận các nội dung sau:

1. Khai báo sử dụng AI

Vui lòng cho biết bạn có sử dụng bất kỳ công cụ AI tạo sinh nào (ví dụ: ChatGPT, Gemini, v.v.) trong việc tạo ra bài làm này hay không:

- ☐ **Có**, tôi có sử dụng các công cụ AI trong bài đánh giá này.
- ☐ **Không**, tôi không sử dụng bất kỳ công cụ AI nào.

2. Chi tiết về việc sử dụng AI (Nếu bạn chọn "Có" ở trên)

- Các công cụ AI đã sử dụng:**

.....

.....

.....

- Mục đích sử dụng AI** (ví dụ: tìm ý tưởng, soạn thảo, tóm tắt, chỉnh sửa):

.....

.....

.....

- Các phần cụ thể có sự hỗ trợ của AI:**

.....

.....

.....

.....

.....

• Tôi xác nhận rằng tôi đã xem xét kỹ lưỡng và xác thực tất cả nội dung do AI tạo ra về tính chính xác, tính nguyên bản và sự phù hợp.

o □ Có

3. Liêm chính, Trách nhiệm Học thuật và Tuân thủ Đạo đức và Pháp luật

- Tôi chịu trách nhiệm hoàn toàn về nội dung của bài nộp này và xác nhận rằng AI chỉ được sử dụng như một công cụ hỗ trợ, không phải là tác giả chính cho bài làm của tôi.
- Tôi xác nhận rằng AI không được sử dụng để ngụy tạo, làm giả hoặc thao túng dữ liệu.
- Tôi đã đảm bảo rằng không có dữ liệu bí mật hoặc riêng tư nào được chia sẻ với các công cụ AI mà không có sự cho phép thích hợp.
- Tôi đã tuân thủ tất cả các yêu cầu pháp lý liên quan đến bảo vệ dữ liệu và sở hữu trí tuệ, đồng thời đã trích dẫn nguồn một cách thích hợp.
- Bài đánh giá này phản ánh nỗ lực trí tuệ cá nhân của tôi, và trách nhiệm đối với bài làm này hoàn toàn thuộc về cá nhân tôi.

Cam kết

- Tôi hiểu rằng bất kỳ sự thiếu tuân thủ nào đối với việc sử dụng AI có trách nhiệm, bao gồm việc không khai báo sử dụng AI hoặc trình bày sai sự thật, có thể dẫn đến việc Khóa luận tốt nghiệp của tôi bị từ chối mà không cần xem xét thêm.
- Bằng việc ký vào đơn này, tôi khẳng định rằng bài nộp này phản ánh trung thực bài làm của tôi và tôi đã tuân thủ các nguyên tắc sử dụng AI có trách nhiệm.

Chữ ký: _____ Ngày: _____