

Tp.HCM ngày tháng 06 năm 2025

BÁO CÁO CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

I. Đánh giá kết quả hoạt động 2024

1. Đánh giá tổng quát

Thưa các quý vị cổ đông và toàn thể cán bộ nhân viên Công ty HPT,

Năm 2024 đánh dấu cột mốc đặc biệt trên hành trình phát triển của HPT – năm bản lề chuẩn bị cho dấu son 30 năm thành lập công ty vào tháng 01/2025. Trong suốt ba thập kỷ hình thành và phát triển, HPT đã không ngừng đổi mới để thích ứng với sự biến động của thị trường công nghệ, kiên định với mục tiêu phát triển bền vững, khẳng định bản lĩnh của một doanh nghiệp Việt Nam tiên phong trong lĩnh vực công nghệ thông tin và dịch vụ số.

Trong bối cảnh thế giới bước vào thời kỳ chuyển đổi số toàn diện với các đột phá về trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây, an toàn thông tin, HPT đã chủ động chuyển mình, nỗ lực phát huy các thế mạnh lõi về công nghệ và dịch vụ, đổi mới tư duy, nâng cao năng lực vận hành, mở rộng hợp tác. Năm 2024, HPT tăng tốc triển khai các chương trình hành động chiến lược, tạo dựng những giá trị khác biệt, nâng cao năng lực cạnh tranh và gia tăng hiệu quả hoạt động, tạo đà vững chắc cho bước ngoặt phát triển mới sau 30 năm.

Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2024 của Ban Tổng Giám đốc sẽ trình bày cụ thể các kết quả đạt được trong năm, phản ánh nỗ lực của Ban Điều hành nhằm quyết liệt thực hiện các chủ trương chiến lược của Hội đồng Quản trị (HĐQT). Báo cáo của HĐQT chỉ tập trung nêu bật những nội dung trọng tâm theo định hướng mục tiêu nhiệm vụ đã đề ra trong năm.

Năm 2024 khép lại với bức tranh kinh tế, công nghệ toàn cầu đầy biến động nhưng cũng mở ra nhiều cơ hội mới. Kinh tế thế giới tuy đã có dấu hiệu phục hồi nhẹ sau chuỗi năm tăng trưởng chậm, nhưng vẫn chịu áp lực lớn với những thách thức mang tính hệ thống: lạm phát kéo dài, lãi suất cao, nợ công phình to, và những căng thẳng địa chính trị chưa có dấu hiệu hạ nhiệt, đặc biệt là cuộc xung đột Nga – Ukraine kéo dài và những điểm nóng mới tại Trung Đông và Châu Á – Thái Bình Dương. Chuỗi cung ứng toàn cầu đứt gãy cục bộ, giá năng lượng, nguyên vật liệu và lương thực biến động khó lường, ảnh hưởng nhiều đến đầu tư và tiêu dùng. Trong khi đó, biến đổi khí hậu và các hiện tượng thời tiết cực đoan ngày càng gia tăng cường độ, đặt ra thách thức nghiêm trọng cho phát triển bền vững toàn cầu.

Trong bối cảnh đó, công nghệ thông tin và đổi mới sáng tạo tiếp tục giữ vai trò then chốt cho sự phát triển toàn cầu. Năm 2024 chứng kiến sự trỗi dậy mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo thế hệ mới – đặc biệt là AI tạo sinh (Generative AI) – không chỉ thay đổi mạnh mẽ cách doanh nghiệp vận hành, tương tác với khách hàng và tổ chức nguồn lực, mà còn tái định nghĩa các mô hình kinh doanh, sản xuất, quản trị và dịch vụ. Ngân sách đầu tư vào AI của doanh nghiệp đang ngày càng tăng cho thấy việc ứng dụng AI đang chuyển từ thử nghiệm sang mức cam kết nghiêm túc. Cùng với đó, những công nghệ như điện toán đám mây, dữ liệu lớn, bảo mật không gian mạng, nền tảng low-code/no-code, và tự động hóa thông minh tiếp tục lan tỏa sâu rộng vào mọi lĩnh vực, tạo động lực mới cho làn sóng số hóa toàn cầu.

Trước tình hình thế giới có nhiều diễn biến phức tạp, khó lường, Chính phủ Việt Nam đã chỉ đạo kịp thời các giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đảm bảo ổn định vĩ mô, ứng phó với áp lực lạm phát, tập trung tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp và cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh. Năm 2024, nền kinh tế Việt Nam đạt được tăng trưởng mạnh mẽ, với GDP đạt 476,3 tỷ USD (đạt 7,09%, vượt chỉ tiêu 6,5 - 7% do Quốc hội đặt ra), đứng thứ 33 thế giới. Lạm phát được kiểm soát dưới 4% và các cân đối lớn của nền kinh tế được đảm bảo. Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia tăng trưởng cao nhất trong khu vực, lọt top 20 nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất thế giới.

Riêng đối với ngành Thông tin & Truyền thông, tại Hội nghị Tổng kết công tác năm 2024 và triển khai nhiệm vụ năm 2025, doanh thu toàn ngành Thông tin & Truyền thông ước đạt 4.243.984 tỷ đồng, tăng 13,2% so với năm 2023; đóng góp vào GDP ước đạt 989.016 tỷ đồng, tăng 11,2% so với năm 2023. Chỉ cách đây 5 năm, chuyển đổi số còn rất mới mẻ không chỉ tại Việt Nam mà trên toàn thế giới. Vào thời điểm đó (năm 2020), Chính phủ đã ban hành Chương trình Chuyển đổi số quốc gia (quyết định 749/QĐ-Ttg ngày 03/06/2020), đây là một quyết sách mạnh mẽ, tiên phong, xu hướng chuyển đổi số bắt đầu được quan tâm rộng rãi trên khắp cả nước. Đến cuối năm 2024 (ngày 22/12/2024), với sự ra đời của nghị quyết 57 (57-NQ/TW) của Bộ Chính trị về “đột phá phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia”, vấn đề chuyển đổi số trở nên “nóng” hơn bao giờ hết và thúc đẩy áp dụng chuyển đổi số quyết liệt, hiệu quả trong các cơ quan, tổ chức và

doanh nghiệp. Trong chặng đường 5 năm vừa làm vừa khai phá ấy, Việt Nam đã đứng trong nhóm các quốc gia có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất khu vực và thế giới về kinh tế số, thương mại điện tử, chính phủ số, dịch vụ công trực tuyến và chuyển đổi số nói chung.

Năm 2024 được Chính phủ xác định là năm “Tăng tốc chuyển đổi số, phát triển kinh tế số và bảo đảm an toàn thông tin mạng”. Các doanh nghiệp công nghệ thông tin như HPT được khuyến khích đóng vai trò tiên phong trong nghiên cứu – phát triển sản phẩm số, xây dựng hệ sinh thái số quốc gia, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trên trường quốc tế.

Năm 2024 là năm đặc biệt quan trọng khi HPT tiến đến cột mốc kỷ niệm 30 năm hình thành và phát triển. Toàn thể Ban Lãnh đạo và cán bộ nhân viên (CBNV) HPT đã nỗ lực duy trì đà tăng trưởng bền vững, giữ vững vị thế là một doanh nghiệp công nghệ có doanh thu nghìn tỷ. Kết quả năm 2024, doanh thu của HPT đạt 1.374 tỷ đồng, hoàn thành 124,9% kế hoạch đề ra. Tổng lợi nhuận trước thuế toàn công ty đạt 30,5 tỷ đồng, tương ứng 101,7% kế hoạch (30 tỷ đồng), tăng trưởng 6,8% so với năm 2023. Nghĩa vụ nộp ngân sách nhà nước của HPT năm 2024 đạt hơn 47 tỷ đồng, tăng 3% so với cùng kỳ, thể hiện cam kết đồng hành cùng sự phát triển chung của đất nước.

Đạt được những kết quả nêu trên là thành tích của tập thể CBNV đã nỗ lực lao động hết mình, kiên định với các định hướng của HĐQT đề ra và được Ban Điều hành thực thi quyết liệt mạnh mẽ. Cơ cấu doanh thu hợp lý thể hiện định hướng đúng đắn của lãnh đạo trong chuyển dịch mô hình kinh doanh sang cung cấp giải pháp dịch vụ mang hàm lượng công nghệ cao. Không chỉ tập trung vào kết quả kinh doanh, Ban Lãnh đạo HPT còn chú trọng xây dựng nền tảng vận hành vững chắc thông qua việc triển khai các chương trình quản trị hiệu quả và ứng dụng công nghệ linh hoạt. Cùng với đó là nỗ lực nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải tiến môi trường làm việc và lan tỏa tinh thần hợp lực nội bộ. Tất cả những yếu tố trên là minh chứng rõ nét cho năng lực quản trị toàn diện, tầm nhìn chiến lược và bản lĩnh điều hành của đội ngũ lãnh đạo HPT.

Với định hướng con người là trọng tâm, HPT đã và đang xây dựng chiến lược phát triển nhân sự toàn diện, kết hợp giữa chuyên môn, quản trị và văn hóa doanh nghiệp. Ban Điều hành được trẻ hóa và trao quyền, đội ngũ chuyên gia được đào tạo bài bản, chất lượng nguồn lực ngày càng được nâng cao để đáp ứng các nhiệm vụ chiến lược. Trong năm 2024, HPT đạt được gần 200 chứng chỉ chuyên môn, tiếp tục giữ vững danh hiệu “Top 10 nơi làm việc tốt nhất ngành CNTT – Viễn thông” và duy trì tỷ lệ nhân sự ổn định. Các chương trình đào tạo chuyên sâu, hệ thống HPT Elearning, hoạt động chia sẻ nội bộ cùng các chính sách đãi ngộ được chú trọng thực hiện đồng bộ.

HPT cũng xây dựng cơ sở cho sự phát triển bền vững và đẩy mạnh đổi mới sáng tạo cùng trí tuệ Việt thông qua việc thành lập Trung tâm Giải pháp và Công nghệ Việt (HSV), tăng cường đầu tư vào sở hữu trí tuệ và văn hóa doanh nghiệp.

Công tác quản trị nguồn lực từng bước hiện đại hóa, đẩy mạnh ứng dụng AI và cải tiến các công cụ quản trị. Các hoạt động văn hóa – phong trào được duy trì thường xuyên, lan tỏa tinh thần “Nhân bản – Hòa hòa”.

Năng lực chuyên môn là cốt lõi của công ty công nghệ thông tin như HPT, tạo ra sức cạnh tranh và khẳng định giá trị thương hiệu bền vững. Các Trung tâm kinh tế của HPT đã từng bước chủ động phát triển nhiều sản phẩm, giải pháp dịch vụ mang thương hiệu riêng, làm chủ công nghệ lõi. Công tác R&D được tăng cường đồng thời đẩy nhanh quá trình thương mại hóa. Các giải pháp sản phẩm đặc thù của HPT như HPT CSEP, HPT SmartNOC, HPT SAALEM, HSOC Platform, Pentest ... từng bước chinh phục thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo dấu ấn HPT trong lòng khách hàng. Hạ tầng công nghệ được quản trị hiệu quả, bảo mật và ổn định, hệ thống phân tích và quản trị dữ liệu hiện đại hỗ trợ ra quyết định kịp thời.

Trong thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, HPT vẫn giữ vững uy tín nhờ chiến lược kinh doanh linh hoạt và cam kết bền bỉ với khách hàng, duy trì chăm sóc tốt khách hàng cũ và đẩy mạnh phát triển khách hàng mới. Cơ sở dữ liệu khách hàng được quản lý khoa học qua hệ thống CRM, khai thác cơ hội kinh doanh hiệu quả. Năng lực cung cấp dịch vụ được chuẩn hóa theo tiêu chuẩn quốc tế, chú trọng đào tạo chuyên gia và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Hoạt động kinh doanh của HPT tập trung vào mô hình B2B, trong đó các nhóm khách hàng chủ lực như tài chính – ngân hàng, doanh nghiệp sản xuất, khối quản lý nhà nước.... Đồng thời, HPT đã bước đầu mở rộng sang kinh doanh online, tiếp cận thêm nhiều khách hàng mới, tạo nền tảng cho kênh thương mại số trong tương lai. Các hoạt động gắn kết khách hàng được tổ chức xuyên suốt từ cấp công ty đến đơn vị thành viên...

HPT cũng đã phát triển và tiến sâu hơn vào sân chơi toàn cầu nhằm khai phá thị trường khu vực và thế giới, thông qua các hoạt động tiếp cận và kinh doanh quốc tế. Đây là hướng đi chiến lược, nhiều tiềm năng và cũng đầy thách thức, đòi hỏi chúng ta tiếp tục đầu tư chiều sâu, đánh giá nghiêm túc các cơ hội, và phát huy tối đa lợi thế sẵn có để khẳng định vị thế của HPT trên bản đồ công nghệ thông tin thế giới.

Trải qua 30 năm hình thành và phát triển, HPT đã xây dựng được mạng lưới đối tác chiến lược trong và ngoài nước, trở thành nền tảng vững chắc để củng cố năng lực chuyên môn và mở rộng hệ sinh thái sản phẩm, giải pháp, dịch vụ. Hiện công ty duy trì hợp tác với hàng trăm đối tác công nghệ ở nhiều lĩnh vực với tỷ lệ doanh số tăng trưởng tốt cùng nhiều chứng nhận chuyên môn được cập nhật liên tục hàng năm. Trong năm qua HPT cũng phát triển thêm nhiều đối tác mới, đặc biệt là các đối tác công nghệ Việt Nam.

Trách nhiệm phụng sự xã hội – Giá trị xuyên suốt trong hành trình phát triển của HPT. Bên cạnh nhiệm vụ phát triển kinh tế, HPT luôn ý thức sâu sắc về vai trò của doanh nghiệp trong việc phụng sự xã hội. Tinh thần trách nhiệm cộng đồng được thể hiện xuyên suốt trong mọi hoạt động của công ty, từ việc tham gia tích cực vào các tổ chức, Hiệp hội ngành nghề cho đến đồng hành cùng nhiều chương trình xã hội thiết thực, nhân văn. Trong năm 2024, HPT tiếp tục ghi nhận sự tin tưởng từ các cơ quan quản lý nhà nước và cộng đồng qua hàng loạt danh hiệu uy tín như bằng khen của UBND Tp.HCM và Bộ Thông tin và Truyền thông cho những đóng góp nổi bật cho sự nghiệp xây dựng, phát triển ngành Thông tin và Truyền thông Việt Nam cũng như trên địa bàn thành phố liên tục nhiều năm; Top 10 công ty Công nghệ cung cấp Sản phẩm, Dịch vụ, Giải pháp chuyển đổi số uy tín năm 2024; Top 10 nơi làm việc tốt nhất ngành CNTT – Viễn thông năm 2024 (VietResearch và Báo Đầu tư; Danh hiệu “Chìa khóa vàng” 2024 (VNISA); biểu dương “Người tốt, việc thiện – Chung sức xây dựng cộng đồng nhân ái” (Hội Chữ thập đỏ)...

Trong hành trình hơn 30 năm, dù trải qua nhiều đổi thay, bản sắc văn hóa HPT vẫn luôn là nguồn gốc nuôi dưỡng sức mạnh nội tại và tạo nên sự khác biệt của doanh nghiệp. Những giá trị cốt lõi như “Chính trực – Cam kết, Tận tụy với khách hàng, chuyên nghiệp, tinh thần đồng đội và “Nhân bản – Hải hòa” đã trở thành phương châm sống và làm việc của mỗi thành viên HPT. Văn hóa HPT chính là tinh thần, cốt cách của tập thể con người HPT được đúc kết, gìn giữ và vun đắp trong suốt chiều dài lịch sử phát triển hơn 30 năm của HPT. Tất cả được hệ thống hóa trong **“Cẩm nang văn hóa HPT”**, là kim chỉ nam cho toàn thể cán bộ nhân viên trong hành trình đồng hành, sáng tạo và phụng sự.

Bên cạnh đó, năm 2024, HPT chính thức ban hành **“Sổ tay thương hiệu” phiên bản mới**, một bước tiến quan trọng trong việc định hình và chuẩn hóa hình ảnh thương hiệu HPT từ nội bộ lẫn bên ngoài. Việc thể hiện đồng nhất về thông điệp, hình ảnh và phong cách làm việc không chỉ giúp nâng cao tính chuyên nghiệp trong từng hoạt động, mà còn góp phần lan tỏa bản sắc thương hiệu đến khách hàng, đối tác và cộng đồng.

Một điểm đặc biệt của HPT là Văn hóa đọc – nét đẹp đã được gìn giữ, phát triển qua rất nhiều thế hệ người HPT. Văn hóa đọc không chỉ là hoạt động sinh hoạt nội bộ, mà là cách để đội ngũ HPT nuôi dưỡng tư duy, tinh thần và nhân cách.

Với định hướng chiến lược rõ ràng, kế hoạch hành động cụ thể và đội ngũ giàu kinh nghiệm, tận tâm, HPT đang không ngừng khẳng định vị thế là doanh nghiệp công nghệ có năng lực triển khai thực chất và tư duy phát triển bền vững. HPT cam kết duy trì các chính sách minh bạch, hiệu quả cho cổ đông, hệ thống truyền thông ngày càng lan tỏa nhằm tối ưu hóa và nâng cao giá trị cổ phần/ cổ phiếu HPT.

Đặc biệt, năm 2024 vô cùng quan trọng, đánh dấu cột mốc 30 năm hình thành và phát triển của HPT – một hành trình bền bỉ, kiên định vượt qua nhiều thách thức để khẳng định vị thế của một thương hiệu uy tín trong ngành. Đầu tháng 01/2025, HPT không chỉ tổ chức chương trình lễ kỷ niệm đơn thuần, mà kiến tạo nên một chuỗi sự kiện sâu sắc và giàu cảm xúc, nơi kết nối các thế hệ và lan tỏa giá trị văn hóa doanh nghiệp. Với sự chỉ đạo quyết liệt, tâm huyết của HĐQT và Ban Điều hành, chuỗi hoạt động kỷ niệm 30 năm được đầu tư tổ chức chu đáo, bài bản, thu hút sự tham gia, hưởng ứng của toàn thể CBNV cùng sự quan tâm đặc biệt từ khách hàng, đối tác, cơ quan quản lý Nhà nước... Để chào mừng cột mốc 30 năm, từ các phong trào thi đua sôi nổi trong nội bộ (trong suốt cả năm 2024); các ấn phẩm truyền thông mang đậm bản sắc HPT (sách ảnh, sách viết); đến các sự kiện công nghệ đặc sắc thu hút nhiều khách hàng, đối tác; và đặc biệt là chương trình Hòa nhạc HPT 2025 tại Nhà hát Tp.HCM... tất cả đã tạo nên những dấu ấn sâu đậm, thể hiện trí tuệ và bản lĩnh của người HPT.

Đồng thời, bước sang năm thứ 30 phát triển, HPT tiến vào một giai đoạn mới với tầm nhìn chiến lược mạnh mẽ hơn. Chiến lược đột phá đến năm 2030 do HĐQT và Ban Điều hành xây dựng với sự đồng lòng quyết tâm của các Trung tâm kinh tế và toàn thể CBNV chính là lời đáp cho những yêu cầu cấp thiết của thời đại – thể hiện tầm nhìn dài hạn, tinh thần dấn thân và quyết tâm hành động của HPT, đầy mạnh mẽ và khát vọng. Với chiến lược này, HPT không chỉ bứt phá về các chỉ tiêu doanh thu, mà còn định vị dấu ấn qua các sản phẩm, giải pháp dịch vụ mang thương hiệu của chính HPT. Vì thế, đây không chỉ là bước chuyển mình về tổ chức và công nghệ, mà còn là sự chuẩn bị toàn diện cho thế hệ trẻ HPT – những người sẽ tiếp nối và chinh phục những đỉnh cao mới.

Sau 30 năm xây dựng và trưởng thành, HPT đang vững bước tiến vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc Việt Nam, kỷ nguyên của tiên tiến, văn minh, hiện đại. Đây là một cơ hội to lớn đồng thời cũng là thách thức, là vinh dự và trách nhiệm của HPT chúng ta.

Trong phần tiếp theo sẽ đề cập rõ hơn về các nội dung nhiệm vụ chính mà HĐQT đề ra trong năm 2024.

2. Thực hiện nhiệm vụ năm 2024

Trong báo cáo của Ban Điều hành về thực hiện nhiệm vụ năm 2024, các nội dung cụ thể đã được trình bày và phân tích chi tiết. Do đó, báo cáo này chỉ tập trung phân tích những định hướng trọng tâm do HĐQT đã đề ra và giám sát triển khai trong suốt năm qua.

Trên cơ sở đánh giá khách quan bối cảnh kinh tế - xã hội với cả thuận lợi lẫn thách thức, đồng thời phân tích triển vọng phát triển ngành công nghệ thông tin trên thế giới và tại Việt Nam, HĐQT đã nghiêm túc rà soát năng

lực nội tại, nhận diện rõ những hạn chế cần khắc phục, phát huy tinh thần đoàn kết vượt khó xây dựng kế hoạch hành động đồng bộ ở tất cả các cấp trong Công ty.

Đặc biệt năm 2024 là năm thi đua lập thành tích chào mừng 30 năm thành lập HPT, HĐQT đã nhận rõ “Năm 2024 là năm rất quan trọng để tạo bước ngoặt cho chặng đường phát triển tiếp theo của HPT sau 30 năm xây dựng và trưởng thành, chặng đường phát triển mang tinh thần đổi mới, năng suất cao”.

Với tinh thần đó, HĐQT cùng Ban Điều hành công ty xác định năm 2024 là năm **“Táo bạo đột phá – Mạnh mẽ quyết liệt – Năm bắt cơ hội”** với những nội dung mục tiêu nhiệm vụ của năm bao gồm:

- Các nhiệm vụ cơ bản thường xuyên.
- Xây dựng chiến lược phát triển HPT sau 30 năm, hướng đến mục tiêu 2030 và xa hơn nữa.
- Triển khai các chương trình kỷ niệm 30 năm HPT.

Các nội dung chính nêu trên đã được thực hiện trong năm 2024 như sau:

2.1. Các nhiệm vụ cơ bản thường xuyên

2.1.1. Xây dựng tổ chức, phát triển nguồn lực HPT

Phát triển tổ chức và nguồn nhân lực CNTT luôn là nhiệm vụ trọng tâm và cũng là thách thức lớn nhất đối với các doanh nghiệp công nghệ tại Việt Nam trong bối cảnh công nghệ không ngừng biến đổi.

HĐQT và Ban Điều hành xác định con người là yếu tố then chốt quyết định sự thành công và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Do đó, HPT đã và đang triển khai một chiến lược phát triển nguồn nhân lực toàn diện, hài hòa giữa chuyên môn, quản trị và văn hóa doanh nghiệp. Chiến lược này không chỉ đáp ứng yêu cầu hiện tại mà còn hướng đến sự thích ứng linh hoạt với các thay đổi nhanh chóng của thị trường và công nghệ nhằm đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng, giữ vững vị thế và niềm tin mà HPT đã dày công xây dựng trong suốt hành trình phát triển.

Ban Điều hành đang dần được trẻ hóa và trao quyền, với tinh thần “Dấn thân – Kiên quyết” làm kim chỉ nam hành động. Lực lượng nhân sự chủ chốt ổn định, vững vàng về chuyên môn, nhạy bén trong quản trị; đồng thời, đội ngũ chuyên gia chất lượng cao được đầu tư đào tạo bài bản để sẵn sàng đảm đương các nhiệm vụ chiến lược mới theo với tinh thần **“Đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý tài giỏi - bản lĩnh, đội ngũ chuyên gia chuyên nghiệp - cam kết”**.

Một số mục điểm chính hoàn thành tốt theo mục tiêu phát triển nguồn nhân lực như sau:

- Ban lãnh đạo đã nỗ lực hoàn thiện cơ cấu tổ chức, ổn định nguồn lực, kiện toàn nhân sự lãnh đạo quản lý, nâng cao trách nhiệm lãnh đạo, thực hiện thường xuyên việc chia sẻ tầm nhìn, mục tiêu nhiệm vụ và chiến lược phát triển của HPT đến tất cả CBNV nhằm thống nhất ý chí hành động, cùng cam kết hoàn thành kế hoạch nhiệm vụ đặt ra.
- Thành lập Trung tâm kinh tế mới: Trung tâm Giải pháp và Công nghệ Việt (HSV). Đây là đơn vị tiên phong trong việc kết nối và khai thác tiềm năng của các công nghệ do chính người Việt nghiên cứu và phát triển, thông qua hợp tác với các đối tác công nghệ trong nước và tham gia vào hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Việc thành lập HSV thể hiện cam kết của HPT trong việc đồng hành cùng trí tuệ Việt, đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành công nghệ quốc gia.
- Đẩy mạnh thương hiệu tuyển dụng qua các kênh mạng xã hội HPT luôn chú trọng nâng cao trải nghiệm nhân viên. Nhân sự trong năm vừa qua được giữ vững ổn định, tỷ lệ biến động không đáng kể. Năm 2024 là năm thứ ba liên tiếp HPT giữ vững danh hiệu “Top 10 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam ngành CNTT – Viễn thông”.
- HPT nghiêm túc thực hiện các chế độ chính sách cho người lao động. Nhân sự mới được tham gia đào tạo hội nhập qua nền tảng HPT Elearning với nội dung thiết kế phù hợp thực tiễn và đặc thù hoạt động của công ty. Các Trung tâm thường xuyên khen thưởng kịp thời các cá nhân, tập thể có thành tích nổi bật. HPT cũng duy trì các hoạt động họp khối, hội thảo chuyên môn với sự tham gia của đội ngũ lãnh đạo giàu kinh nghiệm và khách mời uy tín nhằm lan tỏa cảm hứng đến toàn thể CBNV.
- Đẩy mạnh mối quan hệ hợp tác với các Trường Đại học, Học viện đào tạo. HPT tích cực tổ chức, tham gia các chương trình hội chợ việc làm, học kỳ doanh nghiệp như UIT, Hutech, ĐH Khoa học tự nhiên, Học viện Kỹ thuật mật mã... Đẩy mạnh hợp tác tuyển dụng sinh viên thực tập từ khoa Công nghệ thông tin của các trường, học viện (Học viện Bưu chính Viễn thông HN...) nhằm tiếp cận nguồn nhân lực chất lượng cao và thực hiện trách nhiệm xã hội của HPT trong việc tư vấn, định hướng cho thế hệ tri thức trẻ.
- Xây dựng chương trình đào tạo nguồn lực vườn ươm ATTT nhằm phát hiện, bồi dưỡng và phát triển các tài năng trẻ, tạo ra đội ngũ nhân sự chất lượng cao đáp ứng nhu cầu thực tiễn của Công ty. Chương trình được thiết kế theo hướng thực tiễn, bám sát xu hướng công nghệ mới và tăng cường kỹ năng ứng dụng thông qua các dự án thực tế.

- Việc phát triển năng lực chuyên môn cho đội ngũ nhân sự được HPT xác định là nền tảng trong định hướng phát triển nguồn nhân lực. Trong năm 2024, đội ngũ chuyên gia của HPT đã đạt gần 200 chứng chỉ chuyên môn, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế của công ty trên thị trường.
- HPT chú trọng nâng cao công tác quản trị với nhiều cải tiến trong KPI và các công cụ HRM, CRM nhằm tự động hóa quy trình, nâng cao hiệu suất và giữ chân nhân tài. Về quản trị chất lượng và an toàn thông tin, công ty đã triển khai áp dụng ISO 27001:2022, cập nhật bảng đánh giá rủi ro và tuyên bố áp dụng, đồng thời phổ biến phương pháp đánh giá toàn công ty. Phòng NSCL phối hợp cùng các đơn vị duy trì hiệu quả hệ thống ISO 27001 và ISO 9001 (chứng nhận bởi UKAS – NQA), tổ chức đào tạo nhận thức và cập nhật 116 tài liệu liên quan.
- Đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho sản phẩm dịch vụ mang thương hiệu HPT (SAALEM), và quyền tác giả cho các sự kiện mang đậm dấu ấn HPT (HPT D-Day, HPT & PARTNER D-Day). Đây là nền tảng quan trọng để HPT nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo lập vị thế khác biệt và phát triển bền vững trong hệ sinh thái số, không chỉ nhằm bảo vệ thành quả sáng tạo và uy tín thương hiệu HPT trên thị trường, mà còn khẳng định cam kết đầu tư nghiêm túc vào giá trị tri thức và đổi mới sáng tạo.
- Bên cạnh sự nỗ lực và thành tích hoạt động phát triển nguồn nhân lực năm 2024, HPT cũng có những khó khăn và yếu kém cần nhìn nhận để khắc phục. Chúng ta chưa triển khai chương trình phát triển đội ngũ kế thừa cũng như các tiêu chí đánh giá nguồn lực khung, Một số chỉ tiêu về ứng dụng công nghệ, nhất là trí tuệ nhân tạo (AI) trong quy trình, quy định vẫn chưa đạt được như mục tiêu mong muốn.

Trải qua một năm 2024 đầy cam go thử thách với những điểm sáng đạt được, nhìn nhận rõ những hạn chế còn vướng mắc, với bản lĩnh HPT, chúng ta quyết tâm xây dựng cơ cấu tổ chức vững mạnh, Nhân bản – Hải hòa để mỗi CBNV đều có cơ hội phát triển nghề nghiệp, thăng tiến, được ghi nhận xứng đáng và luôn tự hào là Người HPT.

2.1.2 Về chỉ tiêu nhiệm vụ kinh tế trọng tâm và nâng cao năng lực quản trị của lãnh đạo

Giữ vững đà phát triển bền vững, năm 2024 HPT tiếp tục đạt được kết quả kinh doanh vượt trội, giữ vững vị thế trong nhóm doanh nghiệp có doanh thu trên nghìn tỷ đồng, với tổng doanh thu đạt 1.374 tỷ đồng, đạt 124,9% so với kế hoạch (tăng trưởng 19% so với năm 2023). Lợi nhuận trước thuế là 30,5 tỷ đồng, đạt 101,7% kế hoạch (tăng trưởng 6.8% so với năm 2023).

Trong đó, cơ cấu doanh thu từ phần mềm chiếm 41,22%, dịch vụ chiếm 32,76%, phần cứng chiếm 26,03% tiếp tục phản ánh rõ nét định hướng chiến lược phát triển bền vững và giá trị gia tăng của HPT trong ngành. Tỷ trọng lớn từ phần mềm và dịch vụ thể hiện rõ nỗ lực của công ty trong việc chuyển dịch từ mô hình kinh doanh dựa trên sản phẩm sang cung cấp các giải pháp và dịch vụ tổng thể, có hàm lượng công nghệ cao, khẳng định năng lực tự chủ công nghệ, khả năng tư vấn và triển khai giải pháp toàn diện của HPT, đồng thời tạo nền tảng cho mô hình tăng trưởng ổn định, hướng tới phát triển bền vững trong dài hạn.

Doanh thu của các sản phẩm/dịch vụ cốt lõi của HPT (HPT CSEP, HPT SmartNOC, HSOC Platform, Pentest, Dịch vụ bảo trì, IT Outsourcing, WMS, DMS, SAALEM, BPM, ECM...) chiếm 21,6%. Đây là minh chứng cho năng lực tự chủ về công nghệ và tiến dần đến việc xây dựng hệ sinh thái giải pháp mang thương hiệu HPT với giá trị gia tăng lớn và khẳng định vị thế của HPT trên thị trường.

Bên cạnh những kết quả trong hoạt động kinh doanh, HPT luôn kiên định với định hướng xây dựng nền tảng vận hành vững chắc và tinh gọn. Trong năm 2024, công ty đã triển khai và cải tiến nhiều chương trình và cơ chế quản trị trọng yếu. Chương trình PRIME, bộ “Nguyên tắc hợp lực” và “Tiêu chí dịch vụ chuyên nghiệp HPT” vẫn luôn được duy trì và triển khai triệt để, nâng cao năng lực và chất lượng vận hành của toàn công ty.

Công tác ứng dụng công nghệ thông tin trong quản trị tiếp tục được đẩy mạnh, với việc hoàn thiện và triển khai các hệ thống báo cáo phục vụ công tác điều hành và ra quyết định của Ban Lãnh đạo, tiêu biểu như các hệ thống CRM, ERP... Công cụ quản lý nhân sự HRM thường xuyên được cải tiến, bổ sung thêm các phân hệ quản lý và báo cáo đánh giá giúp công tác quản trị nhân sự ngày càng hiệu quả, minh bạch và đồng bộ hơn theo các chiến lược đã đề ra. Những cải tiến này góp phần tạo ra môi trường làm việc chuyên nghiệp, thúc đẩy tinh thần học hỏi liên tục và gắn kết nội bộ, từ đó nâng cao chất lượng nguồn nhân lực – yếu tố then chốt trong chiến lược phát triển dài hạn của HPT.

Tái đánh giá và đạt chứng nhận thành công 02 tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001:2015 và ISO 27001:2013. Đã tổ chức đào tạo CBNV nâng cao nhận thức về các chuẩn quốc tế, nắm vững các quy định an toàn thông tin và trách nhiệm trong việc bảo vệ thông tin. Hoàn thiện các hồ sơ nâng cấp tiêu chuẩn lên phiên bản mới nhất ISO 27001:2022 đáp ứng yêu cầu thị trường, đảm bảo sự tin cậy và sự hài lòng hơn của khách hàng và đối tác.

Trong lĩnh vực quản trị tài chính, HĐQT và Ban Điều hành đã thể hiện sự sát sao, linh hoạt và kỷ luật trong công tác điều hành chi phí, tối ưu hóa dòng tiền và quản lý công nợ, cũng như khai thác tốt các khoản đầu tư. Công ty luôn duy trì hệ số thanh toán ở mức an toàn cao, đảm bảo khả năng chi trả đúng hạn các nghĩa vụ tài chính và các khoản vay ngân hàng, khẳng định uy tín tài chính vững chắc của HPT khi luôn nằm trong nhóm doanh nghiệp được xếp hạng tín nhiệm A+ tại các tổ chức tín dụng.

Trong năm 2024, công ty đã tổ chức khảo sát mức độ hài lòng và chất lượng làm việc nhằm thu thập ý kiến đóng góp thực tế, làm cơ sở cho việc cải tiến môi trường làm việc và nâng cao hiệu quả vận hành. Song song

đó, HPT chú trọng xây dựng các chương trình gắn kết nội bộ thông qua các hoạt động sinh hoạt chuyên đề, trao đổi nghiệp vụ định kỳ, góp phần tăng cường sự phối hợp giữa các đơn vị, lan tỏa tinh thần hợp lực và nâng cao văn hóa doanh nghiệp. Những hoạt động này là một phần trong chiến lược phát triển nguồn nhân lực bền vững, tạo nền tảng vững chắc cho sự tăng trưởng lâu dài của công ty.

2.1.3 Về nhiệm vụ phát triển thị trường, khách hàng

Trong bối cảnh phải đồng thời đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức và áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt, HPT vẫn kiên định vượt qua, linh hoạt nắm bắt cơ hội kinh doanh, không chỉ duy trì tốt mối quan hệ với khách hàng hiện hữu mà còn mở rộng được tệp khách hàng mới. Với lịch sử 30 năm hoạt động, HPT đã tích lũy một cơ sở dữ liệu về khách hàng suốt chiều dài kinh doanh với gần 3.000 đơn vị (account) khách hàng trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Đa số khách hàng của HPT là những đơn vị có nhu cầu ứng dụng CNTT và có ngân sách đầu tư thường xuyên.

Toàn bộ thông tin về khách hàng của HPT với các tiêu chí phân nhóm khách hàng (12 nhóm ngành/lĩnh vực) được quản lý thống nhất trên phần mềm CRM cùng với các số liệu về lịch sử làm việc, hợp tác của khách hàng với HPT.

Hiện tại, mô hình kinh doanh của HPT chủ yếu là B2B (khách hàng doanh nghiệp) với một số ít là B2G (khách hàng cuối là các tổ chức, cơ quan nhà nước). Tỷ lệ doanh thu của HPT với các mảng khách hàng truyền thống như tài chính ngân hàng chiếm 54,32%, nhóm doanh nghiệp sản xuất 16,49%, thông tin truyền thông 8,85%, khách hàng khối quản lý nhà nước 9,62%,...

Cơ cấu doanh thu năm 2024 theo ngành hàng đến từ phần cứng 26,03%, phần mềm 41,22%, dịch vụ 32,76%. Đây là tín hiệu tích cực, phản ánh định hướng đúng đắn của HPT trong việc chuyển dịch sang các lĩnh vực có giá trị gia tăng và biên lợi nhuận cao. Tuy nhiên, cơ cấu này cũng đặt ra yêu cầu cao hơn về năng lực chuyên môn, chất lượng dịch vụ và khả năng đổi mới công nghệ. HPT phải tiếp tục đầu tư trọng điểm vào đội ngũ kỹ thuật, quy trình triển khai và hợp tác chiến lược nhằm củng cố thế mạnh phần mềm – dịch vụ và phát triển bền vững.

Tổng số khách hàng của HPT trong năm tài chính FY24 là trên 450 khách hàng. Đặc biệt, HPT duy trì được sự tin tưởng vững chắc từ hàng trăm khách hàng ký kết hợp đồng trong 5 năm liên tục, khẳng định uy tín của HPT và sự tin nhiệm của khách hàng, qua đó phản ánh năng lực chuyên nghiệp của HPT trên thị trường.

Từ năm 2024, HPT chính thức phát triển kênh kinh doanh online. Dù là giai đoạn thí điểm nhưng HPT đầu tư nghiêm túc về quy trình, hệ thống kinh doanh, chọn lựa sản phẩm, dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Kênh kinh doanh online đã phát triển được 189 khách hàng cá nhân và 41 khách hàng doanh nghiệp quy mô nhỏ (chưa được đưa vào thống kê chính thức trong tệp khách hàng của HPT). Đây cũng là thành công ban đầu thúc đẩy hướng phát triển kinh doanh online trong thời đại mới.

Tận tụy với khách hàng không chỉ là một trong những giá trị cốt lõi, mà còn là kim chỉ nam xuyên suốt trong mọi hoạt động của HPT. Trong năm 2024, tinh thần ấy tiếp tục được thể hiện rõ nét thông qua các chương trình gắn kết, đồng hành và nâng cao trải nghiệm khách hàng được tổ chức đồng bộ từ cấp công ty đến các đơn vị thành viên. HPT đã chủ động tổ chức nhiều hội nghị, hội thảo chuyên đề, các khóa đào tạo, cũng như các chương trình chăm sóc khách hàng – kết nối đối tác, được triển khai linh hoạt cả dưới hình thức trực tiếp lẫn trực tuyến. Những hoạt động này không chỉ giúp HPT lắng nghe, thấu hiểu sâu hơn nhu cầu của khách hàng, mà còn tạo điều kiện để chia sẻ các xu hướng công nghệ mới, giới thiệu các giải pháp sáng tạo và xây dựng niềm tin bền vững với cộng đồng đối tác, khách hàng.

HPT hiện duy trì tỷ lệ giữ khách hàng cũ ở mức khoảng 80% và phát triển khách hàng mới đạt 30–40%, với mục tiêu không ngừng nâng cao các chỉ số này qua từng năm. Phát triển khách hàng mới được xem là yếu tố sống còn nhằm tạo đột phá trong kết quả kinh doanh, mở rộng thị phần, củng cố thương hiệu và tích lũy dữ liệu phục vụ phát triển sản phẩm, dịch vụ mới. Song song đó, việc giữ chân khách hàng cũ không chỉ dừng ở số lượng mà còn hướng đến nâng cấp chất lượng mối quan hệ, thông qua việc gia tăng giá trị hợp đồng, số lượng giao dịch và lãi gộp. Qua đó, HPT tiếp tục khẳng định cam kết đồng hành lâu dài, gia tăng giá trị cho khách hàng và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ – yếu tố then chốt giúp công ty duy trì và mở rộng vị thế cạnh tranh trên thị trường công nghệ thông tin đầy biến động hiện nay.

2.1.4 Về nhiệm vụ chuyên môn Công nghệ Dịch vụ, xây dựng sức mạnh lõi của các Trung tâm kinh tế kỹ thuật

Năm 2024 là năm kỷ niệm 30 năm thành lập HPT. Tổng kết quá trình xây dựng và trưởng thành của doanh nghiệp, HPT càng khẳng định sự thành công của HPT là dựa trên năng lực dịch vụ, trên nền tảng khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số mà các chuyên gia HPT làm chủ và liên tục cải tiến, học hỏi các công nghệ mới, tiên tiến như AI, Big Data... Bên cạnh đó, sự thành công của HPT cũng dựa trên năng lực thực thi thành công các dự án CNTT phức tạp cho khách hàng, khẳng định hướng đi đúng đắn khi HPT tập trung phát triển các giải pháp, sản phẩm mang thương hiệu HPT.

HĐQT đã xác định “*Chúng ta phải nhanh chóng nắm bắt xu thế, làm chủ công nghệ, đầu tư nguồn lực để xây dựng sức mạnh lõi, nâng cao năng lực cạnh tranh, đó là yêu cầu và là đòi hỏi rất cấp bách để tồn tại trong kỷ nguyên số hôm nay*”. Và năm 2024 HPT đã nỗ lực thực hiện nhiệm vụ quan trọng này như sau:

- Tiếp tục đầu tư và ứng dụng chuyển đổi số trong doanh nghiệp, đẩy mạnh ứng dụng các công cụ quản lý dự án, quản lý công việc tập trung và phân tích thông tin khách hàng giúp nâng cao hiệu quả công tác, tối ưu hóa quy trình hoạt động. Bên cạnh đó, HPT cũng rà soát, chuẩn hóa dữ liệu, triển khai các chính sách tuân thủ nhằm đảm bảo an toàn bảo mật cho dữ liệu và cho toàn hệ thống CNTT của công ty.
- Đẩy mạnh phổ cập và nghiên cứu ứng dụng AI trong các hoạt động của các Trung tâm, nghiên cứu AI cho các sản phẩm dịch vụ do HPT xây dựng và phát triển. Tuy nhiên, công tác này còn nhiều hạn chế do lĩnh vực AI còn mới, chưa tiếp cận thực tế với khách hàng và đang trong quá trình nghiên cứu phát triển.
- Năm 2024 ghi nhận dấu ấn của HPT trên thị trường rõ nét hơn qua các sản phẩm dịch vụ mang thương hiệu HPT, một số sản phẩm và dịch vụ đặc trưng của các trung tâm như sau:
 - Trung tâm Tích hợp hệ thống (HSI): sản phẩm HPT CSEP (Giải pháp quản lý tài sản); HPT SmartNOC (Giải pháp giám sát hệ thống CNTT toàn diện); Dịch vụ tập trung vào mảng dịch chuyển lên Cloud, xử lý dữ liệu, xây dựng môi trường hỗn hợp (Hybrid work) và các dịch vụ chuyên sâu.
 - Trung tâm Giải pháp và Dịch vụ phần mềm (HAS): có năng lực tư vấn và triển khai giải pháp lõi liên quan chuyển đổi số quy trình BPM, ECM, RPA. Tiếp tục phát triển sản phẩm HPT SAALEM (Giải pháp số hóa Quy trình nghiệp vụ tín dụng); Phát triển giải pháp OpenSource “PROCESS HUB” là công cụ nhằm quản lý – Tự động – Tối ưu hóa quy trình kinh doanh, đẩy mạnh dịch vụ tư vấn triển khai chuyển đổi số, giải pháp Fraud AML (Phòng chống gian lận và rửa tiền) phối hợp cùng các công ty công nghệ hàng đầu thế giới.
 - Trung tâm Giải pháp và Dịch vụ An toàn Thông tin (HSE): thực hiện hợp nhất sản phẩm HSOC Platform (Hệ thống AI Assistant “HSOC Prime” – mắt thần không bao giờ ngủ). Dịch vụ SOC và Dịch vụ ATTT đi cùng các giải pháp chủ lực của hãng; xây dựng đội ngũ RedTeam...
 - Trung tâm Dịch vụ khách hàng (HSC): phần mềm quản lý theo dõi POSM, giải pháp quản lý và vận hành kho (WMS); các dịch vụ phần mềm (IT outsourcing software), dịch vụ cung ứng nguồn lực IT Helpdesk, IT outsourcing, IT Managed Service, dịch vụ On-Premise,... áp dụng bộ tiêu chí về tính chuyên nghiệp dịch vụ của HPT, kiểm tra, đo lường và thường xuyên đánh giá chất lượng dịch vụ.
 - Trung tâm Giải pháp và Công nghệ Việt (HSV): hợp tác với các đối tác, doanh nghiệp Việt nhằm kết hợp thế mạnh của hai bên tạo ra các giải pháp sản phẩm đặc thù phục vụ khách hàng như: giải pháp phân tích hành vi, nhận diện khuôn mặt, đếm người, kiểm soát vào ra, phát hiện bất thường; Giải pháp định danh, xác thực quản lý vật thể trên cả không gian thực và số bằng RFID và Blockchain; khóa bảo mật; giải pháp vận hành nhà máy thông minh... và nhiều ứng dụng giải pháp khác.
- Các sản phẩm dịch vụ mang thương hiệu HPT được đăng ký sở hữu trí tuệ. Các Trung tâm kinh tế kỹ thuật cũng đang đẩy mạnh nghiên cứu phát triển (R&D) nhiều sản phẩm dịch vụ chuyên sâu khác, xây dựng kế hoạch đưa sản phẩm dịch vụ ra thị trường. Các hướng tiếp tục đầu tư phát triển là: Quản lý quy trình nghiệp vụ, tự động hóa, phát triển và hoàn thiện các ứng dụng tối ưu nghiệp vụ đặc thù; Tích hợp và đảm bảo hạ tầng, dịch vụ Cloud; An toàn thông tin, quản trị và an toàn dữ liệu; Phân tích dữ liệu; Ứng dụng AI, IoT...
- Hoạt động chỉ huy điều hành, nghiên cứu ứng dụng, vận hành, thử nghiệm, giám sát kinh doanh... được đảm bảo bởi hạ tầng CNTT ổn định, đáp ứng yêu cầu. Hệ thống CNTT được giám sát và đảm bảo ATTT, thực hiện theo chuẩn quốc tế ISO về bảo mật, đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp, đồng thời là cơ sở để nâng cao năng lực cung cấp dịch vụ cho khách hàng.
- HPT rất chú trọng đầu tư ứng dụng chuyển đổi số nội bộ, cải tiến và nâng cấp ứng dụng với các nội dung chính như: quản lý thông tin nội bộ và quy trình (eMail, ePortal, BPM); quản lý nghiệp vụ nội bộ (eSign, Knack...); ứng dụng lõi (ECM, HRM, CRM, HMA); hỗ trợ và chăm sóc khách hàng (Service Desk, Contact Center); quản lý công việc và đào tạo (Open Project, Manage Engine, FaceID...); báo cáo quản trị (HPT Dashboard, CRM Dashboard, ChatLD...).
- Công tác quản trị dự án là rất quan trọng, các Trung tâm đã và đang thực hiện quản trị dự án bằng các công cụ riêng biệt, tuy nhiên công tác này cần được cải tiến và giám sát chặt chẽ hơn nhằm phòng ngừa những sai sót làm ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các Trung tâm.
- Việc thực hiện cải tiến và đồng bộ quản lý dữ liệu, xây dựng hệ thống quản lý dữ liệu và phân tích dữ liệu, sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ ra quyết định lãnh đạo và kinh doanh vẫn là một thách thức, chưa đạt kết quả như mong muốn, chúng ta cần đẩy mạnh hơn nữa công tác này.
- Năm 2024, chúng ta đã và đang từng bước nâng cao năng lực dịch vụ khách hàng theo chuẩn quốc tế, góp phần tạo dựng hình ảnh thương hiệu uy tín, chuyên nghiệp và đáng tin cậy trên thị trường, nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên thông qua các khóa đào tạo chuyên sâu về nghiệp vụ và kỹ năng, phát triển chuyên gia theo hướng chuẩn ASEAN, đáp ứng nhu cầu hội nhập khu vực và chinh phục thị trường quốc tế. HPT đã hoàn thiện và chính thức ban hành “Tiêu chí dịch vụ chuyên nghiệp HPT” theo đặc thù từng loại hình dịch vụ của các Trung tâm và của chung toàn công ty.

Đội ngũ chuyên gia công nghệ của HPT là tài sản vô giá của HPT, những con người có tinh thần tiên công làm chủ khoa học công nghệ và có năng lực thực thi các trọng trách khó để phục vụ khách hàng, luôn cố gắng học

tập tiếp thu tri thức công nghệ mới, xứng đáng là đội quân tiên phong của HPT trên mặt trận khoa học công nghệ và làm chủ tri thức.

2.1.5 Về mục tiêu nhiệm vụ hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước

Năm 2024, HPT tiếp tục khẳng định vị thế doanh nghiệp công nghệ hàng đầu tại Việt Nam thông qua việc phát triển mạnh mẽ hệ sinh thái đối tác. HPT duy trì, mở rộng hợp tác với các hãng công nghệ lớn quốc tế và các đối tác trong nước, tập trung vào chuyển giao công nghệ, phát triển các sản phẩm – dịch vụ công nghệ cao, phục vụ hiệu quả khách hàng đặc thù.

Hệ sinh thái đối tác của HPT hiện gồm 118 đối tác: 45 đối tác An toàn thông tin, 46 đối tác Hạ tầng công nghệ, 19 đối tác dịch vụ nền tảng, 6 đối tác Phần mềm ứng dụng và 2 đối tác tổng thể. Trong năm 2024, HPT phát triển thêm 07 đối tác mới ở các mảng khác nhau.

Năng lực nội bộ cũng được duy trì và nâng cao đúng kế hoạch với 54 nhân sự giữ 150 chứng chỉ đối tác. Công ty hợp tác kinh doanh với 24 nhà phân phối chính thức, trong đó top 3 nhà phân phối lớn nhất chiếm 75% doanh số nhập hàng từ đối tác.

Hiệu quả hợp tác được khẳng định qua 14 sự kiện, hội thảo đồng tổ chức với đối tác, tổng quỹ marketing khai thác tăng 31% so với năm trước. Đặc biệt, năm 2024 đã tổ chức thành công sự kiện “HPT Partner Night” dành cho đối tác với sự quy tụ 71 đại diện từ 41 đối tác và nhà phân phối trong và ngoài nước, và sự kiện “HPT D-Day” với dự đồng hành của hơn 30 đối tác lớn nhỏ, góp phần nâng cao uy tín thương hiệu HPT với bạn bè, khách hàng và cộng đồng CNTT. Bên cạnh đó, HPT cũng vinh dự nhận 05 giải thưởng từ các đối tác HPE, IBM và SAS.

Doanh số của HPT với đối tác trong năm 2024 tiếp tục ổn định, trong đó nhóm đối tác hạ tầng công nghệ chiếm tỷ trọng lớn nhất với 62,3%, tiếp theo là nhóm phần mềm ứng dụng với 20,4%, an toàn thông tin đạt 12,1% và dịch vụ nền tảng chiếm 5,2%. Đặc biệt, một số đối tác chiến lược đã đạt mức tăng trưởng đột phá, tiêu biểu như Dell tăng 264%, Fortinet tăng 135% và Palo Alto tăng 95% so với năm trước.

Bên cạnh những kết quả đó, HPT vẫn đối diện nhiều thách thức trong công tác hợp tác đối tác. Sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường công nghệ, yêu cầu cao về chất lượng triển khai và sự thay đổi nhanh của xu hướng công nghệ đòi hỏi HPT phải không ngừng đổi mới và nâng cao năng lực nội bộ. Việc quản trị hiệu quả nguồn lực, tối ưu hóa hợp tác với nhà phân phối cũng đặt ra nhiều áp lực. Tuy vậy, với nền tảng vững chắc và sự quyết tâm của toàn đội ngũ, HPT tự tin sẽ tiếp tục vượt qua khó khăn, mở rộng hệ sinh thái đối tác và phát triển bền vững.

2.1.6 Về nhiệm vụ xây dựng văn hóa HPT, phát triển thương hiệu, đảm bảo môi trường làm việc và chăm lo đời sống CBNV

Nhiệm vụ xây dựng và gìn giữ văn hóa HPT, phát triển thương hiệu, đảm bảo môi trường làm việc và chăm lo đời sống CBNV luôn được xác định là mục tiêu xuyên suốt, là trách nhiệm chung của HĐQT, Ban Điều hành và toàn thể CBNV HPT. Trong năm 2024, phần lớn các mục tiêu đề ra đã được triển khai hiệu quả và đạt kết quả tích cực, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa và nâng tầm hình ảnh HPT trong nội bộ cũng như ngoài cộng đồng.

Một số kết quả đáng ghi nhận:

- **Năm 2024 là năm đặc biệt kỷ niệm 30 năm HPT** với hàng loạt chương trình mang đậm bản sắc văn hóa và tinh thần HPT. Ban lãnh đạo đã phát động một chương trình phong phú thi đua lập thành tích chào mừng 30 năm HPT, trong đó có nhiều hoạt động văn hóa đặc sắc như hòa nhạc HPT, viết sách “Chính luận” và “Văn chương”, hội diễn văn nghệ, và nhiều hoạt động khác... về các hoạt động này có phần báo cáo riêng.
- **Phát hành “Cẩm nang văn hóa HPT”** – tài liệu thể hiện tinh thần, cốt cách của người HPT sau hơn 30 năm hình thành và phát triển, là kim chỉ nam để lan tỏa giá trị văn hóa HPT trong mọi hoạt động.
- **Hoàn thiện và hiệu chỉnh “Sổ tay thương hiệu HPT”**, chuẩn hóa cách sử dụng các yếu tố nhận diện thương hiệu trong truyền thông, góp phần nâng cao hiệu quả marketing và nhận diện thương hiệu trong và ngoài công ty.
- **Môi trường làm việc hiện đại, văn minh, thân thiện** tiếp tục được duy trì và cải thiện, tạo điều kiện cho CBNV yên tâm công tác, phát huy tài năng và sáng tạo.
- **HPT luôn nỗ lực chăm lo cho CBNV**, đảm bảo đầy đủ quyền lợi và nghĩa vụ của CBNV theo quy định của luật pháp và luôn làm tốt hơn khi có thể. Năm 2024, thu nhập bình quân CBNV tăng 5% so với năm 2023.
- **Các hoạt động nội bộ, phong trào, thể thao và thiện nguyện:** HPT duy trì đều đặn các hoạt động nội bộ, phong trào thể thao và thiện nguyện, góp phần kết nối, lan tỏa tinh thần đoàn kết và niềm tự hào HPT. Nổi bật là các chương trình trao học bổng, quà tặng cho trẻ em khó khăn, hỗ trợ đồng bào lũ lụt, cùng nhiều sự kiện hướng đến kỷ niệm 30 năm như Ấn phẩm sách viết, sách ảnh, Hòa nhạc HPT, hội thi văn nghệ, Thứ Sáu vui vẻ, Partner Recognition, D-Day, Family's Day... Về chuyên môn, HPT đẩy mạnh gắn kết qua các buổi họp toàn khối, workshop AI, hội thảo thị trường – khách hàng và

các phong trào sôi nổi như giải bóng đá Tứ Hùng, Cháy bùng cùng Euro 2024, sinh nhật quý, Tết Thiếu nhi, Trung thu... Đặc biệt, nhiều đơn vị/phòng ban còn đăng ký tham gia công trình cải tiến – là những sản phẩm, giải pháp thực tiễn góp phần nâng cao hiệu quả công việc hằng ngày.

- **Truyền thông thương hiệu được đẩy mạnh** với nhiều hình thức như video, clip giới thiệu sản phẩm – dịch vụ – hoạt động doanh nghiệp; song song với truyền thông nội bộ nhằm củng cố hình ảnh thương hiệu “**Nhân bản – Hải hòa**” đặc trưng của HPT.

Các mục tiêu trọng tâm trong lĩnh vực văn hóa, thương hiệu, môi trường làm việc và chăm lo đời sống CBNV theo kế hoạch năm 2024 đã được thực hiện tốt. HPT từng bước khẳng định hình ảnh một doanh nghiệp CNTT có bản sắc văn hóa riêng, hướng đến sự phát triển bền vững và vị thế trong ngành.

2.1.7 Về nhiệm vụ công tác cổ đông và làm tốt công tác xã hội cộng đồng

Năm 2024 là một dấu mốc đặc biệt quan trọng đối với HPT – năm kỷ niệm 30 năm hình thành và phát triển, đồng thời mở ra giai đoạn mới cho hành trình phát triển bền vững và vươn xa của công ty. Trong bối cảnh đó, HĐQT và Ban Điều hành đã chủ động xây dựng, triển khai nhiều kế hoạch mạnh mẽ, xây dựng chương trình đột phá nhằm mở rộng tiềm năng phát triển, tăng cường nội lực và nâng cao vị thế HPT trên thị trường.

Về công tác cổ đông

- HĐQT luôn xác định công tác cổ đông là nhiệm vụ trọng tâm, cần được thực hiện xuyên suốt, kịp thời và minh bạch. Trong năm qua, HPT đã đảm bảo thực hiện tốt công tác thông tin đến cổ đông, giữ vững sự tin tưởng và đồng hành của cổ đông đối với định hướng phát triển của công ty.
- Đặc biệt, với kết quả hoạt động kinh doanh tích cực, HPT dự kiến chi trả cổ tức năm 2024 với tỷ lệ **5% bằng tiền mặt và 10% bằng cổ phiếu** và sẽ trình Đại hội đồng cổ đông thường niên HPT năm 2025 được tổ chức vào ngày 15/7/2025 thông qua – thể hiện cam kết chia sẻ thành quả tăng trưởng với cổ đông và tiếp tục đầu tư cho sự phát triển dài hạn của công ty.
- Trong năm 2024, HPT đã tập trung đẩy mạnh thủ tục hồ sơ pháp lý để năm 2025 khởi công giai đoạn 2 tòa nhà HPT tại Khu Công nghệ cao Tp.HCM, thể hiện quyết tâm đầu tư vào cơ sở hạ tầng chiến lược, tạo nền tảng phát triển bền vững trong dài hạn. Công trình này không chỉ phục vụ nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh mà còn là biểu tượng đánh dấu bước chuyển mình quan trọng của HPT trong hành trình sau 30 năm phát triển.
- Bên cạnh đó, HĐQT tiếp tục nghiên cứu và xem xét khả năng mở rộng phát triển công ty thông qua việc mời gọi nhà đầu tư, cổ đông chiến lược, góp phần nâng cao giá trị doanh nghiệp và uy tín của HPT trên thị trường tài chính, chứng khoán.

Về công tác xã hội, cộng đồng:

- Phát huy truyền thống trách nhiệm xã hội, HPT tiếp tục là doanh nghiệp tích cực đồng hành cùng các hoạt động cộng đồng và phát triển bền vững. Công ty tham gia nhiều chương trình thiện nguyện, đóng góp cho các hoạt động giáo dục, môi trường, chăm sóc sức khỏe và hỗ trợ cộng đồng khó khăn tại địa phương và trên cả nước.

Những nỗ lực này không chỉ thể hiện vai trò doanh nghiệp có trách nhiệm mà còn góp phần lan tỏa những giá trị tích cực, khẳng định vị thế HPT không chỉ trên thị trường công nghệ mà còn trong lòng cộng đồng xã hội.

2.2 Xây dựng chiến lược phát triển HPT sau 30 năm, hướng đến mục tiêu 2030 và xa hơn nữa.

Năm 2024 là năm cột mốc chào mừng kỷ niệm 30 năm HPT và là năm hình thành những ý tưởng lớn, mục tiêu lớn của HPT, nhằm chuẩn bị cho chặng đường phát triển tiếp theo của HPT sau 30 năm xây dựng và trưởng thành.

Đây là một nhiệm vụ quan trọng của HĐQT và Ban Điều hành, đòi hỏi một tư duy lãnh đạo kiểu mới, một quyết tâm cao với nỗ lực bền bỉ vượt khó, một niềm tin vào tương lai HPT và năng lực động viên, đoàn kết tập thể lãnh đạo và CBNV HPT cùng chung sức thực thi nhiệm vụ, đó là “**Chiến lược đột phá hướng đến 2030 của HPT**”. Chiến lược đột phá là chiến lược tăng trưởng mạnh, không chấp nhận tăng trưởng bình quân như hiện tại.

HĐQT đã triển khai nghiêm túc công tác xây dựng chiến lược, tổ chức các cuộc họp lãnh đạo chủ chốt nhằm chia sẻ mục tiêu và nêu cao trách nhiệm của từng cán bộ lãnh đạo quản lý. Trên tinh thần nhất trí cao, Ban Lãnh đạo đã quán triệt tinh thần chung, cùng quyết tâm thay đổi để bứt phá vươn lên, đáp ứng yêu cầu đòi hỏi của thời đại mới và cũng chính là yêu cầu đòi hỏi phát triển tất yếu của chính HPT.

Ban Lãnh đạo đã thống nhất cách xây dựng chiến lược phát triển hướng đến mục tiêu 2030 với những hành động như sau:

- Thứ nhất: Quán triệt tinh thần tăng trưởng, xây dựng đội ngũ lãnh đạo quản lý cùng chí hướng.

Cần quán triệt rõ tầm quan trọng của việc xây dựng đội ngũ (ekip) cùng chí hướng là quan trọng bậc nhất để thực thi nhiệm vụ, đây là công tác của chính các cán bộ lãnh đạo chủ chốt và phải được quan tâm thường xuyên.

- Thứ hai: Hiểu rõ “SWOT” để từ đó có kế hoạch phát huy thế mạnh, khắc phục yếu điểm, nắm bắt cơ hội, phòng ngừa rủi ro.
- Thứ ba: Xây dựng các kế hoạch hành động, phân tích hiệu quả và phân công nhân sự chịu trách nhiệm cụ thể. Triển khai tuyên truyền, chia sẻ, động viên nguồn lực cùng cam kết hoàn thành nhiệm vụ. Thực thi quyết liệt, tăng tốc và giám sát chặt chẽ nhằm đạt hiệu quả nhanh và tối đa.
- Thứ tư: Hoàn thiện các cơ chế quản trị nhằm hỗ trợ tối đa việc thực thi nhiệm vụ.

Các nội dung của chiến lược đột phá hướng đến 2030 đã được Ban Lãnh đạo thống nhất cao, sau đó được chia sẻ và thảo luận tại các Trung tâm, nơi sẽ thực thi các nhiệm vụ cụ thể. Toàn bộ nội dung của chiến lược được thảo luận dân chủ trong Ban Lãnh đạo, sau khi thống nhất các nội dung chính của chiến lược, Ban Lãnh đạo đã chia sẻ và quán triệt trong tất cả cán bộ quản lý, nguồn lực khung và sẽ được phổ biến đến tất cả CBNV nhằm động viên toàn thể CBNV cùng chung sức thực thi chiến lược.

HDQT cũng nhận rõ, việc xây dựng chiến lược đột phá đến 2030 là một việc khó, phức tạp, đòi hỏi sự tập trung và quyết tâm cao, sáng suốt xây dựng chiến lược khả thi. Tuy nhiên việc khó hơn nữa là biến chiến lược thành hành động cụ thể hàng ngày, kiên trì vượt khó để đi đến đích. Để thành công cần có sự đoàn kết, nỗ lực lao động sáng tạo, dám nghĩ dám làm và dám vượt khó, kiên định và can đảm tài năng của tập thể con người HPT.

Nội dung chính của chiến lược này sẽ được mô tả tại mục III của báo cáo này, đó là “Mục tiêu – Chiến lược tầm nhìn của HPT đến năm 2030 – Chiến lược “Đột phá”.

2.3 Triển khai các chương trình kỷ niệm 30 năm HPT

Hướng tới kỷ niệm 30 năm thành lập HPT (13/01/1995 – 13/01/2025), HDQT xác định đây không chỉ là một lễ kỷ niệm thông thường, mà là một cột mốc trọng đại – thời điểm để tri ân các thế hệ đã đồng hành, khẳng định hành trình phát triển, kiên định và mở ra một giai đoạn mới với những đột phá chiến lược đầy kỳ vọng. Ngay từ đầu năm 2024, Ban Lãnh đạo cùng toàn thể CBNV HPT đã tích cực triển khai chuỗi hoạt động hướng tới dấu mốc 30 năm với tinh thần thi đua, đổi mới, gắn kết và lan tỏa giá trị văn hóa doanh nghiệp. Công tác tổ chức được thực hiện bài bản, chuyên nghiệp, dưới sự điều phối của HDQT, Ban Điều hành cùng 6 tiểu ban chuyên trách, góp phần kiến tạo nên một hành trình kỷ niệm vừa sâu sắc về ý nghĩa, vừa đậm đà bản sắc HPT.

Khởi nguồn từ định hướng chiến lược phát triển đến năm 2030, phong trào thi đua chào mừng 30 năm HPT đã được phát động mạnh mẽ, tạo khí thế thi đua sôi nổi và lan tỏa trong toàn Công ty. Các phòng ban, đơn vị tích cực đăng ký và triển khai nhiều công trình đổi mới sáng tạo, tập trung vào việc nâng cao hiệu quả hoạt động, số hóa quy trình và ứng dụng công nghệ vào quản trị, điều hành và kinh doanh. Nhiều sáng kiến tiêu biểu đã được ghi nhận và khen thưởng, thể hiện rõ tinh thần chủ động cải tiến, năng lực đổi mới và quyết tâm không ngừng nâng cao chất lượng công việc của đội ngũ HPT. Phong trào không chỉ thúc đẩy sự phát triển nội lực, mà còn thể hiện năng lực thích ứng và tư duy đổi mới của HPT trước những yêu cầu ngày càng cao của thị trường và công nghệ.

Nằm trong chuỗi hoạt động Văn hóa – Truyền thông, việc biên soạn và phát hành bộ ấn phẩm kỷ niệm 30 năm HPT đã để lại những dấu ấn sâu sắc. Sách ảnh “Sắc màu HPT” tuyển chọn những bức ảnh đặc sắc có giá trị thẩm mỹ và chiều sâu nghệ thuật. Đặc biệt, bộ sách viết “30 năm HPT – Dấu ấn & Đột phá” gồm hai tập: *Chính luận* và *Văn chương*, từ các bài viết của Ban lãnh đạo, CBNV, cựu nhân viên, khách hàng và đối tác – như một bản trường ca sống động, chan chứa cảm xúc, phản ánh chân thực những giá trị đã được xây dựng và gìn giữ suốt ba thập kỷ. Đây không chỉ là tư liệu lịch sử mà còn là di sản tinh thần truyền lửa cho thế hệ kế thừa.

Chương trình Hòa nhạc HPT 2025, tổ chức trang trọng tại Nhà hát Thành phố Hồ Chí Minh, là một điểm nhấn nghệ thuật mang đậm chiều sâu văn hóa và bản sắc doanh nghiệp. Với phần trình diễn giao hưởng của Nhà hát Giao hưởng Nhạc Vũ Kịch Tp.HCM (HBSO) dưới sự chỉ huy của NSUT Trần Vương Thạch, chương trình không chỉ khơi gợi niềm tự hào trong mỗi người HPT mà còn khẳng định hình ảnh một HPT tri thức, nhân văn và không ngừng nâng tầm giá trị tinh thần.

Không khí gắn kết và tự hào tiếp tục lan tỏa mạnh mẽ thông qua chuỗi hoạt động nội bộ được tổ chức sôi nổi và ý nghĩa, như Ngày hội Gia đình, hội thi văn nghệ, các chương trình thể thao phong trào và sinh hoạt gắn kết hằng tuần. Những hoạt động này không chỉ khơi dậy tinh thần đoàn kết, sáng tạo và năng động trong toàn thể CBNV, mà còn góp phần xây dựng môi trường làm việc tích cực, nhân văn và giàu cảm hứng – nơi mỗi thành viên HPT đều cảm nhận rõ vai trò, giá trị và niềm tự hào khi đồng hành cùng công ty.

Song song với đó, HPT triển khai chuỗi hoạt động tri ân và trách nhiệm cộng đồng đầy ý nghĩa. Các chương trình thiện nguyện tại Long An, Bệnh viện Ung Bướu Tp.HCM, cùng đóng góp vào Quỹ “Chung một tấm lòng” của Đài Truyền hình Tp.HCM đã thể hiện tinh thần nhân ái, sẻ chia và cam kết đồng hành cùng cộng đồng. Sự kiện “Partner Appreciation Night 2024” tổ chức tại Văn phòng Thủ Đức, đã long trọng vinh danh các đối tác chiến lược, các đơn vị truyền thông và những đối tác gắn bó với HPT từ hơn 5 năm như một lời cảm ơn chân thành và khẳng định tinh thần hợp tác bền vững.

Đặc biệt, năm 2024 HDQT đã xây dựng và truyền thông chương trình đột phá chiến lược phát triển đến năm 2030. Với tinh thần tiên phong và hành động quyết liệt, chương trình đặt mục tiêu tạo đà tăng trưởng mới, nâng

cao năng lực cạnh tranh, khẳng định vị thế HPT trong ngành Công nghệ Thông tin – Truyền thông, đặc biệt trong các lĩnh vực an toàn thông tin, chuyển đổi số và dịch vụ công nghệ cao.

Toàn bộ chuỗi hoạt động hướng đến kỷ niệm 30 năm – từ các chương trình nghệ thuật, các công trình, ấn phẩm truyền thông, Ngày công nghệ HPT D-Day 2024, hội nghị nguồn lực khung, ngày hội gia đình đến các hoạt động tri ân – đã thể hiện sự đầu tư nghiêm túc, bài bản và đầy tâm huyết của Ban Lãnh đạo cùng toàn thể CBNV HPT. Trong đó, HPT D-Day 2024 – với chủ đề “*Hợp tác hướng đến tương lai*” – đã trở thành sự kiện công nghệ nổi bật trong ngành, quy tụ gần 500 khách mời đến từ các tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài nước. Chương trình không chỉ là diễn đàn chia sẻ các giải pháp công nghệ thực tiễn trong chuyển đổi số, mà còn thể hiện năng lực, vị thế và khát vọng tiên phong của HPT trong hành trình phát triển công nghệ cao và an toàn thông tin.

Lễ tri ân khách hàng, đối tác và cơ quan quản lý nhà nước được tổ chức trong không gian trang trọng, ấm cúng. Đây là dịp để Ban Lãnh đạo HPT bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới các cơ quan nhà nước, khách hàng, đối tác và bạn bè đã luôn tin tưởng, đồng hành và góp phần tạo dựng nên chặng đường phát triển vững chắc suốt ba thập kỷ qua. Không chỉ là khoảnh khắc hội ngộ và sẻ chia, sự kiện còn khẳng định tinh thần hợp tác bền chặt – nền tảng vững chắc cho hành trình tương lai.

Toàn bộ chuỗi hoạt động hướng đến kỷ niệm 30 năm – từ các chương trình nghệ thuật, hoạt động chuyên môn, các công trình, các ấn phẩm truyền thông đến hội nghị nguồn lực khung, ngày hội gia đình và hoạt động tri ân – đã thể hiện sự đầu tư nghiêm túc, bài bản và đầy tâm huyết của Ban Lãnh đạo cùng toàn thể CBNV HPT. Đây không chỉ là dấu ấn tôn vinh hành trình 30 năm trưởng thành, mà còn là lời cam kết mạnh mẽ cho tương lai: HPT sẽ tiếp tục phát triển bền vững, nâng tầm vị thế với bản lĩnh, trí tuệ và khát vọng chinh phục những đỉnh cao mới trong kỷ nguyên số – xứng đáng với niềm tin và kỳ vọng của khách hàng, đối tác, cộng đồng.

II. Mục tiêu nhiệm vụ 2025

1. Đánh giá tình hình chung

Bức tranh kinh tế thế giới và kinh tế Việt Nam

Đến thời điểm lập báo cáo này (19/06/2025) thì kinh tế Việt Nam năm 2025 đã đi được một nửa chặng đường trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động khó lường. Báo cáo của Chính phủ trước Quốc hội tại Kỳ họp thứ 9, Quốc hội khóa XV nêu lên bức tranh chung về kinh tế với những nhận định như sau:

Từ đầu năm đến nay, tình hình thế giới có nhiều diễn biến mới hết sức phức tạp, khó lường. Đặc biệt, việc Hoa Kỳ bất ngờ công bố chính sách thuế đối ứng ở mức cao trên diện rộng, trong đó có Việt Nam (Việt Nam bị áp thuế đối ứng 46%), tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế toàn cầu, đe dọa nghiêm trọng chuỗi cung ứng và dòng chảy thương mại, đầu tư quốc tế. Các vấn đề an ninh truyền thống, phi truyền thống ngày càng gay gắt và khó kiểm soát.

Kinh tế thế giới vẫn đối mặt với rất nhiều rủi ro, thách thức; đặc biệt là căng thẳng địa chính trị, chiến tranh thương mại - công nghệ, bảo hộ thương mại gia tăng, khiến giá cả hàng hóa, lạm phát tăng trở lại, lãi suất giảm chậm hơn so với dự kiến, khiến tăng trưởng toàn cầu chậm lại; rủi ro an ninh năng lượng, lương thực, an ninh mạng và thiên tai, khí hậu cực đoan vẫn thường trực...v.v.

Trong bối cảnh đó, với tinh thần “**Kỷ cương trách nhiệm; chủ động kịp thời; tinh gọn hiệu quả; tăng tốc bứt phá**”, Đảng và Chính phủ đã quyết liệt chỉ đạo và thực hiện các nhiệm vụ quan trọng như: tinh gọn, sắp xếp tổ chức chính quyền địa phương 2 cấp; Tập trung thúc đẩy tăng trưởng với mục tiêu **8%** trở lên; Ban hành Nghị quyết của Bộ Chính trị và Quốc hội về xây dựng và thực thi pháp luật, phát triển kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia; Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh; Thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số...

Tăng trưởng GDP quý I/2025 ước đạt **6,93%**, cao nhất so với cùng kỳ giai đoạn 2020 - 2025; nhiều địa phương có mức tăng trưởng 2 con số. Trong 4 tháng đầu năm, kinh tế vĩ mô cơ bản ổn định, lạm phát được kiểm soát tốt, các cân đối lớn được bảo đảm. Cả 3 khu vực kinh tế đều tăng trưởng tích cực, thương mại, dịch vụ tiếp tục phát triển, thương mại điện tử tăng trưởng mạnh, du lịch là điểm sáng...

Triển khai mạnh mẽ Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị; trong đó Chính phủ trình Quốc hội **13** dự án luật quan trọng và ưu tiên bố trí nguồn lực để tạo đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Dịch vụ công trực tuyến được tăng cường; chấp thuận đầu tư thí điểm dịch vụ Internet vệ tinh; nâng cấp hạ tầng 5G và trực viễn thông quốc gia. Triển khai Đề án 06 mang lại nhiều kết quả thực chất (hoàn thành cấp 100% CCCD gắn chip cho công dân đủ điều kiện; cung cấp 40 tiện ích trên ứng dụng VneID); cung cấp nhiều ứng dụng, tiện ích phục vụ người dân và doanh nghiệp. Chuyển đổi số trong quản lý thuế, hóa đơn điện tử khởi tạo từ máy tính tiền được triển khai quyết liệt, hiệu quả.

Về những khó khăn yếu kém cũng được chỉ rõ. Hoạt động sản xuất, kinh doanh còn gặp nhiều khó khăn, nhất là phát triển doanh nghiệp. Các động lực tăng trưởng truyền thống tuy đã phát huy hiệu quả nhưng chưa đạt kỳ vọng; giải ngân vốn đầu tư công còn thấp; sức mua trong nước phục hồi nhưng còn chậm; xuất khẩu còn phụ thuộc nhiều vào FDI và chịu ảnh hưởng bất lợi do chính sách thuế quan mới của Hoa Kỳ. Các động lực tăng trưởng mới đang ở giai đoạn đầu, cần thời gian để phát huy hiệu quả. Thị trường bất động sản phục hồi còn chậm và vẫn tiềm ẩn rủi ro. Thủ tục hành chính còn rườm rà, gây khó khăn cho doanh nghiệp, người dân...

Trước những khó khăn thách thức và cơ hội, Chính phủ chỉ đạo quán triệt và thực hiện nghiêm các nghị quyết của Đảng, Quốc hội, nhất là Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII, trong đó chú trọng **3** đột phá chiến lược, **6** nhiệm vụ trọng tâm, **12** nhóm giải pháp chủ yếu. Tập trung triển khai các nhiệm vụ, giải pháp trong **"bộ tứ chiến lược"** (Gồm những nhiệm vụ, giải pháp theo các Nghị quyết, Kết luận của Đảng: (1) Sắp xếp tinh gọn tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị (NQ số 18-NQ/TW); (2) Đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia (NQ số 57-NQ/TW); (3) Hội nhập quốc tế trong tình hình mới (NQ số 59-NQ/TW); (4) Phát triển khu vực kinh tế tư nhân (NQ số 68-NQ/TW)).

Khẳng định quyết tâm cho mục tiêu tăng trưởng 8% trở lên, quy mô nền kinh tế đạt trên **500** tỷ USD (dự kiến đứng thứ **30** trên thế giới, tăng 2 bậc), GDP bình quân đầu người năm 2025 đạt trên **5.000** USD.

Trước bối cảnh thế giới đầy biến động và những khó khăn nội tại của nền kinh tế, hơn bao giờ hết, chúng ta cần phát huy cao độ tinh thần đoàn kết, khát vọng đổi mới, với tầm nhìn xa, trông rộng, nghĩ sâu, làm lớn và quyết tâm cao, nỗ lực lớn, hành động quyết liệt, biến thách thức thành cơ hội, biến khó khăn thành động lực vươn lên để hoàn thành xuất sắc các mục tiêu đề ra của cả giai đoạn 2021 – 2025.

Nhiệm vụ của ngành CNTT năm 2025

Trong kỷ nguyên mới, ngành Công nghệ thông tin - Viễn thông (CNTT-VT) đóng vai trò vừa là trụ cột kinh tế, vừa và động lực chiến lược. Thực tế, bên cạnh những bước tiến lớn đã đạt được trong hai thập kỷ qua, phần lớn doanh nghiệp CNTT-VT Việt Nam vẫn hoạt động ở phân khúc thấp của chuỗi giá trị.

Theo dự báo của Gartner (tháng 1/2025), chi tiêu cho CNTT trên toàn thế giới trong năm 2025 sẽ đạt 5.618 tỷ USD, tăng 9,8% so với năm 2024. Mordor Intelligence dự báo quy mô thị trường dịch vụ CNTT toàn cầu ước tính đạt 1,30 nghìn tỷ USD vào năm 2025 và có tỷ lệ tăng trưởng kép giai đoạn 2025-2030 là 8,38%; trong đó, khu vực châu Á - Thái Bình Dương (thị trường trọng điểm của Việt Nam) được dự báo tăng trưởng nhanh nhất.

Với sự đẩy mạnh đầu tư vào các công nghệ mới (AI, dữ liệu lớn, blockchain...), công nghệ xanh, cùng các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp theo Nghị quyết 57, ngành công nghiệp ICT Việt Nam được kỳ vọng tiếp tục tăng trưởng mạnh, hướng tới mục tiêu đạt 4.320.000 tỷ đồng doanh thu vào năm 2025, đóng góp hơn 12% GDP và nâng tỷ lệ giá trị Việt Nam trong ngành từ 32% lên 50% vào năm 2030.

Trong rất nhiều nhiệm vụ đặt ra, nhiệm vụ của ngành CNTT được nêu rõ trong báo cáo của Chính phủ:

- Chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của thị trường, nhất là ngành trí tuệ nhân tạo, khoa học dữ liệu, chip bán dẫn, xây dựng và vận hành đường sắt tốc độ cao, điện hạt nhân (*Sớm xây dựng, ban hành cơ chế đặc biệt thu hút, trọng dụng các nhà khoa học đầu ngành, các chuyên gia trong và ngoài nước về khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số. Khẩn trương triển khai có hiệu quả Đề án đào tạo 50.000 kỹ sư ngành bán dẫn*).
- Đẩy mạnh phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số trên tất cả các ngành, lĩnh vực (*ưu tiên bố trí đủ 3% tổng chi NSNN cho khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số theo tinh thần Nghị quyết số 57-NQ/TW*). Tập trung số hóa toàn diện và ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong hoạt động quản lý nhà nước.
- Đẩy mạnh triển khai Đề án 06, các phong trào *"Cả nước thi đua đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số"* và *"Bình dân học vụ số"*. Đẩy nhanh việc tích hợp, kết nối, chia sẻ dữ liệu (*nhất là dữ liệu về dân cư, tư pháp, giáo dục, ngân hàng, thuế, bảo hiểm, đất đai, phương tiện...*); mở rộng các tiện ích trên ứng dụng VNeID. Nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ công trực tuyến theo hướng cá nhân hóa. Trong năm 2025, hoàn thành xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về đất đai. Thúc đẩy hình thành thị trường dữ liệu; ban hành chính sách thí điểm thị trường tài sản mã hóa trong tháng 5/2025.
- Phát triển hạ tầng số đồng bộ, hiện đại, nhất là vệ tinh viễn thông, trục viễn thông quốc gia, mở rộng vùng phủ sóng 5G.

Công bố chương trình hành động quốc gia về phát triển và chuyển đổi sang sử dụng nền tảng điện toán đám mây giai đoạn 2025 – 2030. Đến năm 2030, 100% cơ quan, doanh nghiệp nhà nước sử dụng các dịch vụ điện toán đám mây.

Thông qua Luật Công nghiệp công nghệ số: Tăng tốc 'Make in Vietnam', vươn ra toàn cầu. Việt Nam trở thành nước đầu tiên trên thế giới ban hành một bộ luật riêng về lĩnh vực công nghiệp công nghệ số. Không chỉ là một

đạo luật chuyên ngành, luật được kỳ vọng là đòn bẩy thể chế cho quá trình chuyển đổi số quốc gia, mở đường cho doanh nghiệp công nghệ trong nước phát triển vững chắc, hội nhập sâu rộng và góp phần tạo dựng vị thế mới của Việt Nam.

Những khó khăn thách thức đối với các doanh nghiệp CNTT vẫn còn nhiều như: Năng lực tài chính không đủ mạnh để đầu tư lâu dài, đầu tư cho nghiên cứu phát triển; thiếu hụt nguồn nhân lực giỏi kịp thời nắm bắt công nghệ mới, nhân lực thường không ổn định, thiếu cam kết gắn bó; cạnh tranh không lành mạnh; sự bất cập từ các chính sách kinh doanh thương mại của các hãng công nghệ lớn gây ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh; vẫn còn có hiện tượng những nhiễu, gây khó cho doanh nghiệp... Các doanh nghiệp vừa và nhỏ ngành CNTT luôn bị thiệt thòi trong cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn, ít có điều kiện tiếp cận công bằng các cơ hội kinh doanh, cơ hội trong các dự án sử dụng ngân sách nhà nước.

Với những nhận định về tình hình kinh tế xã hội Việt Nam, nhận định đánh giá triển vọng và thách thức của ngành CNTT Việt Nam, chúng ta cần liên tục theo dõi bám sát thực tiễn, có những bước đi thận trọng, phù hợp song cũng cần quyết liệt mạnh dạn, khai thác các lợi thế tiềm năng để bứt phá, thực hiện mục tiêu chiến lược đột phá, mục tiêu nhiệm vụ của năm 2025.

Nền tảng xây dựng mục tiêu nhiệm vụ năm 2025 dựa trên thực lực HPT, trên kết quả thành tích đạt được những năm qua và dựa trên kỳ vọng phát triển, khát vọng vươn lên của HPT. Bên cạnh đó, chúng ta cũng nhận rõ những khiếm khuyết, yếu kém để khắc phục, nỗ lực vượt qua khó khăn thử thách.

HQQT, Ban Điều hành và tập thể CBNV HPT quyết tâm đồng lòng, cùng thực hiện mục tiêu nhiệm vụ năm 2025 với các nội dung chính dưới đây.

2. Mục tiêu nhiệm vụ 2025

Năm 2025 là một năm rất đặc biệt, có nhiều sự kiện lịch sử. Với HPT là năm đánh dấu một thời kỳ lớn mạnh sau 30 năm xây dựng và trưởng thành. Tiếp bước truyền thống 30 năm, HPT đã tích lũy được một nền tảng vững chắc để mạnh dạn đề ra chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 tầm nhìn 2035 và xa hơn nữa, gọi tắt là **“Chiến lược đột phá”**. Chiến lược này đặt ra các mục tiêu phát triển vượt bậc về mọi mặt, tạo khí thế lao động sáng tạo trong toàn thể CBNV, một luồng năng lượng tích cực dâng trào tạo đà cho việc thực hiện các kế hoạch công tác năm 2025.

Ban lãnh đạo đã cùng tập thể CBNV nghiêm túc kiểm điểm, đánh giá hoạt động của năm trước, đề ra kế hoạch hành động của năm 2025 sát với thực tế và hướng tới kỳ vọng phát triển, tăng trưởng cao hơn. Bên cạnh đó các kế hoạch của năm cũng là nền tảng để thực thi chiến lược đột phá.

HQQT nhận rõ các yếu tố tích cực là cơ bản để HPT xây dựng kế hoạch hành động, song cũng đánh giá những khó khăn thách thức là không nhỏ, đòi hỏi HPT phải thông minh, dũng cảm vượt qua. Đó là: những thách thức về làm chủ công nghệ mới, ứng dụng AI, quản lý dữ liệu lớn..., là thách thức cạnh tranh chưa bao giờ ngừng khốc liệt, là thách thức phải có được sản phẩm vượt trội, năng lực cạnh tranh vượt trội. Chưa kể những thách thức từ rủi ro bất ngờ, ví dụ như Chi nhánh Hà Nội phải sơ tán tạm thời vài tháng vì vụ cháy tòa nhà làm ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của công ty...

