

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LƯƠNG THẾ VINH



NGUYỄN PHƯƠNG TÍNH

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN NHẪM NÂNG CAO
HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH TM DV
TRUYỀN THÔNG KIÊN GIANG

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8340101

TÓM TẮT ĐỀ ÁN THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH

Nam Định, tháng 09 năm 2025

Công trình được hoàn thành tại
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LƯƠNG THẾ VINH

Người hướng dẫn khoa học: TS. Trần Văn Thế

Chủ tịch hội đồng: PGS.TS Nguyễn Thừa Lộc

Phản biện: PGS.TS Nguyễn Quang Hồng

Thư Ký: TS. Chu Thế Mưu

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm đề án tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Lương Thế Vinh vào ngày 28 tháng 09 năm 2025.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Viện Sau đại học, Trường Đại học Lương Thế Vinh;
- Thư viện trường Đại học Lương Thế Vinh.

BÁO CÁO TÓM TẮT

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

I. PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tên đề tài: Ứng dụng công nghệ thông tin nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH TM DV Truyền Thông Kiên Giang.
2. Mục tiêu nghiên cứu: Đề án nhằm phân tích, đánh giá thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) tại Công ty TNHH TM DV Truyền Thông Kiên Giang, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm tăng cường hiệu quả quản lý, tối ưu quy trình, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu là hoạt động ứng dụng CNTT trong quản lý, điều hành, kinh doanh và marketing của Công ty TNHH TM DV Truyền Thông Kiên Giang. Phạm vi không gian: tại trụ sở công ty ở Rạch Giá, Kiên Giang; phạm vi thời gian: giai đoạn 2022–2024, định hướng 2025–2027.
4. Phương pháp nghiên cứu: Đề án sử dụng tổng hợp nhiều phương pháp, gồm: (1) Phân tích – tổng hợp tài liệu lý luận và thực tiễn; (2) Thống kê mô tả và so sánh số liệu tài chính, dữ liệu kinh doanh; (3) Khảo sát sơ cấp thông qua bảng hỏi với nhân viên và khách hàng; (4) Phương pháp chuyên gia để đánh giá tính khả thi của các giải pháp.

II. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

Công nghệ thông tin đóng vai trò then chốt trong quá trình chuyển đổi số, giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, cải thiện năng suất và mở rộng thị trường. Ứng dụng CNTT không chỉ giới hạn ở việc sử dụng phần mềm quản lý mà còn bao gồm chuyển đổi mô hình kinh doanh, khai thác dữ liệu, tự động hóa và số hóa toàn bộ quy trình vận hành.

Đối với doanh nghiệp truyền thông – marketing như Công ty Kiên Giang, CNTT góp phần tối ưu hóa các hoạt động truyền thông, quảng bá, quản trị khách hàng (CRM), đo lường hiệu quả chiến dịch và quản lý nhân sự. Thực tiễn tại Việt Nam cho thấy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang dần chuyển

dịch mạnh sang mô hình số, coi CNTT là công cụ cốt lõi trong chiến lược phát triển bền vững.

III. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CNTT TẠI CÔNG TY TNHH TM DV TRUYỀN THÔNG KIÊN GIANG

Công ty TNHH TM DV Truyền Thông Kiên Giang được thành lập năm 2022, hoạt động trong lĩnh vực truyền thông, tổ chức sự kiện, marketing doanh nghiệp, quảng cáo, quay phim, chụp ảnh, thiết kế website, bảo hộ thương hiệu và đào tạo nhân sự truyền thông. Với quy mô nhân sự trẻ, công ty đã có những bước đầu trong ứng dụng CNTT để hỗ trợ hoạt động kinh doanh.

1. Ứng dụng CNTT trong quản lý và điều hành: Công ty đã sử dụng phần mềm văn phòng (Google Workspace, Zalo OA, Excel) để quản lý dự án, nhân sự và báo cáo. Tuy nhiên, hệ thống quản lý còn rời rạc, chưa có phần mềm tổng thể (ERP).
2. Ứng dụng CNTT trong marketing và bán hàng: Doanh nghiệp khai thác mạnh các kênh Facebook, TikTok, Zalo và website để tiếp cận khách hàng. Công cụ chatbot và quản lý fanpage giúp tăng tương tác và tỷ lệ chốt đơn, nhưng vẫn thiếu hệ thống CRM chuyên biệt để quản lý vòng đời khách hàng.
3. Ứng dụng CNTT trong tài chính – kế toán: Sử dụng phần mềm kế toán phổ biến (MISA), tuy nhiên dữ liệu chưa được liên kết với hệ thống bán hàng và marketing, gây khó khăn trong việc đánh giá hiệu quả tổng thể.
4. Hiệu quả và hạn chế: Doanh thu công ty tăng từ 85 triệu năm 2022 lên 315 triệu năm 2024 (tăng trung bình 91%/năm). Tuy nhiên, năng suất lao động và hiệu quả quản lý còn hạn chế do thiếu hệ thống dữ liệu tập trung và nhân sự am hiểu CNTT.

IV. CÁC GIẢI PHÁP ỨNG DỤNG CNTT NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH

1. Giải pháp về quản lý điều hành: Xây dựng hệ thống ERP tích hợp các chức năng quản lý nhân sự, tài chính, dự án và khách hàng trên nền tảng điện toán đám mây. ERP giúp công ty chuẩn hóa quy trình, giảm trùng lặp công việc và tăng tính minh bạch.

2. Giải pháp về marketing số: Đầu tư phát triển website chuẩn SEO, tối ưu hóa quảng cáo trên Facebook và Google; triển khai hệ thống phân tích dữ liệu marketing (Data Analytics) để theo dõi hiệu quả chiến dịch. Sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) hỗ trợ tạo nội dung truyền thông, dự báo xu hướng tiêu dùng.

3. Giải pháp về quản lý khách hàng (CRM): Xây dựng hệ thống CRM để quản lý dữ liệu khách hàng tập trung, theo dõi hành vi mua hàng và chăm sóc sau bán. CRM giúp cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, tăng khả năng giữ chân và mở rộng thị trường.

4. Giải pháp về nguồn nhân lực: Tổ chức đào tạo kỹ năng số cho nhân viên; áp dụng phần mềm chấm công – KPI trực tuyến; khuyến khích văn hóa đổi mới và học hỏi công nghệ mới.

5. Giải pháp về hạ tầng và bảo mật: Nâng cấp thiết bị phần cứng, hệ thống lưu trữ dữ liệu trên nền tảng điện toán đám mây; đảm bảo an toàn thông tin bằng việc áp dụng các công cụ bảo mật (VPN, xác thực đa lớp).

6. Giải pháp mở rộng thị trường: Tận dụng công cụ CNTT để triển khai chiến dịch truyền thông đa kênh, xây dựng thương hiệu trực tuyến, hợp tác với các đối tác trong khu vực ĐBSCL nhằm mở rộng dịch vụ sang Cần Thơ, An Giang và Hậu Giang.

V. HIỆU QUẢ DỰ KIẾN VÀ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN

Các giải pháp CNTT dự kiến giúp công ty tăng doanh thu 15–20%/năm, giảm chi phí vận hành 20–30 triệu VNĐ/năm, nâng cao năng suất 10–15%, tăng mức độ hài lòng khách hàng và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Điều kiện thực hiện bao gồm: cam kết đầu tư 10–15% ngân sách cho CNTT, đào tạo nhân sự công nghệ, hợp tác với chuyên gia triển khai hệ thống ERP và CRM, đồng thời duy trì cơ chế giám sát định kỳ để bảo đảm tiến độ và hiệu quả.

VI. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Đề án khẳng định vai trò của công nghệ thông tin trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, giúp Công ty TNHH TM DV Truyền Thông Kiên Giang phát triển bền vững trong thời kỳ chuyển đổi số. Các giải pháp đề xuất

không chỉ tập trung vào công nghệ mà còn hướng đến yếu tố con người, quy trình và thị trường – ba trụ cột của chuyển đổi số thành công.

Tác giả kiến nghị Công ty sớm triển khai các giải pháp công nghệ theo lộ trình, tăng cường hợp tác với các đơn vị công nghệ, và tiếp tục hoàn thiện mô hình quản trị số để đạt hiệu quả lâu dài.

.....**Hết**.....

Tác giả đề án
(Ghi rõ họ tên)



Nguyễn Phương Tính