

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Lê Mạnh Cường

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBER-VNN
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

(Theo định hướng ứng dụng)

HÀ NỘI – NĂM 2021

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Lê Mạnh Cường

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBER-VNN
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8.34.01.01

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH
(Theo định hướng ứng dụng)

NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS TRẦN NGỌC MINH

HÀ NỘI - NĂM 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn này là kết quả nghiên cứu của riêng tôi. Việc sử dụng kết quả, trích dẫn tài liệu tham khảo trên các tạp chí, các trang web tham khảo đảm bảo theo đúng quy định. Các nội dung trích dẫn và tham khảo các tài liệu, sách báo, thông tin được đăng tải trên các tác phẩm, tạp chí và trang web theo danh mục tài liệu tham khảo của luận văn. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm cho lời cam đoan của mình.

Tác giả luận văn

Lê Mạnh Cường

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, tôi xin trân trọng gửi lời cảm ơn sâu sắc đến quý thầy cô trường Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông trong thời gian qua đã dìu dắt và tận tình truyền đạt cho tôi những kiến thức, kinh nghiệm vô cùng quý báu mà tôi có được kết quả ngày hôm nay.

Tôi xin chân thành cảm ơn đến Ban Lãnh đạo và các anh, chị đồng nghiệp Viễn thông Ninh Bình đã nhiệt tình giúp đỡ tôi trong quá trình thu thập thông tin cũng như các số liệu có liên quan đến đề tài nghiên cứu, tạo điều kiện tốt nhất để tôi hoàn thành được luận văn tốt nghiệp này.

Xin trân trọng cảm ơn TS. Trần Ngọc Minh, người hướng dẫn khoa học của luận văn, đã hướng dẫn tận tình và giúp đỡ về mọi mặt để hoàn thành luận văn.

Xin trân trọng cảm ơn quý thầy cô Khoa Đào tạo sau đại học đã hướng dẫn và giúp đỡ tôi trong quá trình thực hiện luận văn.

Cuối cùng là sự biết ơn tới gia đình, bạn bè và người thân đã luôn động viên, giúp đỡ tác giả trong suốt quá trình học tập và thực hiện luận văn.

Do điều kiện và thời gian nghiên cứu đề tài còn nhiều hạn chế nên luận văn không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô giáo, bạn bè và những người quan tâm.

Trân trọng cảm ơn!

Ninh bình, ngày 22 tháng 11 năm 2021

Học viên thực hiện

Lê Mạnh Cường

MỤC LỤC

| | |
|--|------|
| LỜI CAM ĐOAN | i |
| LỜI CẢM ƠN | ii |
| MỤC LỤC..... | iii |
| DANH MỤC HÌNH ẢNH | vi |
| DANH MỤC BẢNG BIỂU | vii |
| DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT..... | viii |
| MỞ ĐẦU..... | 1 |
| 1. Tính cấp thiết của đề tài | 1 |
| 2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu | 2 |
| 3. Mục đích nghiên cứu..... | 4 |
| 4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu..... | 4 |
| 5. Phương pháp nghiên cứu..... | 4 |
| 6. Kết cấu của đề tài | 5 |
| CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN...6 | |
| 1.1. Dịch vụ và dịch vụ viễn thông | 6 |
| 1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của dịch vụ, dịch vụ viễn thông..... | 6 |
| a.Khái niệm dịch vụ | 6 |
| b.Khái niệm dịch vụ Viễn thông..... | 7 |
| a. Đặc điểm của dịch vụ..... | 7 |
| 1.1.2. Dịch vụ FiberVnn..... | 16 |
| 1.2. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ và dịch vụ fiberVNN | 21 |
| 1.2.1. Mô hình SERVQUAL | 21 |
| 1.2.2. Nội dung mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman..... | 21 |
| Chất lượng dịch vụ được cảm nhận bởi 10 thành phần..... | 23 |
| Thành phần cơ bản nhất của chất lượng dịch vụ..... | 24 |
| 1.2.3. Mô hình SERVPERF | 25 |
| 1.2.4. Mô hình chất lượng kỹ thuật – chức năng của Gronroos..... | 26 |

| | |
|---|----|
| 1.3. Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại một số doanh nghiệp viễn thông | 27 |
| 1.3.1. Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Thanh Hóa..... | 27 |
| 1.3.2. Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Hà Nam.. | 28 |
| 1.3.3. Bài học kinh nghiệm cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình | 28 |
| CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN TẠI NINH BÌNH | 30 |
| 2.1 Giới thiệu chung về VNPT Ninh Bình và Trung tâm kinh doanh VNPT Ninh Bình. | 30 |
| 2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của VNPT Ninh Bình và trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình. | 30 |
| 2.1.2. Cơ cấu tổ chức của VNPT Ninh Bình và trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình. | 32 |
| 2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của VNPT Ninh Bình..... | 33 |
| 2.1.4. Các dịch vụ chủ yếu | 38 |
| 2.1.5. Dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình..... | 43 |
| 2.1.6. Kết quả kinh doanh dịch vụ FiberVNN của VNPT Ninh Bình..... | 49 |
| 2.2 Tiêu chí chất lượng dịch vụ FIBERVNN..... | 50 |
| 2.2.1. Chất lượng dịch vụ theo đánh giá của khách hàng..... | 50 |
| 2.2.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình..... | 51 |
| 2.3 Tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình | 52 |
| 2.3.1. Yếu tố bên ngoài..... | 53 |
| 2.3.2. Yếu tố bên trong | 53 |
| 2.4 Đánh giá chung chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình | 55 |
| 2.4.1. Ưu điểm..... | 55 |
| 2.4.2. Tồn tại | 56 |

| | |
|--|----|
| 2.4.3. Nguyên nhân | 58 |
| CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN TẠI NINH BÌNH | 60 |
| 3.1 Định hướng phát triển của VNPT Ninh Bình | 60 |
| 3.1.1. <i>Sứ mệnh và tầm nhìn</i> | 60 |
| 3.1.2. <i>Mục tiêu và chiến lược của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2021-2025</i> | 61 |
| 3.1.3. <i>Mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ fiberVNN tại Ninh Bình</i> | 61 |
| 3.2 Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ fiberVNN tại Ninh Bình | 64 |
| 3.2.1 <i>Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và nâng cao chất lượng mạng lưới</i> | 64 |
| <i>Chăm sóc khách hàng thông qua điện thoại</i> | 68 |
| <i>Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng qua email</i> | 69 |
| <i>Cải thiện chăm sóc khách hàng qua mạng xã hội</i> | 69 |
| 3.2.2 <i>Các giải pháp cải tiến quy trình nhằm rút ngắn thời gian cung cấp dịch vụ và hỗ trợ xử lý sự cố</i> | 69 |
| 3.2.3. <i>Đổi mới mô hình tổ chức sản xuất nâng cao chất lượng nguồn nhân lực</i> | 73 |
| 3.2.4 <i>Các giải pháp về chính sách hỗ trợ</i> | 76 |
| 3.3. Một số kiến nghị | 77 |
| 3.3.1. <i>Kiến nghị với Tập đoàn VNPT</i> | 77 |
| 3.3.2. <i>Kiến nghị với Bộ thông tin và truyền thông</i> | 78 |
| 3.3.3. <i>Kiến nghị với chính quyền địa phương</i> | 78 |
| KẾT LUẬN | 80 |
| DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO..... | 81 |
| PHỤ LỤC | 82 |

DANH MỤC HÌNH ẢNH

| | |
|--|----|
| Hình 1.1. Mô hình thang đo Servqual..... | 22 |
| Hình 1.2. Mô hình thang đo SERVPERF | 25 |
| Hình 1.3. Mô hình chất lượng Nordic của Gronroos | 27 |
| Hình 2.1. Cơ cấu tổ chức của VNPT Ninh Bình..... | 32 |
| Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình..... | 33 |
| Hình 2.3. Mô hình tổ chức trung tâm Điều hành thông tin..... | 36 |
| Hình 2.4. Mô hình tổ chức trung tâm Công nghệ thông tin..... | 36 |
| Hình 2.5: Mô hình tổ chức các trung tâm viễn thông | 37 |
| Hình 2.6. Mô hình tổng quan mạng cung cấp dịch vụ trên GPON của VNPT..... | 44 |
| Hình 2.7. Mô hình tổng quan mạng cung cấp dịch vụ trên AON của VNPT | 45 |
| Hình 2.8. Quy trình cung cấp dịch vụ VNPT Ninh Bình..... | 46 |
| Hình 2.9. Kết quả doanh thu dịch vụ FiberVNN của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2018 - 2020..... | 49 |
| Hình 2.10. Các nguyên nhân gây ra tỷ lệ hư hỏng cao | 54 |
| Hình 2.11. Mô hình mạng MAN-E - BRAS/BNG từ 10G sang 100G. | 55 |
| Hình 3.1. Hệ thống giám sát các UPLINK của các Ring MAN-E tại VNPT Ninh Bình | 66 |
| Hình 3.2. Hệ thống giám sát các UPLINK của các thiết bị Access..... | 66 |
| Hình 3.3 Cải tiến quy trình hỗ trợ sửa chữa dịch vụ..... | 72 |

DANH MỤC BẢNG BIỂU

| | |
|--|----|
| Bảng 2.1. Các bước thực hiện quy trình cung cấp dịch vụ VNPT Ninh Bình | 47 |
| Bảng 2.2. Kết quả kinh doanh dịch vụ FiberVNN Ninh Bình từ 2018 - 2020 | 49 |
| Bảng 2.3 : Tỷ lệ thuê bao FiberVNN so với dân số theo địa bàn năm 2020 | 50 |
| Bảng 2.4: Doanh thu dịch vụ FiberVNN Ninh Bình theo địa bàn giai đoạn 2018-2020 | 50 |

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

| | |
|---------|---|
| BTTT | Bộ Thông tin và Truyền thông |
| CNTT | Công nghệ thông tin |
| DN | Doanh nghiệp |
| DNCCDV | Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ |
| FPT | Công ty Cổ phần Viễn thông FPT |
| TTVT | Trung tâm Viễn thông |
| SXKD | Sản xuất kinh doanh |
| VDSL | Công nghệ DSL bất đối xứng với tốc độ rất cao |
| VNPT | Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam |
| VIETTEL | Tập đoàn Viễn thông Quân Đội |
| VNP | Vinaphone |
| VTBN | Viễn thông Ninh Bình |
| BCVT | Bưu chính Viễn thông |
| CBCNV | Cán bộ công nhân viên |
| KTĐT | Kỹ thuật đầu tư |
| KTKH | Kế toán kế hoạch |
| NSTH | Nhân sự tổng hợp |

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

VNPT là một trong những nhà mạng đi đầu trong lĩnh vực Internet cáp quang, cũng như có thị phần lớn nhất tại Việt Nam hiện nay. VNPT đang không ngừng mở rộng và phát triển mạng lưới của mình với nhiều gói cước hấp dẫn dành cho khách hàng. Trong đó, FiberVNN là một trong những dịch vụ thu hút được sự chú ý của khách hàng.

FiberVNN là một công nghệ dùng để truy cập Internet tân tiến nhất hiện nay. Công nghệ này dùng đường truyền dẫn bằng cáp quang đến các địa chỉ thuê bao giúp khách hàng có thể sử dụng đa dịch vụ trên mạng viễn thông có chất lượng cao bao gồm cả dịch vụ giải trí truyền hình, thoại IMS...

Trong lộ trình bảo đảm quy hoạch về phát triển hạ tầng viễn thông băng rộng đến 2025, VNPT là đơn vị đầu tiên đảm bảo rằng ít nhất 60% người sử dụng Internet băng rộng được dùng đường truyền tối thiểu 25Mbps. Thực hiện tốt điều này FiberVNN sẽ nâng chuẩn đường truyền, đáp ứng nhu cầu về tần suất sử dụng dung lượng trên nhiều thiết bị cho người dùng trên cả nước.

Với nhu cầu sử dụng Internet của các hộ gia đình ngày càng tăng lên như hiện nay, FiberVNN được xem là một giải pháp hoàn hảo khi vừa có tốc độ đường truyền cao vừa không bị giới hạn dung lượng, đồng thời FiberVNN cũng có mức giá vô cùng hợp lý. Kết nối ổn định, an toàn, một trong những ưu điểm nổi bật của FiberVNN đó là có đường truyền kết nối ổn định và an toàn, không chỉ trong nước mà còn ra quốc tế. VNPT cam kết từ gói FiberVNN20 trở đi đảm bảo được tốc độ Internet quốc tế tối thiểu giúp cho mọi người trên thế giới dễ dàng kết nối với nhau. VNPT đã chi ra 44 triệu USD để xây dựng APG tuyến cáp quốc tế mới nhằm tăng cường tốc độ kết nối Internet quốc tế cho người sử dụng trong nước.

Làm sao sẽ giữ chân và phát triển khách hàng, làm sao để gia tăng thị phần. Bài toán được đặt ra với các VNPT và Vinaphone trên địa bàn tỉnh Ninh Bình. Vì vậy tồn tại, phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh đối với dịch vụ Internet trong đó FiberVNN đóng vai trò quyết định. VNPT Ninh Bình cần phải tìm cho mình những

chiến lược hợp lý; phát triển dịch vụ lâu dài cạnh tranh với đối thủ ... Trước thực trạng đó, tác giả chọn đề tài ***“Nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN trên địa bàn tỉnh Ninh Bình”*** để làm tốt nghiệp cao học quản trị kinh doanh, ngoài ra đóng góp 1 phần nhỏ trong phát triển các dịch vụ Vinaphone trên địa bàn tỉnh Ninh Bình trong thời gian tới.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN là đòi hỏi cấp thiết mang thực tiễn sâu sắc trong quá trình kinh doanh của các doanh nghiệp viễn thông hiện nay. Chính vì vậy, chủ đề này đã có rất nhiều các công trình nghiên cứu đã công bố ở những mức độ, những phương diện khác nhau.

Đề tài luận văn thạc sĩ *“Phát triển chiến lược Marketing cho dịch vụ viễn thông tại công ty cổ phần viễn thông toàn cầu”* của tác giả Nguyễn Hoài Phương Nhi thực hiện năm 2017. Nội dung chính của luận văn là hệ thống hóa các nghiên cứu về Marketing dịch vụ để làm cơ sở cho những phân tích thực tế về chiến lược Marketing cho các dịch vụ tại công ty. Từ đó làm cơ sở đề xuất những giải pháp phát triển hoạt động Marketing hiệu quả trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt vào những năm tới.

Đề tài luận văn thạc sĩ *“Giải pháp marketing dịch vụ Internet cáp quang tại Công ty cổ phần Viễn thông FPT – Chi nhánh Đà Nẵng”* của tác giả Phan Thị Lan, thực hiện năm 2014. Đề tài đã dùng phương pháp phân tích, tổng hợp, thống kê so sánh và dựa trên lý thuyết Marketing trong lĩnh vực dịch vụ, kết hợp các nghiên cứu thực tế để làm cơ sở đánh giá và đề xuất các giải pháp để xây dựng chính sách Marketing định hướng khách hàng, nâng cao hiệu quả kinh doanh và vị thế cạnh tranh trên thị trường của FPT Đà Nẵng.

Đề tài luận văn thạc sĩ của Mai Thị Khánh Ly *“Chính sách Marketing dịch vụ Internet cáp quang tại công ty cổ phần hạ tầng viễn thông CMC Đà Nẵng”* thực hiện năm 2015. Đề tài sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp để nghiên cứu. Kết quả từ những phân tích và đánh giá về thực trạng chính sách Marketing là cơ sở để

tác giả đề xuất các giải pháp thiết thực cho hoạt động Marketing cho dịch vụ Internet cáp quang tại Công ty CMC Đà Nẵng.

Đề tài luận văn thạc sĩ *“Giải pháp đẩy mạnh hoạt động Marketing cho dịch vụ FiberVNN tại công ty điện thoại Tây Thành Phố”* của tác giả Nguyễn Văn Sơn năm 2013. Đề tài tổng hợp cơ sở lý thuyết về Marketing dịch vụ, phân tích thực trạng hoạt động Marketing trong lĩnh vực dịch vụ FiberVNN, từ đó đề xuất giải pháp đẩy mạnh hoạt động Marketing cho dịch vụ này của công ty điện thoại Tây Thành Phố.

Đề tài luận văn thạc sĩ của tác giả Nguyễn Văn Hồ về *“Hoàn thiện chính sách Marketing cho dịch vụ internet cáp quang tại VNPT Đắk Lắk”* thực hiện năm 2017. Đề tài dựa vào các phương pháp phân tích tổng hợp và thống kê so sánh để hệ thống cơ sở lý luận về Marketing dịch vụ, làm rõ thực trạng chính sách Marketing cho dịch vụ Internet cáp quang FiberVNN tại Đắk Lắk và đưa ra những giải pháp để hoàn thiện chính sách Marketing cho dịch vụ FiberVNN.

Các công trình đề cập về chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ FiberVNN nói riêng, nhưng đối với chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình chưa có công trình nào nghiên cứu.

Trên cơ sở lý luận cơ bản về dịch vụ FiberVnn và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ, công tác quản lý chất lượng dịch vụ FiberVnn của Viễn thông Ninh Bình chỉ ra những thành công, hạn chế chủ yếu trong vấn đề này, từ đó đưa ra những quan điểm và đề xuất một số giải pháp cơ bản nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVnn của Viễn thông Ninh Bình trong thời gian tới.

Các nội dung nghiên cứu chính gồm:

- + Hệ thống hóa cơ sở lý luận cơ bản về dịch vụ, chất lượng, quản trị chất lượng dịch vụ viễn thông.

- + Phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng và công tác quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình, chỉ ra những thành công và hạn chế chủ yếu trong vấn đề này.

+ Đề ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình.

3. Mục đích nghiên cứu

Mục tiêu chung: Căn cứ vào tình hình thực tế, hiện trạng đang phát triển của dịch vụ FiberVNN, Xây dựng những giải pháp nâng cao chất lượng nhằm phát triển dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình, phù hợp với điều kiện và mô hình kinh doanh thực tế của đơn vị, của Tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam.

Để thực hiện được mục tiêu đó, luận văn có những nhiệm vụ nghiên cứu:

- + Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về dịch vụ FiberVNN
- + Đánh giá thực trạng phát triển và chất lượng dịch vụ FiberVNN trên địa bàn tỉnh Ninh Bình về các mặt lợi thế cũng như hạn chế và những nguyên nhân của hạn chế.
- + Xây dựng giải pháp và đề xuất những kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình.

Phạm vi nghiên cứu:

- Thời gian dữ liệu của đề bài: Tổng hợp số liệu nghiên cứu từ năm 2018 đến hết năm 2020
- Không gian nghiên cứu: Nghiên cứu tại VNPT Ninh Bình.

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau để có cái nhìn toàn diện, tổng thể nhất vấn đề mà đề tài nghiên cứu. Trong đó bao gồm:

Các phương pháp như: Thống kê mô tả, phân tích tổng hợp, so sánh số liệu được sử dụng để xử lý các số liệu thu thập được nhằm giải quyết các vấn đề được đặt ra.

Phương pháp thu thập dữ liệu: Thu thập các thông tin liên quan đến những dịch vụ FiberVNN, thông tin về VNPT Ninh Bình và trung tâm kinh doanh VNPT

Ninh Bình, từ các tài liệu báo cáo thường niên và báo cáo từ các phòng ban trong VNPT Ninh Bình và trung tâm kinh doanh VNPT – Ninh Bình. Bên cạnh đó, tác giả còn tham khảo các tài liệu trong sách báo, tạp chí, các trang tin liên quan trên Internet, các báo cáo nghiên cứu chuyên sâu và các tài liệu thống kê từ các cơ quan: Bộ thông tin và truyền thông, Cục thống kê ...

6. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, luận văn được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và chất lượng dịch vụ FiberVNN

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN

1.1. Dịch vụ và dịch vụ viễn thông

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của dịch vụ, dịch vụ viễn thông

1.1.1.1. Khái niệm dịch vụ và dịch vụ viễn thông

a. Khái niệm dịch vụ

Theo từ điển Tiếng Việt: “*Dịch vụ là công việc phục vụ trực tiếp cho những nhu cầu nhất định của số đông, có tổ chức và được trả công*”. (Từ điển Tiếng Việt, 2004, NXB Đà Nẵng, tr256)

Theo Philip Kotler và Amstrong (2004) đã đưa ra định nghĩa về dịch vụ: “*Một dịch vụ là một hoạt động hay một lợi ích mà một bên có thể cung cấp cho bên kia, trong đó nó có tính vô hình và không dẫn đến sự chuyển giao sở hữu nào cả*”.

Theo Valarie A Zeithaml và Mary J Bitner (2000) thì “*Dịch vụ là những hành vi, quá trình và cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng*”.

PGS.TS Nguyễn Văn Thanh (2007) cho rằng: “*Dịch vụ là một hoạt động lao động sáng tạo nhằm bổ sung giá trị cho phần vật chất và làm đa dạng hoá, phong phú hoá, khác biệt hoá, nổi trội hoá... mà cao nhất trở thành những thương hiệu, những nét văn hoá kinh doanh và làm hài lòng cao cho người tiêu dùng để họ sẵn sàng trả tiền cao, nhờ đó kinh doanh có hiệu quả hơn*”.

Như vậy có thể thấy dịch vụ là hoạt động sáng tạo của con người, là hoạt động có tính đặc thù riêng của con người trong xã hội phát triển, có sự cạnh tranh cao, có yếu tố bùng phát về công nghệ, minh bạch về pháp luật, minh bạch chính sách của chính quyền. Nếu nói về sản phẩm mà các doanh nghiệp cung cấp cho khách hàng, chúng ta có thể phân chia thành 03 nhóm lớn như sau:

- Dịch vụ thuần túy (có tính vô hình)
- Hàng hoá thuần túy (có tính hữu hình)
- Hỗn hợp hàng hoá - dịch vụ (kết hợp cả hai loại trên)

b. Khái niệm dịch vụ Viễn thông

Theo Luật Viễn thông số 41/2009/QH12 ngày 04/12/2009 của Quốc hội khóa XII, kỳ họp thứ 6 thì dịch vụ viễn thông là dịch vụ truyền ký hiệu, tín hiệu, số liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các dạng khác của thông tin giữa các điểm kết cuối của mạng viễn thông. Dịch vụ viễn thông bao gồm:

- *Dịch vụ cơ bản* là dịch vụ truyền đưa tức thời dịch vụ viễn thông qua mạng viễn thông hoặc Internet mà không làm thay đổi loại hình hoặc nội dung thông tin.

- *Dịch vụ giá trị gia tăng* là dịch vụ làm tăng thêm giá trị thông tin của người sử dụng dịch vụ bằng cách hoàn thiện loại hình, nội dung thông tin hoặc cung cấp khả năng lưu trữ, khôi phục thông tin đó trên cơ sở sử dụng mạng viễn thông hoặc Internet.

- *Dịch vụ kết nối Internet* là dịch vụ cung cấp cho các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet khả năng kết nối với nhau và với Internet quốc tế.

- *Dịch vụ truy nhập Internet* là dịch vụ cung cấp cho người sử dụng khả năng truy nhập Internet.

- *Dịch vụ ứng dụng Internet* trong bưu chính, viễn thông là dịch vụ sử dụng Internet để cung cấp dịch vụ bưu chính, viễn thông cho người sử dụng. Dịch vụ ứng dụng Internet trong các lĩnh vực kinh tế – xã hội khác phải tuân theo các quy định pháp luật về bưu chính, viễn thông và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

Các cơ quan quản lý nhà nước về bưu chính, viễn thông quy định và công bố danh mục cụ thể các dịch vụ viễn thông.

1.1.1.2. Các đặc điểm của dịch vụ, dịch vụ viễn thông

a. Đặc điểm của dịch vụ

Tính vô hình

Dịch vụ không phải là một hàng hoá cụ thể mà mang tính vô hình, làm cho các giác quan của khách hàng không nhận biết trước khi mua dịch vụ. Đây chính là một bất lợi khi bán một dịch vụ so với khi bán một hàng hoá hữu hình.

Tính không tách rời giữa cung cấp và tiêu dùng dịch vụ

Khác với hàng hoá hữu hình là việc sản xuất và tiêu dùng một sản phẩm được thực hiện riêng rẽ, đối với dịch vụ thì quá trình cung cấp dịch vụ và tiêu dùng dịch vụ xảy ra đồng thời. Người cung cấp dịch vụ và khách hàng phải tiếp xúc với nhau để cung cấp và tiêu dùng dịch vụ tại các địa điểm và thời gian phù hợp cho hai bên, ví dụ bác sĩ không thể chữa bệnh nếu bệnh nhân vắng mặt. Và người cung cấp tham gia vào quá trình tạo ra dịch vụ.

Các đặc điểm này ảnh hưởng đến doanh nghiệp dịch vụ như sau:

- Khó đạt được tính kinh tế theo quy mô, khó cân bằng giữa cung và cầu
- Khó đạt được tính đồng đều về chất lượng (phụ thuộc vào nhân viên cung cấp dịch vụ)
- Do khách hàng cần có mặt trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ, cho nên quá trình sản xuất của nhà cung cấp dịch vụ (người cung cấp, phương tiện thiết bị, môi trường cung cấp dịch vụ....) có tác động mạnh đến tâm lý, tình cảm của khách hàng và góp phần hình thành cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ.
- Mỗi quan hệ giữa khách hàng và người cung cấp dịch vụ có ảnh hưởng lớn đến sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

Tính không đồng đều về chất lượng

Dịch vụ không thể được cung cấp hàng loạt, tập trung như sản xuất hàng hóa nên nhà cung cấp khó kiểm tra chất lượng theo một tiêu chuẩn thống nhất. Mặt khác, sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ lại chịu tác động mạnh bởi kỹ năng, thái độ của người cung cấp dịch vụ. Do vậy, khó có thể đạt được sự đồng đều về chất lượng dịch vụ ngay trong một ngày. Dịch vụ càng nhiều người phục vụ thì càng khó đảm bảo tính đồng đều về chất lượng.

Tính không dự trữ được

Dịch vụ chỉ tồn tại vào thời gian mà nó được cung cấp. Do vậy, dịch vụ không thể sản xuất hàng loạt để cất vào kho dự trữ, khi có nhu cầu thị trường thì đem ra bán. Điều này gây khó khăn cho nhà cung cấp trong việc cân đối hai vấn đề là sẵn sàng đáp ứng yêu cầu khách hàng và quy mô, hiệu quả đầu tư. Để khắc phục nhà cung cấp cần thực hiện các biện pháp :

Dự báo như cầu chính xác, dùng chính sách giá phân biệt theo giờ, theo mùa để dàn đều nhu cầu của khách hàng; Áp dụng hệ thống đặt hàng trước, cung cấp các phương tiện tự phục vụ; Áp dụng chính sách thuê lao động phục vụ theo giờ để giảm chi phí.

Tính không chuyển quyền sở hữu được

Khi mua dịch vụ thì khách hàng chỉ được quyền sử dụng dịch vụ, được hưởng lợi ích mà dịch vụ mang lại trong một thời gian nhất định mà thôi. Đặc tính này ảnh hưởng đến chính sách phân phối trong Marketing dịch vụ, trong đó người bán buôn, bán lẻ cũng không được chuyển quyền sở hữu. Họ đơn thuần chỉ là người tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ.

b.Đặc điểm của dịch vụ Viễn thông

Dịch vụ viễn thông có đầy đủ các đặc tính và bản chất của sản phẩm dịch vụ, cụ thể:

- Tính vô hình: khách hàng không thể nhìn thấy, sờ thấy các dịch vụ viễn thông. Và như vậy các dịch vụ viễn thông không hấp dẫn trực tiếp đến các giác quan của khách hàng. Khách hàng khó nhận biết được chất lượng dịch vụ mà chỉ cảm nhận được thông qua lợi ích mà nó mang lại.

- Quá trình cung cấp và tiêu dùng dịch vụ này xảy ra đồng thời: có nhu cầu của khách hàng, có sự tham gia của nhân viên phục vụ thì một sản phẩm dịch vụ mới được hoàn thành. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào thái độ, ý thức và kỹ năng của nhân viên cũng như tâm lý của khách hàng.

- Tính không lưu trữ được: với đặc tính này nhà cung cấp phải nắm bắt được nhu cầu khách hàng ở từng thời điểm, từng giai đoạn để có những chính sách về giá cước mềm dẻo, linh hoạt đáp ứng nhu cầu khách hàng và khai thác dịch vụ với công suất cao nhất mang lại lợi ích cho doanh nghiệp.

- Tính không đồng đều về chất lượng: ở từng thời gian, địa điểm khác nhau sản phẩm dịch vụ viễn thông cung cấp cho khách hàng có chất lượng khác nhau, chất lượng dịch vụ viễn thông phụ thuộc nhiều vào quá trình cung cấp nên không thể có sự đồng nhất về chất lượng sản phẩm.

1.1.1.3 Chất lượng dịch vụ

a. Khái niệm về chất lượng dịch vụ

Theo Gronroos (1984) thì *“Chất lượng dịch vụ bao gồm các thành phần đó là chất lượng kỹ thuật đó là những gì mà khách hàng nhận được và chất lượng chức năng diễn giải chất lượng dịch vụ được cung cấp như thế nào”*.

Theo Lehtinen & Lehtinen (1982) cho rằng *“Chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh là quá trình cung cấp dịch vụ và kết quả dịch vụ”*.

Theo Parasurman (1988) thì cho rằng *“Chất lượng dịch vụ được xem như khoảng cách giữa mong đợi về dịch vụ và nhận thức của khách hàng khi sử dụng dịch vụ”*.

Như vậy chất lượng dịch vụ là mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình cảm nhận tiêu dùng dịch vụ, là dịch vụ tổng thể của doanh nghiệp mang lại chuỗi lợi ích và thỏa mãn đầy đủ nhất giá trị mong đợi của khách hàng trong hoạt động sản xuất cung ứng và trong phân phối dịch vụ đầu ra. Chất lượng là sự so sánh giữa mong đợi về giá trị của một dịch vụ khách hàng với giá trị thực tế nhận được (sự thỏa mãn).

Bảng 1.1: Đánh giá về chất lượng dịch vụ

| Dịch vụ nhận được | | Sự mong đợi | Chất lượng dịch vụ |
|---------------------------|--------|--------------------|---------------------------|
| Giá trị dịch vụ nhận được | $>$ | Giá trị mong đợi | Rất cao |
| Giá trị dịch vụ nhận được | \geq | Giá trị mong đợi | cao |
| Giá trị dịch vụ nhận được | $<$ | Giá trị mong đợi | Thấp |

(Nguồn: Parasuraman, 1988)

b. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ

- Tính vượt trội (Transcendent): Đối với khách hàng, dịch vụ có chất lượng là dịch vụ thể hiện được tính vượt trội “ưu việt” (innate excellence) của mình so với những sản phẩm khác. Chính tính ưu việt này làm cho chất lượng dịch vụ trở thành thế mạnh cạnh tranh của các nhà cung cấp dịch vụ.

- Tính đặc trưng của sản phẩm (Product led): Chất lượng dịch vụ là tổng thể những mặt cốt lõi nhất và tinh túy nhất (units of goodness) kết tinh trong sản phẩm, dịch vụ tạo nên tính đặc trưng của sản phẩm, dịch vụ. Vì vậy, dịch vụ hay sản phẩm có chất lượng cao sẽ hàm chứa nhiều “đặc trưng vượt trội” hơn so với dịch vụ cấp thấp. Sự phân biệt này gắn liền với việc xác định các thuộc tính vượt trội hữu hình hay vô hình của sản phẩm dịch vụ. Chính nhờ những đặc trưng này mà khách hàng có thể nhận biết chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp khác với các đối thủ cạnh tranh.

- Tính cung ứng (Process or supply led): Chất lượng dịch vụ gắn liền với quá trình thực hiện/chuyển giao dịch vụ đến khách hàng. Do đó, việc triển khai dịch vụ, phong thái phục vụ, và cách cung ứng dịch vụ sẽ quyết định chất lượng dịch vụ tốt hay xấu. Đây là yếu tố bên trong phụ thuộc vào sự biểu hiện của nhà cung cấp dịch vụ. Chính vì thế, để nâng cao chất lượng dịch vụ, nhà cung cấp dịch vụ trước tiên cần phải biết cải thiện yếu tố nội tại này để tạo thành thế mạnh lâu dài của chính mình trong hoạt động cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

- Tính thỏa mãn nhu cầu (Customer led): Dịch vụ tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng. Do đó, chất lượng dịch vụ nhất thiết phải thỏa mãn nhu cầu khách hàng và lấy yêu cầu của khách hàng làm căn cứ để cải thiện chất lượng dịch vụ. Nếu khách hàng cảm thấy dịch vụ không đáp ứng được nhu cầu của mình thì họ sẽ không hài lòng với chất lượng dịch vụ mà họ nhận được. Xét trên phương diện “phục vụ khách hàng”, “tính thỏa mãn nhu cầu” đã bao hàm cả ý nghĩa của “tính cung ứng”.

- Tính tạo ra giá trị (Value led): Rõ ràng, chất lượng dịch vụ gắn liền với các giá trị được tạo ra nhằm phục vụ khách hàng. Dịch vụ không sản sinh ra giá trị nào hết thì được xem như là không có chất lượng.

c. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

* *Mô hình Gronroos*: Mô hình ra đời năm 1984, theo đó có thể phân tích chất lượng dịch vụ thành 2 phần chủ yếu như sau:

- Chất lượng trên phương diện kỹ thuật: được thể hiện qua các chỉ tiêu, cho nên có thể đo lường đánh giá định lượng được. Chất lượng trên phương diện kỹ thuật là một căn cứ quan trọng để đánh giá chất lượng dịch vụ.

- Chất lượng trên phương diện chức năng: là cảm nhận về chất lượng của khách hàng bị tác động bởi cách thức mà chất lượng kỹ thuật được mang đến cho họ.

* *Mô hình Parasuraman*: Chất lượng dịch vụ được đánh giá qua 10 thành phần cơ bản sau:

Tính tiếp cận; Tính tin cậy được; Tính sẵn sàng; Năng lực; Cư xử lịch sự; Giao tiếp; Sự an toàn; Uy tín; Tính hữu hình hóa; Sự hiểu biết của khách hàng

d. Chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ

Theo học giả người Mỹ là Zeitham V.A. Parasuraman và L.B. Leonard (1985) thì 10 yếu tố quyết định đến chất lượng dịch vụ theo quan điểm của khách hàng là: Độ tin cậy; Tinh thần trách nhiệm; Năng lực; Tiếp cận được; Tác phong; Giao tiếp; Sự tin nhiệm; Tính an toàn; Thấu hiểu hành khách; Tính hữu hình.

Các yếu tố trên có thể được tóm tắt thành năm yếu tố khái quát hơn gọi là “Serqual” (service quality, chất lượng dịch vụ), nhưng để dễ ghi nhớ, người ta dùng từ viết tắt các chữ cái đầu là “RATER”:

+ Độ tin cậy: khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa hẹn một cách đáng tin cậy và chính xác. Độ tin cậy cao khi dịch vụ luôn được hoàn thành đúng hẹn, cùng một phong cách và không có sai sót.

+ Sự đảm bảo: kiến thức và tác phong của nhân viên phục vụ cũng như khả năng gây lòng tin và sự tín nhiệm của họ.

+ Tính hữu hình: điều kiện vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ.

+ Sự thấu cảm: quan tâm, lưu ý cá nhân đối với từng khách hàng. Nhân viên phục vụ có phong cách dễ gần, luôn tỏ ra quan tâm chú ý tới khách hàng, nỗ lực để hiểu khách hàng cần gì, tạo cảm giác yên tâm cho khách hàng.

+ Trách nhiệm: sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ một cách nhanh chóng.

Theo 5 tiêu thức trên, tùy từng lĩnh vực dịch vụ có thể, người ta cố gắng xác định chỉ tiêu để đo lường, đánh giá chất lượng dịch vụ bằng con số cụ thể.

e. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ

Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

** Nhu cầu thị trường:*

Nhu cầu về sản phẩm dịch vụ của người tiêu dùng không ngừng phát triển cả về số lượng, chất lượng, chủng loại, trình độ kỹ thuật, thời điểm cung cấp, giá cả,... Do đó để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, người cung cấp luôn phải tìm ra mọi biện pháp để không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ của mình. Vì vậy, nhu cầu thị trường chính là yếu tố thúc đẩy doanh nghiệp nâng cao chất lượng hàng hóa dịch vụ của mình.

** Tiềm năng kinh tế:*

Tiềm năng kinh tế có ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng sản phẩm dịch vụ. Nếu tiềm năng kinh tế mạnh thì người tiêu dùng sẽ sẵn sàng chi trả và người cung cấp cũng có khả năng đầu tư để nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ.

** Trình độ phát triển khoa học công nghệ:*

Trình độ chất lượng sản phẩm không thể vượt qua giới hạn khả năng của trình độ tiến bộ khoa học công nghệ. Chất lượng sản phẩm trước hết thể hiện những đặc trưng về trình độ kỹ thuật tạo ra sản phẩm đó. Các chỉ tiêu kỹ thuật này lại phụ thuộc vào trình độ kỹ thuật, công nghệ sử dụng để tạo ra sản phẩm. Đây là giới hạn cao nhất mà chất lượng sản phẩm có thể đạt được. Tiến bộ khoa học công nghệ tạo ra khả năng không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm. Tác động của tiến bộ khoa học công nghệ là không giới hạn, nhờ đó mà sản phẩm sản xuất ra luôn có các thuộc tính chất lượng với những chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật ngày càng hoàn thiện hơn, thỏa mãn tốt nhu cầu của khách hàng.

* Cơ chế, chính sách của nhà nước:

Môi trường pháp lý với những chính sách và cơ chế quản lý kinh tế của nhà nước có tác động trực tiếp và to lớn đến việc tạo ra và nâng cao chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp. Cơ chế quản lý kinh tế tạo môi trường thuận lợi cho đầu tư nghiên cứu nhu cầu, thiết kế sản phẩm. Nó cũng tạo ra sức ép thúc đẩy các doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua cơ chế khuyến khích cạnh tranh, bắt buộc các doanh nghiệp phải nâng cao tính tự chủ sáng tạo trong cải tiến chất lượng. Mặt khác, cơ chế quản lý kinh tế còn là môi trường lành mạnh, công bằng, đảm bảo quyền lợi cho các doanh nghiệp sản xuất đầu tư cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm và bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực đảm bảo chất lượng sản phẩm. Nếu cơ chế phù hợp sẽ kích thích các doanh nghiệp đẩy mạnh đầu tư, cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm và ngược lại sẽ tạo ra sự trì trệ, giảm động lực nâng cao chất lượng.

* Các yếu tố về văn hóa, xã hội:

Yếu tố văn hóa xã hội của mỗi quốc gia, mỗi khu vực, dân tộc, có ảnh hưởng rất lớn đến hình thành các đặc tính chất lượng sản phẩm. Những yêu cầu về văn hóa, đạo đức, xã hội và tập tục truyền thống, thói quen tiêu dùng có ảnh hưởng trực tiếp tới các thuộc tính chất lượng sản phẩm, đồng thời có ảnh hưởng gián tiếp thông qua các quy định bắt buộc mỗi sản phẩm phải thỏa mãn những đòi hỏi phù hợp với truyền thống văn hóa, đạo đức của cộng đồng xã hội. Chất lượng là toàn bộ những đặc tính

thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng nhưng không phải là tất cả mọi nhu cầu cá nhân đều được thỏa mãn. Những đặc tính chất lượng của sản phẩm chỉ thỏa mãn toàn bộ những nhu cầu cá nhân nếu nó không ảnh hưởng tới lợi ích của xã hội. Bởi vậy, chất lượng sản phẩm phụ thuộc chặt chẽ vào môi trường văn hóa xã hội của mỗi quốc gia.

Các yếu tố bên trong doanh nghiệp

** Lực lượng lao động trong doanh nghiệp:*

Yếu tố con người có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm dịch vụ, là yếu tố quyết định đến chất lượng sản phẩm dịch vụ. Cho dù công nghệ, thiết bị có hiện đại đến đâu nhưng nếu trình độ quản lý, tay nghề của người lao động thấp, ý thức kỉ luật, tinh thần hợp tác kém thì không thể tạo ra sản phẩm có chất lượng cao. Yếu tố con người bao gồm cán bộ lãnh đạo cấp cao, cán bộ công nhân viên trong đơn vị và người tiêu dùng. Để đảm bảo và nâng cao chất lượng sản phẩm phải lôi kéo được toàn thể các bộ phận nhân viên tự giác “làm chất lượng” ở mọi nơi, mọi lúc trong cả quá trình sản xuất kinh doanh. Đối với cán bộ lãnh đạo cấp cao cần có nhận thức mới về việc nâng cao chất lượng sản phẩm để có những chủ trương, chính sách đúng đắn về chất lượng sản phẩm.

Đối với cán bộ nhân viên trong doanh nghiệp phải có nhận thức rằng việc nâng cao chất lượng sản phẩm là trách nhiệm và vinh dự của mọi thành viên, là sự sống còn, là quyền lợi thiết thân đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp và của chính mình.

** Yếu tố nguyên vật liệu:*

Đây là yếu tố cơ bản của đầu vào, có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm. Muốn có sản phẩm đạt chất lượng, điều đầu tiên là cần nguyên vật liệu tạo ra sản phẩm đó phải có chất lượng tốt. Mỗi loại nguyên liệu khác nhau sẽ hình thành những đặc tính chất lượng khác nhau. Tính đồng nhất và tiêu chuẩn hóa của nguyên liệu là cơ sở quan trọng cho ổn định chất lượng sản phẩm. Mặt khác, để đảm bảo được mục tiêu chất lượng đã đặt ra cần phải tổ chức tốt hệ thống cung ứng nguyên vật liệu

cho quá trình sản xuất. Tổ chức tốt hệ thống cung ứng không chỉ đảm bảo về chủng loại, chất lượng, số nguyên vật liệu mà còn đảm bảo về mặt thời gian.

* Khả năng về máy móc thiết bị, công nghệ của doanh nghiệp:

Trình độ hiện đại của máy móc, thiết bị và quy trình công nghệ của doanh nghiệp ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm, đặc biệt những doanh nghiệp tự động hóa cao, có dây chuyền sản xuất hàng loạt. Cơ cấu, thiết bị, công nghệ của doanh nghiệp và khả năng bố trí phối hợp máy móc thiết bị, phương tiện sản xuất ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng các hoạt động, chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp. Công nghệ lạc hậu khó có thể tạo ra được sản phẩm có chất lượng cao, phù hợp với nhu cầu của khách hàng cả về mặt kinh tế và các mặt chỉ tiêu kỹ thuật. Quản lý máy móc thiết bị tốt, trong đó xác định đúng phương hướng đầu tư phát triển sản phẩm mới hoặc cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm trên cơ sở tận dụng công nghệ hiện có với đầu tư đổi mới là một biện pháp quan trọng nâng cao chất lượng sản phẩm của mỗi doanh nghiệp.

* Trình độ tổ chức quản lý của doanh nghiệp:

Một doanh nghiệp là một hệ thống, trong đó có sự phối hợp đồng bộ thống nhất giữa các bộ phận chức năng. Do đó, quản lý chất lượng phải dựa trên quan điểm hệ thống. Mức chất lượng phải đạt được trên cơ sở giảm chi phí phụ thuộc rất lớn vào trình độ tổ chức quản lý của mỗi doanh nghiệp. Chất lượng của hoạt động quản lý phản ánh chất lượng hoạt động của doanh nghiệp. Sự phối hợp, khai thác hợp lý giữa các nguồn lực hiện có để tạo ra sản phẩm lại phụ thuộc vào nhận thức, sự hiểu biết về chất lượng và quản lý chất lượng, trình độ xây dựng và chỉ đạo tổ chức thực hiện chương trình, chính sách, mục tiêu, kế hoạch chất lượng của các cán bộ quản lý doanh nghiệp. Theo W. Edwards Deming (1970) thì có tới 85% những vấn đề về chất lượng do hoạt động quản lý gây ra. Vì vậy, hoàn thiện quản lý là cơ hội tốt cho nâng cao chất lượng sản phẩm, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

1.1.2. Dịch vụ FiberVnn

1.1.2.1. Khái niệm dịch vụ FiberVnn

Dịch vụ FiberVNN được hiểu là dịch vụ Internet tốc độ truyền tải dữ liệu trực tuyến cao. Công nghệ Internet phát triển với tốc độ nhanh đến mức có nhiều trường hợp khiến chúng ta không thể đưa ra một định nghĩa chính xác về các sản phẩm và công nghệ liên quan. Công nghệ FiberVnn là một trong những công nghệ như thế.

Khởi đầu của dịch vụ FiberVnn là dịch vụ MegaVnn băng thông có dây thử nghiệm ADSL (đường dây thuê bao số bất đối xứng) được cung cấp vào năm 1998. Sau đó công nghệ ADSL đã được phát triển thành công nghệ VDSL (công nghệ DSL bất đối xứng với tốc độ rất cao). Kể từ đó công nghệ VDSL đã được phát triển mạnh mẽ và đã đạt đến tốc độ 100 Mb/s khi sử dụng cáp. Nếu so với tốc độ thực không vượt quá 2 Mb/s của ADSL mà các hộ thuê bao gia đình đã từng sử dụng trước đây thì VDSL đã mang đến cho người dân một cơ hội được tiếp cận với hình thức Internet với tốc độ cao hơn rất nhiều.

Vừa qua, sự ra đời của công nghệ mới – công nghệ FTTx đánh dấu bước phát triển vượt bậc của dịch vụ FiberVnn. Công nghệ FTTx bao gồm các loại: FTTN (Fiber to the Node), FTTC (Fiber to the Curb), FTTB (Fiber to the Building), FTTH (Fiber to the Home). Với đường truyền dẫn hoàn toàn bằng cáp quang tới tận phòng máy của người sử dụng, công nghệ FTTx có ưu thế vượt trội so với công nghệ ADSL về chất lượng truyền dẫn tín hiệu, độ bảo mật, tốc độ cao. Dự kiến FTTx sẽ dần thay thế hoàn toàn ADSL trong tương lai gần một khi băng thông ADSL không đủ sức cung cấp đồng thời các dịch vụ trực tuyến trong cùng một thời điểm.

1.1.2.2. Đặc điểm dịch vụ FiberVnn

Đặc điểm nổi bật của dịch vụ FiberVnn (công nghệ ADSL và FTTx) là tốc độ truyền dữ liệu cao gấp vài chục đến cả trăm lần so với dịch vụ Internet quay số truyền thống, chất lượng đường truyền tốt, nội dung phong phú.

Sự ra đời của công nghệ FTTx đã khắc phục được những hạn chế của công nghệ ADSL bằng các đặc tính nổi trội như: chất lượng truyền dẫn tín hiệu bền bỉ ổn định không bị suy hao tín hiệu bởi nhiễu điện từ, thời tiết hay chiều dài cáp như đối với công nghệ ADSL; độ bảo mật của FTTx rất cao, hầu như không thể bị đánh cắp tín hiệu trên đường dây; với công nghệ FTTx, nhà cung cấp dịch vụ có thể cung cấp tốc

độ download lên đến 10 Gigabit/giây, nhanh gấp 200 lần so với ADSL 2+ (hiện chỉ có thể đáp ứng 20 Megabit/giây). Tốc độ truyền dẫn của FTTx cho phép cân bằng, tốc độ tải lên và tải xuống như nhau (Đối xứng, Download = Upload) và có thể phục vụ cùng một lúc cho hàng trăm máy tính. Dịch vụ FiberVnn sử dụng công nghệ FTTx rất phù hợp cho đối tượng khách hàng tập trung nhiều máy tính sử dụng trong cùng một thời điểm và yêu cầu độ ổn định cao.

Với dịch vụ FiberVnn, người dùng có thể đồng thời lướt trên Internet và sử dụng nhiều dịch vụ nội dung phong phú, đó là: Sử dụng thư điện tử, duyệt websites, duyệt diễn đàn trên Internet. Truy cập những website thiết kế với chất lượng cao, dùng flash, nhạc nền, nhiều hình động... Nghe và xem các bài hát, bản tin, giới thiệu phim... từ khắp mọi nơi trên thế giới. Xem phim theo yêu cầu với băng thông rộng và công nghệ nén và truyền hình ảnh, âm thanh tiên tiến. Hội thảo video qua mạng, kết hợp với webcam để đàm thoại qua Internet. Chơi game cùng lúc với nhiều người trên khắp thế giới, học tập qua mạng Internet. Các hoạt động thương mại điện tử, điện thoại IP, dịch vụ truyền hình, truyền số liệu...

Với đường truyền truy nhập internet tốc độ cao (từ 8 Mbps trở lên), dựa trên công nghệ đường dây thuê bao số bất đối xứng ADSL do Tập Đoàn Bưu Chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) cung cấp, kết nối mạng LAN/WAN, gọi cáp quang qua internet, đào tạo đại học và giáo dục từ xa, truy cập những website thiết kế với chất lượng cao, xem trực tuyến bài hát, bản tin... từ khắp mọi nơi trên thế giới, hội thảo video qua mạng: kết hợp với webcam, Fiber VNN sẽ giúp khách hàng đàm thoại với bạn bè người thân hay đối tác kinh doanh qua internet với âm thanh và hình ảnh chất lượng cao...

Theo đại diện của VNPT khách hàng mục tiêu của dịch vụ Fiber VNN là các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng dịch vụ Internet trong nước lớn (khoảng 70%) và nhu cầu Internet quốc tế nhỏ (30%); các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các đại lý Internet công cộng, hộ kinh doanh cá thể, trường học, bệnh viện...

- Đa dạng về gói cước:

Dịch vụ này có nhiều gói cước với tốc độ kết nối khác nhau, đáp ứng nhu cầu đa dạng của các đối tượng khách hàng là cá nhân, hộ gia đình, các doanh nghiệp, các điểm dịch vụ internet công cộng, game với chi phí rẻ và chất lượng.

Tốc độ truy nhập tối đa là 102.400Kbps, Fiber VNN sẽ có 6 gói dịch vụ, trong đó các gói cước F1, F2 có hai phương thức thanh toán trọn gói hoặc theo lưu lượng sử dụng. Các gói F3, F4, F5, F6 thanh toán theo phương thức trọn gói.

Với tối thiểu lần lượt là 1.024Kbps, 1.536Kbps, 2.048Kbps, cũng không phụ thuộc lưu lượng sử dụng, các gói cước F4, F5, F6 có giá trọn gói lần lượt là 6 triệu đồng, 12 triệu đồng và 16 triệu đồng.

- Sẵn sàng về mạng lưới:

Giải thích lý do vì sao đến thời điểm này VDC/VNPT mới chính thức công bố khai trương dịch vụ, Tổng Giám đốc VNPT Phạm Đức Long cho biết, dịch vụ Internet cáp quang FIBER VNN không phải là dịch vụ mới tại Việt Nam, song hôm nay VDC/VNPT chính thức làm lễ công bố, giới thiệu dịch vụ này với tên gọi Fiber VNN để khẳng định rằng VNPT đã sẵn sàng để đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng với một hạ tầng mạng lưới hoàn thiện. VNPT cam kết cung cấp dịch vụ Fiber VNN về chất lượng dịch vụ, chất lượng phục vụ và giá cả hợp lý.

- Ưu thế nổi trội:

- Không bị suy hao tín hiệu bởi nhiễu điện từ, thời tiết hay chiều dài cáp.
- An toàn cho thiết bị, không sợ sét đánh lan truyền trên đường dây.
- Nâng cấp băng thông dễ dàng mà không cần kéo cáp mới.
- Dùng công nghệ FTTx, truyền dẫn hoàn toàn bằng cáp quang tới tận phòng máy của khách hàng.
- Tốc độ truy nhập Internet cao, lên đến 10 Gigabit/giây, nhanh gấp 200 lần so với ADSL 2+.
- Chất lượng tín hiệu ổn định, không bị ảnh hưởng bởi thời tiết, chiều dài cáp...
- Tính bảo mật cao.

- Tất cả các gói cước dịch vụ Internet cáp quang FTTH đều được cấp IP tĩnh rất phù hợp cho các dịch vụ ứng dụng Công nghệ thông tin hiện đại như: Hosting Server riêng, VPN (mạng riêng ảo), Truyền dữ liệu, Game Online, IPTV (truyền hình tương tác), VoD (xem phim theo yêu cầu), Video Conference (hội nghị truyền hình), IP Camera...

Trong các năm vừa qua, mỗi năm VNPT đã đầu tư khoảng 1 tỷ USD để phát triển một hạ tầng mạng lưới cáp quang đồng bộ và hiện đại nhất. Đến nay, mạng **cáp quang của VNPT** đã được hoàn thiện ở các tuyến đi quốc tế, xa lộ nội tỉnh, liên tỉnh. Về cơ bản, hệ thống mạng lưới của VNPT đã được chuyển sang mạng thế hệ mới.

Trong các năm qua, các node điều khiển trên mạng lưới, hệ thống quản lý chất lượng mạng băng thông rộng sẽ được VNPT đầu tư ở mức hiện đại nhất, đồng bộ nhất. Mạng cáp quang sẽ được triển khai tới tận cấp huyện, xã và từng điểm truy nhập.

Được biết, **FIBER VNN** là công nghệ băng thông rộng bằng cáp quang cung cấp các dịch vụ tốc độ cao đang được triển khai khá mạnh mẽ trên thế giới. Với công nghệ **FIBER VNN**, nhà cung cấp dịch vụ có thể cung cấp tốc độ download lên đến 10 Gigabit/giây, nhanh gấp **200** lần so với ADSL 2+.

FIBER VNN đặc biệt hiệu quả với các dịch vụ: **Hosting Server riêng, VPN (mạng riêng ảo), Truyền dữ liệu, Game online, IPTV** (truyền hình tương tác), **VoD** (xem phim theo yêu cầu), **Video Conference** (hội nghị truyền hình), **IP Camera**...với ưu thế băng thông truyền tải dữ liệu cao, có thể nâng cấp lên băng thông lên tới **1Gbps**, an toàn dữ liệu, độ ổn định cao, không bị ảnh hưởng bởi nhiễu điện, từ trường.

Như vậy đặc điểm nổi bật của dịch vụ FiberVnn là:

Tính vô hình; Tính không thể tách rời; Tính không đồng nhất; Tính không thể dự trữ; Dịch vụ phải trải qua nhiều công đoạn ở các đơn vị khác nhau, địa phương khác nhau; Giá trị mỗi lần giao dịch nhỏ; Không phải dịch vụ đều cần thiết cấp bách đối với tất cả các khách hàng: Nhu cầu cấp bách là nhu cầu cần được đáp ứng ngay;

Chi phí cung cấp dịch vụ sẽ khác nhau tại các địa phương khác nhau; Chi phí cố định chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí.

1.2. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ và dịch vụ fiberVNN

1.2.1. Mô hình SERVQUAL

Mô hình servqual (parasuraman 1988) là một công cụ được phát triển chủ yếu dựa vào đo lường chất lượng dịch vụ trong Marketing. Thang đo này được đánh giá là có độ tin cậy cao và tính chính xác trong nhiều ngành như trong ngân hàng, nhà hàng, khách sạn, bệnh viện, trường học, hàng không,...

Mô hình servqual của Parasuraman được xây dựng dựa trên quan điểm về chất lượng dịch vụ. Là sự so sánh giữa giá trị kỳ vọng/ mong đợi và giá trị thực tế mà khách hàng cảm nhận được. Thang đo mô hình servqual được đánh giá theo thành phần của chất lượng và bộ thang đo với 22 biến quan sát.

Thang đo SERVQUAL được điều chỉnh và kiểm định ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau. Cuối cùng thang đo SERVQUAL bao gồm 21 biến để đo lường năm thành phần của chất lượng dịch vụ, đó là: độ tin cậy (reliability), tính đáp ứng (responsiveness), tính đảm bảo (assurance), phương tiện hữu hình (tangibles) và sự đồng cảm (empathy).

1.2.2. Nội dung mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman

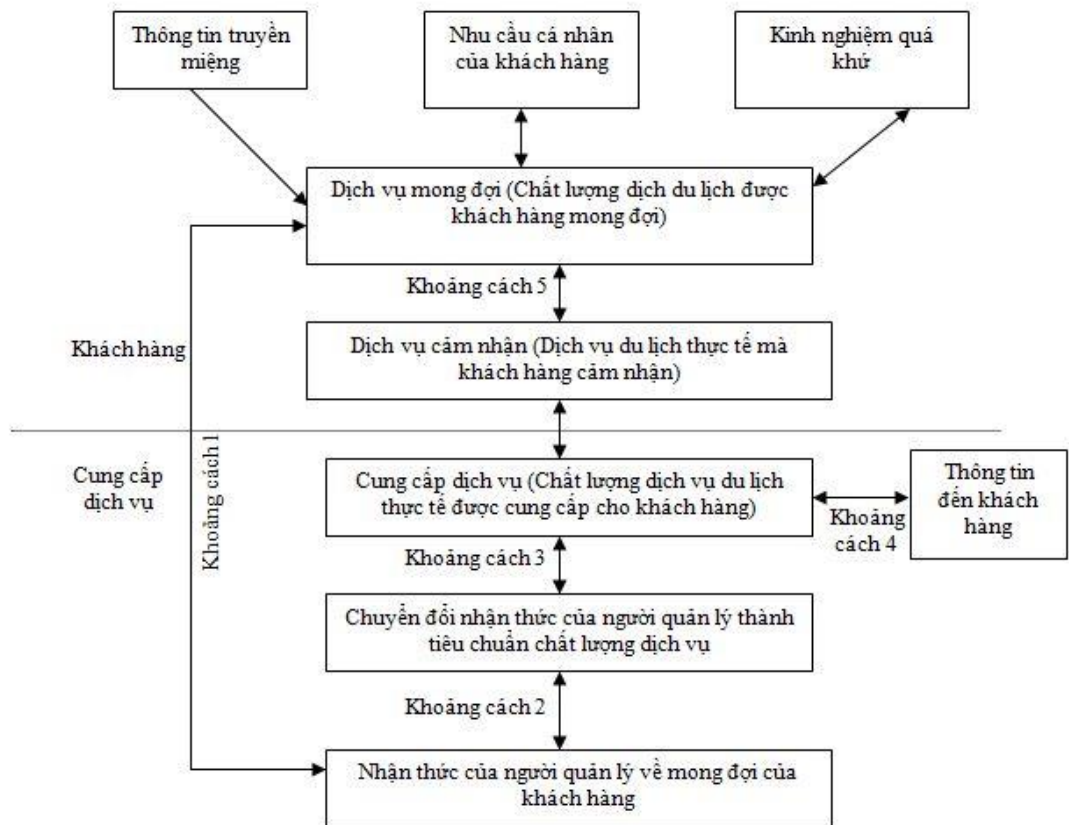
Trọng tâm của mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman là khoảng cách hay sự chênh lệch (GAP) giữa mong đợi của khách hàng và sự cảm nhận của họ về dịch vụ, gọi là sự thỏa mãn. Dựa trên sự chênh lệch này, khách sẽ có cảm giác hài lòng hay không hài lòng về dịch vụ mà họ cảm nhận được.

Sự hài lòng = Sự cảm nhận sau khi sử dụng dịch vụ – Sự kỳ vọng về dịch vụ

Theo mô hình chất lượng dịch vụ Servqual, chất lượng dịch vụ dựa trên khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ dựa trên khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ và sự cảm nhận thực tế khách hàng nhận được sau khi sử dụng dịch vụ.

Khoảng cách này thể hiện trên khoảng cách 5 của mô hình, là khoảng cách giữa sự mong đợi và sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ, mà ở đây là

dịch vụ viễn thông. Mục tiêu của kinh doanh dịch vụ nói chung và dịch vụ viễn thông nói riêng là xóa bỏ hoặc ít nhất là thu hẹp khoảng cách này đến mức nhỏ nhất có thể. Áp dụng mô hình này cũng chỉ ra nhiều thách thức đối với các nhà mạng khi muốn nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.



Hình 1.1. Mô hình thang đo Servqual

(Nguồn: <https://www.uef.edu.vn>)

Trong mô hình Servqual, biện pháp này được thể hiện ở những nỗ lực để xóa bỏ hoặc thu hẹp các khoảng cách 1,2,3 và 4. Điều đó sẽ giúp các doanh nghiệp giảm bớt khoảng cách thứ 5 (Gap 5). Vậy những khoảng cách đó là:

Khoảng cách 1 (Gap 1) : là khoảng cách giữa sự mong đợi thật sự của khách hàng và sự nhận thức của nhà quản lý dịch vụ về điều đó. Nếu khoảng cách này lớn tức là nhà quản lý chưa nắm rõ được khách hàng mong đợi gì. Vì vậy hiểu chính xác khách hàng mong đợi gì là bước đầu tiên và là quan trọng nhất trong việc cung cấp có chất lượng đối với một dịch vụ .

Khoảng cách 2 (Gap 2) là khoảng cách giữa sự nhận thức của nhà quản lý dịch vụ về những gì khách hàng mong chờ với việc chuyển đổi các nhận thức đó thành tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ của mình.

Khoảng cách 3 (Gap 3) là khoảng cách giữa các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ được thiết lập của doanh nghiệp dịch vụ với chất lượng dịch vụ thực tế cung cấp (nghĩa là thể hiện cung cấp dịch vụ theo đúng các tiêu chuẩn đã xác định hay không).

Khoảng cách 4 (Gap 4) là khoảng cách giữa chất lượng dịch vụ được cung cấp với những thông tin, quảng cáo hay lời hứa mà một dịch vụ đem đến cho khách hàng, nó thể hiện nhà quản lý dịch vụ đó có thực hiện lời hứa về dịch vụ với họ hay không.

Khoảng cách 5 (GAP) là khoảng cách giữa dịch vụ kỳ vọng (mong đợi) và dịch vụ nhận được (cảm nhận). Có vẻ như sự đánh giá cao, thấp đối với chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào sự nhận định của khách hàng đối với kết quả dịch vụ thực tế và sự kỳ vọng của khách hàng về dịch vụ đó.

Chất lượng mà một khách hàng nhận định đối với dịch vụ là một hàm số của độ rộng và độ lớn của khoảng cách giữa dịch vụ được kỳ vọng và dịch vụ nhận được. Parasuraman và các nhà nghiên cứu cho rằng tại thời điểm mà khoảng cách 5 bằng 0 thì chất lượng dịch vụ là hoàn hảo.

Chất lượng dịch vụ được cảm nhận bởi 10 thành phần

Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman (1985) đã đưa ra một nội dung tổng thể về chất lượng dịch vụ. Parasuraman & ctg (1985) cho rằng bất kỳ dịch vụ nào, chất lượng của dịch vụ cảm nhận bởi khách hàng bởi 10 thành phần, đó là:

1) Tin cậy: Nói lên khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng hạn ngay lần đầu tiên.

2) Đáp ứng: Nói lên sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ cho khách hàng

3) Năng lực phục vụ: Nói lên trình độ chuyên môn để thực hiện dịch vụ. Khả năng phục vụ biểu hiện khi nhân viên tiếp xúc với khách hàng, nhân viên trực tiếp thực hiện dịch vụ, khả năng nghiên cứu để nắm bắt thông tin liên quan cần thiết cho phục vụ khách hàng.

4) Tiếp cận: Liên quan đến việc tạo mọi điều kiện dễ dàng cho khách hàng trong rút việc tiếp cận với dịch vụ như rút ngắn thời gian chờ đợi của khách hàng, địa điểm phục vụ cho khách hàng.

5) Lịch sự: Nói lên tính cách phục vụ niềm nở, tôn trọng và thân thiện với khách hàng.

6) Thông tin: Liên quan đến việc giao tiếp, thông đạt cho khách hàng bằng ngôn ngữ mà họ hiểu biết dễ dàng và lắng nghe những vấn đề liên quan đến họ như giải thích dịch vụ, chi phí, giải quyết khiếu nại thắc mắc.

7) Tín nhiệm: Nói lên khả năng tạo lòng tin cho khách hàng, làm cho khách hàng tin cậy vào nhà cung cấp dịch vụ. Khả năng này thể hiện qua tên tuổi và thương hiệu, nhân cách của nhân viên dịch vụ giao tiếp trực tiếp với khách hàng.

8) An toàn: Liên quan đến khả năng đảm bảo sự an toàn cho khách hàng, thể hiện qua sự an toàn về vật chất, tài chính cũng như bảo mật thông tin.

9) Hiểu biết khách hàng: Thể hiện qua khả năng hiểu biết nhu cầu khách hàng thông qua việc tìm hiểu những đòi hỏi của khách hàng, quan tâm đến cá nhân họ và nhận dạng được khách hàng thường xuyên.

10) Phương tiện hữu hình: Thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên phục vụ, các trang thiết bị phục vụ dịch vụ.

Thành phần cơ bản nhất của chất lượng dịch vụ

Mô hình 10 thành phần của chất lượng dịch vụ này có ưu điểm là bao quát được hầu như mọi khía cạnh của dịch vụ nhưng nó có nhược điểm là phức tạp trong đo lường. Vì vậy các nhà nghiên cứu này đã nhiều lần kiểm định mô hình này đi đến kết luận là chất lượng dịch vụ bao gồm năm thành phần cơ bản đó là:

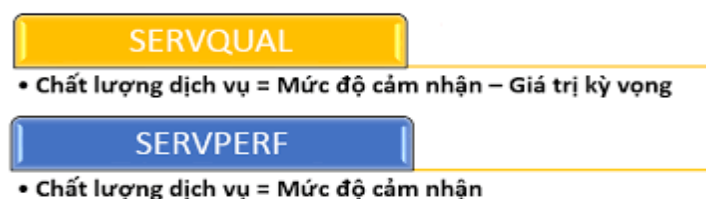
- Tin cậy (reliability) thể hiện qua khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên.
- Đáp ứng (responsiveness) thể hiện qua sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.
- Năng lực phục vụ (assurance) thể hiện qua trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.

- Đồng cảm (empathy) thể hiện sự quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng.
- Phương tiện hữu hình (tangibles) thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên phục vụ, các trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ.

Mô hình chất lượng dịch vụ Servqual và 5 thành phần của Parasuraman này với những tính năng ưu việt và đơn giản trong ứng dụng trở lên phổ biến và được ứng dụng rộng rãi trong các ngành dịch vụ nói chung và dịch vụ viễn thông nói riêng. Đây là công cụ không thể thiếu khi nghiên cứu thị trường các ngành dịch vụ.

1.2.3. Mô hình SERVPERF

SERVPERF là một biến thể của mô hình SERVQUAL được xác định đầu tiên bởi Cronin và Taylor (1992). Ở thang đo SERVQUAL, sự hài lòng của khách hàng được đo lường bằng cả kỳ vọng lẫn cảm nhận của khách hàng (Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận - Giá trị kỳ vọng). Tuy nhiên, ở thang đo SERVPERF chất lượng của dịch vụ chỉ được đo lường bằng cảm nhận của khách hàng (Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận). Bộ thang đo SERVPERF cũng sử dụng 22 câu hỏi tương tự như phần hỏi về cảm nhận của khách hàng trong mô hình SERVQUAL. Tuy nhiên, SERVPERF bỏ qua phần hỏi về kỳ vọng. Cronin và Taylor (1992) cho rằng, mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) dễ gây nhầm lẫn giữa sự hài lòng và thái độ của khách hàng.



Hình 1.2. Mô hình thang đo SERVPERF

(Nguồn: *phantichspss.com*)

Việc đo lường chất lượng dịch vụ theo mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor (1992) được xem là một phương pháp thuận tiện hơn, vì bảng câu hỏi ngắn gọn, tiết kiệm được thời gian và tránh gây hiểu nhầm cho người trả lời. Nhược điểm

của mô hình này là không phản ánh được mối quan hệ giữa sự hài lòng, thỏa mãn của người sử dụng với chất lượng dịch vụ được cung cấp. Chính vì vậy, dù mô hình SERVPERF có những ưu điểm nhất định, các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng vẫn thường sử dụng mô hình SERVQUAL.

Ưu điểm của SERVPERF: bản câu hỏi trong mô hình SERVPERF ngắn gọn hơn nửa so với SERVQUAL, tiết kiệm được thời gian và có thiện cảm hơn so với người trả lời.

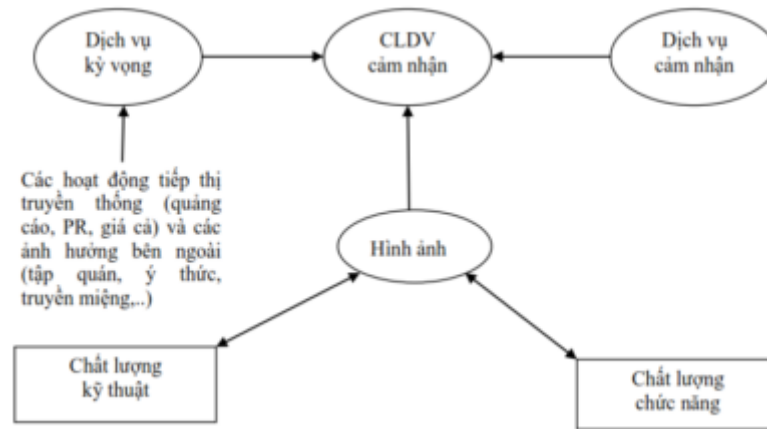
Nhược điểm của SERVQUAL: Bên cạnh việc bản câu hỏi dài theo mô hình SERVQUAL, khái niệm sự kỳ vọng gây khó hiểu cho người trả lời. Vì thế, sử dụng thang đo SERVQUAL có thể ảnh hưởng tới chất lượng dữ liệu thu thập, dẫn đến giảm độ tin cậy và tính không ổn định của các biến quan sát.

1.2.4. Mô hình chất lượng kỹ thuật – chức năng của Gronroos

Trong hoạt động kinh doanh, các doanh nghiệp cần phải thấu hiểu khách hàng cảm nhận như thế nào về CLDV và những nhân tố ảnh hưởng đến CLDV. Để có thể đạt được sự hài lòng của khách hàng, trong công tác quản lý CLDV, doanh nghiệp cần phải kết hợp đồng thời cả chất lượng kỳ vọng và chất lượng nhận thức. Gronroos (1984) (SQ1) cho rằng cho rằng CLDV của một doanh nghiệp được xác định bởi 3 thành phần: chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng, và hình ảnh. Trong đó:

- Chất lượng kỹ thuật: Là những giá trị mà khách hàng thật sự nhận được từ dịch vụ của nhà cung cấp (khách hàng tiếp nhận cái gì?).

- Chất lượng chức năng: Thể hiện cách thức phân phối dịch vụ tới người tiêu dùng của nhà cung cấp dịch vụ (khách hàng tiếp nhận dịch vụ đó như thế nào?).



Hình 1.3. Mô hình chất lượng Nordic của Gronroos

(Nguồn: vietnambiz.vn)

Hình ảnh: đóng vai trò rất quan trọng đối với nhà cung cấp dịch vụ và yếu tố này được xây dựng chủ yếu trên 2 thành phần chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

Hơn nữa, Gronroos (1984) còn cho rằng kỳ vọng của khách hàng còn bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như: các hoạt động marketing truyền thống (quảng cáo, quan hệ công chúng, chính sách giá cả) và yếu tố ảnh hưởng bên ngoài (phong tục, tập quán, ý thức, truyền miệng), trong đó yếu tố truyền miệng có tác động đáng kể đến khách hàng tiềm năng hơn so với hoạt động tiếp thị truyền thống và cũng nhấn mạnh rằng việc nghiên cứu CLDV phải dựa trên quan điểm của người tiêu dùng.

1.3. Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại một số doanh nghiệp viễn thông

1.3.1. Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Thanh Hóa

Tại VNPT Thanh Hóa kiểm tra chất lượng dịch vụ FiberVNN như sau: căn cứ vào các yêu cầu kỹ thuật, các tiêu chuẩn đã được tính toán, xây dựng từ khâu thiết kế, hoặc theo quy ước của hợp đồng mà tiến hành kiểm tra chất lượng sản phẩm sau khi sản xuất nhằm ngăn chặn các sản phẩm vi phạm và phân loại mức chất lượng khác nhau. Bằng phương pháp này, muốn nâng cao chất lượng dịch vụ Fibervnn chỉ cần nâng cao các chỉ tiêu kỹ thuật bằng cách kiểm tra gắt gao là đạt mong muốn. Tuy phương pháp này có một số tác dụng nhất định, nhưng tồn tại một số nhược điểm:

- + Việc kiểm tra chỉ tập trung vào khâu sản xuất do bộ phận kỹ thuật chịu trách nhiệm.
- + Không tìm biện pháp phòng ngừa để tránh sai sót lặp lại.
- + Kiểm tra gây tổn kém chi phí, không làm chủ được tình hình chất lượng.
- + Không khai thác được tiềm năng sáng tạo của mọi CBCNV trong đơn vị để cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm.

1.3.2. Kinh nghiệm quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Hà Nam

Tại VNPT Hà Nam kiểm tra chất lượng dịch vụ FiberVNN dựa vào phương pháp kiểm tra chất lượng toàn diện là phương pháp kiểm tra hoạt động của các Phòng chức năng, đơn vị trực thuộc trong doanh nghiệp. Phương pháp kiểm tra chất lượng toàn diện đã có thay đổi cách tiếp cận về quản lý chất lượng. Đây là việc kiểm tra, kiểm soát để nhằm đạt được mức chất lượng theo quy định định. Việc kiểm tra dựa vào các tiêu chuẩn kỹ thuật được quy định và phân công cho Phòng chức năng, bộ phận chuyên kiểm tra chất lượng dịch vụ.

So với phương pháp trước, phương pháp kiểm tra chất lượng, phương pháp kiểm tra chất lượng toàn diện của VNPT Hà Nam có ưu điểm, việc kiểm tra chất lượng dịch vụ được tiến hành từ khâu đầu đến khâu cuối, nên có những nhận xét tình hình của cả hệ thống. Tuy vậy, do việc kiểm tra chất lượng của cả quá trình sản xuất lại giao cho một bộ phận chuyên trách ngoài dây chuyền sản xuất, nên không có tác dụng tích cực đối với hoạt động của hệ thống, thường gây quan hệ căng thẳng giữa bộ phận trực tiếp sản xuất với bộ phận kiểm tra. Các bộ phận trực tiếp sản xuất có tâm lý thực hiện theo yêu cầu của bộ phận kiểm tra, đây chính là nhược điểm của phương pháp này.

1.3.3. Bài học kinh nghiệm cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ

FiberVNN tại Ninh Bình

Khắc phục các nhược điểm của VNPT Thanh Hóa và Hà Nam như :

- + Việc kiểm tra chỉ tập trung vào khâu sản xuất do bộ phận kỹ thuật chịu trách nhiệm.
- + Không tìm biện pháp phòng ngừa để tránh sai sót lặp lại.

- + Kiểm tra gây tổn kém chi phí, không làm chủ được tình hình chất lượng.
- + Không khai thác được tiềm năng sáng tạo của mọi CBCNV trong đơn vị để cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm.
- + Giao cho bộ phận chuyên trách ngoài dây chuyền

Những tồn tại trên là nguyên nhân làm cho việc quản lý chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Hà Nam và Thanh Hóa gặp sai sót và không làm chủ được tình hình chất lượng. VNPT Ninh Bình cần phải khắc phục những nhược điểm trên để chất lượng tốt hơn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG

Tổng quan cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ viễn thông và chất lượng dịch vụ Fiber VNN, đây là khung lý thuyết cho việc đánh giá chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình. Luận văn sẽ nghiên cứu tổng quan về cơ sở lý luận bao gồm các khái niệm, các công cụ để đánh giá chất lượng dịch vụ FiberVNN.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN TẠI NINH BÌNH

2.1 Giới thiệu chung về VNPT Ninh Bình và Trung tâm kinh doanh VNPT Ninh Bình.

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của VNPT Ninh Bình và trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình.

TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT NINH BÌNH.

- Địa điểm trụ sở chính tại: Đường Trần Hưng Đạo, phường Phúc Thành, thành phố Ninh Bình, tỉnh Ninh Bình.

- Điện thoại: 229.3881.011

Fax: 0229.3882.900

- Trung tâm Kinh doanh VNPT- Ninh Bình (Trung tâm) được thành lập ngày 01/10/2015 theo quyết định số 945/QĐ-VNPT VNP- NS ngày 28/9/2015 của Hội đồng thành viên Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông về việc thành lập Trung tâm kinh doanh VNPT- Ninh Bình, đơn vị kinh tế trực thuộc Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông.

VNPT Ninh Bình (hay Viễn thông Ninh Bình) là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam. VNPT Ninh Bình tiền thân là Bưu điện tỉnh Ninh Bình.

Kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2008, VNPT Ninh Bình chính thức được thành lập và bắt đầu đi vào hoạt động trên cơ sở tổ chức lại các đơn vị kinh doanh dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin và các đơn vị trực thuộc khác của Bưu điện tỉnh Ninh Bình sau khi thực hiện phương án chia tách bưu chính viễn thông trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

Ngành viễn thông tỉnh Ninh Bình, từ những tổng đài ban đầu đơn giản được nâng dần lên tổng đài tự động cơ điện, đến nay là Tổng đài kỹ thuật số hiện đại hoàn toàn tự động. Hệ thống truyền dẫn từ chỗ thiết bị đơn giản, lạc hậu đã được nâng dần lên bằng những thiết bị vi-ba, sử dụng kỹ thuật số. Và đến nay, đã được hiện đại hóa cáp quang vòng Ring trên toàn tỉnh, sử dụng công nghệ kỹ thuật số hiện đại, đảm bảo chất lượng truyền dẫn tuyệt đối đến tất cả các huyện, thành phố, và thông tin liên lạc

thông suốt trong nước và quốc tế. Mạng ngoại vi cũng không ngừng mở rộng, mạng cáp quang thuê bao từ dung lượng nhỏ cáp treo, nay dung lượng cáp đã được tăng lên đến tận các thôn xóm. Viễn thông Ninh Bình cũng đã phát triển mạng điện thoại di động 4G, phủ sóng trên phạm vi toàn tỉnh.

Viễn thông Ninh Bình, là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam; Có chức năng hoạt động sản xuất kinh doanh và phục vụ chuyên ngành viễn thông – công nghệ thông tin:

- Tổ chức, xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn toàn tỉnh;

- Tổ chức, xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn toàn tỉnh;

- Sản xuất, kinh doanh, cung ứng, đại lý vật tư, thiết bị viễn thông – Công nghệ thông tin theo yêu cầu sản xuất kinh doanh của đơn vị và nhu cầu của khách hàng;

- Khảo sát, tư vấn, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình viễn thông – công nghệ thông tin; Kinh doanh bất động sản, cho thuê văn phòng; Kinh doanh bất động sản, cho thuê văn phòng;

- Tổ chức phục vụ thông tin đột xuất theo yêu cầu của cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương và cấp trên; Kinh doanh các ngành nghề khác khi được Tập đoàn cho phép.

- Những đặc điểm chính của đơn vị:

- + Cơ cấu lao động: Hiện nay trung tâm có 13 đơn vị cơ sở, tổng số 127 CBCNV, trong đó có 55 lao động nữ, 72 lao động nam. Địa bàn hoạt động: Trên toàn tỉnh Ninh Bình.

- + Về trình độ chuyên môn: Trên đại học 9 người (chiếm 7,08%), đại học 83 người (chiếm 65,35%), cao đẳng 11 người (chiếm 8,66 %), Trung cấp và sơ cấp 24 người (chiếm 18,91%).

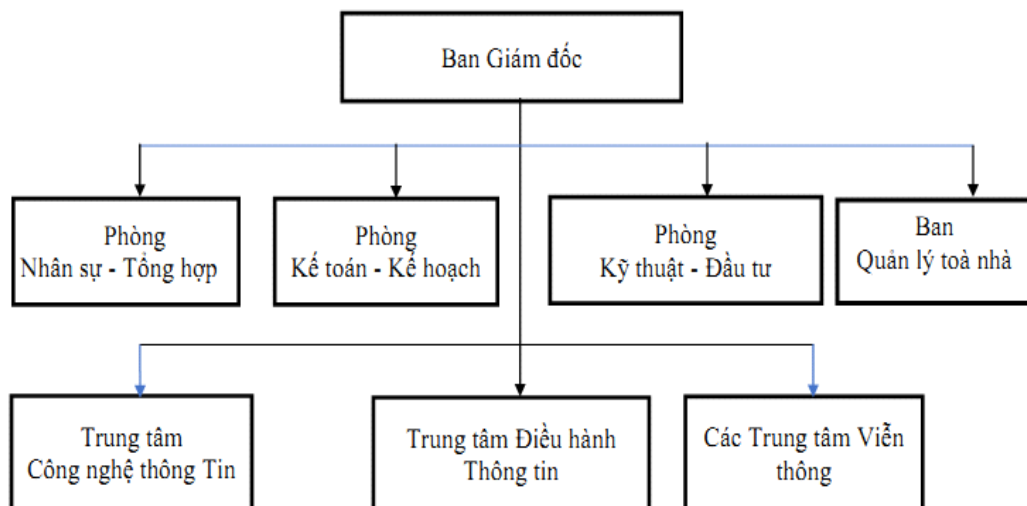
- Các tổ chức đoàn thể của đơn vị:

+ Tổ chức Đảng: Trung tâm có Chi bộ Văn phòng Trung tâm Kinh doanh trên địa bàn TP Ninh Bình với tổng số 33 Đảng viên; Đảng viên tại các Phòng bán hàng khu vực huyện và TP Tam Điệp sinh hoạt tại các Chi bộ Trung tâm Viễn thông.

+ Tổ chức Công đoàn: Công đoàn Trung tâm có 10 tổ Công đoàn với tổng số 127 đoàn viên là CBCNV của Trung tâm.

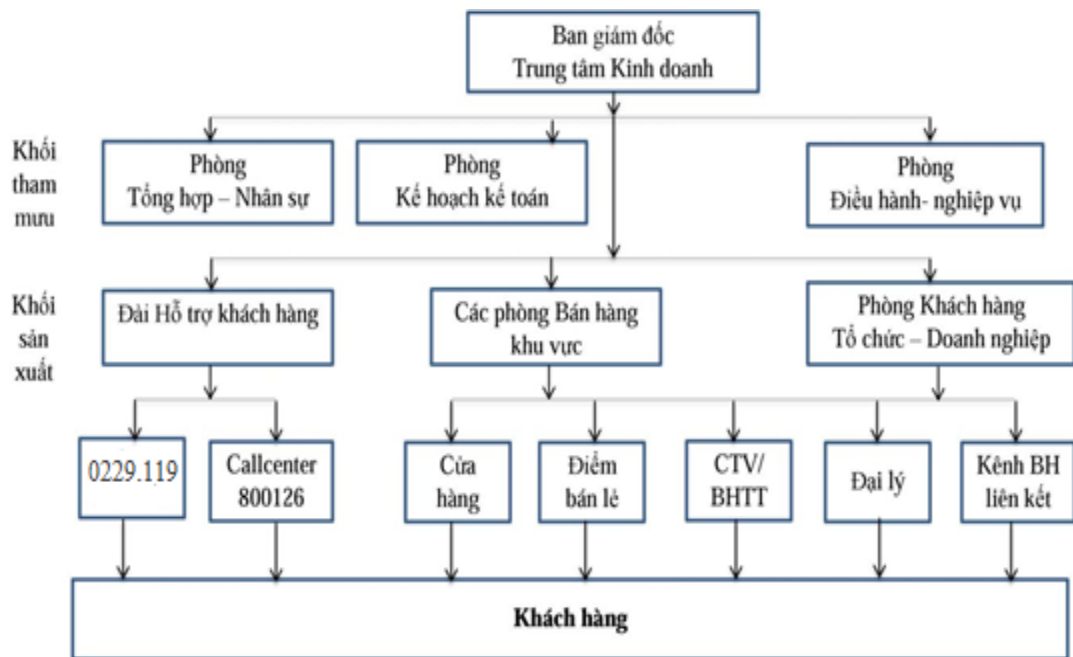
+ Tổ chức Đoàn thanh niên: Trung tâm có Chi đoàn Thanh niên Văn phòng Trung tâm Kinh doanh trên địa bàn TP Ninh Bình với 18 đoàn viên; Đoàn viên thanh niên tại các Phòng bán hàng huyện và TP Tam Điệp sinh hoạt tại các Chi đoàn Trung tâm Viễn thông.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của VNPT Ninh Bình và trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình.



Hình 2.1. Cơ cấu tổ chức của VNPT Ninh Bình

(Nguồn: Phòng NSTH- VNPT Ninh Bình)



Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình

(Nguồn: Phòng NSTH- VNPT Ninh Bình)

2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của VNPT Ninh Bình

Ban giám đốc: Giám đốc là người điều hành và có quyền quyết định cao nhất về tất cả những vấn đề liên quan đến hoạt động hàng ngày của Viễn thông Ninh Bình. Giám đốc chịu trách nhiệm trước Tập đoàn về việc tổ chức sản xuất kinh doanh, thực hiện các biện pháp để đạt được các mục tiêu phát triển đơn vị do Tập đoàn đề ra. Đồng thời Giám đốc là người đại diện theo pháp luật trong các giao dịch kinh doanh. Đơn vị có 02 Phó Giám đốc là người giúp việc cho Giám đốc và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về các công việc được phân công, chủ động giải quyết những vấn đề mà Giám đốc đã ủy quyền và phân công theo đúng chế độ của Nhà nước và điều lệ đơn vị.

Khối quản lý gồm các phòng ban chức năng, là cơ quan giúp việc cho Ban giám đốc. Các phòng ban trong khối quản lý có chức năng tham mưu cho Giám đốc đơn vị trong lĩnh vực chuyên môn và điều hành sản xuất trên toàn đơn vị.

1. Phòng Nhân sự - Tổng hợp

- **Chức năng:** Đảm bảo các hoạt động về lao động, nhân sự và hành chính, tổng hợp của Viễn thông tỉnh, thành phố.

- Nhiệm vụ chính:

+ Thực hiện các thủ tục về tổ chức bộ máy, nhân sự, đào tạo, lao động, tiền lương - chính sách xã hội, an toàn vệ sinh lao động.

+ Thực hiện các thủ tục hành chính, quản trị, tổng hợp, thi đua, truyền thông, đối ngoại, thanh tra, pháp chế, quân sự tự vệ, an ninh, bảo vệ, đời sống, y tế.

+ Thực hiện truyền thông nội bộ.

+ Giúp việc cho Ban Giám đốc.

2. Phòng Kế toán - Kế hoạch

- Chức năng:

+ Quản lý kế hoạch SX-KD, BSC.

+ Thực hiện/Đảm bảo thực thi các thủ tục, thông lệ và chuẩn mực kế toán, tài chính.

- Nhiệm vụ chính:

+ Lập/Giám sát/Tổng hợp/Báo cáo kế hoạch sản xuất kinh doanh, kế hoạch BSC, kế hoạch vốn sản xuất kinh doanh.

+ Thực hiện các thủ tục, chuẩn mực kế toán cho các đơn vị, bộ phận trong viên thông tỉnh, thành phố theo quy định của Luật Kế toán và hướng dẫn của Tập đoàn.

+ Kiểm soát/giám sát việc thực thi các chuẩn mực kế toán trong đơn vị.

+ Thực hiện chức năng quản trị tài chính của đơn vị.

+ Thực hiện nhiệm vụ quản trị rủi ro của Viên thông tỉnh, thành phố.

3. Phòng Kỹ thuật – Đầu tư:

- Chức năng:

+ Đảm bảo chất lượng, an ninh an toàn mạng lưới của Viên thông tỉnh, thành phố.

+ Thực hiện chức năng đầu tư, mua sắm của Viên thông tỉnh, thành phố.

- Nhiệm vụ chính:

+ Lập và giám sát việc thực hiện kế hoạch phát triển và tối ưu mạng lưới của Viên thông tỉnh, thành phố theo quy hoạch/kế hoạch phát triển mạng; hướng dẫn của Tập đoàn đáp ứng nhu cầu thực tế hàng năm của đơn vị.

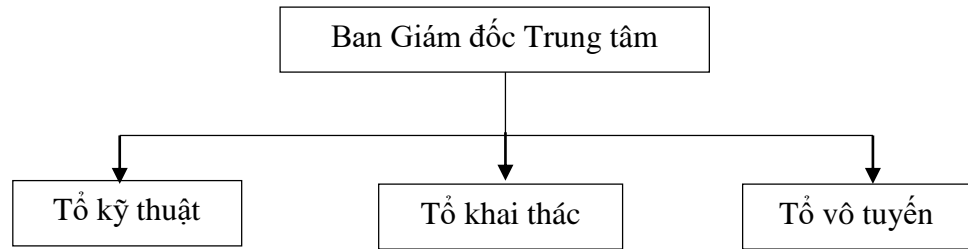
- + Chủ trì lập, triển khai, giám sát, tổng hợp, báo cáo kế hoạch vốn đầu tư.
- + Quản lý chất lượng mạng, dịch vụ trên địa bàn Viễn thông tỉnh, thành phố theo các tham số, chỉ tiêu và hướng dẫn của Tập đoàn.
- + Giám sát chất lượng toàn mạng trên địa bàn.
- + Đánh giá công nghệ; quản lý hoạt động nghiên cứu khoa học, sáng kiến, sáng tạo của Viễn thông tỉnh, thành phố.
- + Triển khai các hoạt động đảm bảo/giám sát an ninh thông tin trên toàn địa bàn.
- + Thực hiện và kiểm soát các thủ tục đầu tư xây dựng, phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng lưới của đơn vị theo quy trình và hướng dẫn của Tập đoàn. Báo cáo theo quy định.

Khởi phục vụ, sản xuất kinh doanh gồm 10 trung tâm trực thuộc.

Có tư cách pháp nhân, chịu trách nhiệm trước Pháp luật trong phạm vi quyền hạn và nghĩa vụ theo quy chế của Viễn thông Ninh Bình;

Được tự chủ kinh doanh trong lĩnh vực viễn thông - công nghệ thông tin và chịu sự ràng buộc về nghĩa vụ, quyền lợi đối với Viễn thông Ninh Bình theo quy định của Viễn thông Ninh Bình và các qui định của pháp luật hiện hành; Có con dấu riêng theo tên gọi; Được đăng ký kinh doanh; Được mở tài khoản tại Ngân hàng; Có quy chế tổ chức và hoạt động do Viễn thông Ninh Bình ban hành; Được Viễn thông Ninh Bình giao quản lý vốn, tài sản và các nguồn lực khác tương ứng với nhiệm vụ kinh doanh và phục vụ của đơn vị. Chịu trách nhiệm về việc hoàn thành kế hoạch kinh doanh và phục vụ đã được Viễn thông Ninh Bình giao để góp phần bảo toàn và phát triển vốn do Viễn thông Ninh Bình quản lý.

Trung tâm điều hành thông tin

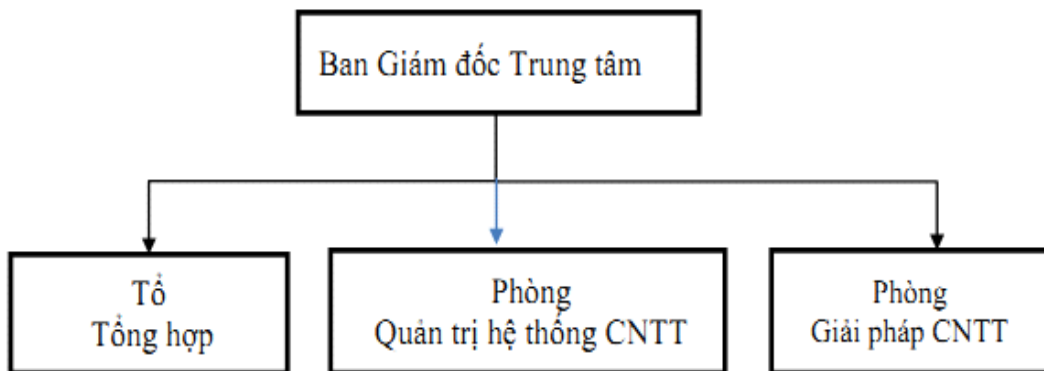


Hình 2.3. Mô hình tổ chức trung tâm Điều hành thông tin

(Nguồn: Sơ đồ bộ máy - phòng Nhân sự tổng hợp VNPT Ninh Bình 2020)

Trung tâm Điều hành thông tin: Là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Viễn thông Ninh Bình; có chức năng quản lý, vận hành, khai thác mạng lõi; quản lý điều hành chất lượng mạng; đảm bảo chất lượng kỹ thuật dịch vụ VT-CNTT và truyền thông của đơn vị cung cấp trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

Trung tâm công nghệ thông tin



Hình 2.4. Mô hình tổ chức trung tâm Công nghệ thông tin

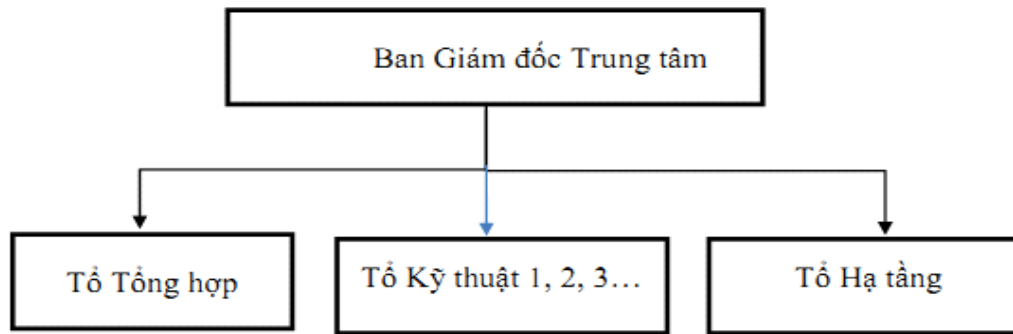
(Nguồn: Sơ đồ bộ máy - phòng Nhân sự tổng hợp VNPT Ninh Bình 2020)

- Trung tâm Công nghệ thông tin: Là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Viễn thông Ninh Bình; có chức năng xây dựng, phát triển, cung cấp, lắp đặt, hỗ trợ kỹ thuật các dịch vụ CNTT/Giải pháp tích hợp của VNPT trên địa bàn Tỉnh Ninh Bình và hệ thống CNTT nội bộ của VNPT.

08 trung tâm viễn thông trực thuộc

- Các Trung tâm Viễn thông huyện, thành phố, thị xã (08 đơn vị): Là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Viễn thông Ninh Bình; có chức năng xây

dựng, quản lý, vận hành, khai thác mạng ngoại vi, mạng truy nhập; Tổ chức lắp đặt, sửa chữa, cung cấp sản phẩm, dịch vụ VT-CNTT và truyền thông của VNPT trên địa bàn được giao quản lý.



Hình 2.5: Mô hình tổ chức các trung tâm viễn thông

(Nguồn: Sơ đồ bộ máy - phòng Nhân sự tổng hợp VNPT Ninh Bình 2020)

Như vậy, Viễn thông Ninh Bình có hai cấp quản lý là cấp Viễn thông tỉnh và cấp trung tâm Viễn thông huyện, thành phố. Việc thực hiện mô hình có ít cấp quản lý giúp cho Viễn thông Ninh Bình có thể nhanh chóng, chủ động hơn trong việc chỉ đạo, điều hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị.

Viễn thông Ninh Bình thực hiện phân cấp quản lý theo khu vực địa lý, mỗi trung tâm viễn thông phụ trách việc cung cấp dịch vụ trên một địa bàn huyện, thành phố. Do vậy, Viễn thông Ninh Bình linh hoạt hơn trong việc xây dựng chiến lược mở rộng mạng lưới trên từng địa bàn. Bởi vì trình độ phát triển kinh tế xã hội giữa các huyện là không đồng đều, dẫn tới sự khác nhau trong nhu cầu sử dụng các dịch vụ của khách hàng nên nhu cầu đầu tư về cơ sở hạ tầng mạng lưới để phát triển dịch vụ cũng khác nhau.

Đồng thời, Viễn thông Ninh Bình đã đề ra quy chế làm việc nội bộ khá chặt chẽ và đầy đủ, tạo cơ sở cho việc điều chỉnh hoạt động kinh doanh và cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các phòng ban khi giải quyết công việc. Việc tạo ra một cơ chế phối hợp đồng bộ giữa các phòng ban chức năng đã góp phần rất lớn vào hiệu quả công tác quản lý và hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị.

Trung tâm kinh doanh – VNPT Ninh Bình

Chức năng, nhiệm vụ chính của Trung tâm là: Kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ VT – CNTT; Kinh doanh các dịch vụ phát thanh, truyền hình, truyền thông đa phương tiện; Kinh doanh các dịch vụ nội dung, dịch vụ giá trị gia tăng; Kinh doanh các dịch vụ tư vấn, khảo sát, thiết kế, bảo dưỡng, bảo trì, sửa chữa cho thuê công trình, thiết bị viễn thông, công nghệ thông tin, truyền thông; Kinh doanh, xuất khẩu, nhập khẩu và phân phối bán buôn, bán lẻ các vật tư, trang thiết bị thuộc các lĩnh vực điện, điện tử, viễn thông, công nghệ thông tin...

2.1.4. Các dịch vụ chủ yếu

VinaPhone-S

VinaPhone-S là dịch vụ di động vệ tinh có vùng phủ sóng rộng khắp, có khả năng vươn tới những vùng xa xôi trên thế giới nhằm đảm bảo khả năng kết nối mọi lúc mọi nơi. Khách hàng sử dụng thiết bị liên lạc vệ tinh, có cài SIMCard và số thuê bao VinaPhone để liên lạc 2 chiều kể cả khi hoạt động ngoài vùng phủ sóng GSM.

Dịch vụ thông tin giải trí thương mại 1900

Dịch vụ thông tin, giải trí, thương mại (Premium Service 1900) là dịch vụ của Tổng công ty dịch vụ Viễn thông VNPT VinaPhone – đơn vị thành viên của VNPT cung cấp cho các doanh nghiệp, tổ chức;

Dịch vụ cho phép người sử dụng thực hiện cuộc gọi tới nhà cung cấp dịch vụ thông tin thông qua một số truy nhập thống nhất 1900 trên mạng viễn thông;

Dịch vụ được sử dụng với hai mục đích chính:

+Dịch vụ 1900 dành cho chăm sóc khách hàng

+Dịch vụ 1900 sử dụng để tư vấn (sức khỏe, tài chính...), kinh doanh các dịch vụ nội dung.

Dịch vụ Vinasales

Dịch vụ VinaSales là dịch vụ telesales trúng đích cung cấp chức năng gọi điện thoại với các tính năng thông minh để chăm sóc hoặc tư vấn, giới thiệu sản phẩm của khách hàng tới thuê bao VinaPhone.

Dịch vụ Miễn cước ở người gọi 1800

Dịch vụ Miễn cước ở người gọi (Free phone 1800) là dịch vụ của Tổng công ty dịch vụ viễn thông VNPT VinaPhone – đơn vị thành viên của VNPT cung cấp cho các doanh nghiệp, tổ chức.

Dịch vụ cho phép người sử dụng thực hiện cuộc gọi tới nhà cung cấp thông qua một số dịch vụ 1800 thống nhất trên phạm vi toàn quốc. Cước phí được tính cho khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ 1800, thuê bao khi thực hiện cuộc gọi sẽ không phải trả cước phí cuộc gọi của mình.

Điện thoại cố định

Là dịch vụ điện thoại thông qua đường dây hữu tuyến kéo tới trực tiếp địa điểm của doanh nghiệp cho phép thực hiện các cuộc gọi nội hạt, liên tỉnh, quốc tế tới các thuê bao điện thoại cố định và di động.

Di động Doanh nghiệp

Là dịch vụ di động dành cho các thuê bao VinaPhone trả sau doanh nghiệp có nhu cầu thường xuyên liên lạc trong nước và quốc tế và các dịch vụ GTGT khác vụ như truyền tải dữ liệu Data, MMS, SMS, Ringtones, MCA, VOIP... mọi lúc mọi nơi trong không gian rộng.

Dịch vụ đầu số ngắn 8x88

Là dịch vụ tin nhắn SMS tương tác giải trí thương mại sử dụng đầu số bốn chữ số. Người dùng cuối có thể gửi tin SMS đến đầu số dịch vụ để yêu cầu một thông tin hoặc tham gia các chương trình bình chọn, giải trí ...

Tổng đài di động MEG

MEG sử dụng nền tảng là các mạng di động hiện có để cung cấp các chức năng của một tổng đài di động. MEG của doanh nghiệp bao gồm 1 số máy điện thoại VinaPhone làm tổng đài chung (số MEG chính), các số máy điện thoại của các cá nhân trong doanh nghiệp (có thể là số điện thoại VinaPhone hoặc số điện thoại mạng khác - số MEG lẻ). Mỗi số máy của các cá nhân trong doanh nghiệp được gán một số máy lẻ để tiện nhận diện (DN khi làm thủ tục đăng ký có thể lựa chọn các số máy lẻ cho từng cá nhân theo nguyên tắc không bắt đầu bằng các số 0, 7, 8, 9 và có độ dài tối đa là 03 chữ số. Số máy 100 được quy định mặc định là số dành cho lễ tân).

SIP Trunking cố định

Là dịch vụ đường dây trung kế thoại chạy trên giao thức SIP được cung cấp trên phạm vi tất cả các tỉnh, thành phố trên toàn quốc cho đối tượng khách hàng là các tổ chức, doanh nghiệp có trang bị tổng đài IP PBX (có hỗ trợ giao thức SIP) dùng để tạo kết nối cho các đầu số điện thoại cố định.

Dịch vụ Mạng riêng ảo (VPN)

Dịch vụ mạng riêng ảo (VPN - Virtual Private Network) là dịch vụ kết nối các mạng (LAN tại các văn phòng, chi nhánh...) của một doanh nghiệp, tổ chức thành một mạng riêng, duy nhất thông qua cơ sở hạ tầng dùng chung của nhà cung cấp dịch vụ.

Các gói dịch vụ:

- Dịch vụ mạng riêng ảo trong nước lớp 2: Metronet
- Dịch vụ mạng riêng ảo trong nước lớp 3: Megawan
- Dịch vụ mạng riêng ảo trong nước vô tuyến lớp 3: Megawan 3G (qua mạng VinaPhone)

SMS Brandname

SMS Brandname là dịch vụ hỗ trợ các nhà cung cấp sản phẩm, dịch vụ sử dụng kênh thông tin di động để quảng bá cho nhãn hàng, sản phẩm, dịch vụ hoặc chăm sóc khách hàng của mình. SMS Brandname bao gồm 2 dịch vụ: SMS quảng cáo & SMS Chăm sóc khách hàng.

Thư điện tử Doanh nghiệp

Dịch vụ Email là các dịch vụ cung cấp hệ thống gửi và nhận thư điện tử đồng bộ theo tên miền riêng dành cho các doanh nghiệp/ tổ chức từ hàng chục đến hàng ngàn email (tennhanvien@tenmiencongty.com.vn/ .vn/ .com/ .edu.vn ...), hỗ trợ đầy đủ các giao thức với chi phí thấp nhất và hoàn toàn thuần Việt, hướng đến mục tiêu đem lại cho khách hàng sự chuyên nghiệp khi tham gia các hoạt động giao dịch.

Dịch vụ VSAT-IP

Dịch vụ VSAT-IP là dịch vụ sử dụng các trạm vệ tinh cỡ nhỏ VSAT (Very Small Aperture Terminal) có đường kính ăng-ten từ 1,2m đến 3,0m và hệ thống thông

tin vệ tinh băng rộng Vinasat để cung cấp các dịch vụ viễn thông trên nền giao thức IP.

VSAT-IP cung cấp đường truyền tốc độ cao qua vệ tinh cho khách hàng sử dụng bao gồm công ty, văn phòng, gia đình, cá nhân... tại mọi nơi trên khắp lãnh thổ Việt Nam.

VSAT-IP sử dụng công nghệ hiện đại, cho phép cung cấp các dịch vụ như thoại, fax, Internet, kênh thuê riêng, mạng riêng ảo... và triển khai nhanh chóng trên mọi địa hình.

Kênh thuê riêng

Dịch vụ kênh thuê riêng (còn gọi là leased line): là dịch vụ cho thuê đường truyền dẫn vật lý dùng riêng để kết nối và truyền thông tin giữa các thiết bị đầu cuối trong mạng nội bộ, mạng viễn thông dùng riêng của khách hàng tại hai hay nhiều địa điểm cố định khác nhau với các tốc độ theo yêu cầu cụ thể của khách hàng. Hiện VNPT cung cấp 2 loại hình kênh thuê riêng theo công nghệ là SDH và EoSDH với phạm vi kết nối cả trong nước lẫn quốc tế.

Dịch vụ Smart Cloud

Smart Cloud là kết quả trong một thời gian dài không ngừng nỗ lực, nghiên cứu, phát triển, học hỏi, sáng tạo, áp dụng những công nghệ ảo hóa tiên tiến nhất trên thế giới của đội ngũ chuyên gia, nhân viên của VNPT. Smart Cloud hướng tới đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng với một hạ tầng điện toán hoàn chỉnh: Từ một máy chủ riêng lẻ (Cloud Server) đến Cụm hạ tầng ảo hóa riêng (Virtual Data Center) cùng với các dịch vụ khác trong hệ sinh thái như dịch vụ VPN, LoadBalancer, Cloud Security, Cloud file....

Smart Cloud đáp ứng đầy đủ các đặc trưng của dịch vụ Cloud:

Measured service: Khách hàng chỉ trả theo nhu cầu sử dụng.

On-demand self-service: Khách hàng tự quản trị hệ thống dịch vụ của mình.

Broad network access: Truy cập và sử dụng dịch vụ trên hạ tầng Internet băng rộng do VNPT cung cấp.

Rapid elasticity: Mở rộng cấu hình theo nhu cầu.

Dịch vụ máy chủ ảo (VPS)

Dịch vụ máy chủ ảo (VPS) là dịch vụ cho phép khách hàng có thể sở hữu một máy chủ ảo riêng với mức chi phí thấp, thích hợp với các doanh nghiệp muốn tự quản lý và khai thác máy chủ dịch vụ mà không cần đầu tư máy chủ.

Máy chủ ảo là sự phân chia tài nguyên trên một máy chủ vật lý để xây dựng lên các máy chủ ảo với mức tài nguyên cho phép khai thác ít hơn. Việc này cho phép khách hàng chọn lựa những giới hạn tài nguyên phù hợp với nhu cầu và chỉ phải thanh toán chi phí cho giới hạn đó. Đồng thời khách hàng toàn quyền sở hữu máy chủ ảo với quyền quản trị cao nhất, đảm bảo tính bảo mật cao.

Dịch vụ lưu trữ web (Webhosting)

Là dịch vụ giúp đưa website lên Internet để mọi người có thể truy cập mọi lúc, mọi nơi. Nói một cách khác, nếu tên miền là địa chỉ, website là ngôi nhà thì webhosting là "thuê đất".

Để có thể được truy cập trên Internet, website phải chạy trên một máy chủ cấu hình mạnh có thể hoạt động liên tục với một địa chỉ IP tĩnh có kết nối Internet 24/7 và được vận hành bởi những kỹ thuật viên giàu kinh nghiệm để quản trị và cấu hình web server, firewalls, bảo mật, chống virus... Nếu tự thực hiện những việc này, sẽ rất phức tạp và tốn chi phí cho chủ nhân của website vì phải tự trang bị thiết bị, server, IP tĩnh, đường truyền Internet, trả lương cho kỹ thuật viên tin học,... Có một cách khác, đơn giản và hiệu quả kinh tế hơn rất nhiều là sử dụng dịch vụ web hosting của các đơn vị cung cấp đường truyền Internet. Với dịch vụ này, website của họ sẽ được chạy trên những máy chủ cấu hình rất mạnh đã cài đặt các phần mềm chuyên dụng có kết nối với đường truyền Internet tốc độ cao và được quản trị bởi đội ngũ kỹ thuật viên tin học giàu kinh nghiệm.

FiberVNN

Là dịch vụ truy nhập Internet băng thông rộng tốc độ cao trên đường cáp quang cho phép truy cập với băng thông đường lên đường xuống đối xứng cùng với tốc độ nhanh hơn gấp nhiều lần so với dịch vụ truy cập sử dụng công nghệ ADSL truyền thống có tốc độ tải lên luôn nhỏ hơn tốc độ tải xuống.

VNPT Cloud

Dịch vụ cho thuê máy chủ ảo trên nền điện toán đám mây (Cloud VNN, VCloud) là dịch vụ cung cấp hạ tầng máy chủ ảo trên nền điện toán đám mây của VNPT. Dịch vụ này giúp khách hàng thiết lập hạ tầng điện toán có quy mô từ một máy chủ cloud riêng lẻ đến hệ thống có hàng trăm máy chủ cloud.

Dịch vụ Internet trực tiếp

Dịch vụ Internet trực tiếp: là dịch vụ truy cập Internet tốc độ cao, đối xứng qua kênh thuê riêng riêng biệt từ địa điểm của khách hàng đến mạng core Internet của VNPT với tốc độ yêu cầu của khách hàng từ 1Mbps đến hàng chục Gbps.

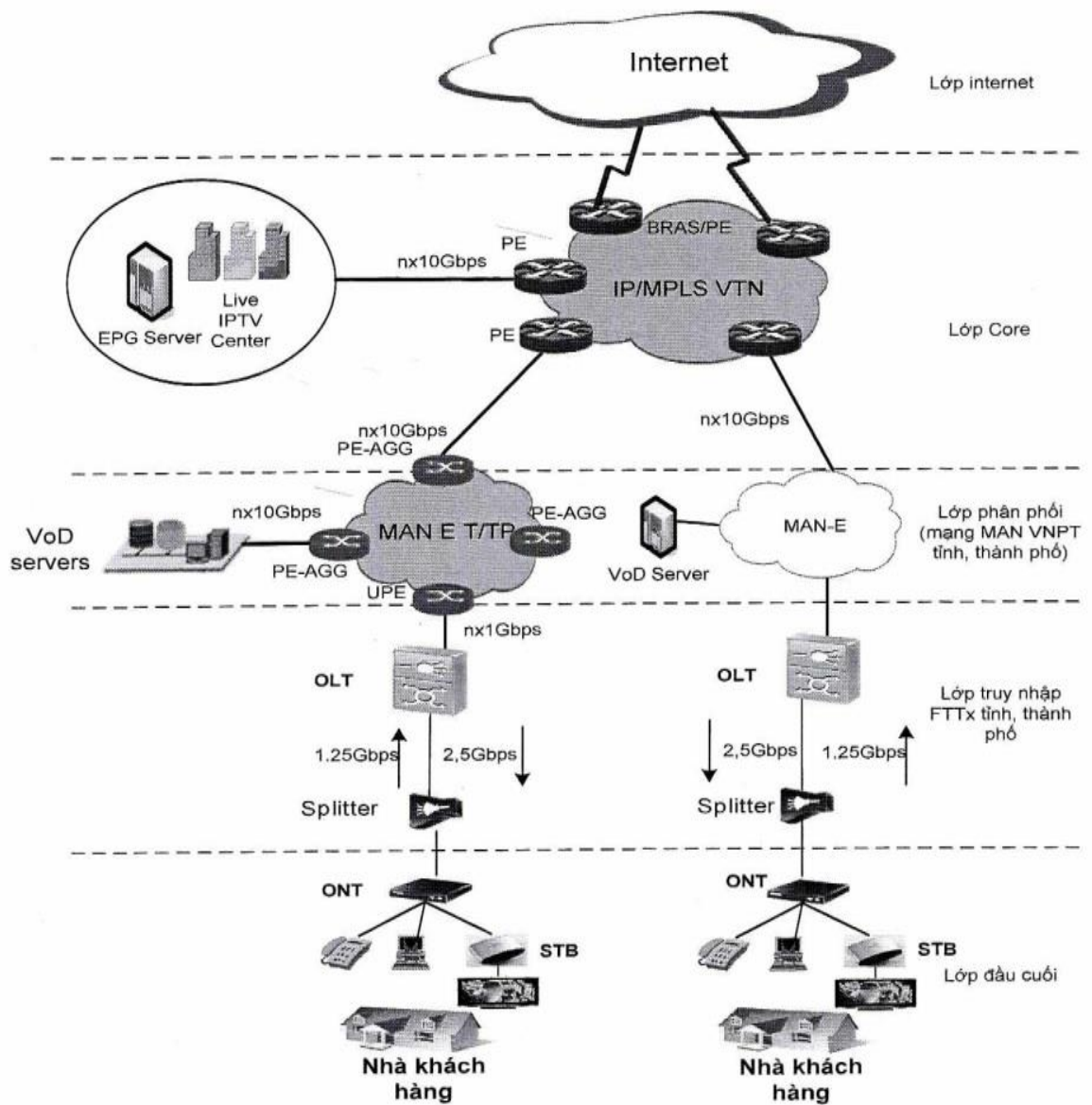
Dedicated Server

Dịch vụ Dedicated Server là dịch vụ cho phép khách hàng thuê máy chủ và chỗ đặt tại Datacenter của VNPT VinaPhone. Máy chủ do VNPT VinaPhone cung cấp và được kết nối với mạng VNN/Internet với tốc độ cao và lưu lượng thông tin không giới hạn.

VNPT VinaPhone sẽ đảm bảo điều kiện phần cứng máy chủ và vị trí đặt máy chủ, công kết nối Internet, nguồn điện, máy điều hòa nhiệt độ, chống cháy nổ... để máy chủ hoạt động liên tục và an toàn 24/24.

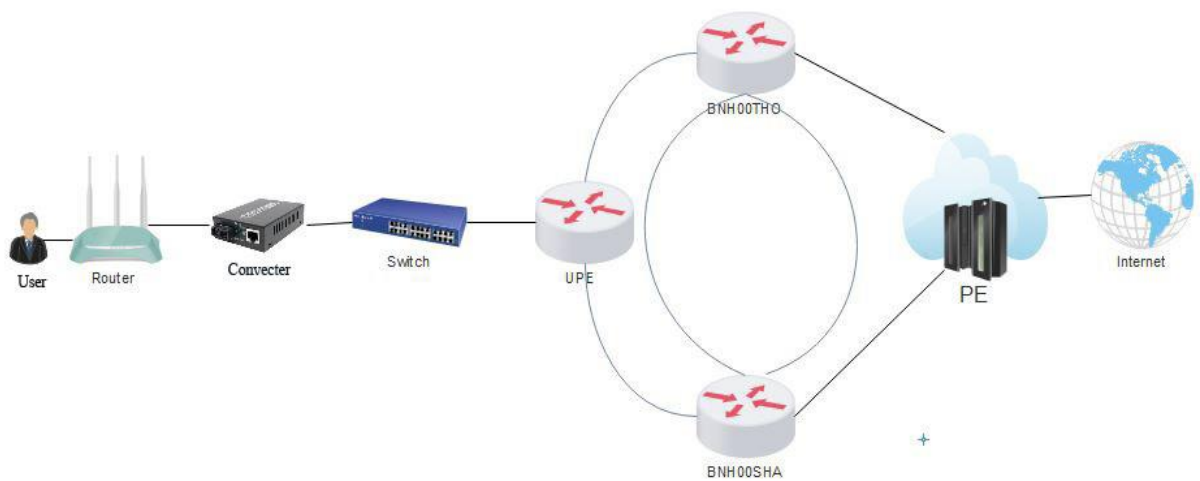
2.1.5. Dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình

Sơ đồ tổng quan dịch vụ



Hình 2.6. Mô hình tổng quan mạng cung cấp dịch vụ trên GPON của VNPT

(Nguồn: Phòng KTKH – Viễn thông Ninh Bình)



Hình 2.7. Mô hình tổng quan mạng cung cấp dịch vụ trên AON của VNPT

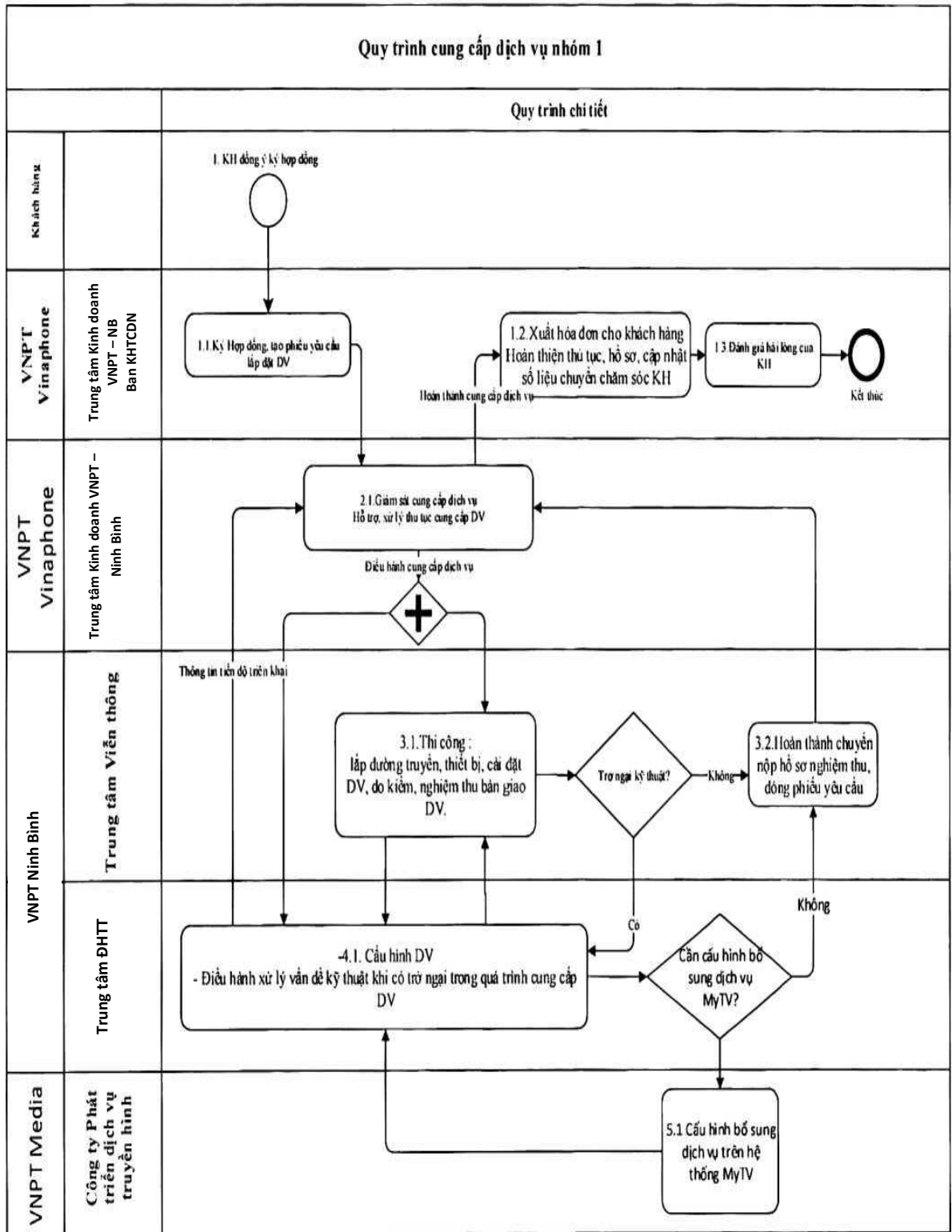
(Nguồn: Phòng KTKH – Viễn thông Ninh Bình)

Dịch vụ FiberVNN được cung cấp theo 2 mô hình :

- Công nghệ GPON
- Công nghệ AON

Đối với dịch vụ FiberVNN, mạng MAN-E của VNPT đóng vai trò là mạng truyền tải và BRAS là thiết bị kết cuối dịch vụ. Các thiết bị tham gia vào cung cấp dịch vụ FiberVNN từ phía nhà cung cấp dịch vụ (VNPT) đến thuê bao bao gồm:

- BRAS : Quản lý, cung cấp user và password và các tham số xác thực đối với một tài khoản fiberVNN
- PE-AGG (Router Core của mạng MAN-E)
- UPE (Router Access của mạng MAN-E)
- OLT, SW (các thiết bị thuộc mạng truy nhập)
- Thiết bị truy nhập phía khách hàng (ONU, modem , router,...)



Hình 2.8. Quy trình cung cấp dịch vụ VNPT Ninh Bình

((Nguồn: Phòng KTKH – Viễn thông Ninh Bình))

Các bước thực hiện cụ thể :

Bảng 2.1. Các bước thực hiện quy trình cung cấp dịch vụ VNPT Ninh Bình

| Bước thực hiện | Mô tả công việc | Phân công Đ/vị thực hiện | Thực hiện |
|-----------------------|---|---------------------------------|---------------------------------------|
| 1.1 | Ký Hợp đồng, hẹn khách hàng thời gian phù hợp để thực hiện cung cấp dịch vụ. Tạo phiếu yêu cầu lắp đặt DV. | VNPT Vinaphone | Trung tâm kinh doanh VNPT – Ninh Bình |
| 1.2 | Xuất hóa đơn cho khách hàng Hoàn thiện thủ tục, hồ sơ, cập nhật số liệu chuyển chăm sóc KH | VNPT Vinaphone | Trung tâm kinh doanh VNPT – Ninh Bình |
| 1.3 | Đánh giá hài lòng của KH | VNPT Vinaphone | Trung tâm kinh doanh VNPT – Ninh Bình |
| 2.1 | <p>Giám sát cung cấp dịch vụ. Phối hợp, đôn đốc các đơn vị thực hiện cung cấp dịch vụ.</p> <p>Hỗ trợ, xử lý thủ tục cung cấp DV.</p> <p>TTKD Ninh Bình chuyển phiếu yêu cầu sang VNPT Ninh Bình thực hiện cung cấp dịch vụ.</p> <p><i>Đối với hợp đồng do TTKD Ninh Bình ký, việc điều phối các đơn vị liên quan sẽ do TTKD Ninh Bình thực hiện.</i></p> <p><i>Đối với hợp đồng do TTKD Ninh Bình ký hợp đồng cung cấp dịch vụ trên địa bàn tỉnh/thành phố khác, thuộc gói hợp đồng cung cấp nhiều dịch vụ cho khách hàng, TTKD Ninh Bình ký hợp đồng chuyển cho TTKD tại địa bàn cung cấp dịch</i></p> | VNPT Vinaphone | Trung tâm kinh doanh VNPT – Ninh Bình |

| Bước thực hiện | Mô tả công việc | Phân công Đ/vị thực hiện | Thực hiện |
|-----------------------|---|--|---|
| | <p>vụ.</p> <p>Đối với hợp đồng do Ban KHDN ký, TT ĐHHT KHVIP thực hiện chuyển và điều phối TTKD Ninh Bình xử lý.</p> | | |
| 3.1 | <p>Thi công: lắp đường truyền, thiết bị, cài đặt DV, đo kiểm, nghiệm thu bàn giao DV.</p> <p><i>Thực hiện theo đúng thời gian đơn vị kinh doanh đã hẹn khách hàng, cập nhật tiến độ thực hiện.</i></p> | VNPT Ninh Bình | <p>Trung tâm VT</p> <p>Trung tâm ĐHTT (theo dõi, đôn đốc)</p> |
| 3.2 | <p>Hoàn thành chuyển nộp hồ sơ nghiệm thu, đóng phiếu yêu cầu. Đơn vị scan biên bản nghiệm thu và cập nhật lên chương trình CNTT tương ứng với phiếu cung cấp dịch vụ.</p> | VNPT Ninh Bình | <p>Trung tâm VT</p> <p>Trung tâm ĐHTT (theo dõi, đôn đốc)</p> |
| 4.1 | <p>Cấu hình DV</p> <p>Điều hành xử lý khi có trở ngại về kỹ thuật trong quá trình cung cấp DV</p> <p>Trường hợp có phát sinh trở ngại tại VNPT Net/VNPT Media, VNPT Ninh Bình có trách nhiệm liên hệ xử lý và cập nhật kết quả cho VNPT Vinaphone</p> <p>Trường hợp cần cấu hình bổ sung về dịch vụ trên hệ thống MyTV, chuyển bước 5.1</p> | <p>VNPT Ninh Bình (chủ trì)</p> <p>VNPT Net (phối hợp khi có trở ngại phần mạng do VNPT Net Quản lý)</p> <p>VNPT Media (phối hợp nếu có trở ngại phần thiết bị MyTV do VNPT Media quản lý)</p> | <p>Trung tâm ĐHTT</p> |
| 5.1 | Cấu hình bổ sung dịch vụ trên hệ thống MyTV | VNPT Media | VNPT Media |

((Nguồn: Phòng KTKH – Viễn thông Ninh Bình))

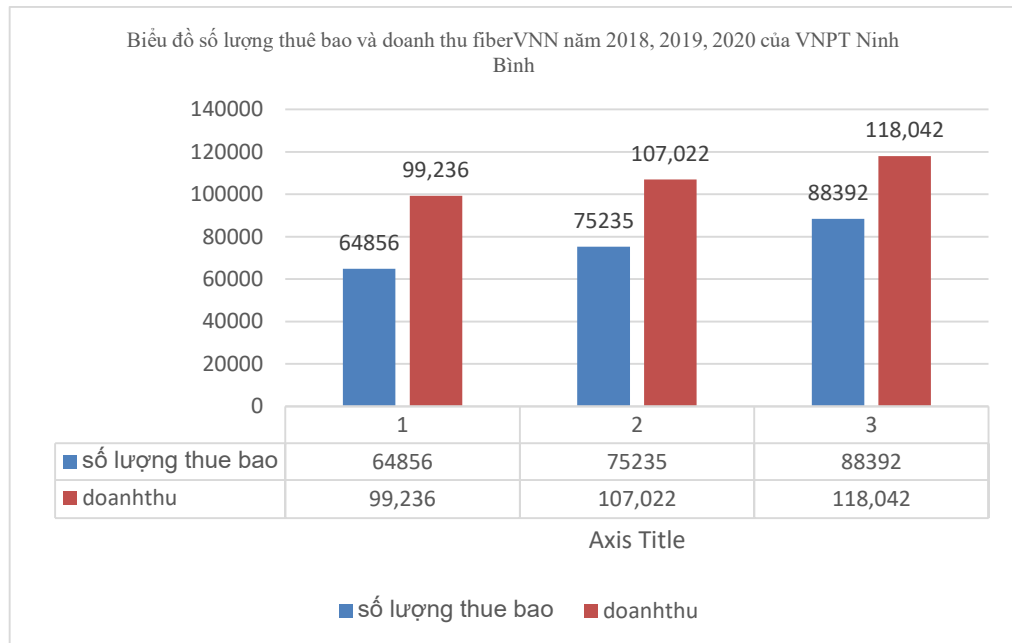
2.1.6. Kết quả kinh doanh dịch vụ FiberVNN của VNPT Ninh Bình

Kết quả kinh doanh dịch vụ FiberVNN của VNPT Ninh Bình năm 2018, 2019, 2020

Bảng 2.2. Kết quả kinh doanh dịch vụ FiberVNN Ninh Bình từ 2018 - 2020

| Năm | Đơn vị | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------|------------|--------|---------|---------|
| Số lượng thuê bao | Thuê bao | 64.856 | 75.235 | 78.271 |
| Doanh thu | Triệu đồng | 99.236 | 107.022 | 118.042 |

((Nguồn: Phòng kế toán kế hoạch - VNPT Ninh Bình))



Hình 2.9. Kết quả doanh thu dịch vụ FiberVNN của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2018 - 2020

Bảng 2.3 : Tỷ lệ thuê bao FiberVNN so với dân số theo địa bàn năm 2020

| STT | Thành phố/Huyện | Dân số (Người) | Số thuê bao Fiber VNN (Thuê bao) | Tỷ lệ (%) |
|------------------|---------------------|-------------------|-------------------------------------|------------|
| 1 | Thành phố Ninh Bình | 982.000 | 13052 | 1,4 |
| 2 | Thành phố Tam Điệp | 62.866 | 7009 | 11,1 |
| 3 | Huyện Nho Quan | 149.800 | 10200 | 6,8 |
| 4 | Huyện Gia Viễn | 120.992 | 10050 | 8,3 |
| 5 | Huyện Hoa Lư | 71.839 | 8050 | 11,2 |
| 6 | Huyện Yên Khánh | 147.069 | 10100 | 6,8 |
| 7 | Huyện Kim Sơn | 182.942 | 9800 | 5,3 |
| 8 | Huyện Yên Mô | 118.469 | 10010 | 8,4 |
| Tổng cộng | | 1.835.977 | 78.271 | 4,2 |

(Nguồn: Phòng KTKH - Viễn thông Ninh Bình)

Bảng 2.4: Doanh thu dịch vụ FiberVNN Ninh Bình theo địa bàn giai đoạn 2018-2020*Đơn vị: Triệu đồng*

| STT | Đơn vị | Năm 2018 | Năm 2019 | Năm 2020 |
|--------------|-----------------|---------------|----------------|----------------|
| 1 | Huyện Hoa Lư | 10.315 | 11.017 | 12.146 |
| 2 | Huyện Gia Viễn | 12.996 | 14.310 | 15.802 |
| 3 | Huyện Nho Quan | 11.012 | 12.960 | 15.010 |
| 4 | Huyện Tam Điệp | 9.810 | 10.170 | 10.693 |
| 5 | Huyện Yên Mô | 11.220 | 12.381 | 14.006 |
| 6 | Huyện Kim Sơn | 10.168 | 11.353 | 12.505 |
| 7 | Huyện Yên Khánh | 14.144 | 15.264 | 16.247 |
| 8 | Tp. Ninh Bình | 19.571 | 19.567 | 21.633 |
| Tổng: | | 99.236 | 107.022 | 118.042 |

(Nguồn: Phòng kế toán kế hoạch - VNPT Ninh Bình)

2.2 Tiêu chí chất lượng dịch vụ FIBERVNN

2.2.1. Chất lượng dịch vụ theo đánh giá của khách hàng

* Về mặt giá cả : theo định hướng của tập đoàn, VNPT Ninh Bình cung cấp nhiều gói cước fiberVNN có ưu đãi đa dạng dành cho khách hàng hộ gia đình, hoặc các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Khách hàng có thể lựa chọn gói cước phù hợp theo nhu cầu của mình.

* Chất lượng dịch vụ fiberVNN : Với phương châm “Khách hàng là Trung tâm”, VNPT địa bàn Ninh Bình đã giữ vững và phát triển về hạ tầng mạng lưới, đảm bảo chất lượng dịch vụ và chất lượng phục vụ số 1 trên địa bàn, góp phần vào đảm bảo thương hiệu VNPT.

* Công tác truyền thông, quảng cáo: Chủ động truyền thông thương hiệu VNPT và truyền thông bán hàng theo định hướng của Tập đoàn theo hướng cảm xúc và mang lại lợi ích cho khách hàng; Thực hiện đồng bộ trong công tác truyền thông, mỗi một chương trình, dịch vụ gói cước mới triển khai đều được VNPT Ninh Bình lập kế hoạch truyền thông quảng cáo chi tiết để hướng dẫn các đơn vị trực thuộc và cá nhân quản lý địa bàn triển khai thực hiện theo đúng tiến độ kế hoạch đề ra; Chính trang các điểm giao dịch, trang bị biển hiệu cho các điểm bán lẻ, điểm bán xã, triển khai các biển quảng cáo lớn tạo hiệu ứng truyền thông sâu rộng hình ảnh VNPT trên khắp địa bàn toàn tỉnh.

* VNPT Ninh Bình luôn quan tâm tới việc nâng cao năng lực cho cán bộ công nhân viên, xây dựng đội ngũ tinh nhuệ, chuyên nghiệp, nhằm cung cấp, xử lý các yêu cầu từ phía khách hàng , tạo sự tin tưởng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ fiber VNN cũng như các dịch vụ khác của VNPT.

2.2.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình

- Nâng cấp mở rộng mạng MAN-E theo cấu trúc Tập đoàn đã phê duyệt đảm bảo cung cấp dịch vụ cho 88.392 thuê bao fiberVNN, 11.000 thuê bao MyTV với 09 Ring Access, 18 UPE, băng thông các Ring Access từ 30-50Gbps; băng thông kết nối BRAS 200Gbps. Tiếp tục nâng cấp node Google Cache tại Ninh Bình nâng cao chất lượng dịch vụ Google.

+ Lắp đặt bổ sung các bộ OLT, MiniOLT, Switch layer2 mở rộng dung lượng cho các trạm phục vụ PTTB. Tổng số OLT toàn tỉnh 60 OLT ALU của nhà sản xuất Alcatel, 31 OLT ZTE, 09 Mini OLT Huawei, 198 Switch layer2, số cổng sử dụng/cổng lắp đặt: 83.239/110.000, hiệu suất sử dụng 75.69%.

+ Nâng cấp, mở rộng mạng cáp quang ODN cho các đơn vị với 450,750 km cáp quang dung lượng từ 12FO đến 96 FO đáp ứng nhu cầu phát triển mới thuê bao

FiberVNN. Kéo bổ sung 07 tuyến cáp quang truyền dẫn với tổng 33,2 km phục vụ nâng cấp mở rộng mạng MAN-E theo cấu trúc Tập đoàn đã phê duyệt.

+ Triển khai các gói cước tích hợp, Combo sản phẩm như Gói cước Gia đình, Văn phòng data; Gói Alo...để phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách hàng; Triển khai các phương án kinh doanh dịch vụ 4G với các gói cước ưu đãi dịch vụ trả sau, trả trước. Đặc biệt VNPT Ninh Bình đã quyết liệt chỉ đạo triển khai chương trình chăm sóc khách hàng dịch vụ FiberVNN với chính sách khuyến khích lớn cho người lao động, triển khai các chương trình bán hàng tổng lực tại 8 huyện, thành phố với sự tham gia đông đảo của CBCNV, CTV và sự chung tay của cả hai khối Kinh doanh và Kỹ thuật; Các chương trình thúc đẩy bán hàng, thu cước trước; Chương trình trải nghiệm dùng thử dịch vụ BRCĐ, chương trình khuyến mại STB, gia tăng và duy trì khách hàng bằng rộng cố định hiện hữu.

+ Công tác Chăm sóc khách hàng: Đơn vị đã tổ chức tốt công tác chăm sóc khách hàng thông qua hệ thống cơ sở dữ liệu tập trung. Tổ chức các chương trình tặng quà cho khách hàng nhân dịp Tết dương lịch, Tết nguyên đán, các chương trình chúc mừng sinh nhật, ngày thành lập ngành, ..; Tổ chức các chương trình khuyến mại tặng thiết bị Wifi 4G, thiết bị lắp wifi Totolink; thay sim 4G miễn phí; Tặng mũ bảo hiểm cho khách hàng FiberVNN tham gia gói cước dài hạn, chăm sóc thiết bị thu phát sóng AP cho khách hàng sử dụng FiberVNN có sóng wifi kém; chuyển đổi dịch vụ MyTV từ cáp đồng sang quang để nâng cao chất lượng sử dụng dịch vụ cho khách hàng; giám sát chất lượng mạng lưới, đặc biệt là các khu vực lõm sóng; chất lượng dịch vụ, chất lượng CSKH, các khiếu nại được giải quyết triệt để và thực hiện đúng quy trình cắt mở máy để thực hiện chăm sóc khách hàng tốt nhất.

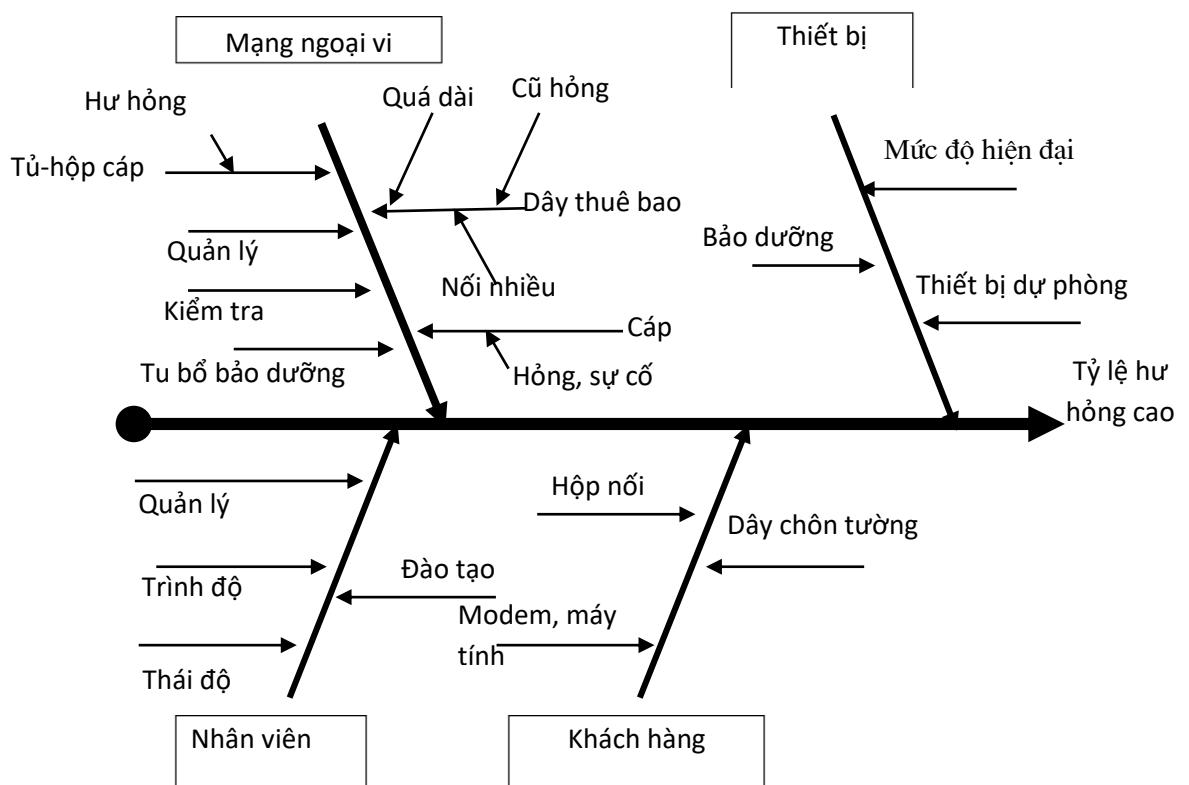
+ Công tác truyền thông, quảng cáo cho dịch vụ FiberVNN : Chủ động truyền thông thương hiệu VNPT Ninh Bình và truyền thông cung cấp thông tin tới khách hàng về dịch vụ theo định hướng của Tập đoàn theo hướng cảm xúc và mang lại lợi ích cho khách hàng.

2.3 Tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình

2.3.1. Yếu tố bên ngoài

- Sự cố đứt các tuyến cáp quang biển đi quốc tế. các tuyến cáp này bị đứt khiến cho lưu lượng Internet của Việt Nam ra quốc tế bị ảnh hưởng nặng nề.
- Nghẽn cục bộ các đường kết nối từ mạng VN2 tới sever cung cấp dịch vụ.
- Các thành phần mạng (thiết bị đầu cuối, thiết bị chuyển mạch, thiết bị truyền dẫn, các cơ chế xử lý trong mạng (mạng hoạt động theo cơ chế như thế nào), phương pháp xử lý thông tin ở đầu/cuối mạng. Nhìn chung thông tin đi từ đầu cuối tới đầu cuối sẽ đi qua một số mạng, mỗi mạng lại đi qua một vài nút mạng. Qua mỗi mạng và mỗi nút mạng đều có thể gây ra trễ, tổn thất hay lỗi ghép kênh, chuyển mạch, truyền dẫn.. => Điều đó gây ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ nói chung và dịch vụ fiberVNN.
- Quá trình xây dựng, phát triển trên địa bàn của Tỉnh (mở đường, thi công các công trình, chỉnh trang đô thị...) cũng gây ảnh hưởng lớn tới sự liên tục và chất lượng dịch vụ FiberVNN.
- Thiên tai địch họa (lũ lụt, bão, động đất..)

2.3.2. Yếu tố bên trong



Hình 2.10. Các nguyên nhân gây ra tỷ lệ hư hỏng cao

(Nguồn: Phòng KTĐT – VNPT Ninh Bình)

Một số tuyến cáp quang tại VNPT Ninh Bình đã được đầu tư khai thác từ rất lâu. Trong quá trình vận hành đã nhiều lần bị đứt phải tiến hành hàn nối lại, gây suy hao toàn tuyến cao, ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ fiberVNN.

Tại một số địa bàn việc lắp đặt các SP (splitter) chưa hợp lý dẫn đến suy hao quang cao.

Chất lượng của thiết bị đầu cuối ONU.

Công tác phối hợp kinh doanh – kỹ thuật chưa đạt hiệu quả cao. Đơn giá tiền lương cho NVKT và NVKD địa bàn chưa được đồng bộ dẫn đến mức độ gắn kết kinh doanh – kỹ thuật chưa cao.

Trong cùng thời điểm, có nhiều chương trình trọng điểm thực thi dẫn đến tình trạng quá tải cho NV địa bàn, hiệu quả đem lại chưa cao.

- Thiết bị quản lý, điều khiển kết nối Internet BRAS: chiếm 0% số hư hỏng phía nhà cung cấp.

- Thiết bị OLT, Switch: chiếm 3,60%, nguyên nhân thường là do công tác bảo dưỡng thiết bị cũng chưa tốt .

- Bảo dưỡng định kỳ theo kế hoạch của VNPT: chiếm 1,45% nhưng thường diễn ra vào sau 12 giờ đêm để hạn chế ảnh hưởng đến khách hàng.

- Mạng ngoại vi: chiếm 59,17%. Phần này cũng rất quan trọng trong việc đảm bảo tốc độ truy nhập cho khách hàng, vì tín hiệu quang đòi hỏi chất lượng suy hao thấp cũng như độ dài tuyến cáp. Các hư hỏng do các phần tử mạng ngoại vi gây ra: mạng ngoại vi gồm các phần tử là măng xông, dây thuê bao, splitter đều lắp đặt ngoài trời và tại nhà khách hàng nên chất lượng chóng bị xuống cấp do bị ảnh hưởng của rất nhiều nguyên nhân: môi trường, thời tiết, bị xâm hại, do ý thức sử dụng... Vì thế trong các năm qua các phần tử này rất hay bị hư hỏng và là nguyên nhân chính gây ra tỷ lệ hư hỏng

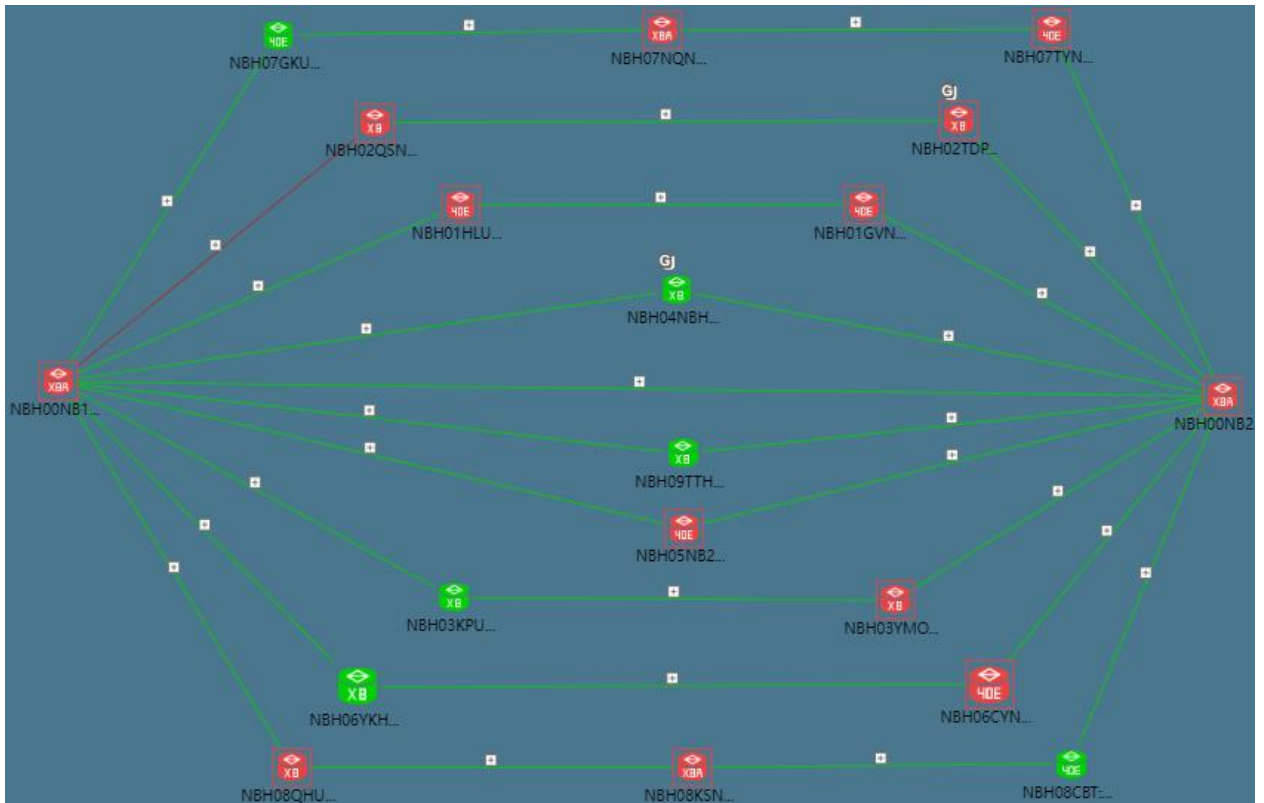
- Thiết bị VNPT cho Khách hàng mượn: chiếm 30,07%. Các nguyên nhân này do việc sử dụng của khách hàng cũng như chất lượng thiết bị gây ra.

2.4 Đánh giá chung chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Ninh Bình

2.4.1. Ưu điểm

Nâng cấp, mở rộng mạng cáp quang ODN cho các đơn vị với 786 km cáp quang dung lượng từ 12FO đến 96 FO đáp ứng nhu cầu phát triển mới thuê bao FiberVNN. Kéo bổ sung nhiều tuyến cáp quang truyền dẫn phục vụ nâng cấp mở rộng mạng MAN-E theo cấu trúc Tập đoàn đã phê duyệt.

Đã thực hiện xong việc mở rộng mạng MAN-E theo cấu trúc Tập đoàn phê duyệt: chuyển các kết nối MAN-E - BRAS/BNG từ 10G sang 100G.



Hình 2.11. Mô hình mạng MAN-E - BRAS/BNG từ 10G sang 100G.

(Nguồn: TTĐHTT-VTNB)

Lắp đặt bổ sung các bộ OLT, card thuê bao và module SFP C+ mở rộng dung lượng cho các trạm; mở rộng uplink kịp thời cho các OLT phục vụ PTTB. + Triển khai lắp đặt L2SW, module GE để phục vụ triển khai mở rộng mạng lưới, tạo Ring thu

gom mạng di động, các thuê bao fiberVNN, kênh thuê riêng cho các trạm trên toàn tỉnh.

Triển khai 216 đường TSLCD + Thuê bao fiberVNN cho các Sở ban ngành, đơn vị sự nghiệp thuộc tỉnh, UBND các cấp, huyện ủy/Thành ủy trên địa bàn toàn tỉnh nhằm nâng cao doanh thu, tiền đề cho việc triển khai các dịch vụ VT-CNTT khác.

+ Viễn thông Ninh Bình có đội ngũ nhân viên lành nghề, lâu năm nhanh nhạy tiếp cận với sự thay đổi công nghệ mới hoàn thành tốt công việc. Cán bộ công nhân viên có tinh thần trách nhiệm, luôn tự học hỏi và được đào tạo những kỹ năng cần bản cho công việc.

+ Các phản ánh của khách hàng đều được giải quyết triệt để

+ Mạng cáp quang của Viễn thông Ninh Bình được phát triển rộng khắp trên địa bàn toàn tỉnh nên thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ.

+ Công tác kế hoạch phù hợp cho từng giai đoạn, bám sát tình hình thực tế tạo điều kiện tốt đơn vị trực thuộc có kế hoạch phát triển mạng lưới, tuyến cáp, lắp đặt thiết bị OLT, Switch phục vụ lắp đặt thuê bao FiberVnn .

+ Công tác tổ chức kinh doanh, tổ chức quản lý chất lượng được hoàn thiện phù hợp để đạt được những chỉ tiêu kế hoạch, cũng như phù hợp với giai đoạn phát triển kinh tế xã hội tỉnh.

2.4.2. Tồn tại

Một số những tồn tại về chất lượng dịch vụ FiberVnn tại Viễn thông Ninh Bình:

Quy trình cung cấp dịch vụ đôi khi còn chậm.

Công tác quản lý tài sản, thiết bị phục vụ cung cấp dịch vụ Internet (OLT, Switch) khái quát nhiều khi không nắm được những hao mòn vô hình, hữu hình xảy ra, chỉ quan tâm đến số lượng thiết bị phát triển chứ chưa thực chất đi đến chất lượng của các thiết bị vì thế nên không nắm được sâu sát tình hình chất lượng thiết bị do đó chưa có nhiều chính sách phù hợp để nâng cao chất lượng.

Việc quản lý chất lượng Viễn thông Ninh Bình chú trọng nhiều về chất lượng kỹ thuật chưa thực sự đầu tư nhiều vào việc nâng cao chất lượng phục vụ mà hiện

nay khi các doanh nghiệp cạnh tranh đều đảm bảo về các thông số kỹ thuật thì chất lượng phục vụ lại là yếu tố quan trọng để lôi kéo khách hàng sử dụng dịch vụ và đem lại sự hài lòng của khách hàng.

Mạng cáp vẫn còn xảy ra hư hỏng do nhiều nguyên nhân như thời tiết, khí hậu hay việc để cho kẻ gian trộm cáp gây thiệt hại lớn cho doanh nghiệp, những sự cố do phương tiện giao thông, máy thi công.

Việc lập kế hoạch phát triển thuê bao, phát triển mạng lưới còn máy móc chủ yếu dựa vào các số liệu năm trước hoặc chủ quan của đơn vị cấp dưới chưa có sự khảo sát thực tế, bám sát tình hình hiện tại của đơn vị, nhu cầu của người dân để đưa ra con số sát thực hơn, do đó gây ra hiện tượng đầu tư không trọng tâm, trong điểm gây lãng phí.

Hiện tượng đứt cáp, dịch chuyển cáp theo yêu cầu của địa phương xảy ra nhiều gây lãng phí chi phí của Viễn thông Ninh Bình và chất lượng cung cấp dịch vụ. Chất lượng mạng lưới vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề, vẫn còn hiện tượng mạng chập chờn, tốc độ kết nối giảm xuống.

Dự án đầu tư cho mạng cáp quang hoàn thành chậm do vướng mắc thủ tục, dung lượng, chất lượng đường truyền chưa đáp ứng yêu cầu; Thiết bị chủ yếu do Tập đoàn cáp có chi phí lớn; công tác tiếp thị, quảng bá, giới thiệu về doanh nghiệp và dịch vụ chưa tốt; thái độ phục vụ của một số cán bộ công nhân viên thiếu tận tình, chu đáo, gây phản cảm đối với khách hàng.

Tốc độ truy nhập của một số gói cước của dịch vụ FiberVnn, đặc biệt là gói cước tốc độ cao còn chưa đạt tiêu chuẩn như cam kết.

Hiện nay số lượng thuê bao sử dụng FiberVNN càng lớn, năm 2019 đạt hơn 70 nghìn thuê bao trong khi đó số lượng nhân viên còn hạn chế đã dẫn đến việc chưa đảm bảo được chất lượng dịch vụ mà Viễn thông Ninh Bình đảm bảo cam kết cung cấp cho khách hàng.

Một bộ phận nhân viên chưa tuân thủ các quy định khi làm việc với khách hàng, chăm sóc khách hàng như thái độ, tác phong làm việc... điều này đã làm giảm uy tín, hình ảnh của công ty trong lòng khách hàng.

Các gói cước, dịch vụ của FiberVNN của Viễn thông Ninh Bình chưa thật sự đa dạng, phong phú đối với khách hàng còn chậm đổi mới so với các đối thủ cạnh tranh trong tỉnh.

2.4.3. Nguyên nhân

- Mạng lưới được áp dụng nhiều tiến bộ khoa học kỹ thuật công nghệ (ở các Trung tâm viễn thông huyện, thành phố) nhưng trình độ cán bộ công nhân viên trong việc điều hành trang thiết bị hiện đại nhiều khi chưa đáp ứng, do đó công tác quản lý chất lượng còn gặp nhiều khó khăn.

- Nhận thức về chất lượng của cán bộ, nhân viên trong doanh nghiệp:

+ Với cán bộ lãnh đạo: vẫn chưa thực sự đi sâu sát thực tế, chưa có tầm nhìn chiến lược trong một giai đoạn dài nên không lường hết được diễn biến thị trường xảy ra.

+ Quản trị cấp cơ sở: vẫn còn tư tưởng kiểu cũ, ý lại cấp trên, không sáng tạo và thực sự thực hiện quản trị chất lượng một cách chủ động mà bị động theo kiểu thừa hành cấp trên.

+ Nhân viên thừa hành: làm việc theo kiểu máy móc, chưa chú trọng quan tâm đến việc nâng cao chất lượng.

+ Quản lý: Theo kiểu cổ điển, chỉ tập trung vào kết quả cuối cùng mà không quan tâm đến quá trình.

Số lượng thuê bao lớn trong khi số lượng cán bộ của nhân viên mặc dù có nhiều cải thiện nhưng vẫn còn các hạn chế điều này đã làm giảm chất lượng dịch vụ của dịch vụ FiberVNN của Viễn thông Ninh Bình.

Thị hiếu của khách hàng ngày càng thay đổi.

Cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường do có nhiều doanh nghiệp tham gia vào cung cấp dịch vụ cáp quang băng thông rộng.

Năng lực của đội ngũ quản trị còn có nhiều hạn chế chưa đáp ứng được hết đầy đủ so với yêu cầu của một doanh nghiệp trong quá trình hội nhập hiện nay.

Tốc độ kết nối dịch vụ FiberVNN của Viễn thông Ninh Bình còn chịu nhiều ảnh hưởng của các yếu tố tác động từ bên ngoài như tình trạng đứt cáp quang biển, ăn trộm cáp viễn thông... làm ảnh hưởng đến tốc độ kết nối.

Do yếu tố lịch sử để lại, mạng lưới được đầu tư, không có quy hoạch rõ ràng, và việc phát triển đô thị, phát triển cơ sở hạ tầng của Ninh Bình làm ảnh hưởng tới các tuyến cáp gây hiện tượng đứt cáp, chuyển dịch cáp tốn chi phí.

Cơ sở hạ tầng mạng lưới tuy đã được đầu tư mạng theo hướng hiện đại hóa, song hiện tại vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển bền vững. Mặt khác các thiết bị lại không đồng bộ nên cũng rất khó khăn cho việc bảo dưỡng sửa chữa do đó chất lượng không được tốt.

Nhu cầu lắp đặt FiberVnn của khách hàng không đồng đều theo khu vực do ảnh hưởng của việc đầu tư thiết bị đầu cuối tốn kém, khu vực thành phố có nhu cầu cao hơn so với các khu vực khác.

Một nguyên nhân không kém phần quan trọng gây ảnh hưởng đến sự vi phạm các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ viễn thông khác đến từ phía khách hàng. Đó thường là sự không hiểu biết về dịch vụ của khách hàng gây nên vi phạm chất lượng dịch vụ.

Chủ yếu do các phần tử mạng ngoại vi gây ra, vì các phần tử mạng ngoại vi nhiều khu vực bị xuống cấp nhiều, trong khi đó kế hoạch sửa chữa bảo dưỡng hàng năm của Viễn thông Ninh Bình bị hạn chế do đang thực hiện mục tiêu tiết kiệm chi phí.

Bên cạnh đó, do trình độ am hiểu về dịch vụ của khách hàng còn thấp dẫn đến việc sử dụng các thiết bị đầu cuối dịch vụ không tốt dẫn đến lỗi nhiều như virus, hư hỏng hoặc không biết cách sử dụng dịch vụ Internet nên cũng gây ảnh hưởng đến chỉ tiêu sự cố dịch vụ.

KẾT LUẬN CHƯƠNG

Luận văn sẽ tập trung nghiên cứu thực trạng và đánh giá về chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình, chỉ ra những kết quả đạt được cũng như các điểm tồn tại làm cơ sở cho việc đề xuất giải pháp tại chương 3.

CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN TẠI NINH BÌNH

3.1 Định hướng phát triển của VNPT Ninh Bình

3.1.1. *Sứ mệnh và tầm nhìn*

Với chiến lược phát triển trong kỷ nguyên mới, phù hợp với xu thế toàn cầu hóa và sự phát triển không ngừng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, VNPT Ninh Bình theo định hướng của tập đoàn, đã và đang từng bước chuyển đổi từ nhà cung cấp dịch vụ viễn thông truyền thống sang nhà cung cấp dịch vụ số (DSP), trở thành một đơn vị kinh tế năng động, chú trọng phát triển những sản phẩm, dịch vụ, giải pháp ICT sáng tạo, đột phá để tiếp tục kiến tạo nên những giá trị đích thực cho cuộc sống, đóng góp vào sự phát triển vững mạnh của nền kinh tế Việt Nam. Trong đó dịch vụ FiberVNN đóng vai trò quan trọng trong quá trình này.

Sứ mệnh VNPT Ninh Bình:

- Cung cấp cho khách hàng và đối tác các sản phẩm, dịch vụ Viễn thông - CNTT - Truyền thông, dịch vụ fiberVNN và Dịch vụ số chất lượng, đột phá, sáng tạo.
- VNPT Ninh Bình phấn đấu là đơn vị tiên phong trong mục tiêu đưa VNPT trở thành trung tâm số (Digital Hub) của khu vực châu Á.
- Tôn vinh và đánh giá giá trị đích thực của người lao động.
- Tiên phong trong các hoạt động về cộng đồng.

Tầm Nhìn:

- Cùng với các VNPT tỉnh thành trong mái nhà chung VNPT, trở thành nhà cung cấp dịch vụ số hàng đầu Việt Nam vào năm 2025.
- VNPT Ninh Bình nỗ lực vì mục tiêu trở thành Trung tâm số (Digital Hub) của châu Á vào năm 2030 của tập đoàn VNPT.
- Trở thành lựa chọn số 1 của khách hàng sử dụng sản phẩm, dịch vụ Công nghệ thông tin - Viễn thông (ICT), dịch vụ fiberVNN tại thị trường tỉnh Ninh Bình.

3.1.2. Mục tiêu và chiến lược của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2021-2025

+ Mục tiêu tăng trưởng của VNPT địa bàn Ninh Bình năm 2021-2025

- Tổng doanh thu địa bàn phần đầu tăng trưởng 9,3% so với thực hiện năm 2020.
- Chênh lệch thu chi địa bàn phần đầu đạt từ 100% kế hoạch giao trở lên.
- Nộp NSNN: Hoàn thành chỉ tiêu Cơ quan quản lý Nhà nước giao.
- Thu nhập người lao động tăng tối thiểu 3% trở lên.

+ Chiến lược của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2021-2025

- Triển khai chiến lược phát triển VNPT 4.0 theo định hướng của Tập đoàn.
- Nâng cao hiệu quả hoạt động đầu tư cơ sở hạ tầng, mạng lưới, thiết bị; đảm bảo tính sẵn sàng, chất lượng hạ tầng kỹ thuật mạng lưới phục vụ hoạt động kinh doanh; xây dựng VNPT trên địa bàn Ninh Bình thành nhà cung cấp dịch vụ số tốt nhất cho khách hàng.
- Tập trung triển khai các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ, chất lượng mạng lưới để giữ khách hàng hiện có, xây dựng thành các chương trình và lộ trình triển khai thực hiện.
- Tiếp tục triển khai tối ưu, nâng cấp mở rộng mạng truy nhập, MAN-E theo cấu trúc đã được Tập đoàn phê duyệt.
- Tiếp tục rà soát, đào tạo, bổ sung nguồn nhân sự quản lý phù hợp với định hướng phát triển VNPT4.0 và quá trình chuyển đổi số; Tăng cường đào tạo người đứng đầu các đơn vị, tổ trưởng, lao động IT tại các TTVT, lao động tại TT CNTT/TTĐHTT, theo hướng đào tạo chuyên sâu và tự đào tạo. Kết quả thể hiện qua các chứng chỉ Quốc tế của người lao động.

3.1.3. Mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ fiberVNN tại Ninh Bình

3.1.3.1 Nâng cao năng lực cạnh tranh của dịch vụ fiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình

Năng lực cạnh tranh (NLCT) của doanh nghiệp là sự thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi nhuận ngày càng cao, bằng việc khai thác, sử dụng thực lực và lợi thế bên trong, bên ngoài nhằm tạo ra những sản phẩm, dịch vụ hấp dẫn

người tiêu dùng để tồn tại và phát triển, thu được lợi nhuận ngày càng cao và cải tiến vị trí so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

Hay nói cách khác NLCT của doanh nghiệp còn được định nghĩa là khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nhằm đáp ứng và chống lại các đối thủ cạnh tranh trong việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ một cách lâu dài nhất.

Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của dịch vụ fiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình :

+ Nguồn lực tài chính : VNPT địa bàn Ninh Bình thực hiện nghiêm công tác quản lý tình hình thực hiện chế độ kế toán thống kê, giám sát chặt chẽ định mức tồn quỹ tiền mặt, thu chi tài chính. Công nợ thanh toán được đối chiếu thường xuyên nên không có chênh lệch, chấp hành đầy đủ chế độ thu nộp về Tập đoàn. Các khoản chi phí được kiểm soát chặt chẽ đảm bảo chi có hiệu quả, tiết kiệm, đúng quy định của Tập đoàn và Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông. Nâng cấp, mở rộng mạng cáp quang ODN cho các đơn vị, đáp ứng nhu cầu phát triển mới thuê bao FiberVNN. Kéo bổ sung các tuyến cáp quang truyền dẫn với tổng phục vụ nâng cấp mở rộng, đấu Ring mạng MAN-E theo cấu trúc Tập đoàn đã phê duyệt.

+ Nguồn lực con người: VNPT Ninh Bình thực hiện mô hình các đơn vị theo định hướng của Tập đoàn, sắp xếp tổ chức nhân lực phù hợp, hiệu quả; thực hiện luân chuyển nhân sự quản lý nhằm tăng cường chất lượng, tính thực tiễn của nhân sự quản lý. Tiếp tục triển khai và hoàn thiện, nâng cao chất lượng giám sát, quản trị BSC, giao khoán quản địa bàn, giao đánh giá BSC/KPI, cơ chế tiền lương. Đồng bộ BSC/KPI, đơn giá tiền lương đến NV kinh doanh – kỹ thuật địa bàn để tiền lương thực sự trở thành động lực cho cá nhân, đồng thời thúc đẩy tập thể hợp tác chặt chẽ nhằm nâng cao sức cạnh tranh, phát triển. Tiếp tục đào tạo nâng cao năng lực của NLĐ tại các đơn vị, ưu tiên đào tạo nội bộ trong đơn vị.

+ Thương hiệu, nhãn hiệu: Chủ động truyền thông thương hiệu VNPT và truyền thông dịch vụ fiberVNN theo định hướng của Tập đoàn, theo hướng cảm xúc và mang lại lợi ích cho khách hàng; Thực hiện đồng bộ trong công tác truyền thông, mỗi một chương trình, dịch vụ gói cước mới triển khai đều được VNPT Ninh Bình

lập kế hoạch truyền thông quảng cáo chi tiết để hướng dẫn các đơn vị trực thuộc và cá nhân quản lý địa bàn triển khai thực hiện theo đúng tiến độ kế hoạch đề ra; Chính trang các điểm giao dịch, trang bị biển hiệu cho các điểm bán lẻ, điểm bán xã, triển khai các biển quảng cáo lớn tạo hiệu ứng truyền thông sâu rộng hình ảnh VNPT trên khắp địa bàn toàn tỉnh.

+ Trình độ tổ chức quản lý điều hành sản xuất kinh doanh: trưởng đại diện của Tập đoàn VNPT tại địa bàn Ninh Bình đã chỉ đạo các mặt hoạt động công tác của VNPT trên địa bàn; tập trung chỉ đạo xác định các mục tiêu chung địa bàn và đề ra các giải pháp để đồng hành thực hiện trong đó thống nhất giao chỉ tiêu kế hoạch SXKD/BSC gắn với cơ chế lương/thưởng cho nhân viên địa bàn hàng tháng; kiểm tra, thực hiện nhiệm vụ quyền hạn của Trưởng đại diện tại địa bàn theo các quy định, hướng dẫn của Tập đoàn. Đã thực hiện tốt công tác phối hợp trong việc xây dựng kế hoạch đầu tư phát triển mạng lưới VT-CNTT, xây dựng quy trình phối hợp cung cấp, sửa chữa dịch vụ Viễn thông – CNTT và chăm sóc khách hàng; trong công tác giám sát, theo dõi, đánh giá thực hiện kế hoạch phối hợp kinh doanh; công tác khoán quản địa bàn; định kỳ tổ chức hội nghị giao ban để điều phối và giải quyết các khó khăn vướng mắc phát sinh. Triển khai triệt để công tác khoán quản địa bàn chỉ đạo của Tập đoàn, phân giao kế hoạch BSC/KPI cho nhân viên địa bàn và đơn giá tiền lương cho NVKT/NVKD địa bàn đảm bảo mỗi một thuê bao, mỗi một khách hàng đều có đồng thời nhân viên kinh doanh và nhân kỹ thuật quản lý, chăm sóc theo quy định.

+ Công tác chăm sóc khách hàng: Để nâng cao công tác chăm sóc khách hàng, Trung tâm Kinh doanh VNPT Ninh Bình đã thực hiện OB 6.235 khách hàng 05 ngày offline, 22.707 khách hàng trong tập khách hàng Fiber hoạt động trên 36 tháng để chăm sóc. Cập nhật và chuẩn hóa trên 35.000 dữ liệu khách hàng. Hàng tháng Trung tâm Kinh doanh đã chủ động triển khai chương trình chăm sóc khách hàng có nguy cơ rời mạng để giữ khách hàng với vật phẩm chăm sóc, cụ thể đã có trên 10.000 khách hàng được tặng vật phẩm. Việc thực hiện CSKH luôn được gắn liền với công tác B2A trên địa bàn, năm 2020 địa bàn thực hiện 35.696 lượt B2A thông qua các phiếu RE1 (trong đó khối KT thực hiện 20.696 phiếu, khối kinh doanh thực hiện 18.500 phiếu).

3.1.3.2 Mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng, phục vụ tốt nhất những sự kiện lớn diễn ra trên địa bàn tỉnh ninh bình

+ Tiếp tục đổi mới tư duy hướng tới khách hàng, lấy khách hàng làm trung tâm; nhất quán trải nghiệm khách hàng tại các điểm tiếp xúc khách hàng, kiểm soát chất lượng dịch vụ tại các điểm giao dịch.

+ Triển khai 216 đường TSLCD cho các Sở ban ngành, đơn vị sự nghiệp thuộc tỉnh, UBND các cấp, huyện ủy/Thành ủy trên địa bàn toàn tỉnh nhằm nâng cao doanh thu, tiền đề cho việc triển khai các dịch vụ VT-CNTT khác.

+ Triển khai đường truyền dữ liệu dân cư – Bộ công an.

+ Thiết lập triển khai các cuộc họp trực tuyến phục vụ Tỉnh ủy, UBND tỉnh và các sở ban ngành.

+ Phục vụ các phiên truyền hình trực tiếp của VTV, cũng như của Đài truyền hình Ninh Bình.

3.2 Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ fiberVNN tại Ninh Bình

3.2.1 *Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và nâng cao chất lượng mạng lưới*

a. Các giải pháp kỹ thuật

+ Lên kế hoạch cụ thể cho việc đầu tư và phát triển cơ sở hạ tầng mạng

Việc duy trì và phát triển mới, mở rộng thị phần cho dịch vụ fiberVNN thì việc đảm bảo chất lượng dịch vụ luôn tốt cần phải chú ý đầu tư vào cơ sở hạ tầng. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng tốt thì mới đảm bảo được chất lượng dịch vụ và đây là một trong những tiêu chí quan trọng để khách hàng chọn nhà cung cấp dịch vụ.

Việc đầu tiên để cung cấp dịch vụ FiberVnn đáp ứng được chất lượng là công nghệ. Vì vậy đầu tư thay đổi công nghệ mới là tối quan trọng có vai trò quyết định đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ fiberVNN. Đầu tư đổi mới công nghệ phải đáp ứng hai tiêu chí: công nghệ tiên tiến, dung lượng đủ đáp ứng nhu cầu hiện tại và có thể phát triển trong tương lai.

+ Xây dựng cấu trúc mạng và truyền dẫn hợp lý

Cấu trúc mạng mục tiêu của Viễn thông Ninh Bình trong giai đoạn tới là hướng tới an toàn thông tin, tối ưu hệ thống mạng lưới theo cấu trúc mạng tập đoàn đã duyệt cho VNPT Ninh Bình.

Các mục tiêu cần đạt được bao gồm: Sử dụng chung hạ tầng mạng IP cho cả di động và cố định (chuyển hoàn toàn hệ thống điện thoại PSTN sang thuê bao IMS); Cung cấp các dịch vụ trên nền mạng IP; lắp đặt thêm các SP, hộp cáp quang nhằm giảm khoảng cách cáp quang thuê bao xuống; Tối ưu thủ tục trong việc cung cấp dịch vụ mới; Kiện toàn bộ máy điều hành theo mô hình chuẩn của tập đoàn để thuận tiện trong việc quản lý, khai thác mạng và cung cấp dịch vụ, cam kết về chất lượng dịch vụ, an ninh, bảo mật, nhanh chóng cung cấp và xử lý dịch vụ cho khách hàng khi có yêu cầu.

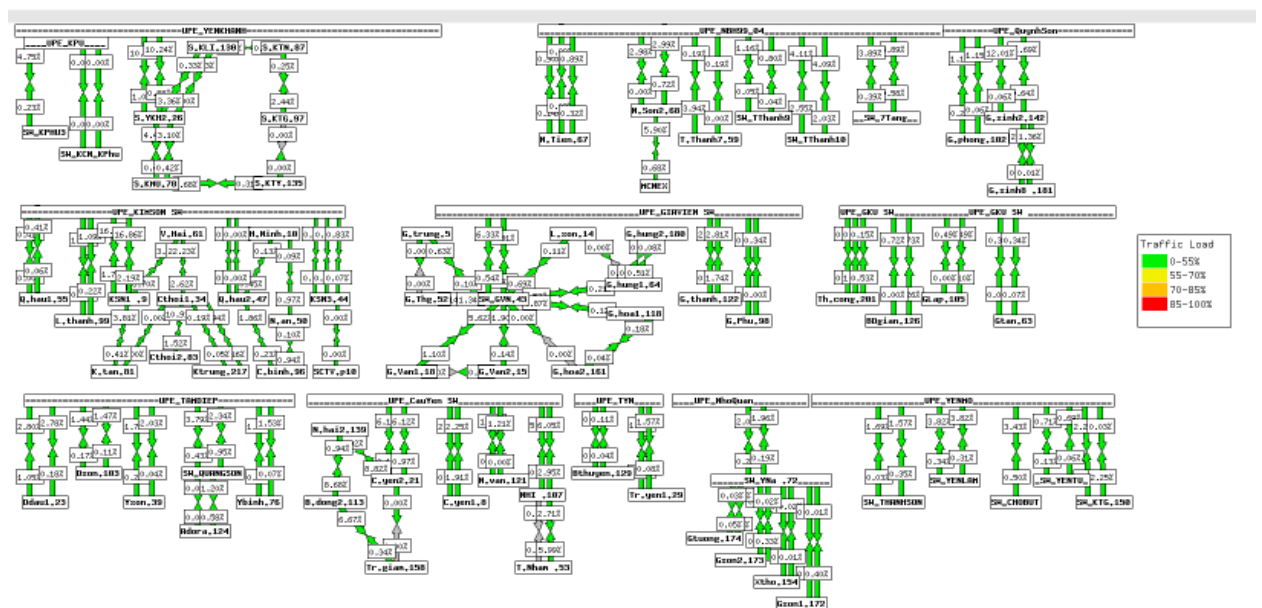
Mạng Core kết nối lên VN2: Tiến hành mở rộng băng thông các kết nối mạng IP Core để đáp ứng nhu cầu băng thông cho dịch vụ của khách hàng và trang bị cấu hình dự phòng cho PE tại tất cả các node (VNPT Net1 đảm nhận).

Mạng MAN-E: Phối hợp với INOC tiến hành tối ưu các Ring MAN-E đảm bảo an toàn tối đa cho hệ thống. Tiếp tục triển khai mở rộng băng thông thêm các kết nối mạng MAN-E giữa các UPE, AGG để đáp ứng băng thông cho dịch vụ của khách hàng.

Mạng truy nhập: lắp đặt các OLT, Switch để đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ FiberVNN, truyền số liệu,...mở rộng thêm các uplink nối từ OLT/SW lên UPE theo nhiều hướng cáp khác nhau vừa mở rộng băng thông vừa tăng tính an toàn cho hệ thống. Lắp đặt splitter mới nhằm rút ngắn khoảng cách cáp thuê bao tới khách hàng, đảm bảo suy hao tại ONU trong ngưỡng hoạt động tốt nhất.

Triển khai hệ thống giám sát tới toàn bộ các UPLINK của Ring MAN-E và của thiết bị truy nhập:

(*Nguồn: TTĐHTT-VTNB*)



(Nguồn: TTĐHTT-VTNB)

- Giám sát mạng MAN-E, các kết nối từ MAN-E lên AGG1 và AGG2
- Giám sát mạng truy nhập.

- Thuận lợi trong việc vận hành và khai thác mạng, dịch vụ.
- Phân quyền rõ cho các tổ bộ phận.
- Thực hiện công tác đo kiểm và bảo dưỡng thiết bị đúng định kỳ.
- + Về truyền dẫn:

- Triển khai đầu tư thêm các tuyến cáp quang mới phân tách, tối ưu các vòng Ring đảm bảo mạng lưới hoạt động ổn định của các trạm BTS, NodeB, eNodeB và các dịch vụ băng rộng.

b. Mạng cáp thuê bao.

Tiếp tục tận dụng tối các tuyến cáp đã được đầu tư từ những giai đoạn trước để phát triển dịch vụ fiberVNN, thực hiện đầu chuyển tối ưu mạng cáp quang lắp đặt các SP thuận lợi nhất cho việc phát triển dịch vụ, xây dựng các tuyến cáp quang mới để lấp đầy các khoảng đen (chưa có cáp phục vụ lắp đặt mới), tận dụng khả năng ảnh hưởng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình để xin cấp phép phát triển mạng tại các tuyến đường, khu đô thị mới.

Thực hiện tốt công tác kiểm tra, xử lý suy hao các tuyến cáp quang: Việc các tuyến cáp vì lý do nào đó bị suy hao sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng dịch vụ FiberVNN nói riêng và các dịch vụ khác nói chung. Do đó việc kiểm tra xử lý kịp thời các tuyến cáp bị suy hao là việc làm vô cùng quan trọng nhằm đảm bảo dịch vụ mà VNPT Ninh Bình cung cấp luôn đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, nâng cao uy tín cho VNPT Ninh Bình.

c. Chú trọng trong công tác nhân sự quản lý mạng viễn thông

Nhân sự tư vấn lập kế hoạch, đầu tư thiết bị, xây dựng các tuyến cáp quang mới phục vụ xây dựng cơ sở hạ tầng mạng viễn thông.

Nhân sự quản lý mạng cấp quản lý khai thác mạng MAN-E, phối hợp với INOC thực hiện các công việc khai báo dịch vụ, giám sát toàn bộ thiết bị hệ thống trên mạng (phòng KTĐT và Trung tâm điều hành thông tin)

Cần phải bố trí các nhân sự có trình độ trong công tác quản lý mạng, có khả năng khắc phục, sửa chữa các sự cố nhỏ. Có khả năng định hướng, quy hoạch phát triển dịch vụ.

Khi xây dựng mạng cáp quang ODN (thuê bao), cần khảo sát trước nhu cầu dựa trên kế hoạch quy hoạch dân cư của Tỉnh, tránh tình trạng khu dân cư mới đã hình thành sau đó mới bắt đầu xây dựng dẫn tới việc khó khăn cho công tác triển khai. Khi đầu tư xây dựng phải khảo sát kỹ nhu cầu, tiềm năng phát triển dịch vụ, thuê bao của một khu dân cư, tránh tình trạng đầu tư không hiệu quả, nơi có nhu cầu lại thiếu cáp, nơi lại thừa cáp, gây lãng phí đầu tư.

Do số lượng thuê bao ngày càng phát triển nên việc cập nhật số liệu chính xác lên các phần mềm quản lý khai thác là rất quan trọng. Tạo điều kiện cho việc thống kê, báo cáo, xử lý sự cố được dễ dàng thuận lợi.

Các tuyến cáp phải có hồ sơ, sơ đồ tuyến cụ thể và được cập nhật lên chương trình quản lý.

Việc đo kiểm, kiểm tra định kỳ các tuyến cáp phải được tiến hành thường xuyên, tổ chức tốt công tác bảo dưỡng mạng ngoại vi theo đúng các quy định hướng dẫn của ngành. Phát hiện và báo cáo kịp thời số liệu các tuyến cáp suy hao để lên phương án sửa chữa khắc phục kịp thời.

Việc thực hiện tốt các quy trình nêu trên trong giai đoạn tới sẽ nâng cao chất lượng mạng lưới Viễn thông Ninh Bình vì thế chất lượng của dịch vụ cũng sẽ được nâng cao. Khả năng cung cấp các dịch vụ FiberVNN sẽ được đáp ứng một cách tốt nhất, khách hàng mới sẽ tìm đến nhiều hơn thị phần dịch vụ fiberVNN trên thị trường sẽ được mở rộng.

d. Nâng cao công tác chăm sóc khách hàng

Chăm sóc khách hàng thông qua điện thoại

Cải thiện chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng qua điện thoại là giải pháp đầu tiên cho VNPT Ninh Bình. Các nghiên cứu cho thấy, có khoảng 40% khách hàng mong muốn được hỗ trợ qua điện thoại. VNPT Ninh Bình có thể thuê một nhóm dịch vụ khách hàng và đào tạo họ thành bộ phận chuyên nghiệp.

Dịch vụ chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp cần có giá cả phù hợp. Nhân viên hỗ trợ cần được đào tạo bài bản để trả lời được mọi thắc mắc của khách hàng.

Ngoài ra, VNPT Ninh Bình có thể sử dụng phần mềm quản lý khách hàng để thuận tiện cho việc theo dõi và xử lý.

Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng qua email

Chăm sóc khách hàng qua email có thể sử dụng độc lập hoặc kết hợp với các giải pháp khác. Nhằm giảm thiểu thời gian, tiết kiệm chi phí cho VNPT Ninh Bình.

Ở giải pháp này, VNPT Ninh Bình không cần tạo lập đội ngũ chăm sóc khách hàng chăm sóc chuyên dụng. Thay vào đó có thể sử dụng hệ thống mẫu phản hồi cho những vấn đề thường gặp.

Cải thiện chăm sóc khách hàng qua mạng xã hội

Xu hướng hỗ trợ khách hàng qua các phương tiện truyền thông ngày càng gia tăng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có khoảng 46% khách hàng mong muốn sử dụng dịch vụ khách hàng trên Facebook. Có đến 88% người tiêu dùng để lại khiếu nại trên trang xã hội nhưng chưa được trả lời.

Việc áp dụng giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng qua mạng xã hội giúp VNPT Ninh Bình khẳng định được thương hiệu. Chiếm được lòng tin của người tiêu dùng và thu hút được sự chú ý của những khách hàng khác.

Để làm tốt công việc này, VNPT Ninh Bình cần bố trí một đội ngũ nhân viên quản lý tài khoản. Thường xuyên theo dõi những yêu cầu của khách hàng để kịp thời giải quyết các vướng mắc đó. Ngoài ra, công cụ hỗ trợ cũng là giải pháp tối ưu để VNPT Ninh Bình quản lý tốt phản hồi của khách hàng.

3.2.2 Các giải pháp cải tiến quy trình nhằm rút ngắn thời gian cung cấp dịch vụ và hỗ trợ xử lý sự cố

3.2.2.1 Các giải pháp cải tiến quy trình nhằm rút ngắn thời gian cung cấp dịch vụ

a. Mục đích của giải pháp:

Rút ngắn thời gian thiết lập dịch vụ, đưa tiêu chí thời gian thiết lập dịch vụ của dịch vụ FiberVnn đạt tiêu chuẩn (so sánh với đối thủ cạnh tranh);

Tối ưu hóa các khâu trong quá trình cung cấp dịch vụ, lọc bớt các khâu trung gian nhằm đạt năng suất lao động cao; Tích cực trong việc ứng dụng công nghệ thông

tin vào quản lý, điều hành, tiết kiệm nhân lực; Nâng cao hiệu quả điều hành, giảm thiểu tối đa việc thiết lập dịch vụ sai, nhầm và giảm những trường hợp báo hỏng lặp lại.

b.Cơ sở xây dựng giải pháp:

- Đối với bất kỳ doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thì việc xây dựng quy trình cung cấp dịch vụ rất quan trọng vì nó là bản mô tả trình tự công việc cần làm, nhiệm vụ của từng bộ phận thực hiện. Một quy trình hợp lý sẽ đảm bảo doanh nghiệp đó cung cấp dịch vụ nhanh chóng, chính xác => đảm bảo chất lượng dịch vụ.

c.Nội dung của giải pháp

Cải tiến quy trình thiết lập dịch vụ :

+ Triển khai mô hình điều hành mới: để rút ngắn quy trình so với hiện tại Viễn thông Ninh Bình đưa các điểm điều hành đến tận các tổ kỹ thuật, thực hiện việc giao việc trên phần mềm điều hành sản xuất kinh doanh đến tận tổ kỹ thuật, thực hiện việc giao phiếu công việc đến từng cá nhân. Mỗi nhân viên KTĐB được Cấp user và pass phần mềm VNPTCabs để chủ động trong quá trình lắp đặt, thi công và hoàn tất công việc sẽ được cập nhật lên hệ thống. Thực hiện quy trình như vậy mang lại những hiệu quả rõ rệt như :

+ Quy trình điều hành trực tiếp không qua khâu trung gian, phiếu sửa chữa, lắp đặt dịch vụ đến trực tiếp nhân viên kỹ thuật.

+ Phù hợp với xu hướng cũng như định hướng của tập đoàn: ứng dụng công nghệ thông tin vào điều hành sản xuất kinh doanh giảm tối đa khâu trung gian, tiết kiệm nhân lực, tăng độ chính xác.

+ Thuận lợi cho nhân sự quản lý có thể giám sát quá trình thi công của nhân viên kỹ thuật, kịp thời đôn đốc đảm bảo về mặt thời gian thiết lập dịch vụ cho khách hàng, nâng cao năng suất cũng như uy tín của đơn vị.

Theo quy trình mới đầu tiên yêu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng được nhân viên giao dịch tiếp nhận cập nhật vào mạng máy tính tại bộ phận bán hàng, kinh doanh của Trung tâm để hình thành phiếu lắp đặt trên mạng =>Phiếu lắp đặt sẽ được chuyển qua mạng máy tính đến thẳng tổ kỹ thuật tại các TTVT. Tại đây nhân viên

điều hành của tổ sẽ kiểm tra thông tin lắp đặt, in phiếu lắp đặt trình tổ trưởng ký rồi giao thẳng cho nhân viên đi lắp đặt dịch vụ và bàn giao cho khách hàng. Sau khi lắp đặt xong thì phiếu bàn giao được chuyển lại về bộ phận điều hành của tổ để cập nhật các thông tin bàn giao cho khách hàng vào mạng máy tính, đồng thời tập hợp hồ sơ chuyển về TTVT để chuyển về bộ phận theo dõi. Như vậy quy trình mới so với quy trình hiện tại có những cải tiến mới như sau:

- Bỏ qua điểm điều hành phát triển thuê bao, thiết lập dịch vụ tại Trung tâm Viễn thông. Đưa thông tin khách hàng yêu cầu lắp đặt đến thẳng tổ kỹ thuật, nhân viên lắp đặt phụ trách khu vực. Bộ phận điều hành trung tâm theo dõi tiến trình và thời gian thiết lập dịch vụ. Tại tổ kỹ thuật có các nhiệm vụ sau :

- * Tiếp nhận thông tin các phiếu lắp đặt mới qua mạng máy tính, kiểm tra thông tin lắp đặt, in phiếu ra trình tổ trưởng ký rồi giao phiếu cho nhân viên đi lắp đặt bàn giao cho khách hàng.

- * Theo dõi tiến độ lắp đặt, điều hành đôn đốc nhân viên lắp đặt đúng thời gian quy định.

- * Tiếp nhận biên bản bàn giao dịch vụ do nhân viên lắp đặt giao lại, kiểm tra đảm bảo các yêu cầu về dịch vụ của khách hàng được thiết lập chính xác, cập nhật thông tin bàn giao vào máy tính, đồng thời tập hợp hồ sơ để chuyển về bộ phận quản lý hợp đồng tại trung tâm.

- Phiếu lắp đặt được truyền thẳng đến tận cán bộ phụ trách khu vực thay vì chỉ đến bộ phận điều hành của TTVT, như vậy bỏ được công đoạn nhân công trước đây là hàng ngày các tổ phải cử nhân viên về bộ phận điều hành trung tâm để lấy phiếu lắp đặt. Như vậy phiếu lắp đặt được giao đến tay nhân viên lắp đặt nhanh hơn, chính xác hơn và tiết kiệm được nhân lực.

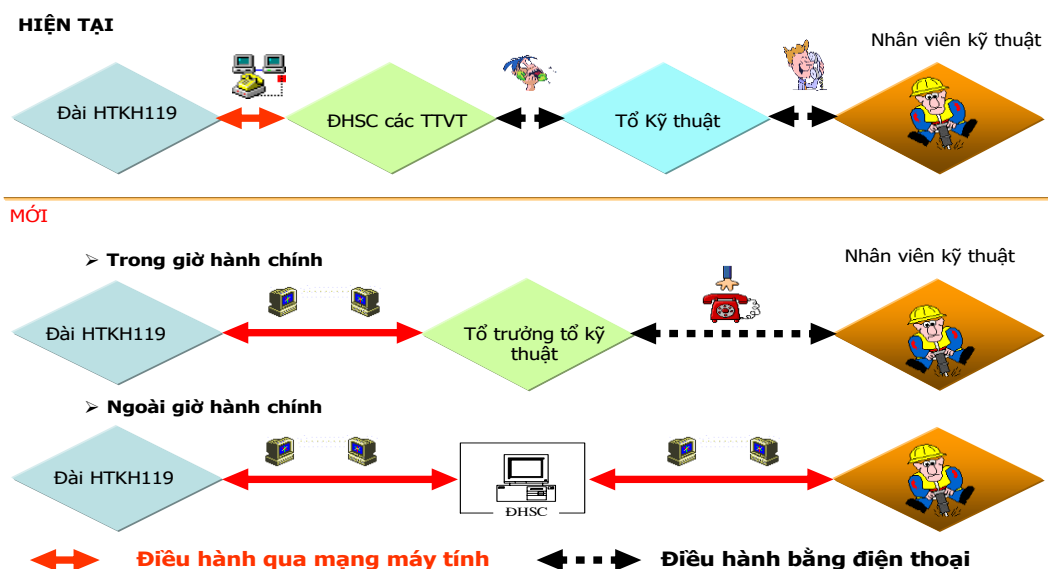
- + Sửa đổi chương trình phần mềm điều hành thiết lập dịch vụ: chương trình hiện tại chỉ thực hiện phân chia và truyền phiếu lắp đặt tự động đến bộ phận điều hành của các TTVT, nay để đảm bảo phân chia phiếu đến tận các tổ viên thì cần sửa đổi các điểm sau: Lập cơ sở dữ liệu về phân vùng khu vực quản lý của từng tổ kỹ thuật (thường gắn với khu vực của 2 - 3 xã hành chính) làm cơ sở để chương trình

nhận biết địa chỉ lắp đặt dịch vụ của khách hàng thuộc tổ nào để phân chia tự động về tổ đó; Cấp user và đào tạo cho nhân viên điều hành của các tổ kỹ thuật sử dụng chương trình.

3.2.2.2 Cải tiến quy trình điều hành sửa chữa, hỗ trợ dịch vụ :

+ Áp dụng mô hình điều hành mới: Để rút ngắn quy trình so với hiện tại Viễn thông Ninh Bình xóa bỏ điểm điều hành sửa chữa tại các TTVT, đưa thông tin yêu cầu sửa chữa đến tận các tổ kỹ thuật, nhân viên phụ trách khu vực thông qua việc cập nhật thông tin phiếu sửa chữa lên phần mềm VNPT-cab đến tận nhân viên kỹ thuật quản lý địa bàn. Như vậy sẽ giải quyết được các vấn đề sau: Quy trình điều hành ngắn hơn, phiếu sửa chữa dịch vụ đến tay nhân viên sửa chữa sẽ nhanh hơn; Ứng dụng phần mềm ĐHSXKD vào điều hành nhiều hơn để tăng tốc độ, tiết kiệm nhân lực, tăng độ chính xác; Nhân viên điều hành là tổ trưởng nên theo dõi tiến độ sửa chữa trực tiếp, đôn đốc kịp thời để đảm bảo thời gian khôi phục dịch vụ cho khách hàng theo đúng quy định của VNPT Ninh Bình.

Như vậy trình tự hỗ trợ sửa chữa dịch vụ cho khách hàng được mô tả theo quy trình mới như sau:



Hình 3.3 Cải tiến quy trình hỗ trợ sửa chữa dịch vụ

(Nguồn: Phòng KTĐT – Viễn thông Ninh Bình)

Thông tin khách hàng báo hỏng dịch vụ qua số máy 0229.119 cho bộ phận tiếp nhận của Đài hỗ trợ khách hàng. Nhân viên tiếp nhận xong sẽ cập nhật vào Phần mềm DHSXKD tình trạng khách hàng phản ánh tạo phiếu yêu cầu sửa chữa trên phần mềm DHSXKD. Phiếu này sẽ được cập nhật lên phần mềm DHSXKD đến bộ phận điều hành của các tổ kỹ thuật và được chuyển đến nhân viên sửa chữa theo hai trường hợp sau: Nhân viên điều hành của tổ sẽ nhận phiếu từ phần mềm DHSXKD, đơn đốc nhân viên sửa chữa qua điện thoại; Nhân viên kỹ thuật tự truy nhập vào phần mềm VNPT-cab trên điện thoại thông minh để nhận phiếu đi sửa chữa.

Kết quả sửa chữa sẽ được cập nhật trở lại phần mềm DHSXKD để nghiệm thu. Như vậy so với quy trình hiện tại thì quy trình cải tiến sẽ ngắn hơn nhiều và giúp tiết kiệm được nhân lực.

Hiện nay tại VNPT Ninh Bình vẫn còn tình trạng báo hