

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

VŨ NGỌC CHIẾN

XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH
CỦA BƯU ĐIỆN TỈNH BẮC KẠN
GIAI ĐOẠN 2012 - 2020

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ

Thái Nguyên, năm 2013

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

VŨ NGỌC CHIẾN

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH
CỦA BƯU ĐIỆN TỈNH BẮC KẠN
GIAI ĐOẠN 2012 - 2020**

**Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ
Mã số: 60.34.04.10**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Giảng viên hướng dẫn khoa học: TS. HOÀNG THỊ THU

Thái Nguyên, năm 2013

LỜI CAM ĐOAN

Toàn bộ nội dung luận văn này là do tác giả tự nghiên cứu từ những tài liệu tham khảo, những việc làm thực tế của Bru điện tỉnh Bắc Kạn và làm theo hướng dẫn của cô giáo hướng dẫn khoa học theo quy định.

Bản thân tác giả tự thu thập thông tin và dữ liệu của Bru điện từ đó chọn lọc những thông tin cần thiết nhất để phục vụ cho đề tài.

Tác giả xin cam đoan với đề tài “*Xây dựng chiến lược kinh doanh của Bru điện tỉnh Bắc Kạn giai đoạn 2012-2020*” là không sao chép từ luận văn, luận án của ai. Các số liệu trong luận văn được sử dụng trung thực, kết quả nghiên cứu được trình bày trong luận văn này chưa từng được công bố tại bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả hoàn toàn chịu trách nhiệm về lời cam đoan của mình trước nhà trường và những quy định pháp luật.

Bắc Kạn, ngày 20 tháng 03 năm 2013

Người cam đoan

Vũ Ngọc Chiến

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên đã truyền đạt cho tôi kiến thức trong suốt những năm học ở trường.

Tôi xin chân thành cảm ơn Bưu điện tỉnh Bắc Kạn đã tạo điều kiện cho tôi trong quá trình thực hiện luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn TS. Hoàng Thị Thu đã tận tình hướng dẫn tôi hoàn thành tốt luận văn này.

Bắc Kạn, ngày 20 tháng 03 năm 2013

Tác giả luận văn

Vũ Ngọc Chiến

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	ix
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	x
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ	xi
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
2.1. Mục tiêu tổng quát	2
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	2
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận văn	3
5. Bố cục của luận văn	3
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHIẾN LƯỢC KINH DOANH ..	4
1.1. Cơ sở lý luận	4
1.1.1. Tổng quan về chiến lược kinh doanh	4
1.1.1.1. Những khái niệm cơ bản	4
1.1.1.2. Vai trò của chiến lược kinh doanh đối với doanh nghiệp.....	6
1.1.1.3. Phân loại chiến lược kinh doanh	7
1.1.2. Quy trình xây dựng chiến lược kinh doanh	11
1.2.1.1. Xác định nhiệm vụ hay sứ mệnh của doanh nghiệp	13
1.2.1.2. Xác định mục tiêu kinh doanh	14
1.1.3. Phân tích môi trường bên ngoài và bên trong doanh nghiệp	15

1.1.3.1. Phân tích môi trường bên ngoài	15
1.1.3.2. Phân tích môi trường bên trong	22
1.1.4. Thiết lập chiến lược kinh doanh.....	25
1.1.5. Các giải pháp thực hiện chiến lược kinh doanh.....	25
1.1.6. Đánh giá hiệu quả chiến lược kinh doanh.....	26
1.1.6.1. Nguyên tắc thẩm định và đánh giá chiến lược kinh doanh.....	26
1.1.6.2. Tiêu chuẩn thẩm định và đánh giá chiến lược kinh doanh	27
1.1.6.3. Lựa chọn và quyết định chiến lược kinh doanh.....	27
1.2. Cơ sở thực tiễn	28
1.2.1. Kinh nghiệm xây dựng chiến lược ngành bưu chính ở các nước	28
1.2.1.1. Tổng quan môi trường ngành bưu chính thế giới	28
1.2.1.2. Chiến lược phát triển kinh doanh của một số quốc gia trên thế giới .	28
1.2.2. Vận dụng kinh nghiệm xây dựng chiến lược kinh doanh cho Bưu điện tỉnh Bắc Kạn.....	32
1.2.2.1. Quan điểm phát triển.....	32
1.2.2.2. Định hướng phát triển	32
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	33
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	33
2.2. Khung phân tích hình thành chiến lược	33
2.2.1. Giai đoạn nhập vào.....	34
2.2.1.1. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài (EFE)	34
2.2.1.2. Ma trận hình ảnh cạnh tranh	35
2.2.1.3. Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong (IFE)	36
2.2.2. Giai đoạn kết hợp.....	36
2.2.3. Giai đoạn quyết định.....	37
2.3. Phương pháp nghiên cứu.....	38
2.3.1. Phương pháp thu thập số liệu.....	38

2.3.2. Phương pháp xử lý số liệu.....	38
2.3.3. Phương pháp phân tích thông tin	39
2.3.3.1. Phương pháp thông kê.....	39
2.3.3.2. Phương pháp phân tích dự báo.....	39
2.3.3.3. Phương pháp so sánh.....	39
2.3.3.4. Phương pháp ứng dụng lý thuyết hệ thống	39
2.3.3.5. Phương pháp phân tích tổng hợp	39
2.2.3.6. Phương pháp phân tích ma trận SWOT	40
2.4. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu	42
2.4.1. Chỉ tiêu về mạng lưới, nguồn nhân lực.....	42
2.4.2. Chỉ tiêu sản lượng, doanh thu, thị phần cung cấp dịch vụ các năm từ 2010-2012.....	42
2.4.3. Chỉ tiêu tài chính, tài sản, kết quả kinh doanh các năm từ 2010-2012.	43
2.4.4. Chỉ tiêu chiến lược của TCT BCVN và Bưu điện Bắc Kạn đến 2020 .	43
Chương 3: THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ XÂY	
DỰNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA BƯU ĐIỆN BẮC KẠN	44
3.1. Giới thiệu về Bưu điện Bắc Kạn	44
3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển.....	44
3.1.2. Chức năng, nhiệm vụ	44
3.1.3. Cơ cấu tổ chức và nguồn nhân lực.....	46
3.2. Mục tiêu và phạm vi kinh doanh của Bưu điện Bắc Kạn	49
3.2.1. Mục tiêu.....	49
3.2.1.1. Mục tiêu dài hạn.....	49
3.2.1.2. Mục tiêu cụ thể.....	50
3.2.2. Phạm vi hoạt động kinh doanh.....	51
3.3. Phân tích môi trường kinh doanh của Bưu điện Bắc Kạn	51
3.3.1. Môi trường vĩ mô	51

3.3.1.1. Chính sách kinh tế.....	51
3.3.1.2. Pháp luật về Bưu chính	55
3.3.1.3. Văn hóa xã hội	56
3.3.1.4. Sự phát triển của khoa học công nghệ	56
3.3.1.5. Yếu tố tự nhiên.....	57
3.3.2. Môi trường vi mô	57
3.3.2.1. Ngành Bưu chính tại Việt Nam và triển vọng phát triển	57
3.3.2.2. Ngành bưu điện tại Bắc Kạn	59
3.4. Phân tích nội bộ Bưu điện tỉnh Bắc Kạn.....	66
3.4.1. Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh.....	66
3.4.1.1. Nhân sự	66
3.4.1.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật.....	67
3.4.1.3. Tài chính.....	69
3.4.1.4. Công tác Marketing, nghiên cứu và phát triển	74
3.4.1.5. Hệ thống thông tin.....	75
3.4.2. Ma trận đánh giá nội bộ và mức độ quan trọng	76
3.4.2.1. Năng lực cốt lõi	76
3.4.2.2. Lợi thế cạnh tranh	77
3.4.2.3. Ma trận đánh giá nội bộ	77
3.5. Kết luận về chiến lược kinh doanh của Bưu điện tỉnh Bắc Kạn.....	79
3.5.1. Phân tích cơ hội và thách thức	79
3.5.1.1. Cơ hội.....	79
3.5.1.2. Thách thức.....	80
3.5.2. Phân tích điểm mạnh và điểm yếu	80
3.5.2.1. Điểm mạnh	80
3.5.2.2. Điểm yếu	81
3.5.3. Phân tích tổng hợp các yếu tố SWOT.....	82

3.5.4. Lựa chọn chiến lược kinh doanh.....	86
3.5.4.1. Lựa chọn chiến lược.....	86
3.5.4.2. Lý do lựa chọn chiến lược.....	86
3.5.4.3. Nội dung chiến lược.....	87
Chương 4: CÁC GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC.....	90
4.1. Quan điểm định hướng.....	90
4.1.1. Định hướng phát triển của VNpost và của Bưu điện tỉnh Bắc Kạn.....	90
4.1.1.1. Định hướng phát triển của VNpost.....	90
4.1.1.2. Định hướng phát triển của Bưu điện tỉnh Bắc Kạn.....	90
4.1.2. Định hướng về chiến lược kinh doanh của Bưu điện tỉnh Bắc Kạn.....	91
4.1.2.1 Sứ mệnh tầm nhìn.....	91
4.1.2.2. Định hướng chiến lược kinh doanh.....	92
4.1.2.4. Mục tiêu phát triển.....	92
4.2. Giải pháp thực hiện chiến lược.....	94
4.2.1. Giải pháp về đầu tư.....	94
4.2.2. Giải pháp về Marketing.....	95
4.2.2.1. Công tác nghiên cứu thị trường.....	95
4.2.2.2. Thiết kế hệ thống kênh phân phối.....	96
4.2.2.3. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến hỗn hợp.....	97
4.2.2.4. Công tác chăm sóc khách hàng.....	97
4.2.2.5. Tăng cường quảng bá thương hiệu.....	98
4.2.3. Giải pháp về tổ chức sản xuất.....	99
4.2.4. Ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác quản lý.....	99
4.2.5. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp.....	100
4.2.6. Giải pháp về nguồn nhân lực.....	101
4.2.6.1. Giải pháp về thu hút.....	101
4.2.6.2. Giải pháp về duy trì nguồn nhân lực.....	102

4.2.6.3. Giải pháp về đào tạo, phát triển	102
4.2.7. Lộ trình thực hiện chiến lược	102
4.3. Đề xuất và kiến nghị	103
4.3.1. Đối với Nhà nước	103
4.3.2. Đối với Tổng Công ty Bưu chính Việt Nam.....	104
KẾT LUẬN	105
TÀI LIỆU THAM KHẢO	107
PHỤ LỤC	108