Đánh giá những khó khăn thuận lợi và tin vào nội lực của mình, HQQT xác định những mục tiêu nhiệm vụ của năm 2025 được trình bày dưới đây sẽ là cơ sở để Ban Điều hành tiếp tục triển khai thành những chương trình, kế hoạch hành động cụ thể, nhằm đạt được các mục tiêu của công ty, mục tiêu của các Trung tâm, các đơn vị phòng ban và cả mục tiêu của từng cá nhân CBNV.

Năm 2025 là năm đầu tiên của chiến lược đột phá **“Táo bạo đột phá – Mạnh mẽ quyết liệt – Nắm bắt cơ hội”** với những nhiệm vụ của năm bao gồm:

- Các nhiệm vụ cơ bản thường xuyên
- Nhiệm vụ thực hiện chiến lược đột phá

2.1. Các nhiệm vụ cơ bản thường xuyên

2.1.1 Xây dựng tổ chức, phát triển nguồn lực HPT

Xây dựng tổ chức và gìn giữ phát triển nguồn lực HPT là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu phải được HQQT và Ban Điều hành ưu tiên quan tâm theo dõi thúc đẩy, là trách nhiệm của tất cả cán bộ quản lý các cấp. Năm 2025 tiếp tục nâng cao chất lượng nguồn lực HPT với tinh thần **“Đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý tài giỏi - bản lĩnh, đội ngũ chuyên gia chuyên nghiệp - cam kết”**, một số nội dung công tác chính như sau:

- Tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức, ổn định nguồn lực, kiện toàn nhân sự lãnh đạo quản lý, nâng cao trách nhiệm lãnh đạo, thực hiện thường xuyên việc chia sẻ tầm nhìn, mục tiêu nhiệm vụ và

chiến lược đột phá của HPT đến tất cả CBNV nhằm thống nhất ý chí hành động, cùng cam kết hoàn thành kế hoạch nhiệm vụ đặt ra.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh về nguồn lực HPT, triển khai các chương trình phát triển nguồn lực cụ thể, tiếp tục hoàn thiện các cơ chế chính sách nhằm tạo thuận lợi cho từng CBNV có cơ hội phát triển, thăng tiến trong môi trường HPT. Đẩy mạnh công tác huấn luyện đào tạo, xây dựng các chương trình đào tạo nội bộ, mở rộng năng lực cung cấp dịch vụ đào tạo.
- Tiếp tục triển khai chương trình Nguồn lực khung, thực hiện sinh hoạt Nguồn lực khung đều đặn hàng quý, nâng cấp chương trình nhằm tạo động lực cho các cán bộ nòng cốt HPT, mở rộng và trẻ hóa Nguồn lực khung, đây tiếp tục là nhiệm vụ quan trọng trong năm 2025.
- Tập trung xây dựng đội ngũ chuyên gia nghiên cứu phát triển (R&D), chuyên gia khoa học kỹ thuật và công nghệ lành nghề, chuyên nghiệp, có định hướng phát triển nghề nghiệp rõ ràng, có kế hoạch cá nhân phù hợp với sự phát triển của HPT trên tinh thần chiến lược đột phá về công tác nhân sự. Kiện toàn đội ngũ cán bộ kinh doanh, xây dựng đội ngũ kinh doanh giỏi nghiệp vụ, vững vàng trong mọi thử thách và có tinh thần đạo đức kinh doanh HPT.
- Công tác xây dựng tổ chức, phát triển nguồn lực cần tiếp cận với những mô hình quản trị mới, hiệu suất, hiệu quả, ứng dụng AI... và phải thiết thực, linh hoạt nhằm đáp ứng yêu cầu hiện tại và tiềm năng phát triển tương lai.

Công tác xây dựng tổ chức, phát triển nguồn lực phải gắn liền với duy trì và phát huy bản sắc văn hóa HPT, xây dựng niềm tự hào là Người HPT.

2.1.2 Về chỉ tiêu nhiệm vụ kinh tế trọng tâm và nâng cao năng lực quản trị của lãnh đạo

Năm 2025, HPT đặt mục tiêu thực hiện các chỉ tiêu kinh tế chính như sau:

- HPT phấn đấu đạt kế hoạch doanh số là 1.400 tỷ VNĐ, lợi nhuận ròng trước thuế là 33 tỷ VNĐ.
- Hoàn thiện công cụ và các ứng dụng CNTT phục vụ Ban Lãnh đạo trong công tác điều hành. Nâng cao năng lực tham mưu, dự đoán kinh tế tài chính. Triển khai bộ chỉ số tài chính cốt lõi HPT, hoàn thiện công tác kế hoạch kinh doanh theo chỉ tiêu (lợi nhuận, chi phí... trên đầu người), áp dụng phương pháp quản trị mới trong phân tích hợp đồng, nâng cao hiệu quả quản trị dự án.
- Đảm bảo an ninh tài chính doanh nghiệp, nắm bắt kịp thời các chính sách, quy định của Nhà nước về thuế, tài chính kế toán và các ưu đãi cho doanh nghiệp KHCN. Kiểm soát tài chính chặt chẽ song cần linh hoạt đáp ứng hợp lý nhu cầu kinh doanh, cơ hội đầu tư. Tiếp tục nâng cao năng lực quản trị các cấp, kiểm soát chi phí, thực hành tiết kiệm và vận hành hiệu quả hoạt động của từng đơn vị kinh tế.

2.1.3 Về nhiệm vụ phát triển thị trường, khách hàng

Năm 2025, HPT tiếp tục đẩy mạnh phát triển thị trường và khách hàng với các mục tiêu chính như sau:

- Phân tích thị trường, nắm bắt và phân tích đối thủ cạnh tranh, cập nhật danh sách khách hàng kịp thời, phân cấp độ khách hàng. Mỗi Trung tâm kinh tế phải có mảng khách hàng đặc thù riêng và khách hàng chung (cross sales), nắm bắt đầy đủ thông tin khách hàng, phối hợp chặt chẽ giữa các Trung tâm để có kế hoạch kinh doanh và chăm sóc khách hàng tốt nhất.
- Hoàn thiện và thực thi kế hoạch chăm sóc khách hàng chiến lược, thể hiện rõ sự cam kết lãnh đạo ở mức cao trong quan hệ với khách hàng chiến lược.
- Đẩy mạnh các hoạt động phát triển khách hàng theo hướng chú trọng nhóm khách hàng là những tổ chức, doanh nghiệp nắm giữ những trọng trách của nền kinh tế, phát triển và bảo vệ tổ quốc.
- Nỗ lực tìm tòi, phân tích để mở rộng phạm vi thị trường, khách hàng, gia tăng số lượng khách hàng mới, phát triển kinh doanh với khách hàng cũ. Đây tiếp tục là một nhiệm vụ quan trọng đòi hỏi HPT phải có năng lực cạnh tranh vượt trội để chinh phục khách hàng bằng nội lực và dịch vụ của mình.
- Đẩy mạnh phát triển mảng khách hàng quốc tế, khách hàng trong khu vực ASEAN.
- Triển khai các hoạt động Digital Marketing, thăm dò ý kiến và phản hồi của khách hàng về dịch vụ của HPT nhằm hoàn thiện công tác chăm sóc phục vụ khách hàng.

2.1.4 Về nhiệm vụ chuyên môn cốt lõi: Phát triển Giải pháp, Sản phẩm, Dịch vụ

Nhiệm vụ phát triển các giải pháp, sản phẩm, dịch vụ vượt trội có năng lực cạnh tranh là một nhiệm vụ khó khăn nhưng là nhiệm vụ tiên quyết. HPT hiểu rõ những khó khăn thách thức khi công nghệ thay đổi nhanh chóng, ứng dụng AI trở thành then chốt và cấp bách trong các hoạt động khoa học công nghệ và quản trị kinh doanh của HPT. Chúng ta kiên định xây dựng đội ngũ nhân lực khoa học công nghệ và đầu tư chuyên sâu cho hoạt động chuyên môn cốt lõi, nâng cao năng lực cạnh tranh bằng các giải pháp, sản phẩm, dịch vụ do HPT làm chủ và cùng cộng tác với các đối tác hàng đầu.

- Tiếp tục đẩy mạnh chiến lược chuyển đổi số trong năm 2025, cụ thể hóa các chương trình chuyển đổi số, ứng dụng AI trong nội bộ HPT và hoàn thiện kiến trúc khả thi chuyển đổi số cho các đối tượng khách hàng khác nhau, chú trọng mảng khách hàng chiến lược.
- Năm 2025 tiếp tục đẩy mạnh xây dựng các giải pháp, sản phẩm mang thương hiệu HPT, hợp tác cùng các đối tác hàng đầu về công nghệ trong phát triển giải pháp, sản phẩm mà hàm lượng đóng góp của HPT là nổi trội. Đây là nhiệm vụ rất quan trọng nhằm tạo lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững của HPT, thực hiện chiến lược đột phá. Tiếp tục hoàn thiện nâng cao và cải tiến chất lượng, đăng ký sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm giải pháp mang thương hiệu HPT.
- Đầu tư mạnh mẽ vào công tác nghiên cứu phát triển (R&D) theo chiến lược đột phá, phát triển sản phẩm giải pháp mới, công nghệ mới phù hợp với thị trường và nhu cầu khách hàng, tạo lợi thế cạnh tranh.
- Các Trung tâm kinh tế có kế hoạch phát triển quản lý hạ tầng công nghệ, đảm bảo cho các hệ thống hoạt động ổn định, bảo mật và hiệu quả, tối ưu hóa hiệu suất và chi phí. Sử dụng các công cụ quản lý dự án để theo dõi tiến độ, nguồn lực và rủi ro.
- Cải tiến và đồng bộ cách thức quản lý dữ liệu và phân tích. Xây dựng hệ thống quản lý dữ liệu mạnh mẽ, bao gồm thu thập, lưu trữ, xử lý và phân tích dữ liệu. Sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ ra quyết định lãnh đạo và kinh doanh.
- Nâng cao năng lực dịch vụ khách hàng theo chuẩn chuyên nghiệp dịch vụ và chuẩn quốc tế.
- Tuân thủ ở mức độ cao nhất các nguyên tắc bảo mật, bảo vệ sở hữu trí tuệ, đảm bảo an toàn thông tin cho toàn bộ hệ thống HPT, thường xuyên đào tạo nâng cao nhận thức an ninh mạng cho toàn thể CBNV công ty.

2.1.5 Về mục tiêu nhiệm vụ hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước

Năm 2025, HPT đặt trọng tâm nâng cao hiệu quả hợp tác với các đối tác công nghệ trong và ngoài nước, hướng tới tăng trưởng bền vững, củng cố vị thế thị trường và mở rộng hệ sinh thái giải pháp cho khách hàng. Phát triển hợp tác quốc tế với các đối tác công nghệ theo hướng chuyển giao công nghệ, phát triển thương hiệu sản phẩm công nghệ cao gắn với thương hiệu HPT.

Một số lưu ý cụ thể:

- Đẩy mạnh tăng trưởng doanh thu với đối tác chiến lược ở từng mảng nhằm mở rộng hệ sinh thái giải pháp cho khách hàng.
- Phát triển sản phẩm/ giải pháp mới và nâng cấp hợp tác lên cấp độ chiến lược với đối tác chủ lực; đồng thời bổ sung các đối tác mới trong lĩnh vực công nghệ trọng điểm như Chip bán dẫn, Cloud, An toàn thông tin, AI, IoT và Smart Factory.
- Đẩy mạnh hoạt động đào tạo, nâng cao năng lực đội ngũ kỹ thuật đảm bảo sẵn sàng triển khai các công nghệ mới.
- Mở rộng hợp tác quốc tế, ưu tiên ký kết thỏa thuận với các đối tác tại Mỹ, Nhật, EU, ASEAN, đồng thời khai thác cơ hội tại các thị trường tiềm năng trong khu vực.
- Tăng cường liên kết với các doanh nghiệp công nghệ trong nước, đẩy mạnh phát triển các giải pháp Made in Vietnam phục vụ chuyển đổi số trong nhiều lĩnh vực.

Triển khai kế hoạch hợp tác chiến lược với các đối tác quan trọng, có cam kết lãnh đạo ở mức cao, có kế hoạch đánh giá, giám sát hiệu quả hợp tác, phấn đấu tăng trưởng doanh thu và thị phần cùng đối tác.

Ban Lãnh đạo phải quyết liệt hành động để đạt hiệu quả trong hợp tác nhằm nâng cao uy tín HPT, tạo điều kiện cho sự phát triển của HPT cùng đồng hành với các đối tác công nghệ hàng đầu.

Duy trì và tăng cường hợp tác với các nhà phân phối, có tiêu chí đánh giá và chia sẻ thông tin kịp thời, cùng nỗ lực phát triển thị phần và nâng cao chất lượng, hiệu quả phục vụ khách hàng.

HPT cam kết xây dựng hệ sinh thái hợp tác rộng mở, minh bạch, hiệu quả và phát triển bền vững, nhằm tạo giá trị gia tăng lâu dài cho cổ đông, khách hàng và cộng đồng doanh nghiệp.

2.1.6 Về nhiệm vụ giữ gìn phát huy bản sắc Văn hóa HPT, công tác Truyền thông Marketing, phát triển thương hiệu, đảm bảo môi trường làm việc và chăm lo đời sống CBNV

Nhiệm vụ giữ gìn phát huy bản sắc Văn hóa HPT, công tác Truyền thông Marketing, phát triển thương hiệu, đảm bảo môi trường làm việc và chăm lo đời sống CBNV là nhiệm vụ xuyên suốt trong nhiều năm và là trách nhiệm của HĐQT, của Ban Điều hành và cũng là trách nhiệm chung của tập thể CBNV.

Chăm lo cho CBNV là chăm lo cho công việc, cuộc sống của từng thành viên được ổn định và phát triển, đảm bảo môi trường làm việc văn minh hiện đại, các công cụ điều kiện làm việc luôn sẵn sàng,

đáp ứng tốt nhất để CBNV phát huy tài năng, thấu hiểu và động viên, quan tâm đến gia đình người thân của CBNV, phấn đấu đạt thành tích và nâng cao thu nhập cho CBNV.

Một số nội dung sẽ phải tập trung trong năm 2025 đó là:

- Trên nền tảng tài liệu “Cẩm nang văn hóa HPT”, thực hiện tuyên truyền, đào tạo và triển khai các hoạt động phong phú liên quan nhằm làm cho toàn thể CBNV thấm nhuần văn hóa HPT, đưa văn hóa đi vào thực chất mọi mặt hoạt động của HPT, xây dựng niềm tự hào Người HPT.
- Tăng cường tổ chức các buổi sinh hoạt nội bộ, các hoạt động phong trào, thể thao, các hoạt động thiện nguyện, các buổi giao lưu với khách mời... chia sẻ, thảo luận về văn hóa, chính trị xã hội và về con người HPT thời đại mới.
- Duy trì và cải thiện môi trường làm việc văn minh, hiện đại, thân thiện, nghệ thuật... tạo điều kiện để CBNV phát huy hết tài năng, làm việc hiệu quả, đạt thành tích cao, gắn bó với HPT.
- Áp dụng các phương pháp quản lý tiên tiến, khoa học, ứng dụng công nghệ hiện đại vào việc vận hành và quản lý, tối ưu hóa quy trình làm việc, tránh lãng phí.
- Công tác truyền thông, phát triển thương hiệu HPT trong năm 2025 phải được triển khai mạnh mẽ hơn với các hoạt động như thực hành “Sổ tay thương hiệu”, “Cẩm nang văn hóa HPT”..., duy trì Hotnews đều đặn với các bài viết chất lượng, thực hiện Digital Marketing, sản xuất video, clip giới thiệu hoạt động, sản phẩm, dịch vụ HPT. Hình ảnh thương hiệu HPT phải mạnh mẽ ở cả bên trong lẫn bên ngoài nhằm nâng cao giá trị thương hiệu HPT, khẳng định vị thế HPT trong cộng đồng và ngoài xã hội, duy trì tốt quan hệ báo chí, truyền thông.
- Đặc biệt kể từ năm nay 2025, công tác truyền thông phải tập trung Truyền thông cho chiến lược đột phá, cổ vũ động viên tinh thần đột phá, kịp thời phản ánh các hoạt động của tập thể và cá nhân đóng góp cho thành công của chiến lược này. Đây là một nhiệm vụ rất quan trọng, đòi hỏi sự quan tâm sâu sát của HĐQT và Ban Điều hành để thực hiện thắng lợi các mục tiêu đột phá của HPT.
- Duy trì và phát huy hình ảnh thương hiệu HPT là công ty có văn hóa, có bản sắc riêng “**Nhân bản – Hải hòa**”, xứng đáng là công ty CNTT hàng đầu Việt Nam.

2.1.7 Về nhiệm vụ công tác cổ đông và làm tốt công tác xã hội cộng đồng

Năm 2025 là năm rất quan trọng với HPT, là năm đầu tiên thực hiện chiến lược đột phá, đòi hỏi sự nỗ lực rất lớn của tập thể Ban Lãnh đạo và toàn thể CBNV. Chúng ta cần rất tập trung, thông minh linh hoạt để dành chiến thắng, cần sự ủng hộ của cổ đông, của tất cả bạn bè đối tác nhằm tạo sức mạnh vật chất và tinh thần cho HPT.

Năm 2025 HPT sẽ nỗ lực đẩy mạnh chuẩn bị xây dựng giai đoạn 2 tòa nhà HPT tại Khu Công nghệ cao Tp.HCM, xem xét khả năng phát triển công ty theo hướng mời gọi đầu tư, mời gọi cổ đông chiến lược, nâng cao giá trị HPT trên thị trường tài chính, chứng khoán...

Năm 2025 tiếp tục thực hiện thông tin kịp thời mọi mặt hoạt động của HPT cho cổ đông, ghi nhận và cảm ơn cổ đông có những đóng góp cho sự nghiệp phát triển của HPT. Phấn đấu mức cổ tức dự kiến cho cổ đông năm 2025 là 10%-15% bằng tiền mặt và/hoặc cổ phiếu.

HPT tiếp tục là thành viên tích cực có trách nhiệm với cộng đồng, với xã hội, là doanh nghiệp có đóng góp cho sự phát triển của địa phương và của cả nước trong kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.

2.2. Nhiệm vụ thực hiện chiến lược đột phá

Chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 tầm nhìn 2035 và xa hơn nữa là chiến lược đột phá đã được tập thể HĐQT, Ban Điều hành xây dựng. Các nội dung tóm tắt được mô tả tại phần III của Báo cáo này.

Như đã đề cập ở phần trên, “*Việc xây dựng chiến lược đột phá đến 2030 là một việc khó, phức tạp, đòi hỏi sự tập trung và quyết tâm cao, sáng suốt xây dựng chiến lược khả thi. Tuy nhiên, việc khó hơn nữa là biến chiến lược thành hành động cụ thể hàng ngày, kiên trì vượt khó để đi đến đích.*”

Vì vậy năm 2025 chúng ta phải rất cố gắng với những nhiệm vụ cụ thể sau:

- 1) Quán triệt sâu sắc, đầy đủ nội dung của chiến lược đột phá từ cấp lãnh đạo cao nhất đến toàn thể CBNV. Mỗi thành viên HPT đều có nhận thức đúng vai trò trách nhiệm của mình trong thực thi chiến lược, tạo sự đồng lòng nhất trí cao.

- 2) Nêu cao vai trò trách nhiệm lãnh đạo điều hành của HĐQT, Ban Tổng Giám đốc, Ban Giám đốc các Trung tâm, vai trò của cán bộ quản lý các cấp, cán bộ NLK, duy trì cam kết lãnh đạo.
- 3) Tập trung nguồn lực (con người, tài chính, tài sản...) một cách tối ưu, có chọn lọc phù hợp với nội lực HPT, hợp tác với đối tác, nhà đầu tư để nhanh chóng thực thi thành công từng hạng mục của chiến lược.
- 4) Triển khai các nội dung kế hoạch năm 2025 do HĐQT, Ban Điều hành đề ra cùng với các kế hoạch của chiến lược đột phá, giám sát chặt chẽ thực hiện theo tinh thần khẩn trương, phấn đấu về đích đúng và trước thời hạn.
- 5) Đánh giá thực hiện theo thời gian thực và theo kế hoạch quý, nửa năm và một năm. Linh hoạt điều chỉnh, tìm cách vượt khó để hoàn thành mục tiêu.
- 6) Có kế hoạch truyền thông riêng, mạnh mẽ cho chiến lược đột phá.
- 7) Biểu dương khen thưởng kịp thời các đơn vị, cá nhân lập thành tích. Phê bình, kỷ luật cá nhân tổ chức yếu kém, vi phạm khuyết điểm.
- 8) Đảm bảo bí mật doanh nghiệp trong các nội dung của chiến lược đột phá, tuân thủ các quy định, quy trình an toàn thông tin, an ninh dữ liệu.

Chúng ta quyết tâm đoàn kết, cùng nhau nỗ lực lao động sáng tạo, vượt qua mọi khó khăn với tinh thần **“Táo bạo đột phá – Mạnh mẽ quyết liệt – Nắm bắt cơ hội”** để hoàn thành thắng lợi chiến lược đột phá của HPT.

III. Mục tiêu – Chiến lược tầm nhìn của HPT đến năm 2030 – Chiến lược “Đột phá”

HĐQT và Ban Điều hành HPT đã xây dựng chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 tầm nhìn đến 2035 và xa hơn nữa. Những nội dung cơ bản của chiến lược bao gồm:

- Những đòi hỏi tiên quyết để xây dựng chiến lược
- Mục tiêu tầm nhìn chiến lược và những mục tiêu chung tổng quát
- Những nhiệm vụ chiến lược cơ bản
- Chiến lược đột phá của Trung tâm và các giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực cho đột phá phát triển
- Nền tảng thực thi chiến lược

1. Những đòi hỏi tiên quyết để xây dựng chiến lược

(1) Yêu cầu nội tại của HPT là phải thay đổi và phát triển. Một trong những yêu cầu đầu tiên để xây dựng chiến lược phát triển đó là HPT phải bứt phá phát triển sau 30 năm xây dựng và trưởng thành. HPT có đầy đủ cơ sở cho phát triển đột phá, có điều kiện thuận lợi để tăng trưởng thành công. Lịch sử hơn 30 năm hình thành và phát triển, HPT đã liên tục phát triển và lớn mạnh, tuy nhiên chúng ta không tự thỏa mãn với thành tích đã đạt được, HPT khát vọng tăng trưởng bứt phá về mọi mặt, hướng đến mục tiêu vì lợi ích của CBNV HPT, của cổ đông HPT, nhằm đem lại cuộc sống hạnh phúc cho CBNV, giữ vững vị thế là công ty CNTT hàng đầu Việt Nam, có năng lực cạnh tranh và góp phần cho sự phát triển chung của đất nước.

(2) Chúng ta đang sống trong thời đại cách mạng công nghệ, thời đại của Internet và trí tuệ nhân tạo. Công nghệ tiến bộ và thay đổi rất nhanh đòi hỏi HPT phải nhanh chóng bắt kịp và làm chủ công nghệ mới. HPT là công ty “Khoa học công nghệ”, chúng ta hoạt động trong lĩnh vực sôi động nhất của nhân loại, đây vừa là cơ hội vừa là thách thức đòi hỏi HPT phải thực sự thay đổi, dũng cảm tiến công vào khoa học công nghệ, làm chủ công nghệ. Điều này thôi thúc sự đổi mới toàn diện, một tinh thần quyết tâm cao và một chiến lược phát triển đột phá khả thi của HPT phải được xây dựng, đồng thời phải tạo được sự đồng lòng thực hiện của tất cả CBNV HPT.

(3) Vì một thế hệ trẻ HPT. Chúng ta quyết tâm xây dựng chiến lược phát triển HPT đến 2030 nhằm tạo cơ sở tốt nhất để thế hệ trẻ HPT có nền tảng phát triển mạnh mẽ sau hơn 30 năm HPT xây dựng và trưởng thành, tạo nên sức sống mới, sức trẻ HPT trong khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo, chinh phục thị trường và khách hàng. Chúng ta kỳ vọng thế hệ trẻ HPT sẽ tiếp bước lớp đàn anh tạo nên nhiều kỳ tích cho HPT.

(4) HPT phải trở thành doanh nghiệp CNTT hoạt động mạnh mẽ trên phạm vi khu vực ASEAN và quốc tế. Trở thành doanh nghiệp Việt Nam có năng lực hợp tác và phát triển sản phẩm, dịch vụ quốc tế. Đây vừa là thách thức vừa là nhiệm vụ quan trọng của HPT, là cách để HPT tạo động lực phát triển toàn diện, mạnh mẽ hơn.

(5) HPT phải là doanh nghiệp CNTT hàng đầu Việt Nam tích cực tham gia và đóng góp cho chiến lược phát triển của đất nước trong kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. Mục tiêu chiến lược đó là *“đến năm 2030, kỷ niệm 100 năm thành lập Đảng: Là nước đang phát triển, có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao, theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Đến năm 2045, kỷ niệm 100 năm thành lập nước Việt*

Nam Dân chủ Cộng hoà, nay là nước Cộng hoà XHCN Việt Nam: Trở thành nước phát triển, thu nhập cao, theo định hướng xã hội chủ nghĩa.”

Với những yêu cầu đòi hỏi tiên quyết nêu trên, HĐQT và Ban Điều hành đã xây dựng chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 tầm nhìn đến 2035 và xa hơn nữa, gọi tắt là chiến lược đột phá đến 2030.

2. Mục tiêu tầm nhìn chiến lược và những mục tiêu chung tổng quát

2.1 Tầm nhìn chiến lược:

HPT nhận rõ vai trò và trách nhiệm của mình trong lĩnh vực hoạt động khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Thấm nhuần tinh thần Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, HPT quyết tâm trở thành **“Công ty Công nghệ hàng đầu trong các lĩnh vực giải pháp, dịch vụ CNTT - Truyền thông, Phát triển Phần mềm và Tích hợp các công nghệ tiên tiến, là công ty có uy tín trong nước và quốc tế”** để góp phần thực hiện thắng lợi các mục tiêu chung của đất nước, của Thành phố Hồ Chí Minh và của Khu CNC.

Khẩu hiệu hành động:

“Táo bạo đột phá – Mạnh mẽ quyết liệt – Nắm bắt cơ hội”

2.2 Những mục tiêu chung tổng quát

Mục tiêu đột phá (2025-2030)

Tăng trưởng gấp 2 và hơn thế nữa

HPT phải trở thành công ty công nghệ hướng đến 10 mục tiêu:

- 1) Tăng trưởng về kinh tế (doanh số, lợi nhuận); Có năng lực cạnh tranh bằng nguồn nhân lực chuyên nghiệp đẳng cấp, bằng giải pháp sản phẩm dịch vụ vượt trội.
- 2) Phát triển và chiếm lĩnh thị trường, khách hàng, vươn ra thị trường quốc tế. Xây dựng quan hệ hợp tác đối tác thực chất hiệu quả.
- 3) Đội ngũ lãnh đạo quản lý mạnh, bản lĩnh, đoàn kết, có thu nhập cao phù hợp, làm giàu từ những hoạt động chung sức xây dựng HPT. Chuẩn bị tốt đội ngũ lãnh đạo trẻ HPT.
- 4) Chăm lo CBNV, phấn đấu cải thiện thu nhập cho CBNV. Tạo môi trường để CBNV phát huy tài năng, gắn bó xây dựng và phát triển cùng HPT, hạnh phúc được sống, lao động học tập tại HPT.
- 5) Triển khai thành công các dự án xây dựng hạ tầng làm việc tại Tp.HCM và Hà Nội.
- 6) Hình thành mô hình tập đoàn HPT.
- 7) Tìm kiếm đối tác chiến lược cùng phát triển HPT.
- 8) Gìn giữ văn hóa HPT như một giá trị trường tồn HPT.
- 9) Duy trì, xây dựng hình ảnh thương hiệu HPT, đóng góp tích cực trong cộng đồng CNTT, cho quê hương đất nước Việt Nam và cho hòa bình thế giới.
- 10) Uy tín HPT được nâng cao. Giá trị công ty tăng, giá trị cổ phiếu tăng, phấn đấu đạt mức gấp đôi 2024. HPT hướng đến sàn giao dịch HOSE và có thanh khoản.

Một số chỉ tiêu cần đạt vào năm 2028:

- Doanh số/ năm: 3000 tỷ VND
- Lãi ròng/ doanh thu: 4%
- Mức thu nhập bình quân tăng 30% so với 2024
- Dự kiến nhân sự từ 500 – 700

3 Những nhiệm vụ chiến lược cơ bản

Xây dựng và thực thi chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 và tầm nhìn đến 2035 và xa hơn nữa là một nhiệm vụ quan trọng của HĐQT và Ban Điều hành, đòi hỏi sự nỗ lực, linh hoạt và tập trung cao độ, đồng thời cũng yêu cầu phải bám sát thực tiễn, điều chỉnh kịp thời hành động nhằm đáp ứng sự thay đổi, vượt khó để đi đến thắng lợi cuối cùng.

Những nhiệm vụ quan trọng phải thực hiện bao gồm:

3.1 Đánh giá đúng vị thế HPT

a. Vị thế HPT hôm nay nằm trong top đầu các công ty CNTT tại Việt Nam

- HPT là công ty CNTT hàng đầu Việt Nam với doanh thu xấp xỉ 1.400 tỷ VND (năm 2024), có đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp cung cấp nhiều giải pháp, sản phẩm CNTT đa dạng tiên tiến phục vụ khách hàng, được khách hàng tin nhiệm, có năng lực cạnh tranh và tiềm năng phát triển trong tương lai.
- HPT là một trong 5 doanh nghiệp CNTT của Thành phố Hồ Chí Minh nằm trong TOP 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam (VNR500 – năm 2024).
- Những thành tích trong lĩnh vực CNTT thể hiện vị trí hàng đầu của HPT đó là những giải thưởng cao quý của Chính phủ, UBND Tp.HCM, của các Hiệp hội ngành nghề, các tổ chức xã hội uy tín trao tặng cho HPT trong nhiều năm liền, các giải thưởng của các hãng đối tác trao tặng ghi nhận thành tích vượt trội của HPT trong hoạt động khoa học công nghệ và phát triển kinh doanh.
- Một số thành tích và giải thưởng mà HPT đã đạt được, xem chi tiết trong phần I.1 – Đánh giá tổng quát.

b. Phân tích đánh giá các chỉ số tài chính so với các công ty cùng ngành

- Các chỉ số về vốn và hiệu quả sử dụng vốn
- Phân tích chỉ số tài chính về hoạt động của HPT
- Phân tích định giá thị giá cổ phiếu HPT, định giá cổ phiếu HPT theo chỉ số P/E ngành

c. Nhận diện vị thế HPT – Phân tích SWOT

Việc phân tích đánh giá vị thế HPT cùng với các phân tích tài chính, so sánh với các công ty cùng ngành và việc phân tích đầy đủ khách quan đánh giá điểm mạnh yếu, cơ hội thách thức (phân tích SWOT) đã cho ra một bức tranh thực chất về HPT tại thời điểm đánh giá, góp phần xây dựng chiến lược cụ thể, khả thi và là nền tảng để động viên toàn nội lực HPT cùng hành động cho mục tiêu tầm nhìn chung.

Nhận định từ những phân tích, so sánh đánh giá tài chính, kết luận tại thời điểm tháng 5 năm 2025 là:

“HPT hoàn toàn có khả năng định vị tốt giá trị cổ phiếu nếu đẩy mạnh các hoạt động kinh doanh, hiệu quả kinh doanh tiếp tục tăng trưởng và đẩy mạnh các hoạt động truyền thông, tạo điều kiện để các nhà đầu tư tiếp cận, cùng đầu tư phát triển và sinh lợi.”

Công tác đánh giá này là một nhiệm vụ quan trọng và sẽ được HĐQT thực hiện thường xuyên, kịp thời.

3.2 Xây dựng chiến lược đột phá kinh doanh

Bên cạnh việc xây dựng các chiến lược đột phá kinh doanh của các Trung tâm (gồm các hoạt động thường xuyên hàng năm và các kế hoạch chiến lược đột phá), thì nội dung của chiến lược đột phá kinh doanh HPT sẽ đề cập đến hai nội dung chính: (1) đột phá trong kinh doanh các sản phẩm, giải pháp, dịch vụ của Đối tác và (2) đột phá trong kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ HPT.

3.2.1 Mục tiêu đột phá trong kinh doanh các sản phẩm, giải pháp, dịch vụ của Đối tác

- Phân tích đánh giá năng lực chuyên môn và năng lực kinh doanh của các Trung tâm kinh tế HPT trong việc hợp tác kinh doanh với các đối tác.
- Đánh giá lựa chọn đối tác cho mục tiêu đột phá dựa trên các tiêu chí như: (1) Số năm hợp tác; (2) Năng lực chuyên môn của HPT; (3) Tỷ trọng đóng góp vào doanh thu; (4) Thị phần đối với đối tác tại Việt Nam; (5) Hiệu quả (ước tính lãi gộp/doanh thu theo từng đối tác); (6) Thị trường, khách hàng của HPT liên quan đến đối tác; (7) Tiềm năng phát triển trong những năm sắp đến. Kết quả đã đưa ra một bức tranh toàn diện về các đối tác quan trọng của HPT hiện tại.
- Thực hiện phân tích đánh giá:
 - a) Tổng hợp hiện trạng kết quả kinh doanh (doanh thu) của HPT theo từng đối tác
 - b) Tổng hợp hiện trạng kết quả kinh doanh (khách hàng) theo từng đối tác sản phẩm/ giải pháp
 - c) Tổng hợp hiện trạng kết quả kinh doanh (khách hàng) theo từng đối tác dịch vụ
 - d) Tổng hợp mục tiêu đột phá dự kiến về doanh thu với các đối tác sản phẩm, giải pháp
 - e) Tổng hợp mục tiêu đột phá dự kiến về khách hàng với các đối tác sản phẩm, giải pháp
 - f) Tổng hợp mục tiêu đột phá và đầu tư nguồn lực về hợp tác với đối tác hiện tại
 - g) Mục tiêu và chi phí đầu tư
- Một số định hướng mở rộng hợp tác đối tác mới trong 03 – 05 năm sắp đến, đóng góp trong mục tiêu đột phá:
 - a) Dự kiến một số định hướng chuyên môn để phát triển hợp tác đối tác mới đóng góp vào mục tiêu đột phá và dự kiến kế hoạch triển khai:
 - i. Nhóm đối tác công nghệ phổ quát (trừ an toàn thông tin, an ninh mạng)
 - ii. Nhóm đối tác giải pháp chuyên ngành nghiệp vụ
 - iii. Nhóm đối tác chuyên về an toàn thông tin, an ninh mạng
 - b) Dự kiến đóng góp của việc hợp tác đối tác mới trong mục tiêu đột phá

3.2.2 Đột phá trong kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ HPT

Các Trung tâm đang làm chủ các sản phẩm phần mềm, dịch vụ và đã phân tích, trình bày chi tiết việc lựa chọn các sản phẩm, dịch vụ để đưa vào chiến lược đột phá cùng với các phương án đầu tư nguồn lực (nhân sự,

công cụ, hệ thống,...), dự kiến kết quả tăng trưởng đến năm 2030. Cụ thể, HPT đã chọn 4 Sản phẩm Phần mềm và 4 Giải pháp, Dịch vụ đột phá.

Nội dung của phần chiến lược này sẽ được trình bày trong phần III.4 “Chiến lược đột phá của Trung tâm và các Giải pháp, Sản phẩm, Dịch vụ chủ lực cho đột phá phát triển”.

3.3 Chiến lược phát triển khách hàng thị trường

Để đạt chỉ tiêu đột phá về kinh tế, việc tăng trưởng khách hàng - thị trường là yếu tố quyết định.

Nội dung của phần này sẽ có một số thông tin định lượng quan trọng về bức tranh khách hàng - thị trường hiện tại của HPT trong 03 năm gần đây (2022, 2023, 2024) để làm cơ sở cho việc phân tích những định hướng cụ thể về việc phát triển khách hàng - thị trường theo mục tiêu đột phá. Từ những nền tảng hiện có về khách hàng - thị trường, phần này cũng sẽ đánh giá những thuận lợi, khó khăn trong chiến lược phát triển khách hàng - thị trường trong 05 năm sắp tới. Nội dung quan trọng của phần này là tóm tắt những chiến lược chính thực hiện các mục tiêu cụ thể cùng với những nguồn lực tài chính cần thiết nhất để đạt được các mục tiêu đó.

Hiện tại, mô hình kinh doanh của HPT gần 100% là B2B (khách hàng doanh nghiệp) với một ít là B2G (khách hàng cuối là các doanh nghiệp, tổ chức, cơ quan nhà nước).

Với lịch sử 30 năm hoạt động, HPT đã tích lũy một cơ sở dữ liệu về khách hàng suốt chiều dài kinh doanh với gần 3.000 đơn vị (account) khách hàng trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Đặc điểm chính của đa số khách hàng của HPT là những đơn vị có nhu cầu ứng dụng CNTT và có ngân sách đầu tư thường xuyên.

Toàn bộ thông tin về khách hàng của HPT được quản lý thống nhất trên phần mềm CRM cùng với các số liệu về lịch sử làm việc, hợp tác của khách hàng với HPT.

Chiến lược phát triển khách hàng và thị trường được thực hiện với các nội dung chính là:

1. Phân tích đánh giá hiện trạng khách hàng
 - Phân nhóm khách hàng và tỷ trọng doanh thu
 - Số lượng khách hàng, doanh thu và lãi gộp 3 năm gần đây
 - Phân tích mức độ gắn bó của khách hàng – phát triển khách hàng mới
 - Thực hiện phân cấp độ khách hàng
 - Khách hàng qua kênh online
 - Một số chỉ số khách hàng quan trọng
2. Chiến lược phát triển khách hàng
 - a) Chiến lược phát triển khách hàng - thị trường với bản chất là tăng số lượng khách hàng, mở rộng thị trường bằng những năng lực cạnh tranh vượt trội, cụ thể gồm:
 - Phát triển khách hàng mới
 - Giữ khách hàng cũ
 - Mở rộng thị trường
 - Chủ động trong công nghệ, xây dựng các sản phẩm mang thương hiệu HPT
 - Tăng cường marketing phù hợp với mô hình kinh doanh B2B
 - Đa dạng hóa mô hình kinh doanh, chính sách giá
 - Đẩy mạnh hợp tác chiến lược
 - b) Mục tiêu 1.000 khách hàng có hợp đồng để đạt kết quả kinh doanh đột phá
 - c) Phát triển số lượng khách hàng theo cấp độ
 - d) Sản phẩm, giải pháp, dịch vụ trọng tâm trong chiến lược phát triển khách hàng
 - e) Phát triển khách hàng qua kênh kinh doanh online
 - f) Tổ chức bộ máy nhân sự kinh doanh
3. Chiến lược phát triển thị trường trong nước
 - a) Ưu tiên thị trường doanh nghiệp
 - b) Phát triển thị trường theo ngành với các giải pháp nghiệp vụ
4. Chiến lược phát triển thị trường quốc tế

Có thể khẳng định năng lực dịch vụ của HPT là một trong những lĩnh vực tiên phong và quan trọng để phát triển thị trường quốc tế. Những thành công bước đầu là những tham chiếu quý báu để HPT triển khai mảng kinh doanh thị trường quốc tế một cách mạnh mẽ và đột phá.

3.4 Chiến lược hợp tác quốc tế và quan hệ đối tác

Sau 30 năm xây dựng và phát triển, HPT đã xây dựng các năng lực chuyên môn có khả năng cạnh tranh cao. Để xây dựng năng lực như trên, một trong những nền tảng quan trọng là việc hợp tác với các đối tác công nghệ trong và ngoài nước. Trên cơ sở các sản phẩm của đối tác, HPT xây dựng các dịch vụ giá trị gia tăng, tinh chỉnh, phát triển thêm chức năng sản phẩm (phần mềm) để cung cấp cho khách hàng.

Thực hiện phân tích đánh giá vai trò của đối tác trong hoạt động chung của HPT:

1. Đánh giá hiện trạng về hoạt động hợp tác với đối tác trong 03 năm gần đây, gồm có:

- Doanh thu của đối tác trong tổng doanh thu HPT
 - Tỷ trọng doanh số nhập qua kênh phân phối (của hãng) từ các nhóm đối tác
 - Tỷ trọng doanh số nhập đối tác của Top 20 đối tác so với tổng doanh số nhập đối tác toàn công ty
 - Các nhóm đối tác và năng lực cạnh tranh của HPT: (1) Nhóm đối tác ATTT; (2) Nhóm đối tác Hạ tầng; (3) Nhóm đối tác Phần mềm; (4) Nhóm đối tác Dịch vụ nền tảng; (5) Nhóm đối tác Công nghệ Việt.
 - Phân tích SWOT và đề xuất định hướng hợp tác đối tác HPT
2. Chiến lược phát triển đối tác để thực hiện chiến lược đột phá
- a) Mục tiêu:
 - Tăng cường năng lực cung cấp sản phẩm, giải pháp từ đối tác chiến lược
 - Phát triển sản phẩm, giải pháp mang thương hiệu HPT trên nền tảng đối tác
 - Xây dựng Trung tâm Trải nghiệm Giải pháp (Executive Briefing Center), gọi tắt “EBC”.
 - Mở rộng, đa dạng hóa giải pháp theo lĩnh vực chuyên ngành (Vertical Industry)
 - b) Chiến lược phát triển hợp tác đối tác theo trung tâm chuyên môn
 - c) Chiến lược phát triển hợp tác đối tác theo phân khúc thị trường
 Chiến lược phát triển đối tác cũng cần tập trung vào việc chủ động đánh giá thế mạnh của đối tác để nâng cao giá trị dịch vụ, đẩy mạnh các ứng dụng (chẳng hạn cho chuyển đổi số của khách hàng) và tạo sự khác biệt trong từng phân khúc thị trường. Với định hướng đó, các nhóm đối tác mà HPT cần tập trung (theo hiện trạng hợp tác hiện nay) như sau: (1) Đối tác Giải pháp (Solution Partner); (2) Đối tác Nền tảng - Công nghệ và Đổi mới (Platform - Technology and Innovation Partner); (3) Đối tác Thương mại điện tử (E-Commerce Partner); (4) Đối tác mở rộng hợp tác quốc tế (Global Expansion Partner);
 - d) Chiến lược phát triển đối tác mới khác
 - Tập trung vào công nghệ cốt lõi
 - Đồng hành cùng đối tác phát triển giải pháp
 - Phát triển hệ sinh thái đối tác linh hoạt
 - Hướng ra thị trường quốc tế
 - Mở rộng hợp tác với đối tác công nghệ Trung Quốc
 - e) Đầu tư vào các hoạt động nhằm tăng hiệu quả hợp tác đối tác
 - Trung tâm Trải nghiệm Giải pháp (Execution Briefing Center – EBC)
 - Sự kiện công nghệ thường niên HPT D-day

3.5 Chiến lược phát triển nguồn lực và hoàn thiện hệ thống quản trị, quy trình

A. Chiến lược phát triển nguồn lực cho đột phá phát triển

Hơn 30 năm hình thành và phát triển, HPT đã khẳng định vị thế trong ngành công nghệ với tài sản vô giá là con người. Trong lĩnh vực CNTT khi tri thức khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo đem đến thành công thì nguồn nhân lực là yếu tố cốt lõi thực thi tăng trưởng, tạo lợi thế cạnh tranh và quyết định thắng lợi của công cuộc đột phá phát triển.

1. HPT xây dựng và thực thi chiến lược phát triển nhân sự theo các hướng chính:
 - Xem con người là tài sản quý giá nhất của công ty, là nhân tố quyết định thành công của doanh nghiệp, HPT xây dựng một môi trường làm việc thuận lợi nhất để mỗi thành viên HPT được tự do phát triển tài năng trên nền tảng kết nối các mục tiêu cá nhân với mục tiêu của HPT. Hệ thống quản trị doanh nghiệp chuẩn mực, minh bạch và công bằng, tạo sự gắn kết giữa các thành viên trong một tổ chức.
 - Người HPT cùng cam kết và đồng lòng vì mục tiêu chung, được chia sẻ tầm nhìn và có trách nhiệm thực hiện các kế hoạch mục tiêu, cùng đồng đội vượt qua khó khăn thách thức. Người HPT làm việc với tinh thần làm chủ, được khuyến khích tham gia sở hữu công ty, được hưởng những khoản thưởng theo thành tích. HPT phấn đấu nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho CBNV.
 - HPT chú trọng công tác học tập đào tạo, khuyến khích tinh thần cầu thị, tự học với phương châm “**Học suốt đời**”. Công ty có chương trình phát triển nguồn lực theo từng lĩnh vực chuyên môn, đầu tư cho đào tạo chuyên sâu nhằm tạo ra nguồn nhân lực có sức cạnh tranh cao. HPT triển khai các chương trình đào tạo các kỹ năng tương tác và các kỹ năng cá nhân.
 - Người HPT là con người có văn hóa. HPT xây dựng một chiến lược phát triển nguồn lực gắn liền với văn hóa doanh nghiệp HPT, văn hóa “**Nhân bản – Hải hòa**” với các giá trị cốt lõi của HPT, với triết lý kinh doanh làm giàu chân chính vì quyền lợi của khách hàng, của HPT và của đất nước. Người HPT là con người cầu thị, khiêm tốn và luôn luôn có ý thức đoàn kết xây dựng HPT vững mạnh.
2. Chiến lược phát triển nguồn lực cho chiến lược đột phá được thực hiện cẩn trọng với các phân tích đánh giá hiện trạng nguồn lực, phân tích cơ cấu theo các khối chức năng, theo chuyên môn kỹ thuật, trình độ học vấn, cấu trúc nhân sự theo cấp bậc...
3. Phân tích năng lực trình độ nguồn lực với các chỉ tiêu cụ thể như: (1) Chứng chỉ quốc tế và năng lực chuyên môn; (2) Kỹ năng và tri thức ngành nghề; (3) Kinh nghiệm làm việc.

4. Phát triển nguồn lực và xây dựng đội ngũ lãnh đạo:
 - a) Hình thành triết lý quản trị nhân sự: *"Con người là tài sản quý giá nhất của công ty. HPT tạo ra một môi trường làm việc thuận lợi để mỗi thành viên phát triển tài năng, kết nối mục tiêu cá nhân với mục tiêu chung của HPT. HPT cam kết xây dựng một hệ thống quản trị minh bạch, công bằng và gắn kết, khuyến khích tinh thần làm chủ và chia sẻ thành quả. HPT chú trọng đào tạo và phát triển nguồn lực với phương châm **"Học suốt đời"**, tạo điều kiện cho nhân viên nâng cao kỹ năng và cạnh tranh cao. Văn hóa doanh nghiệp **"Nhân bản – Hải hòa"** của HPT gắn liền với các giá trị cốt lõi, tôn trọng sự tự do cá nhân và tuân thủ kỷ cương, đạo đức".*
 - b) Định hình giá trị con người HPT *"Chính trực - Cam kết", "Tận tụy với khách hàng", "Chuyên nghiệp"* và *"Tinh thần đồng đội"*
 - c) Chương trình Nguồn lực khung
5. Chiến lược phát triển nguồn nhân lực đến năm 2030
 Mục tiêu nhằm xây dựng nguồn nhân lực HPT đạt trình độ đẳng cấp khu vực ASEAN trong các lĩnh vực hoạt động với chiến lược xây dựng *"Đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý tài giỏi - bản lĩnh, đội ngũ chuyên gia chuyên nghiệp - cam kết"* và chuẩn bị cho đội ngũ lãnh đạo trẻ kế thừa, sẵn sàng đảm nhiệm vai trò lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp.
 - a) Các chiến lược phát triển nguồn lực cấp tổ chức
 - Tối ưu cơ cấu và định hình phát triển tổ chức
 - Phát triển đội ngũ nòng cốt thông qua chương trình "Nguồn lực khung"
 - Nâng cao chất lượng chuyên môn
 - Xây dựng quỹ phát triển tài năng HPT
 - b) Chiến lược phát triển nguồn lực cấp nhân sự:
 - Định hình giá trị cốt lõi của con người mới HPT, đó là: *"Cầu thị học hỏi - Năng động linh hoạt - Trách nhiệm - Chan hòa - Cống hiến"*
 - Các nội dung nhiệm vụ chính:
 - i. Xây dựng tổ chức và phát triển nguồn lực là nhiệm vụ hàng đầu của HPT, là trách nhiệm chung của mọi cấp quản lý
 - ii. Phát triển đội ngũ lãnh đạo
 - iii. Phát triển đội ngũ quản lý
 - iv. Phát triển đội ngũ chuyên gia
 - c) Một số giải pháp thực hiện chiến lược nguồn lực
 - Đẩy mạnh đào tạo chuyên sâu
 - Hợp tác với các trường, các cơ sở đào tạo, nghiên cứu và hỗ trợ khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo
 - Xây dựng môi trường làm việc hiện đại, chuyên nghiệp và có tính cạnh tranh
 - Xây dựng chính sách nâng cao chế độ và phúc lợi cho CBNV
 - Phát huy và giữ gìn bản sắc văn hóa HPT
 - Phát triển thương hiệu HPT – xây dựng niềm tự hào thương hiệu trong CBNV
6. Tóm tắt những nhu cầu đầu tư để thực thi chiến lược phát triển nguồn lực
 - Đầu tư phát triển nhận thức và văn hóa doanh nghiệp
 - Đầu tư phát triển kỹ năng nghề nghiệp
 - Đầu tư cơ sở hạ tầng
 - Đầu tư phát triển hệ thống đào tạo và học tập
 - Đầu tư vào chính sách nhân sự và đãi ngộ
 - Đầu tư công cụ quản trị tầm công ty

B. Hoàn thiện hệ thống quản trị, quy trình cho đột phá phát triển

Nhằm đảm bảo thực thi thành công chiến lược đột phá phát triển, HPT cần liên tục cập nhật, hoàn thiện hệ thống quản trị, quy trình vận hành doanh nghiệp một cách khoa học, thông minh và hiệu quả, hướng đến các chuẩn mực Việt Nam và quốc tế.

HPT thực hiện quản trị doanh nghiệp theo quy trình ISO với tổng số tài liệu của công ty là 127 (trong đó có 02 sổ tay, 06 chính sách, 04 quy chế, 81 quy định và 34 quy trình) và 110 biểu mẫu. Hệ thống tài liệu được rà soát và cập nhật định kỳ hàng năm để đảm bảo cải tiến, phù hợp thực tế công việc, đồng thời duy trì chất lượng dịch vụ và bảo mật thông tin cho HPT và cho khách hàng.

Hệ thống quy trình của HPT gồm các nhóm:

- Nhóm ứng dụng lõi (ERP/ CRM/ HRM/ HMA)
- Nhóm ứng dụng thông tin nội bộ và quy trình
- Nhóm ứng dụng quản lý nghiệp vụ nội bộ
- Nhóm ứng dụng quản lý công việc và đào tạo

- Nhóm ứng dụng hỗ trợ dịch vụ và chăm sóc khách hàng
- Nhóm ứng dụng báo cáo quản trị

Định hướng chuẩn hóa quy trình cho chiến lược đột phá với các nội dung sau:

Để đạt được mục tiêu lớn của công ty, phương thức quản trị doanh nghiệp cần có sự điều chỉnh linh hoạt, trong đó các quy trình quản lý phải được cập nhật và cải tiến nhằm khắc phục tồn đọng và đáp ứng yêu cầu của chiến lược nguồn lực cũng như các tiêu chuẩn quốc tế mới như CMMI, SOC2, và ESG.

- Chuẩn hóa quy trình cho mục tiêu đột phá và các tiêu chuẩn quốc tế mới:
 - o Xây dựng các quy trình liên quan đến tái cấu trúc tổ chức nguồn lực
 - o Bổ sung quy trình đánh giá, quy hoạch, bổ nhiệm lãnh đạo
 - o Bổ sung quy trình phát triển sản phẩm HPT
 - o Chuẩn hóa quy trình thực hiện dịch vụ chuyên nghiệp
 - o Nâng cấp hệ thống quản trị chất lượng theo CMMI & SOC2
- Tóm tắt nhu cầu đầu tư để chuẩn hóa, cải tiến quy trình:
 - o Thiết kế và triển khai chương trình đào tạo toàn diện
 - o Ứng dụng công nghệ (AI/ML) giám sát và hướng dẫn áp dụng quy trình, quy định
 - o Cải tiến quy trình đặc thù

3.6 Chiến lược đầu tư hạ tầng xây dựng

HĐQT và Ban Điều hành HPT đã xây dựng chiến lược đầu tư hạ tầng xây dựng nhằm mở rộng mặt bằng làm việc cho HPT, đáp ứng nhu cầu phát triển của công ty trong chiến lược đột phá đến năm 2030, tầm nhìn 2035 và xa hơn nữa.

Mục tiêu cụ thể là:

- (1) Triển khai dự án xây dựng và khai thác hiệu quả tòa nhà HPT giai đoạn 2 tại Không gian khoa học – Khu Công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh.
- (2) Từng bước nghiên cứu khả thi mở rộng mặt bằng làm việc của Văn phòng HPT tại Chi nhánh Hà Nội, đáp ứng sự phát triển, mở rộng hoạt động của Chi nhánh Hà Nội.

Trong phần chiến lược đầu tư hạ tầng tại báo cáo này chỉ đề cập đến nội dung thứ nhất, đó là:

Tóm tắt các nội dung chính của dự án xây dựng tòa nhà HPT giai đoạn 2 tại Không gian khoa học – Khu Công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh. Các nội dung chính gồm có:

1. Đánh giá hiện trạng về hạ tầng làm việc của HPT
 - Tính đến tháng 03/2025, tổng số nhân viên đang làm việc tại HPT ở tất cả các địa điểm và chi nhánh là: 465 người phân bổ tại 3 khu vực địa lý khác nhau.
 - HPT đã khai thác hết công suất mặt bằng hiện có, nhu cầu mở rộng mặt bằng đáp ứng chất lượng công tác là rất cần thiết.
 - Bảng phân tích nêu rõ những số liệu tài chính thể hiện tính ưu việt khi HPT chủ động có mặt bằng của mình, đáp ứng đòi hỏi phát triển của công ty.
2. Thông tin chung về dự án
 - Tên Dự án: **“Trung tâm Nghiên cứu và Ứng dụng CNTT - Truyền Thông HPT”** viết tắt Tiếng Anh là HPT ICT Center.
 - Dự án đầu tư được chia thành hai giai đoạn:
 - o Giai đoạn I: Đã hoàn thành và đã khai thác sử dụng từ tháng 09/2019.
 - o Giai đoạn II: Đang thực hiện thiết kế và dự kiến hoàn thành xây dựng vào Quý I năm 2028
 - HPT đầu tư xây dựng tòa nhà Giai đoạn II sẽ mang lại giá trị to lớn về kinh tế, gia tăng giá trị tài sản và vị thế của HPT, chủ động đáp ứng nhu cầu tăng trưởng đột phá trong tương lai của HPT. Với dự trù kinh phí đầu tư xây dựng công trình (mức hoàn thiện có trang thiết bị) khoảng 450 tỷ VND để xây dựng tòa nhà 12 tầng có 01 tầng hầm (khoảng 900m²) với tổng diện tích xây dựng khoảng 37.600m².
 - Tòa nhà HPT giai đoạn II có chức năng văn phòng làm việc kết hợp với hoạt động nghiên cứu phát triển, thiết kế, xử lý dữ liệu, xây dựng các giải pháp công nghệ thông tin và truyền thông, ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo, các giải pháp chuyển đổi số hiệu quả đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp đa ngành nghề.
 - Tòa nhà sẽ đảm bảo các điều kiện về kỹ thuật, mỹ thuật, hệ thống hạ tầng kỹ thuật đồng bộ, ứng dụng linh hoạt công nghệ xanh, đảm bảo vệ sinh môi trường với đầy đủ tiện ích phù hợp với quy định hiện hành.
 - HPT đang thực hiện thiết kế và điều chỉnh quy hoạch 1/500 để tối ưu hiệu quả đầu tư, dự kiến được cấp phép xây dựng trong năm 2025 và hoàn thành xây dựng đưa vào sử dụng khoảng quý I năm 2028 nếu mọi thủ tục pháp lý của Dự án và công tác chuẩn bị vốn đầu tư đúng theo kế hoạch.



Hình phối cảnh thiết kế tòa nhà giai đoạn I và giai đoạn II:

3. Tóm tắt quan điểm thiết kế
 - Thiết kế tòa nhà văn minh, hiện đại, thân thiện với môi trường.
 - Không gian mở, linh hoạt, phù hợp với ngành nghề.
 - Hệ thống thông gió, ánh sáng tự nhiên tối ưu.
 - Khai thác sân, hầm và tầng 1 làm chỗ để xe.
 - Từ tầng 02 lên tầng 12 là văn phòng.
4. Nhận định về giá trị dự án
 - Vị trí địa lý chiến lược
 - Hạ tầng tiện ích chất lượng, đáp ứng yêu cầu cao nhất của doanh nghiệp
 - Đáp ứng tốt tầm nhìn chiến lược đột phá cho HPT
 - Gia tăng lợi ích kinh tế qua hợp tác phát triển
 - Dự án là công trình kiến trúc đẹp - nâng tầm giá trị thương hiệu HPT
 - Tính bền vững và ứng dụng công nghệ
 - Gia tăng giá trị kinh tế: (1) Giá trị bất động sản và nguồn thu từ khai thác sử dụng; (2) Được hưởng chính sách ưu đãi tốt nhất; (3) Tiềm năng mở rộng quy mô trong tương lai.
5. Phương án khai thác sử dụng dự kiến
 - Làm văn phòng cho các trung tâm thuộc hệ sinh thái HPT.
 - Hợp tác kinh doanh phù hợp theo chức năng đã đăng ký.

3.7 Chiến lược Truyền thông, giữ gìn và phát huy bản sắc Văn hóa thương hiệu HPT

Để thực hiện thành công các mục tiêu chiến lược của kế hoạch đột phá phát triển HPT đến năm 2030, tầm nhìn 2035 và xa hơn nữa, HĐQT và Ban Điều hành HPT đã quán triệt sâu sắc tầm quan trọng của công tác duy trì, phát huy bản sắc văn hóa HPT, đẩy mạnh công tác truyền thông Marketing và xây dựng hình ảnh thương hiệu HPT.

Chiến lược truyền thông, giữ gìn và phát huy bản sắc Văn hóa thương hiệu HPT gồm các nội dung chính sau:

1. Đánh giá và nhận diện thế mạnh của HPT trong công tác gìn giữ phát huy bản sắc văn hóa, thương hiệu HPT:
 - Phân tích rõ các giá trị hữu hình và vô hình của HPT: HPT xây dựng một chiến lược, tầm nhìn rõ ràng, hình thành các giá trị bền vững, khẳng định vị thế tiên phong trong lĩnh vực công nghệ thông tin qua các giá trị hữu hình và vô hình mà HPT đã xây dựng và phát triển xuyên suốt 30 năm qua, đó cũng là nền tảng cho sự lớn mạnh của HPT trong tương lai.
 - Phân tích rõ các giá trị thương hiệu HPT có được thông qua các nội dung quan trọng như định vị thương hiệu, “Tầm nhìn – Sứ mệnh – Giá trị cốt lõi” thương hiệu HPT, cùng với các thành tựu, giải thưởng khẳng định vị thế của HPT, trách nhiệm và uy tín xã hội của HPT...

- Tự hào về văn hóa HPT với rất nhiều nội dung phong phú tạo dựng nên bản sắc văn hóa HPT, đặc biệt cuốn “Cẩm nang văn hóa HPT” và tài liệu “Sổ tay thương hiệu HPT” là những công trình đầy đủ về mọi khía cạnh văn hóa, thương hiệu HPT.
2. Xây dựng chiến lược truyền thông và phát triển thương hiệu HPT
- Mục tiêu: truyền thông nội bộ và truyền thông bên ngoài
 - Kế hoạch phát triển chiến lược Truyền thông và Thương hiệu HPT:
 - o Digital Marketing
 - o Truyền thông truyền thống - Sự kiện
 - o Truyền thông nội bộ
 - o Định vị thương hiệu HPT trên thị trường quốc tế
 - o Xác định ngân sách phân bổ
 - o Lập kế hoạch lộ trình triển khai
 - o Đo Giám sát rủi ro và Điều chỉnh chiến lược
 - o Đo lường hiệu quả và KPI

Chiến lược 2025 - 2030 của HPT không chỉ tập trung vào việc tối ưu hóa các kênh truyền thông hiện đại và sự kiện truyền thống, mà còn chú trọng xây dựng “Văn hóa HPT” bên trong để tạo nên sức mạnh tổng hợp cho thương hiệu. Qua đó, HPT hướng tới mục tiêu trở thành đối tác CNTT uy tín, tạo giá trị bền vững cho khách hàng, đối tác và nhà đầu tư, đồng thời đóng góp tích cực vào sự phát triển của cộng đồng và xã hội.

Việc đầu tư chuyên nghiệp vào chiến lược truyền thông sẽ giúp HPT không chỉ nâng cao nhận diện thương hiệu mà còn xây dựng được mối quan hệ bền vững với khách hàng và đối tác, khẳng định vị thế dẫn đầu tại thị trường cung cấp dịch vụ Công nghệ thông tin trong nước, mở rộng tầm ảnh hưởng tại các nước ASEAN và quốc tế.

4 Chiến lược đột phá của Trung tâm và các giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực cho đột phá phát triển

HPT hiện tại có 05 Trung tâm kinh tế kỹ thuật (HSI, HAS, HSC, HSE và HSV) là các đơn vị nòng cốt triển khai chiến lược phát triển của công ty đến 2030 – chiến lược đột phá. Ban lãnh đạo công ty đã cùng Ban Giám đốc các Trung tâm thống nhất các nội dung chiến lược đột phá của từng Trung tâm, lựa chọn các giải pháp sản phẩm chủ lực cho chiến lược đột phá.

4.1 Chiến lược đột phá của các Trung tâm (tổng quát)

Chiến lược đột phá của các Trung tâm bao gồm toàn bộ hoạt động của Trung tâm trên tinh thần chiến lược đột phá hướng đến năm 2030, ưu tiên cho 03 năm đầu tiên. Các chiến lược này bao gồm tổng hợp các kế hoạch hoạt động của năm, các hoạt động thường xuyên và đặc biệt có điểm nhấn là các nội dung đột phá như lựa chọn giải pháp, sản phẩm chủ lực cho đột phá, các phân tích đầu tư nguồn lực, tài chính và các yếu tố quan trọng khác nhằm thực thi kế hoạch chiến lược đột phá.

Chiến lược đột phá của các Trung tâm có cam kết lãnh đạo thể hiện quyết tâm cao của đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý, NLK tại các Trung tâm cam kết thực thi chiến lược.

Trong báo cáo này chỉ nêu tóm tắt các mục tiêu định hướng của chiến lược đột phá tại các Trung tâm, không đi vào các chi tiết số liệu chiến lược.

4.1.1 Chiến lược đột phá của Trung tâm tích hợp hệ thống HSI

1. Mục tiêu chung:
 - Tăng trưởng về doanh thu gấp 2 lần hiện nay
 - Tăng trưởng về lãi ròng gấp 2 lần
 - Tập khách hàng đạt 300 khách hàng, trong đó có 100 khách hàng gắn bó (có hợp đồng trên 02 năm liên tục)
2. Mục tiêu tăng trưởng hằng năm, trong vòng 05 năm tiếp theo:
 - Doanh thu tăng trưởng hằng năm bình quân từ 23-25%
 - Lãi ròng tăng trưởng hằng năm bình quân tối thiểu 20%
 - Nhân sự tăng theo định hướng công nghệ (bình quân tăng 12% từ năm 2024 đến 2027)
3. Các cấu phần của chiến lược Đột phá
 - Nhóm SP/DV do HPT phát triển: HSI đã xây dựng và phát triển 02 sản phẩm HPT SmartNOC (Giải pháp giám sát hệ thống công nghệ thông tin toàn diện tùy biến cao) và HPT CSEP (Bộ giải pháp quản lý tài sản HPT)
 - Nhóm SP/DV tích hợp từ các đối tác: Microsoft, HPE, Dell, IBM, Oracle, Cisco... bao gồm hơn 12 nhóm giải pháp công nghệ chính và hơn 20 danh mục dịch vụ liên quan.
4. Lựa chọn giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực đầu tư tạo đột phá phát triển: HPT CSEP, HPT SmartNOC.

4.1.2 Chiến lược đột phá của Trung tâm Giải pháp và Dịch vụ phần mềm HAS

1. Tầm nhìn:

“HAS trở thành Trung tâm công nghệ phần mềm hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực BFSI và doanh nghiệp, dẫn đầu thị trường với các giải pháp và dịch vụ chuyên sâu cho nhu cầu khách hàng, kết hợp giữa sản phẩm làm chủ và hệ sinh thái hợp tác chiến lược”.

2. Mục tiêu đột phá chung:
 - Tăng trưởng gấp 1,5 lần quy mô hiện tại trong 03 năm, đạt 150 nhân sự (trong đó 100 kỹ thuật viên chuyên sâu).
 - Tốc độ tăng trưởng doanh thu hằng năm 25 – 30% giai đoạn 2025 – 2030, trong đó hơn 70% doanh thu đến từ các sản phẩm/dịch vụ chủ lực.
3. Thực hiện chiến lược “kép”: vừa phát triển sản phẩm “Make in Vietnam” vừa mở rộng theo chiều sâu nhờ liên minh chiến lược toàn cầu.
 - Phát triển mạnh nền tảng nội tại gồm HPT SAALEM – Giải pháp số hóa quy trình nghiệp vụ Ngân hàng cho ngành BFSI – và Process Hub – nền tảng mã nguồn mở do HAS tự phát triển để phục vụ chuyển đổi số quy trình, tài liệu, tích hợp RPA/ECM.
 - Hợp tác chiến lược với các hãng quốc tế như SAS (Fraud/AML), IBM (BPM/ECM), và các hãng AI như Personetics, để nâng cao năng lực chuyên môn và từng bước chinh phục phân khúc doanh nghiệp và ngân hàng quốc tế.
4. Lựa chọn giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực đầu tư tạo đột phá phát triển:
 - Sản phẩm HPT SAALEM – Định hướng phục vụ BFSI Việt Nam & quốc tế
 - Dịch vụ Fraud/AML

4.1.3 Chiến lược đột phá của Trung tâm Dịch vụ khách hàng HSC

1. Tầm nhìn:
“Trở thành Công ty cung ứng nguồn nhân lực IT hàng đầu tại Việt Nam và mở rộng ra khu vực Đông Nam Á đến năm 2030”
2. Mục tiêu đột phá chung
 - Doanh thu dự kiến tăng 50% so với hiện nay
3. Các hoạt động chung của HSC đóng góp vào chiến lược đột phá
 - Dịch vụ IT Outsourcing
 - Dịch vụ bảo trì
 - Dịch vụ phần mềm
 - Giải pháp quản lý vận hành kho (WMS)
 - Phần cứng, lisence, triển khai
4. Lựa chọn giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực đầu tư tạo đột phá phát triển:
 - Dịch vụ Cung ứng Nguồn nhân lực CNTT (IT Outsourcing)

4.1.4 Chiến lược đột phá của Trung tâm An toàn thông tin HSE

1. Mục tiêu tầm nhìn
“Trở thành đơn vị TOP đầu khu vực ASEAN trong lĩnh vực An toàn Thông tin, hướng đến “Wiz từ Việt Nam””
2. Định vị thị trường
 - Việt Nam: Trở thành Nhà cung cấp Dịch vụ và Nền tảng An ninh mạng toàn diện hàng đầu Việt Nam. Đạt vị thế Top 1-2 về giải pháp/dịch vụ SOC (HSOC Platform) và Top 03 về dịch vụ Pentest chuyên nghiệp (PTaaS). Là lựa chọn ưu tiên cho các tổ chức lớn (Gov, BFSI, Enterprise) và dẫn đầu thị trường SecaaS cho SME.
 - Quốc tế: Xây dựng vị thế vững chắc tại thị trường ASEAN cho cả PTaaS và HSOC Platform, trở thành thương hiệu công nghệ an ninh mạng Việt Nam được công nhận trong khu vực và bắt đầu thâm nhập các thị trường phát triển hơn. Mục tiêu doanh thu quốc tế chiếm >40-50% tổng doanh thu của HSE vào năm 2027.
3. Các cấu phần của chiến lược đột phá
 - Năng lực an ninh mạng toàn diện
 - Hợp tác chiến lược và có trọng điểm với các hãng công nghệ an toàn thông tin
4. Lựa chọn giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực đầu tư tạo đột phá phát triển:
 - Dịch vụ Kiểm thử xâm nhập toàn diện (PTaaS)
 - Nền tảng Trung tâm Điều hành An ninh mạng HPT (HSOC Platform) tích hợp AI (HSOC Prime)

Chiến lược phát triển song song và tích hợp hai mũi nhọn PTaaS và HSOC Platform, tập trung mạnh vào công nghệ AI và mở rộng quốc tế thông qua các mô hình hợp tác đa dạng, sẽ tạo ra sự cộng hưởng mạnh mẽ, giúp Trung tâm HSE đạt được bước đột phá toàn diện về quy mô, doanh thu, lợi nhuận và vị thế thương hiệu, trở thành nhà cung cấp giải pháp và dịch vụ an ninh mạng hàng đầu Việt Nam và có tầm ảnh hưởng trong khu vực.

4.1.5 Chiến lược đột phá của Trung tâm Giải pháp và Công nghệ Việt HSV

1. Mục tiêu chung về Đột phá
 - Tăng trưởng doanh thu hằng năm > 40%
 - Mô hình kinh doanh: Tiềm năng đa dạng hóa mô hình kinh doanh, bổ sung thêm mô hình B2B2C
 - Khách hàng: 100 khách hàng B2B, 4.000 KH B2C

- Cung cấp sản phẩm - dịch vụ giải pháp ngành: Sản xuất (AIoT), Y tế, Giáo dục, Truyền thông - Quảng cáo (MTC).
2. Các cấu phần của chiến lược Đột phá
- Sản phẩm và dịch vụ của HPT
 - Giải pháp và dịch vụ của Đối tác
 - Lựa chọn giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực đầu tư tạo đột phá phát triển: Nhóm Giải pháp và dịch vụ AIoT: Nhà máy Thông minh (Smart Factory), Quản lý Tài sản Thông minh (Smart Properties) và Dịch vụ Chuyển đổi Xanh (Green Transformation).

4.2 Các giải pháp, sản phẩm, dịch vụ chủ lực cho đột phá

Chiến lược đột phá của HPT sẽ tập trung xây dựng và phát triển các sản phẩm, giải pháp, dịch vụ chủ lực. Các Trung tâm kinh tế kỹ thuật là các đơn vị chịu trách nhiệm triển khai mục tiêu quan trọng này.

1. Lựa chọn sản phẩm, giải pháp dịch vụ chủ lực dựa trên các yếu tố cốt lõi:
- Là sản phẩm do HPT làm chủ công nghệ, HPT xây dựng và phát triển, mang thương hiệu HPT, được đăng ký sở hữu trí tuệ và bản quyền.
 - HPT phát triển giải pháp dịch vụ trên nền tảng hợp tác chiến lược với các công ty công nghệ hàng đầu thế giới, các công ty công nghệ Việt Nam, hợp tác cùng có lợi win-win và chuyển giao tri thức.
 - Sản phẩm giải pháp dịch vụ đã được triển khai cho khách hàng, tạo uy tín thị trường.
 - Giải pháp, sản phẩm, dịch vụ có tiềm năng phát triển mở rộng thị trường, có hiệu quả kinh tế cao.
 - Giải pháp, sản phẩm, dịch vụ có tiềm năng ứng dụng công nghệ mới, công nghệ AI, có năng lực cạnh tranh và dẫn đầu.
2. HPT lựa chọn 04 sản phẩm và 04 giải pháp dịch vụ làm chủ lực cho chiến lược đột phá như sau:

Stt	Tên tiếng Việt đầy đủ	Tên tiếng Anh đầy đủ	Viết tắt
04 Sản phẩm phần mềm			Tên sản phẩm
1	Giải pháp số hóa quy trình nghiệp vụ Ngân hàng	HPT Smart Automatic & Analytic Lending Management	HPT SAALEM
2	Nền tảng trung tâm điều hành an ninh mạng HPT (tích hợp AI)	HPT Security Operations Center Platform (And AI Intergrated)	HSOC Platform (HSOC Prime)
3	Bộ giải pháp Quản lý Tài sản HPT	Comprehensive Solution for Enterprise Possession	HPT CSEP
4	Giải pháp giám sát hệ thống công nghệ thông tin toàn diện, tùy biến cao	HPT Smart Network Operation Center-Highly Customizable And Comprehensive IT System Monitoring Solution	HPT SmartNOC
04 Giải pháp, Dịch vụ			Gọi tắt
5	Dịch vụ tư vấn triển khai giải pháp chống gian lận và phòng chống rửa tiền cho ngân hàng tại Việt Nam	Anti-Fraud/ Anti-Money Laundering (AML)	SAS Fraud/AML
6	Dịch vụ Cung ứng nguồn nhân lực CNTT	IT Outsourcing	IT Outsourcing
7	Dịch vụ Kiểm thử xâm nhập toàn diện	HPT Penetration Testing as a Service (PTaaS)	PTaaS
8	Nhóm Giải pháp và Dịch vụ AIoT: Nhà máy Thông minh, Quản lý Bất động sản Thông minh và Dịch vụ Chuyển đổi Xanh	Smart Factory/Smart Properties/ Green Transformation.	AIOT

3. Tóm tắt thế mạnh cạnh tranh nổi bật:

Trong tài liệu riêng của từng giải pháp, sản phẩm, dịch vụ đã được các Trung tâm phân tích đầy đủ về các thông số kinh tế kỹ thuật, các kế hoạch phát triển đầu tư kinh doanh... Phần này chỉ tóm tắt các thế mạnh cạnh tranh nổi bật nhất và đó cũng là lý do để các sản phẩm, giải pháp, dịch vụ này được lựa chọn để đưa vào mục tiêu đột phá.

Stt	Tên	Thế mạnh cạnh tranh nổi bật nhất
-----	-----	----------------------------------

1	HPT SAALEM	<ul style="list-style-type: none"> Nền tảng quản lý toàn diện quy trình nghiệp vụ ngân hàng. Giảm 70% thời gian tác nghiệp so với các giải pháp truyền thống. Tái cấu trúc quy trình tại chi nhánh, tối ưu nguồn lực vận hành, giảm đáng kể số lỗi tác nghiệp.
2	HSOC Platform (HSOC Prime)	<ul style="list-style-type: none"> Giải pháp SOC thuê ngoài thông minh (SOCaaS với AI). Bộ giải pháp toàn diện: SIEM, SOAR đến AI Orchestration tạo thành nền tảng thống nhất, thuận tiện quản lý và tối ưu chi phí đầu tư. Tích hợp trợ lý ảo HSOC Prime giúp tự động hóa tác vụ cấp 1/2. Tùy biến theo đặc thù từng khách hàng, hỗ trợ mô hình cloud/on-premise/hybrid.
3	HPT CSEP	<ul style="list-style-type: none"> Số hóa toàn bộ nghiệp vụ quản lý vòng đời tài sản toàn diện và hiệu quả. Tối ưu việc quản lý vòng đời tài sản, phân tích toàn diện thông tin về tài sản của doanh nghiệp, hỗ trợ ra quyết định đầu tư, mua sắm tài sản. Sẵn sàng ứng dụng các công nghệ mới như AI, tự động hoá vào các quy trình nghiệp vụ quản lý tài sản, giảm rủi ro và chi phí quản lý.
4	HPT SmartNOC	<ul style="list-style-type: none"> SmartNOC là nền tảng giám sát CNTT toàn diện dựa trên phần mềm giám sát mã nguồn mở Zabbix. Cung cấp khả năng giám sát sâu rộng trên mọi mô hình triển khai, chủ động phát hiện và cảnh báo sự cố qua nhiều kênh. Giám sát toàn diện: Từ hạ tầng vật lý, mạng, máy chủ đến ứng dụng và dịch vụ. Nhận diện bất thường sớm và cảnh báo sớm, giảm tối đa thời gian downtime. Tích hợp với nhiều hệ thống CNTT khác để tăng hiệu quả vận hành. Đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thông tin.
5	SAS Fraud/AML	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các công nghệ phân tích dữ liệu tiên tiến như AI, máy học của SAS, kết hợp chặt chẽ dịch vụ chuyên sâu của HPT. Giải quyết hiệu quả vấn đề quản trị rủi ro, giảm thiểu tổn thất tài chính của Ngân hàng, từ đó đảm bảo tuân thủ các yêu cầu quản lý của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cũng như tiêu chuẩn quốc tế Basel II/III.
6	IT Outsourcing	<ul style="list-style-type: none"> Cung ứng nguồn nhân lực CNTT chất lượng. Doanh nghiệp nhanh chóng tìm được nhân sự phù hợp, giảm chi phí tuyển dụng và đào tạo từ đó linh hoạt trong điều chỉnh quy mô nhân sự. Đảm bảo chất lượng nhân sự với quy trình kiểm soát chặt chẽ.
7	PTaaS	<ul style="list-style-type: none"> Dịch vụ giả lập tấn công (RedTeaming) bên cạnh các dịch vụ phòng thủ truyền thống. Dịch vụ chuyên sâu về chuyên môn và công nghệ an toàn thông tin, an ninh mạng. Đội ngũ chuyên gia trình độ cao, nhiều kinh nghiệm thực chiến.
8	AIOT	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các thiết bị IoT và phần mềm AI tiên tiến cho các nhà máy. Giúp giảm tai nạn trong lao động, tiết kiệm năng lượng trong sản xuất, vận hành. Tối ưu tỷ lệ sản phẩm lỗi và chi phí xử lý. Tăng năng suất lao động. Công nghệ IoT để theo dõi nguyên vật liệu và tự động đặt hàng, giảm thời gian dừng máy, giảm thời gian chờ đợi sản xuất Tự động ghi nhận dữ liệu năng lượng, môi trường, an toàn lao động để đáp ứng ISO 14001/45001, kiểm toán năng lượng, báo cáo ESG...

5. Nền tảng thực thi chiến lược

Chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 tầm nhìn đến 2035 và xa hơn nữa là một công trình trí tuệ tập thể, được HĐQT và Ban Điều hành HPT tâm huyết, dày công xây dựng. HĐQT nhận rõ, việc xây dựng chiến lược đã khó nhưng việc thực thi chiến lược còn khó khăn gấp bội phần.

Tuy nhiên, HPT với bề dày hơn 30 năm xây dựng và phát triển, chúng ta đã tạo dựng nên một doanh nghiệp vững vàng, là doanh nghiệp CNTT hàng đầu Việt Nam, với sự đoàn kết của tập thể HPT, chúng ta tự tin sẽ thực hiện thắng lợi chiến lược phát triển đột phá này.

Những nền tảng để thực thi chiến lược phát triển đột phá của HPT đó là:

1. Chiến lược đột phá có các mục tiêu cao cả chân chính, mục tiêu hướng đến vì lợi ích của CBNV HPT, của cổ đông HPT, nhằm đem lại cuộc sống hạnh phúc cho CBNV, giữ vững vị thế là công ty CNTT hàng đầu Việt Nam.
2. Chiến lược phát triển đột phá được xây dựng bởi trí tuệ tập thể lãnh đạo HPT. Các nội dung của chiến lược có cơ sở thực tiễn, được phân tích đánh giá khách quan, có phương pháp luận khoa học cho các kế hoạch hành động. HĐQT tin tưởng chiến lược sát với thực tiễn, có thách thức, có khát vọng vươn lên. Chiến lược là một cẩm nang hành động linh hoạt sẽ được giám sát, điều chỉnh kịp thời nhằm thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ chiến lược đề ra.
3. Con người HPT là yếu tố quan trọng hàng đầu cho thành công của chiến lược đột phá. Người HPT hôm nay đã đạt được những kỹ năng cần thiết đủ tự tin để tiến bước vào kỷ nguyên mới, tập thể HPT là một tập thể đoàn kết, cầu thị luôn sẵn sàng học hỏi và khát khao chinh phục những đỉnh cao mới. Không dừng lại ở những thành tích hiện có, HPT sẽ tiếp tục kiện toàn công tác phát triển nguồn lực để đáp ứng kịp thời với sự phát triển mạnh mẽ của công ty trong tương lai. Đó là chiến lược phát triển tài năng, là chiến lược đào tạo và xây dựng môi trường năng động, tiếp tục hoàn thiện các chính sách nhân sự. Đặc biệt đề cao vai trò của đội ngũ lãnh đạo, vai trò dẫn đầu “Leadership” trong phong cách và bản lĩnh của lãnh đạo mới HPT.
4. HPT có năng lực tài chính, đảm bảo tốt an ninh tài chính để thực hiện các dự án phát triển, thực hiện thành công các dự án kinh doanh phục vụ khách hàng. Trong lịch sử quan hệ tín dụng HPT có uy tín với các ngân hàng và các nhà đầu tư.
5. HPT có kinh nghiệm quản trị doanh nghiệp. Trong suốt chiều dài lịch sử 30 năm xây dựng và trưởng thành, HPT đã vượt qua bao gian khó để liên tục lớn mạnh và phát triển. Hệ thống quản trị của HPT được triển khai mạnh mẽ, tối ưu theo chuẩn quốc tế, ứng dụng chuyển đổi số, tuân thủ luật pháp, minh bạch đã góp phần tạo dựng một môi trường làm việc văn minh hiện đại, gắn kết nội bộ, động viên CBNV lao động cống hiến và gắn bó với công ty.
6. HPT tự hào là một công ty CNTT hàng đầu được sự tin tưởng và tín nhiệm của khách hàng, đối tác, bạn bè và cộng đồng xã hội. HPT thấu hiểu các nhu cầu của khách hàng, của thị trường và luôn nỗ lực đáp ứng những yêu cầu phát triển này. Phạm vi thị trường, khách hàng của HPT mở rộng vượt ra ngoài lãnh thổ Việt Nam, nhiều khách hàng của HPT nắm giữ trọng trách quan trọng trong nền kinh tế, quốc phòng của đất nước. Các đối tác của HPT là những công ty công nghệ hàng đầu thế giới và Việt Nam đã và đang cùng HPT hợp tác vì sự phát triển chung, vì khách hàng. HPT còn là một công ty có trách nhiệm với xã hội, cộng đồng, được bạn bè, cộng đồng quý mến.
7. Chiến lược phát triển đột phá của HPT hôm nay cùng chung với xu thế chuyển mình của đất nước. Với những quyết sách rất mạnh mẽ của Đảng và Nhà nước nhằm thúc đẩy khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số (Nghị quyết 57), tạo điều kiện cho kinh tế tư nhân phát triển (Nghị quyết 68)... HPT nhận rõ cơ hội phát triển và nhận rõ vai trò và trách nhiệm của mình, quyết tâm bứt phá để góp phần vào chiến lược chung phát triển đất nước, vào kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.
8. Chiến lược phát triển đột phá là chiến lược hướng đến tương lai vì thế hệ trẻ HPT, là con đường rộng mở cho tuổi trẻ HPT phát huy tài năng và làm chủ. Chiến lược sẽ thu hút và tạo mọi điều kiện để tuổi trẻ HPT thử sức, đi đến thành công, làm giàu chân chính, đóng góp cho quê hương đất nước và có cuộc sống hạnh phúc tốt đẹp hơn.
9. Chiến lược phát triển đột phá có được một nền tảng vững vàng là văn hóa HPT. Văn hóa HPT “Nhân bản – Hải hòa” là động lực quan trọng gắn kết con người HPT, tạo sức mạnh tinh thần giúp chinh phục các mục tiêu đột phá của HPT.
10. Chiến lược phát triển đột phá HPT là một chiến lược phát triển mở đường cho tương lai tươi sáng HPT. Chiến lược được chia sẻ, truyền thông và tạo sự đồng lòng của toàn thể CBNV, sự ủng hộ của cổ đông HPT, đó sẽ là một nền tảng quan trọng cho thực thi thắng lợi các mục tiêu chiến lược đột phá.

IV. Cam kết của lãnh đạo

Tập thể Ban Lãnh đạo công ty HPT cam kết:

- Tận tâm, tận lực vượt qua khó khăn thách thức, phấn đấu hoàn thành thắng lợi các kế hoạch, mục tiêu nhiệm vụ năm 2025 và chiến lược phát triển công ty đến năm 2030 tầm nhìn đến 2035 và xa hơn nữa.
- Nắm bắt cơ hội, vượt qua thử thách, đưa ra những quyết sách phù hợp nhằm mang lại hiệu quả và lợi nhuận cho công ty, cho cổ đông.
- Xây dựng tập thể Ban Lãnh đạo đoàn kết, nhất trí, thường xuyên trao đổi, học tập nâng cao nghiệp vụ quản lý và chuyên môn, nâng cao và gìn giữ bản sắc văn hóa HPT.

- Tận tụy với khách hàng, chân thành với đối tác, sâu sát với công việc, chăm nom tới nhân viên.
- Gương mẫu trong công tác và trong cuộc sống./.

--- HẾT ---