

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



LUYỆN ANH VIỆT NAM

**SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN VỀ CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ INTERNET CÁP QUANG CỦA VNPT TẠI BẮC GIANG**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 8.34.01.01

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SỸ
(Theo định hướng ứng dụng)

Hà Nội - 2021

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. Nguyễn Thị Vân Anh

Phản biện 1: PGS TS Vũ Minh Trai

Phản biện 2: TS Trần Thị Hòa

Luận văn này được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Vào lúc: Ngày 15 tháng 01 năm 2022

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Sự cấp thiết của đề tài

Theo số liệu của cục viễn thông tính đến hết năm 2019 ước tính số liệu thuê bao internet trên toàn quốc đạt 16 triệu thuê bao trong đó cả hộ gia đình, doanh nghiệp và tổ chức, trong khi tổng số hộ gia đình đạt gần 27 triệu hộ chính phủ cũng đang đặt mục tiêu phát triển 1 triệu doanh nghiệp vì vậy tiềm năng, dư địa để internet băng rộng cố định phát triển vẫn còn rất lớn. Mặt khác chính phủ ban hành chương trình “chuyển đổi số quốc gia” với nhiều mục tiêu to lớn phát triển chính phủ số, xã hội số, doanh nghiệp số. Trong đó hạ tầng số đóng vai trò quyết định cho việc chuyển đổi số quốc gia và việc “phổ cập internet băng rộng cáp quang” toàn dân. Bộ thông tin truyền thông đặt mục tiêu “mỗi hộ gia đình có một đường internet cáp quang”

Ngày nay cùng với sự phát triển như vũ bão của nền khoa học kỹ thuật, dịch vụ internet cũng không ngoài cuộc các dịch vụ 3G, 4G, 5G, vệ tinh ... ngày càng phát triển mạnh mẽ, tuy vậy dịch vụ internet băng rộng cố định cáp quang vẫn là nền móng, là xương sống để phát triển các dịch vụ khác như truyền hình, truyền số liệu, học trực tuyến, mua sắm trực tuyến, camera... Vì vậy để đáp ứng nhu cầu chuyển đổi số quốc gia của chính phủ và nhu cầu giải trí của đại đa số người dân thì internet cáp quang vẫn là dịch vụ thiết yếu đối với người sử dụng internet nói chung và các hộ gia đình nói riêng.

Tính đến hết tháng 9 năm 2020 trên địa bàn tỉnh Bắc Giang lần đầu tiên tổng doanh thu của dịch vụ internet cáp quang đứng đầu vượt trên cả doanh thu dịch vụ di động vinaphone. Tuy nhiên số lượng thuê bao internet băng rộng rời mạng có xu hướng tăng cao theo từng tháng dao động khoảng 30% trên tổng số thuê bao phát triển mới. Chi phí đầu tư mở rộng mạng lưới chưa khấu hao hết kèm theo đó là chi phí duy trì thuê bao hiện hữu do đó tỷ lệ thuê bao rời mạng tăng cao ảnh hưởng trực tiếp đến quy mô kinh doanh. Do vậy việc áp dụng các giải pháp nhằm nâng cao độ hài lòng của khách hàng sử dụng lâu dài, giảm tỷ lệ rời mạng là nhiệm vụ tối quan trọng của VNPT Bắc Giang nói chung và Trung Tâm kinh doanh nói riêng. Tuy nhiên khái niệm độ hài lòng khách hàng vẫn còn khá mơ hồ đối với đại đa số cán bộ công nhân viên VNPT Bắc Giang, và những nhân tố nào ảnh hưởng đến độ hài lòng của khách hàng cũng chưa được đầu tư nghiên cứu bài bản tại VNPT Bắc Giang.

Dân số trên địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện tại là trên 1.8 triệu người là tỉnh đông dân thứ 12 trên toàn quốc tỷ lệ số hộ dân sử dụng dịch vụ internet cố định vẫn còn ở mức thấp từ

đó có thể thấy tiềm năng phát triển dịch vụ internet trên toàn quốc nói chung và địa bàn tỉnh Bắc Giang nói riêng vẫn còn rất lớn. Xuất phát từ thực tế trên tôi nhận thấy cần có những nghiên cứu tìm hiểu về độ hài lòng khách hàng sử dụng dịch vụ internet cáp quang để từ đó tập trung áp dụng giúp nâng cao độ hài lòng của khách hàng giảm tỉ lệ rời mạng đối với khách hàng hiện hữu và thu hút được thêm nhiều khách hàng mới có nhu cầu sử dụng dịch vụ. Chính vì vậy, tác giả đã chọn đề tài: “***Sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang***” làm luận văn thạc sĩ.

2. Tổng quan về đề tài nghiên cứu

Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng là chủ đề mà được rất nhiều nhà quản trị cũng như các nhà nghiên cứu Marketing đặc biệt quan tâm tại nhiều lĩnh vực trong đó có lĩnh vực viễn thông. Trước đây có nhiều đề tài đã thực hiện nghiên cứu, đánh giá về mức độ hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực viễn thông. Các mô hình này có nhiều điểm tương đồng và những điểm khác nhau cụ thể:

Nguyễn Thị Ngọc Dung (2007): “ Khảo sát sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ internet băng rộng (ADSL)”. Luận văn tốt nghiệp ngành quản lý công nghiệp. Đề tài nghiên cứu đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ internet băng rộng của 3 nhà cung cấp dịch vụ là Viettel, VNP và FPT. Sử dụng phương pháp phân tích định tính và phân tích định lượng để đánh giá mức độ hài lòng của cả 3 nhà cung cấp dịch vụ trên.

Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của sự hài lòng khách hàng và rào cản chuyển đổi đối với lòng trung thành của khách hàng trong các dịch vụ viễn thông di động Hàn Quốc trong ngành thông tin di động của M-K-Kim và các cộng sự. Sau khi tiến hành nghiên cứu kết quả cho thấy rằng các yếu tố: chất lượng cảm nhận, các dịch vụ gia tăng và dịch vụ khách hàng ảnh hưởng rất lớn đến sự hài lòng khách hàng. Điều này cũng cố thực tế là chất lượng cuộc gọi của dịch vụ thông tin di động là vấn đề hàng đầu trực tiếp tạo ra sự hài lòng của khách hàng đối với các thuê bao di động. Nó cũng nhấn mạnh sự tăng trưởng liên tục về tầm quan trọng cả các dịch vụ gia tăng bao gồm internet di động và các dịch vụ đa phương tiện.

Mô hình chỉ số sự hài lòng của Mỹ (ACSI):

Dựa trên mô hình của Thụy Điển (SCSB) mô hình ACSI được phát triển bởi Claus Fornell và cộng sự 1996. Đến nay mô hình ACSI đã được ứng dụng trong 10 lĩnh vực kinh tế và ở 41 ngành nghề khác nhau. Mô hình ACSI giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng

cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng. Khi đó sự mong đợi của khách hàng có tác động trực tiếp đến chất lượng cảm nhận. Trên thực tế khi mong đợi càng cao có thể tiêu chuẩn về chất lượng cảm nhận của khách hàng đối với sản phẩm càng cao hoặc ngược lại. Do vậy yêu cầu về chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng cần phải được đảm bảo và thỏa mãn trên cơ sở sự hài lòng của họ. Sự hài lòng của khách hàng được tạo thành trên cơ sở chất lượng cảm nhận sự mong đợi và giá trị cảm nhận. Nếu chất lượng và giá trị cảm nhận cao hơn sự mong đợi sẽ tạo lên lòng trung thành đối với khách hàng và ngược lại.

Nhìn chung, các nghiên cứu nêu trên đều đưa ra một số các nhân tố chung có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đó là:

- Nhân tố về chất lượng dịch vụ
- Nhân tố về giá dịch vụ
- Nhân tố về hình ảnh thương hiệu
- Nhân tố về dịch vụ gia tăng
- Nhân tố về dịch vụ hỗ trợ khách hàng

Tuy nhiên, tác giả chưa thấy có nghiên cứu nào nghiên cứu chuyên sâu về sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang. Nhận thức được điều đó, luận văn sẽ kế thừa những nghiên cứu về cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng cá nhân, phân tích đặc thù thực tiễn trên địa bàn VNPT Bắc Giang để từ đó đưa ra các giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ internet cáp quang của VNPT.

3. Mục đích và nhiệm vụ của luận văn

3.1. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân khi sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Nghiên cứu cơ sở lý luận về sự hài lòng và các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang
- Phân tích đánh giá sự hài lòng của khách hàng cá nhân khi sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang
- Đề xuất một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Sự hài lòng của khách hàng cá nhân khi sử dụng dịch vụ internet cáp quang VNPT tại Bắc Giang

4.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi về nội dung: Luận văn nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang tại 4 địa điểm TP Bắc Giang, Huyện Yên Thế, Huyện Lục Nam, Huyện Sơn Động với các khoảng cách địa lý khác nhau so với trung tâm để phục vụ cho mục đích nghiên cứu.

- Phạm vi về thời gian: Số liệu thứ cấp được thu thập từ trong các năm 2018, 2019 và 2020. Số liệu sơ cấp thông qua phiếu điều tra khảo sát được tác giả thực hiện từ 03/2021 đến 06/2021 đối với khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

- Phạm vi về không gian: Các nghiên cứu, khảo sát được thực hiện tại 4 địa điểm TP Bắc Giang, Huyện Yên Thế, Huyện Lục Nam, Huyện Sơn Động

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp điều tra xã hội học

- Phỏng vấn theo bảng hỏi
- Sử dụng phiếu điều tra thiết kế dành cho khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet của VNPT tại Bắc Giang

5.2. Phương pháp nghiên cứu định tính

Mục đích của phương pháp nghiên cứu định tính là nghiên cứu các tài liệu về sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang trên cơ sở đó đánh giá, phân tích khám phá những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

5.3. Phương pháp nghiên cứu định lượng

Sử dụng phần mềm Excel, SPSS để kiểm định sự ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

6. Cấu trúc của báo cáo luận văn: kết cấu của luận văn bao gồm phần mở đầu và 3 chương.

Chương 1: Cơ sở lý luận sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang

Chương 2: Đánh giá sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

Chương 3: Giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET CÁP QUANG

1.1. Khái quát về dịch vụ và chất lượng dịch vụ

1.1.1. Dịch vụ

Dịch vụ là những sản phẩm kinh tế gồm công việc dưới dạng lao động thể lực, quản lý, kiến thức, khả năng tổ chức và những kỹ năng chuyên môn nhằm phục vụ cho nhu cầu sản xuất kinh doanh hoặc sinh hoạt tiêu dùng của cá nhân và tổ chức.

Các đặc trưng của ngành dịch vụ

Thứ nhất, tính vô hình

Thứ hai, tính không thể tách rời

Thứ ba, tính dễ hư hỏng

Thứ tư, tính thay đổi

Cuối cùng, định giá dịch vụ

1.1.2. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của đối tượng thụ hưởng dịch vụ

1.1.2.1. Khái niệm về chất lượng dịch vụ

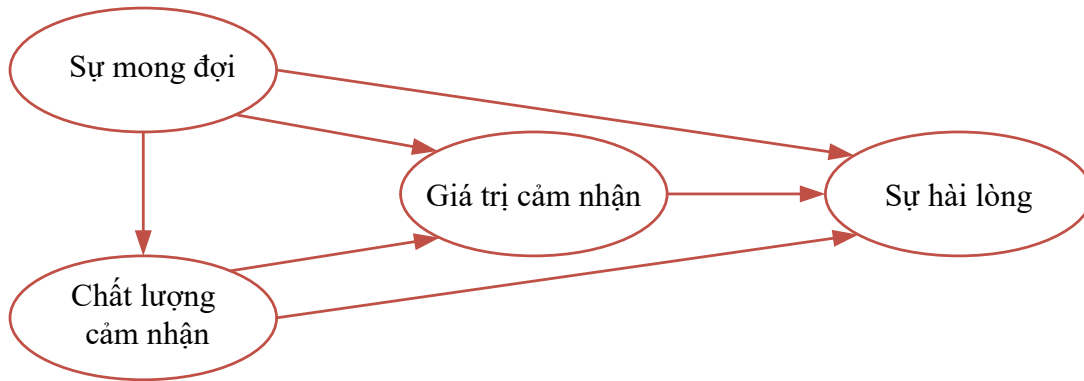
Chất lượng dịch vụ trong tiếng Anh được gọi là (service quality)

- **Dịch vụ:** theo nghĩa rộng, dịch vụ là lĩnh vực kinh tế thứ ba trong nền kinh tế quốc dân, bao gồm các hoạt động kinh tế nằm ngoài hai lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp. Theo nghĩa hẹp, dịch vụ là những hoạt động có ích của con người tạo ra các sản phẩm không tồn tại dưới hình thái vật chất, không dẫn đến việc chuyển quyền sở hữu nhằm thỏa mãn đầy đủ, kịp thời, thuận tiện, văn minh các nhu cầu của sản xuất và của đời sống xã hội.

- **Chất lượng dịch vụ:** Là yếu tố phản ánh trung thực về mức độ hài lòng của khách hàng. Có càng nhiều khách hàng đồng ý tức là chất lượng dịch vụ tốt. Ít khách hàng đồng ý

nó thể hiện chất lượng dịch vụ chưa cao cần phải cải thiện. Chất lượng dịch vụ là yếu tố quyết định đến mức độ hài lòng của khách hàng và quyết định đến tốc độ phát triển trong tương lai của nhà cung cấp dịch vụ.

1.1.2.2. Khái niệm về sự hài lòng của đối tượng thụ hưởng dịch vụ

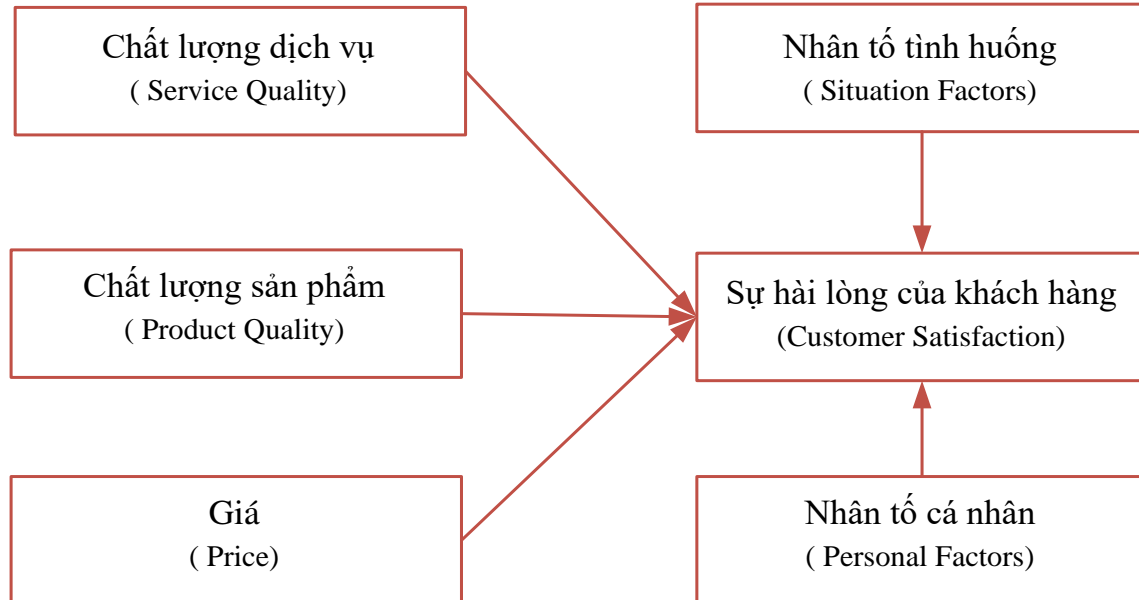


Hình 1.1: Mô hình sự hài lòng

Nguồn: Claus Fornell và cộng sự (1996)

1.1.2.3. Mối quan hệ giữa sự hài lòng và chất lượng dịch vụ

Sơ đồ dưới đây mô tả việc đánh giá chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.



Hình 1.2: Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

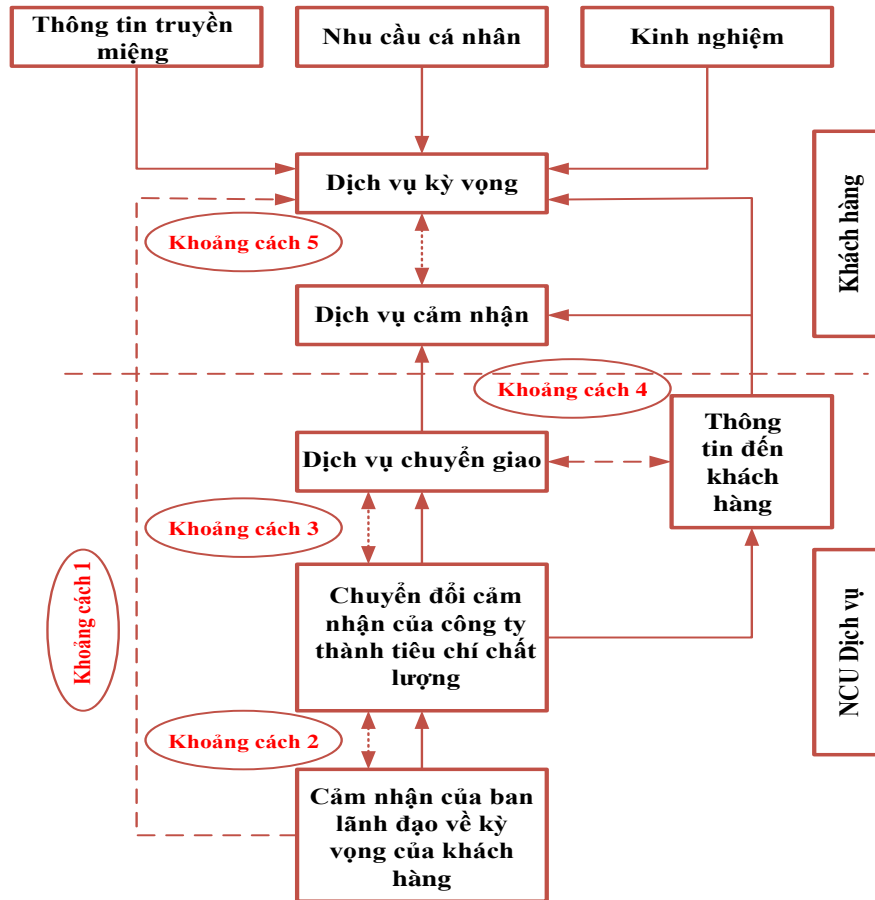
Nguồn: Zeithaml và Bitner (1996)

1.1.2.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ

1.2. Các mô hình lý thuyết về sự hài lòng của khách hàng

1.2.1. Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman

1.2.1.1. Mô hình chất lượng dịch vụ 5 khoảng cách của Parasuraman



Hình 1.3: Mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ

Nguồn: Service Quality, 2004

1.2.1.2. Thang đo chất lượng dịch vụ của SERVQUA của Parasuraman

Bảng 1.1: Tổng hợp 22 phát biểu của thang đo SERVQUAL

Phương tiện hữu hình	Công ty có trang thiết bị hiện đại.
	Cơ sở vật chất của công ty trông hấp dẫn.
	Nhân viên của công ty ăn mặc chỉnh tề, gọn gàng.
	Thiết bị phục vụ cho khách hàng phù hợp với dịch vụ
Độ tin cậy	Công ty thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu.
	Thông báo cho khách hàng thời điểm triển khai dịch vụ
	Công ty thực hiện dịch vụ đúng thời gian đã hứa.
	Công ty thực hiện dịch vụ một cách chính xác.
	Cung cấp cho khách hàng thời gian xử lý các yêu cầu của

	khách hàng
Độ phản hồi	Khách hàng được tiếp nhận các yêu cầu nhanh của nhân viên chăm sóc khách hàng
	Nhân viên luôn sẵn sàng giúp đỡ khách hàng.
	Nhân viên luôn dành thời gian để giải đáp các yêu cầu của khách hàng
	Khi khách hàng có phản ánh mạng luôn hỗ trợ kịp thời và nhanh chóng
Độ bảo đảm	Nhân viên luôn đủ trình độ chuyên môn nghiệp vụ để thực hiện nhiệm vụ
	Khách hàng tin tưởng vào nhân viên của công ty.
	Thực hiện đúng như cam kết ban đầu
	Nhân viên luôn lịch sự, nhã nhặn.
Sự cảm thông	Nhân viên công ty biết khách hàng đang cần gì.
	Công ty quan tâm đến từng cá nhân khách hàng.
	Nhân viên luôn quan tâm đến đến nhu cầu và nguyện vọng của khách hàng
	Công ty tạo sự thích thú thật sự cho khách hàng.
	Thời gian giao dịch của nhà mạng phù hợp với khách hàng

Nguồn: Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, 1985

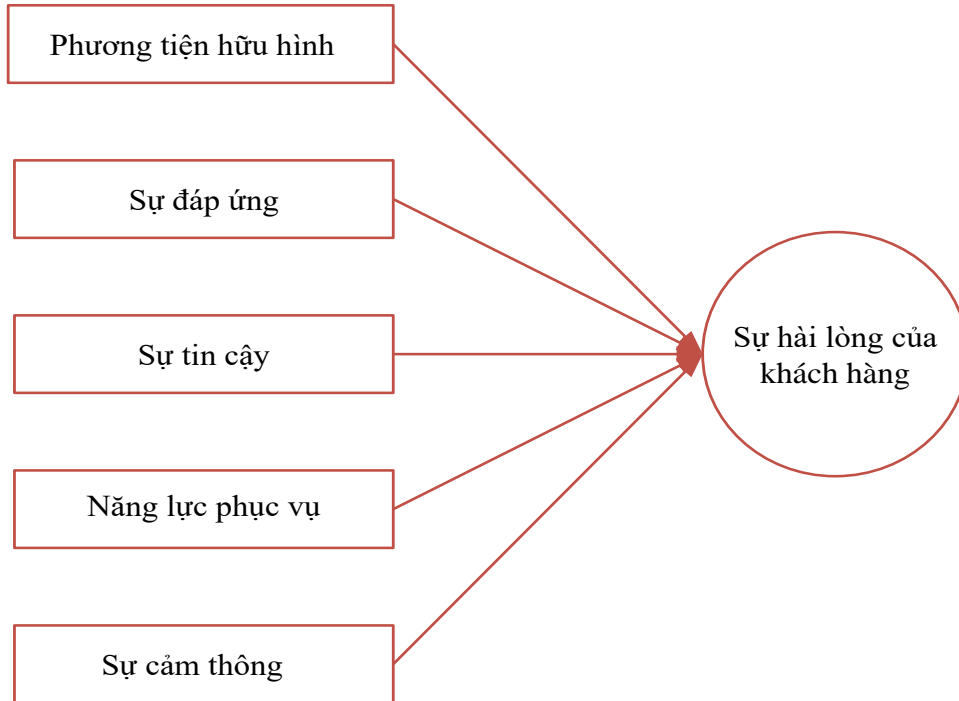
1.2.2. Mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVPERF của Cronin và Taylor

Để đánh giá chất lượng dịch vụ theo cảm nhận của khách hàng, mô hình 5 nhân tố của Parasuraman và cộng sự (1988) thông qua thang đo Servqual thường được sử dụng. Theo đó, phương thức đánh giá “chất lượng dịch vụ bằng mức độ cảm nhận – giá trị kỳ vọng” gây nhiều tranh luận. Nghiên cứu này đã được sự ủng hộ của nhiều nhà nghiên cứu sau đó. Thang đo SERVPERF cũng có 21 phát biểu với 5 thành phần cơ bản tương tự như phản hồi về cảm nhận khách hàng trong mô hình SERVQUAL, tuy nhiên bỏ qua phần hỏi về kỳ vọng, 5 thành phần cơ bản là:

- Phương tiện hữu hình (Tangibles): Thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên, vẻ bề ngoài của cơ sở vật chất, thiết bị, công cụ truyền thông.
- Sự đáp ứng (Responsiveness): Thể hiện sự sẵn sàng cung cấp dịch vụ kịp thời và đúng hạn ngay từ lần đầu tiên.

- Năng lực phục vụ (Capability): Thể hiện trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch lãm của nhân viên tạo niềm tin cho khách hàng.

- Sự cảm thông (Empathy): thể hiện sự ân cần, quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng.



Hình 1.4: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVPERF

1.2.3. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng và sự trung thành của khách hàng trong ngành viễn thông của Moon-Koo Kim và cộng sự

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng bao gồm:

Chất lượng cuộc gọi

Dịch vụ giá trị gia tăng

Chăm sóc khách hàng

Các yếu tố ảnh hưởng đến rào cản chuyển đổi bao gồm:

Chi phí tổn thất

Chi phí dịch chuyển

Mối quan hệ giữa các cá nhân

Lợi thế của đối thủ cạnh tranh

1.3. Sự hài lòng của khách hàng cá nhân về dịch vụ internet cáp quang

1.3.1. Khái niệm và đặc điểm của dịch vụ viễn thông

Dịch vụ viễn thông là dịch vụ truyền thông tin đi xa bao gồm thông tin về các ký tự, âm thanh, hình ảnh, số liệu hoặc nhiều hàng dữ liệu khác từ điểm này đến điểm khác trên toàn thế giới. Dịch vụ viễn thông cung cấp cho người dùng chức năng kết nối thông tin từ xa qua mạng viễn thông, có thể trao đổi thông tin, truyền nhận thông tin từ xa và khai thác các dịch vụ viễn thông đáp ứng nhu cầu công việc và giải trí của khách hàng.

1.3.2. Dịch vụ internet cáp quang

1.3.3. Sự hài lòng về chất lượng trong dịch vụ viễn thông

1.3.3.1. Một số quy định về đánh giá chất lượng dịch vụ viễn thông

1.3.3.2. Quy chuẩn kỹ thuật về chất lượng dịch vụ truy cập internet cáp quang

1.3.3.3. Các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật và chất lượng phục vụ

1.3.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT

1.3.4. Vai trò, ý nghĩa của việc nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân về dịch vụ internet cáp quang

Khách hàng sử dụng mạng VNPT rất đa dạng khách hàng hộ gia đình, khách hàng kinh doanh dịch vụ giải trí, khách hàng là cơ quan doanh nghiệp, khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Tuy nhiên sự phân bố tỷ lệ không đồng đều giữa các đối tượng khách hàng. Theo số liệu thống kê năm 2020 thể hiện trong bảng sau:

Bảng 1.8: Số liệu thống kê về tỷ lệ khách hàng sử dụng mạng VNPT tại Bắc Giang

STT	Đối tượng khách hàng	Tỷ lệ (%)
1	Khách hàng hộ gia đình	42,3
2	Khách hàng kinh doanh dịch vụ giải trí	16,4
3	Khách hàng cơ quan, doanh nghiệp	18,5
4	Khách hàng học sinh, sinh viên	22,8

Nguồn: Số liệu báo cáo hội nghị triển khai nhiệm vụ năm 2021

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã trình bày cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang. Nghiên cứu mô hình chất lượng dịch vụ 5 khoảng cách

của Parasurama. Nghiên cứu cơ sở lý thuyết đo lường chất lượng dịch vụ SERVPERF của Cronin và Taylor. nghiên cứu mô hình sự hài lòng và sự trung thành của khách hàng trong lĩnh vực viễn thông của Moon-Koo Kim và cộng sự. Nghiên cứu về các đặc điểm về dịch vụ viễn thông và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ viễn thông làm cơ sở cho các phân tích đánh giá tiếp theo.

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET CÁP QUANG CỦA VNPT TẠI BẮC GIANG

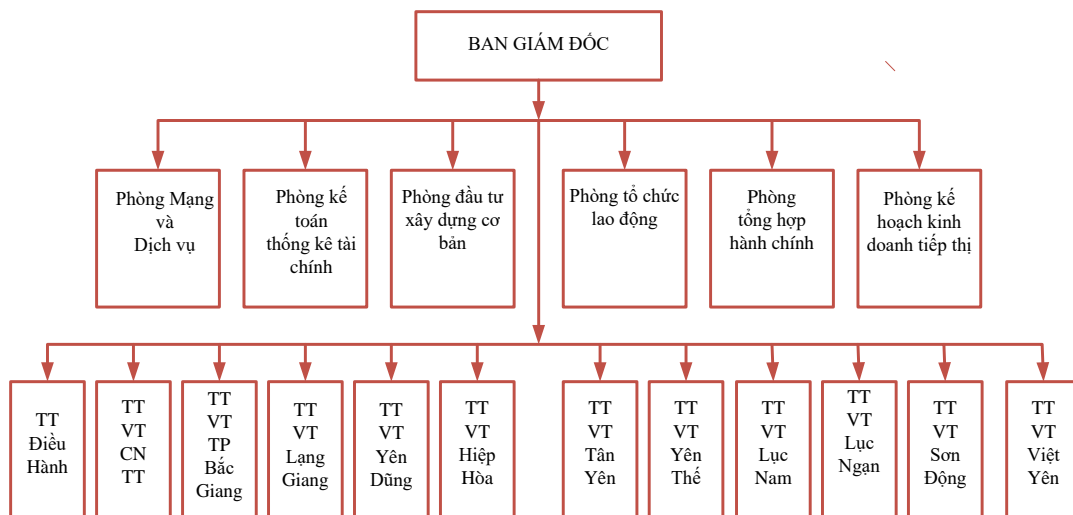
2.1. Tổng quan về VNPT tỉnh Bắc Giang

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của VNPT Bắc Giang

Ngày 6/12/2007, Hội đồng Quản trị Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã có quyết định số 593/QĐ-TCCB/HĐQT về việc chính thức thành lập Viễn thông Bắc Giang.

Công ty viễn thông Bắc Giang (VNPT Bắc Giang được thành lập từ ngày 01/01/2008 được tách ra từ Bưu chính viễn thông Bắc Giang. Sau hơn 10 năm VNPT Bắc Giang có cơ sở vật chất hạ tầng hiện đại, xây dựng mạng thông tin di động phủ sóng toàn tỉnh. Hệ thống cáp quang phủ khoảng 80% trên địa bàn tỉnh và xây dựng hệ thống cáp trục chính đi qua toàn bộ các huyện.

2.1.2. Sơ đồ tổ chức bộ máy tổ của VNPT Bắc Giang



Hình 2.1: Mô hình tổ chức VNPT tỉnh Bắc Giang

2.1.3. Đặc điểm cơ sở vật chất và các nguồn lực

2.1.3.1. Cơ sở vật chất

2.1.3.2. Nguồn lực

2.1.4. Kết quả sản xuất kinh doanh của VNPT Bắc Giang thời gian gần đây

Theo số liệu thống kê kết quả sản xuất của VNPT Bắc Giang trong báo cáo hội nghị triển khai kế hoạch năm của công đoàn VNPT Bắc Giang

Bảng 2.2: Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2020

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Tổng doanh thu năm 2020	Tỷ lệ phần trăm so với năm 2019
1	Dịch vụ viễn thông-CNTT	Tỷ đồng	449.1	103.11
2	Doanh thu dịch vụ Di động	Tỷ đồng	198.7	95.0
3	Doanh thu dịch vụ FiberVNN	Tỷ đồng	212.4	104.2
4	Doanh thu dịch vụ MyTV	Tỷ đồng	22,5	146.2
Tổng doanh thu		Tỷ đồng	882,7	148.31

Nguồn: <https://vnptbacgiang.com.vn>

Bảng 2.3: Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2019

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Tổng doanh thu năm 2019	Tỷ lệ phần trăm so với năm 2018
1	Dịch vụ viễn thông-CNTT	Tỷ đồng	435.6	108.11
2	Doanh thu dịch vụ Di động	Tỷ đồng	209.1	102.3
3	Doanh thu dịch vụ FiberVNN	Tỷ đồng	203.8	106.8
4	Doanh thu dịch vụ MyTV	Tỷ đồng	15,4	134.4
Tổng doanh thu		Tỷ đồng	863,9	

Nguồn: <https://vnptbacgiang.com.vn>

2.2. Đặc điểm hoạt động kinh doanh dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

2.2.1. Các dịch vụ VNPT đang cung cấp tại Bắc Giang

- Cung cấp dịch vụ thông tin di động với mạng thông tin di động phủ toàn tỉnh

- Cung cấp dịch vụ internet cáp quang tốc độ cao với các gói dịch vụ đa dạng
- Tư vấn thiết kế xây dựng cơ sở hạ tầng viễn thông trong địa bàn tỉnh Bắc Giang
- Thuê máy chủ lưu trữ dữ liệu cho các công ty doanh nghiệp đóng trong tỉnh Bắc

Giang

- Kinh doanh dịch vụ quảng cáo, dịch vụ truyền thông.
- Cho thuê đường truyền phục vụ chương trình truyền hình trực tiếp các sự kiện lớn trong tỉnh
- Cung cấp các giải pháp thiết kế phần mềm giáo dục, y tế, giao thông

2.2.2. Các dịch vụ ứng dụng trên internet cáp quang của VNPT

❖ Dịch vụ FiberVNN

❖ Dịch vụ truyền hình MyTV

2.3. Phân tích, đánh giá sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

2.3.1. Phương pháp nghiên cứu

2.3.1.1. Thiết kế nghiên cứu

Để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ truy cập internet cáp quang tại Bắc Giang tác giả tiến hành theo 2 bước như sau:

Bước 1: Nghiên cứu định tính

Bước 2: Nghiên cứu định lượng

2.3.1.2. Thiết kế mẫu khảo sát ý kiến khách hàng (Phụ lục 1)

2.3.2. Kết quả khảo sát sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang.

2.3.2.1. Phân tích mẫu

2.3.2.2. Đánh giá kết quả bằng phương pháp định tính (Phụ lục 2)

2.3.2.3. Đánh giá kết quả bằng phương pháp định lượng (Phụ lục 3)

Thông qua kết quả khảo sát thực hiện bước phân tích định tính và định lượng về mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại Bắc Giang ta thấy các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng gồm các yếu tố sau:

➤ **Yếu tố độ cảm thông**

Đây là yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất với điểm trung bình 4.36 đạt 87.2%. Các biến trong yếu tố được khách hàng đánh giá khá cao đều đạt trên 86 %. Khách hàng đánh giá biến “*Nhân viên hướng dẫn nhiệt tình, đầy đủ, bảo dưỡng tận nhà khi có sự cố*” với điểm trung bình cao nhất điểm trung bình 4.43 đạt (88.6%) quá trình khắc phục sự cố của nhà cung cấp rất được khách hàng yên tâm. Các biến được khách hàng đánh giá có tính đồng chứng tỏ yếu tố “**Độ cảm thông**” khách hàng yên tâm nhất.

➤ **Độ đảm bảo**

Đây là yếu tố được khách hàng đánh giá cao thứ 2 trong số các yếu tố ảnh hưởng đến độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng mạng internet cáp quang. Từ kết quả phân tích ta thấy yếu tố được khách hàng đánh giá điểm trung bình 4.33 đạt 86.6 % với thang đo 5 bậc. Biến có điểm trung bình cao nhất điểm trung bình 4.57 đạt 91.4%, biến điểm thấp 3.78 đạt (75.6%)

➤ **Yếu tố độ tin cậy**

Đây là yếu tố được khách hàng đánh giá cao thứ 2 trong số các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng mạng internet cáp quang. Yếu tố này được khách hàng đánh giá ở mức điểm trung bình 4.32 đạt (86.1%). Biến được khách hàng đánh giá cao nhất là biến “*Quy trình đăng ký dịch vụ nhanh chóng, chuyên nghiệp, đơn giản*” điểm trung bình 4.52 đạt (90.4%) đây là biến được đánh giá cao nhất trong các biến khảo sát. Các biến còn lại được khách hàng đánh giá đạt từ 82 % trở lên. Độ chênh lệch giữa các biến trong yếu tố có độ chênh lệch lớn nhất 10,2 %.

➤ **Yếu tố phương tiện hữu hình**

Đây là yếu tố được khách hàng đánh giá cao thứ 3 trong các yếu tố được đưa ra phân tích đánh giá điểm trung bình 4.28 đạt (85.6%) với thang đo 5 bậc. Các biến bên trong yếu tố khách hàng đánh giá kết quả khá tương đồng nhau độ chênh lệch lớn nhất giữa các biến 8.8%. Biến trong yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất là 87.8% yếu tố thấp nhất đạt 79%. Nhìn chung các biến đều được khách hàng đánh giá khá cao.

2.3.3. Đánh giá chung về sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

2.3.3.1. Kết quả đạt được

Qua kết quả phân tích 6 yếu tố với 30 biến quan sát ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân với dịch vụ internet cáp quang tại Bắc Giang được khách hàng đánh giá cao trên 85% bao gồm 17 biến được sắp xếp từ cao xuống thấp như bảng sau:

Bảng 2.20: Thống kê sự hài lòng của khách hàng đối với các biến quan sát

STT	Biến quan sát	Giá trị trung bình	Tỷ lệ phần trăm (%)
1	Quy trình đăng ký dịch vụ nhanh chóng, chuyên nghiệp, đơn giản	4.75	95
2	Nhân viên hướng dẫn luôn nhã nhặn, lịch	4.57	91.4
3	Nhân viên có đầy đủ thông tin để trả lời khách hàng	4.55	91
4	Thực hiện đúng chương trình khuyến mãi	4.48	89,6
5	Tốc độ đường truyền thường xuyên, ổn định	4.43	88,6
6	Nhân viên hướng dẫn nhiệt tình, đầy đủ, bảo dưỡng tận nhà khi có sự cố	4.43	88.6
7	Nhân viên tổng đài chăm sóc khách hàng nhiệt tình, luôn lắng nghe kiến của khách hàng	4.41	88.2
8	Văn phòng giao dịch gọn gàng, đẹp mắt	4.39	87,8
9	Nhân viên luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng	4.36	87.2
10	Các trang thiết bị phục vụ hoạt động tại nhà mạng hiện đại	4.35	87
11	Trang phục nhân viên gọn gàng, chỉnh tề, đồng phục	4.35	87
12	Hợp đồng với khách hàng chặt chẽ, rõ ràng, dễ hiểu	4.35	87
13	Thiết bị do nhà mạng cung cấp tốt, bền	4.35	87
14	Dịch vụ lắp đặt hoàn chỉnh cho khách hàng ngay từ đầu	4.33	86,6
15	Thời gian làm việc của nhà mạng phù hợp với khách hàng	4.34	86.8
16	Thường xuyên xuyên bảo trì bảo dưỡng thiết bị cho khách hàng	4.33	86.6
17	Có các chương trình khuyến mãi, giảm giá, tặng quà cho khách hàng sử dụng lâu năm	4.33	86.6

Nguồn: Tổng hợp kết quả phân tích số liệu của tác giả

Từ kết quả trên ta thấy các biến được khách hàng hài lòng với mức độ 85% trở lên là 17 biến quan sát chiếm tỉ lệ 56,67 % trong các biến đưa ra phân tích. Đây là các biến sẽ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại Bắc Giang.

2.3.3.2. Tồn tại và nguyên nhân

➤ Những vấn đề còn tồn tại

Qua kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Bắc Giang nhìn chung có nhiều yếu tố được khách hàng đánh giá cao tuy nhiên vẫn còn một số vấn đề còn tồn tại cần khắc phục nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng như sau:

• Vấn đề khắc phục xử lý sự cố và chăm sóc khách hàng

- Quá trình khắc phục sự cố cho khách hàng còn nhiều bất cập thời gian xử lý chậm do bộ phận tiếp nhận và xử lý chưa đồng bộ toàn tỉnh Bắc Giang mà chỉ chủ yếu tập trung tại một số khu vực nên gây phiền hà và chậm tốc độ xử lý yêu cầu của khách hàng.

- Chưa sử dụng hiệu quả phương tiện truyền thông như website, mạng xã hội để quảng cáo, hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch và phản ánh chất lượng dịch vụ

- Chưa xây dựng cơ sở dữ liệu lưu trữ và quản lý hồ sơ khiếu nại khách hàng làm cơ sở cho việc phân tích, đánh giá, tìm giải pháp cho việc nâng cao chất dịch vụ internet cáp quang.

- Hoạt động chăm sóc khách hàng trước và sau khi sử dụng dịch vụ chưa thực sự tốt

• Công tác đánh giá chất lượng dịch vụ và các hoạt động chăm sóc khách hàng với các đối thủ cạnh tranh.

- Công tác đánh giá chất lượng dịch vụ, hoạt động chăm sóc khách hàng của VNPT với các đối thủ cạnh tranh tại Bắc Giang chưa thường xuyên, chưa thực chất đi vào chiều sâu, còn mang tính hình thức.

- Các tiêu chuẩn đánh giá chung của VNPT có những nhân tố chưa phù hợp với tính chất vùng miền, tâm lý riêng đối với nhóm khách hàng cá nhân tại Bắc Giang.

- Chưa có bộ phận chuyên trách trong việc khảo sát, đánh giá chất lượng dịch vụ với các đối thủ cạnh tranh.

• Công tác đào tạo nâng cao chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ cho nhân viên

- Chưa quan tâm đến vấn đề khâu đào tạo nâng cao kỹ năng nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên kỹ thuật, nhân viên kinh doanh tiếp thị còn thiếu, chất lượng chưa cao. Đặc biệt đội ngũ nhân viên kỹ thuật còn yếu về chuyên môn.

- Nhận thức về vai trò của việc nâng cao chất lượng của một số bộ phận công nhân viên còn yếu, thiếu chủ động.

- ***Chính sách giá cả, gói cước dịch vụ và chương trình khuyến mãi***

- Các giải pháp phát triển mở rộng thuê bao khuyến khích người dùng chưa kịp thời để hút người dùng như đa dạng hơn nhiều gói cước đặc biệt ưu tiên các khu vực giảm giá cước vùng sâu vùng xa.

➤ **Nguyên nhân**

- Thứ nhất: Do quy trình xử lý xử lý các sự cố và hỗ trợ khách hàng chưa tối ưu dẫn đến thời gian xử lý sự cố cho khách hàng chưa đảm bảo.

- Thứ hai: Do cơ sở vật chất như đường truyền, tổng đài, bộ phận hỗ trợ khách hàng chưa thực sự tốt.

Thứ ba: Do thiên tai và thời tiết khí hậu không thuận lợi làm cho hệ thống đường truyền thường xuyên gặp sự cố. Ngoài ra còn nhiều nguyên nhân khác

Thứ tư: Các gói cước chưa thực sự đa dạng như các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông khác do chính sách từ tập đoàn quy định chung toàn quốc.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Ở chương này tập trung đánh giá sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Bắc Giang. Tác giả sử dụng phương pháp đánh giá định tính và đánh giá định lượng thông qua kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng được khảo sát tại các khu vực khác nhau trong tỉnh Bắc Giang. Với kết quả thu được thực hiện phân tích định tính trên phần mềm Exel để tính giá trị trung bình của các biến để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến độ hài lòng của khách hàng. Với các yếu tố được khách hàng đánh giá với điểm trung bình đạt trên 80% được đánh giá định lượng bằng phân tích anova trên phần mềm SPSS để khẳng định lại kết quả của phương pháp phân tích định lượng. Thông qua 6 yếu tố được đưa ra đánh giá có 4 yếu tố khách hàng đánh giá tốt trên 80% và 2 yếu tố khách hàng đánh giá ở mức trung bình.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET CÁP QUANG CỦA VNPT TẠI BẮC GIANG

3.1. Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

Nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng cường bảo mật thông tin mới chính là hướng đi dài hạn và là hình thức giảm giá gián tiếp cho khách hàng mà VNPT luôn chú trọng và đầu tư mạnh, đó là phương châm phát triển dịch vụ internet cáp quang của VNPT hiện nay.

➤ **Tăng gấp đôi tốc độ internet cố định, giá không đổi**

➤ **Đầu tư, xây dựng hạ tầng và nâng cao chất lượng mạng lưới**

3.2. Một số giải pháp nâng cao sự hài lòng về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang

3.2.1. Hoàn thiện điều chỉnh quy trình chăm sóc khách hàng

Nhằm nâng cao mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ internet cáp quang VNPT cần hoàn thiện hơn về quy trình chăm sóc khách hàng với các giải pháp đề xuất như sau:

- Xây dựng quy trình tiếp nhận và xử lý sự cố cho khách hàng đơn giản và hiệu quả. Cần giới hạn thời gian khắc phục xử lý sự cố tối đa không quá 24h sau khi khách hàng phản ánh sự cố.

- Xây dựng hệ thống hỗ trợ khách hàng với quy mô bao phủ toàn tỉnh, phân nhỏ các khu vực quản lý riêng. Mỗi khu vực phân công cho một bộ phận phụ trách riêng. Phân quyền rõ ràng chặt chẽ, tránh chồng chéo giữa các khu vực.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu để quản lý hồ sơ khiếu nại của khách hàng. Làm cơ sở phân tích đánh giá về mức độ hài lòng của khách hàng, mức độ giải quyết khiếu nại của nhân viên kỹ thuật, nhân viên chăm sóc khách hàng.

- Hoàn thiện giải pháp hỗ trợ chăm và sóc khách hàng

Sự xuất hiện của những dịch vụ chăm sóc khách hàng thời 4.0 đang mang lại những giá trị tích cực cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, lựa chọn dịch vụ như thế nào để tối ưu chi phí và tối đa hiệu quả là điều mà doanh nghiệp cần chú trọng. Ngày nay, với sự góp sức của công nghệ 4.0, việc chăm sóc khách hàng (CSKH) trở nên dễ dàng và thuận tiện hơn bao giờ hết. Nhiều dịch vụ CSKH ra đời với mức đầu tư thấp nhưng đạt hiệu quả cao, giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường và gia tăng doanh số. Để tận dụng được ưu điểm này, các nhà quản lý cần nghiên cứu và tìm hiểu kỹ những loại hình dịch vụ CSKH phù hợp với mục tiêu, điều kiện của từng doanh nghiệp.

- CSKH qua tin nhắn dựa trên dữ liệu người dùng

Phương thức CSKH qua nền tảng tin nhắn là một trong những cách thức tiếp cận khách hàng nhanh nhất. Tính hiệu quả và chính xác của phương thức này còn được gia tăng mạnh mẽ nhờ việc áp dụng công nghệ 4.0. Tiêu biểu trong số đó là tin nhắn thương hiệu

SMS gồm SMS quảng cáo và SMS CSKH với tốc độ truyền tải thông tin nhanh, chủ động, đồng thời có tính bảo mật cao nên giữ an toàn tuyệt đối thông tin cho doanh nghiệp. SMS CSKH phù hợp với các doanh nghiệp trong lĩnh vực y tế, giáo dục, ngân hàng, bảo hiểm ... SMS quảng cáo lại phù hợp với hình thức giới thiệu sản phẩm, dịch vụ mới, khuyến mại.

Ngoài ra, Tập đoàn VNPT cần cung cấp dịch vụ Dịch vụ SMS quảng cáo không chỉ cung cấp tính năng gửi tin nhắn thông thường, dịch vụ này còn phải có khả năng phân tích dữ liệu người dùng, bao gồm sở thích, khả năng chi trả, độ tuổi, giới tính. Cùng với đó, SMS cho phép gửi tin nhắn đến khách hàng vào thời điểm họ đang có mặt tại một không gian/địa điểm phù hợp nhất cho việc tiếp nhận và hành động theo thông điệp của nhà mạng. Nhờ vậy, nhà mạng có thể nhanh chóng tiếp cận tập khách hàng mục tiêu, tăng nhận biết thương hiệu và thúc đẩy doanh số

- Tạo sự khác biệt từ tổng đài CSKH thông minh

Tổng đài CSKH là một trong những kênh liên lạc được khách hàng lựa chọn nhiều nhất. Bởi vậy, một Tổng đài CSKH thông minh sẽ giúp khách hàng gia tăng thiện cảm với doanh nghiệp. Hiện nay, Tập đoàn VNPT cần nghiên cứu cung cấp nhiều dịch vụ tổng đài CSKH với những tính năng ưu việt, phù hợp với nhu cầu của từng loại hình dịch vụ.

Chẳng hạn, dịch vụ tổng đài 1800, 1900 cho phép các doanh nghiệp tiếp nhận đồng thời nhiều cuộc gọi đến thông qua một số điện thoại duy nhất trên toàn quốc mang đầu số 1800 hoặc 1900. Nếu với tổng đài 1800, các thuê bao khi gọi đến sẽ được miễn cước khách hàng gọi đến là miễn phí và giúp doanh nghiệp tiết kiệm rất nhiều chi phí thì với tổng đài 1900, khách hàng gọi đến sẽ trả phí cho nhà mạng.

3.2.2. Đánh giá so sánh các hoạt động về chăm sóc khách hàng của các đối thủ cạnh tranh tại Bắc Giang

Để thấy được chất lượng dịch vụ của mình với chất lượng dịch các đối thủ cạnh tranh khách VNPT Bắc Giang cần phải thường xuyên đánh giá so sánh với các nhà cung khách như Viettel, FPT với các giải pháp sau:

- Công tác đánh giá chất lượng dịch vụ, hoạt động chăm sóc khách hàng của VNPT với các đối thủ cạnh tranh tại Bắc Giang phải được thực hiện một cách bài bản có chiều sâu.
- Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá với các yếu tố phù hợp phản ánh đúng thực chất thực trạng.
- Thường xuyên tổ chức kiểm tra đánh giá lại trình độ chuyên môn nghiệp vụ của nhân viên chăm sóc khách hàng.

- Xây dựng bộ quy chuẩn xử lý và khen thưởng đối với các cá nhân thực hiện tốt và cá nhân vi phạm làm ảnh hưởng đến độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

3.2.3. Đào tạo nâng cao chuyên môn và kỹ năng nghiệp vụ cho nhân viên

Yếu tố con người là yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến mức độ hài lòng của khách hàng. Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, nắm vững kỹ năng nghiệp vụ tốt sẽ xử lý tốt các yêu cầu về công việc được giao. Vì vậy VNPT cần phải xây dựng giải pháp nhằm nâng cao chất lượng chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên với các giải pháp như sau:

- Tổ chức kiểm tra định kỳ đánh giá lại trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên.
- Thường xuyên tổ chức chương trình tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ cho nhân viên.
- Cử cán bộ chủ chốt thường xuyên đi học tập nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ

3.2.4. Hoàn thiện chính sách giá cả, chương trình khuyến mãi

Chính sách giá cả đóng vai trò rất quan trọng đối với sự hài lòng của khách hàng. Giá các gói cước hấp dẫn thu hút nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ internet do VNPT cung cấp. Vì vậy cần phải xây dựng các gói cước dịch vụ giá cạnh tranh với các nhà mạng khác. Hướng tới các gói cước giá rẻ phục vụ các khách hàng ở các khu vực khó khăn, vùng sâu vùng xa có nguồn thu nhập thấp thấp. So với các nhà cung cấp dịch vụ internet cáp quang khác thì VNPT nói chung và VNPT Bắc Giang nói riêng thì các chính sách về giá cả và chương trình khuyến mãi nhằm thu hút người dùng chưa thực sự tốt. Vì vậy cần phải thực hiện một số giải pháp sau

- Phát triển đa dạng các gói cước dịch vụ phù hợp cạnh tranh phù hợp với nhu cầu của khách hàng đặc biệt là hài lòng của nhiều đối tượng khách hàng.
- Phát hành các gói cước ưu đãi chi phí thấp áp dụng cho các khu vực đời sống người dân khó khăn thu nhập thấp, vùng sâu vùng xa, vùng kinh tế khó khăn theo quy định 135.
- Thực hiện nhiều chương trình khuyến mãi cho khách hàng như:
 - + Tặng quà, giảm cước sử dụng cho khách hàng sử dụng lâu năm
 - + Tặng quà, giảm cước dịch vụ có thời hạn cho các hợp đồng mới
 - + Thực hiện nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn nhân dịp đầu năm học mới.

3.2.5 Nâng cao chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT tại Bắc Giang

Để nâng cao chất lượng dịch vụ internet cáp quang VNPT Bắc Giang cần thực hiện tốt một số giải pháp sau:

- Thường xuyên nâng cấp hệ thống cơ sở vật chất như nâng cấp hệ thống cáp quang, tổng đài, các trạm phát để đường truyền luôn luôn ổn định.
- Thường xuyên bảo trì hệ thống đặc biệt là các thiết bị đầu cuối, thay thiết bị mới cho khách hàng sau một khoảng thời gian nhất định. Tránh tình trạng thiết bị quá lâu ảnh hưởng đến chất lượng đường truyền.
- Gia cố lại hệ thống cáp quang, đảm bảo vững chắc an toàn tránh chập cháy, hạn chế ảnh hưởng thiên tai giúp hệ thống luôn an toàn, ổn định.
- Nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên kỹ thuật, nhân viên chăm sóc khách hàng.
- Sử dụng modem wifi 2 băng tần 2.4GB và 5GB nâng cao chất lượng, tốc độ mạng wifi
- Trang bị thêm bộ kích sóng nâng nhằm mở rộng vùng phủ wifi. Các gói cước mới có kèm theo thiết bị wifi mesh đồng bộ mạng wifi cho các tầng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ.

Ngoài ra, VNPT Bắc Giang cũng cần hoàn thiện chính sách sản phẩm thông qua kế hoạch cụ thể xây dựng các giải pháp nhằm hoàn thiện hơn sản phẩm của mình như

- Xây dựng nhiều sản phẩm đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng của khách hàng. Phát triển nhiều dịch vụ tích hợp trên internet cáp quang.
- Phát triển nhiều gói dịch vụ với nhiều tốc độ khác nhau đáp ứng mọi đối tượng và nhu cầu sử dụng của khách hàng.
- Liên tục thay đổi các giải pháp công nghệ tiên tiến, nâng cấp hệ thống, phiên triển nhiều thiết bị đầu cuối thông minh nhằm hoàn thiện hơn sản phẩm.

3.2.6. Nâng cao hình ảnh thương hiệu

Thương hiệu là một trong những tài sản lớn nhất đối với các nhà cung cấp dịch vụ nói chung và dịch vụ viễn thông nói riêng. VNPT nói chung và VNPT Bắc Giang nói riêng cần phải xây dựng thương hiệu để đảm bảo sự phát triển đúng đắn phù hợp với xu thế phát triển và cạnh tranh hiện nay. Để nâng cao thương hiệu VNPT Bắc Giang cần chú trọng các vấn đề sau:

- Xác định chiến lược kinh doanh tổng thể: Xây dựng chiến lược kinh doanh tổng thể có mục đích rõ ràng để phát triển thương hiệu
- Xác định được khách hàng mục tiêu và nhóm khách hàng tiềm năng: Xác định khách hàng mục tiêu và khách hàng tiềm năng để có chính sách tiếp cận phù hợp.
- Phát triển tên, logo, khẩu hiệu: Nhận diện thương hiệu thông qua tên, hình ảnh, logo, khẩu hiệu là các làm có tính định hình, đây là công cụ hỗ trợ đắc lực cho việc quảng bá thương hiệu.
- Phát triển trang web: VNPT Bắc Giang cần đề cao vai trò của website, vì khách hàng sẽ quay lại để tìm hiểu thông tin nhà cung cấp dịch vụ nhiều hơn tại đây. Website phải chứa nội dung quý giá, đặc biệt chăm chút về thiết kế, sự logic là điều khách hàng mong đợi để nhanh chóng tìm ra thứ họ muốn.
- Xây dựng công cụ tiếp thị đủ mạnh: Không để khách hàng mất quá nhiều thời gian để tìm thấy thông tin, VNPT Bắc Giang có thể tận dụng rất nhiều công cụ hỗ trợ khác nhau để tiếp cận khách hàng. Tận dụng tất cả các kênh có thể tiếp cận với người dùng một cách hiệu quả.

3.3. Một số kiến nghị khác

3.3.1 Kiến nghị với tập đoàn VNPT

- Nâng cao chất lượng mạng lõi giảm thiểu tối đa tình trạng nghẽn mạng đặc biệt là khi sự cố cáp quang biển
- Đào tạo nâng cao năng lực cho cán bộ công nhân viên đặc biệt là nhân viên thường xuyên tiếp xúc trực tiếp với khách hàng
- Nâng cao chất lượng thiết bị đầu cuối do tập đoàn sản xuất tại công ty VNPT Technology
- Tăng cường quảng bá thương hiệu đặc biệt là dịch vụ internet cáp quang tại các vùng mới có hạ tầng cáp quang
- Có cơ chế chính sách đãi ngộ xứng đáng với các cộng tác viên địa bàn để họ yên tâm cống hiến phục vụ khách hàng ngày một tốt hơn.

3.3.2 Kiến nghị với bộ thông tin truyền thông

- Là đơn vị quản lý trực tiếp các nhà cung cấp dịch vụ bộ thông tin cần nâng cao vai trò quản lý nhà nước trong việc ban hành các quy định về chất lượng dịch vụ tạo tiền đề để các nhà mạng căn cứ xây dựng chỉ tiêu về chất lượng dịch vụ riêng cho mình.

- Quy định khung giá cước trần đảm bảo môi trường cạnh tranh công bằng giữa các nhà cung cấp dịch vụ .

- Bộ thông tin và truyền thông cần xây dựng quy trình quản lý nhà cung cấp dịch vụ mang tính đặc thù cho từng nhà mạng, từng vùng miền tạo điều kiện tốt nhất cho các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông phát triển tốt nhất.

3.3.2 Kiến nghị với chính phủ và UBND Tỉnh Bắc Giang

- Để dịch vụ internet cáp quang triển khai rộng lớn chính phủ cần có các giải pháp hỗ trợ để các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông như VNPT có thêm kinh phí trong việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng. Đặc biệt là các khu vực vùng sâu, vùng xa giao thông đi lại khó khăn.

- UBND tỉnh bắc giang và các huyện cần tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho VNPT phát triển dịch vụ như tạo hỗ trợ các cơ sở pháp lý để triển khai dịch vụ

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Ở chương này tập trung nghiên cứu các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang, nêu ra các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng về chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng và các đề xuất kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ truy cập internet cáp quang tại Bắc Giang.

KẾT LUẬN

Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ internet cáp quang của VNPT Bắc Giang là yếu tố quan trọng giúp cho VNPT ngày càng phát triển lớn mạnh. Nghiên cứu mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ do VNPT cung cấp chính là giải pháp nhằm giữ chân khách hàng và tạo niềm tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ internet cáp quang.

Những kết quả đạt được của luận văn “*Sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang*” như sau:

Thứ nhất:

- Hệ thống cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông.
- Đánh giá được mức độ hài lòng của khách hàng với 30 yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Bắc Giang.

Thứ hai:

- Tìm ra được các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Bắc Giang.
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Bắc Giang

Thứ ba:

- Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ internet cáp qua
- Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Bắc giang.
- Đưa ra các kiến nghị đối với VNPT Bắc Giang và tập đoàn VNPT Việt Nam.

Đề tài nghiên cứu “***Sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ internet cáp quang của VNPT tại Bắc Giang***” là vấn đề khó khăn, phức tạp cần những nghiên cứu lý luận và thực tiễn chuyên sâu. Tác giả tự nhận thấy bản thân vẫn còn hạn chế về kiến thức, cũng như kinh nghiệm nghiên cứu, do đó bài luận văn sẽ khó tránh khỏi những thiếu sót. Với tinh thần học hỏi, tác giả rất mong nhận được sự đóng góp, phê bình của thầy cô, các đồng nghiệp tại VNPT Bắc giang và những người quan tâm đến vấn đề này để bài luận văn được tốt hơn. Cuối cùng em xin chân thành cảm ơn các quý thầy cô Học Viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông và đặc biệt là cô giáo TS. Nguyễn Thị Vân Anh đã giúp em nhìn nhận vấn đề, phương pháp nghiên cứu và xử lý vấn đề một cách logic, khoa học hơn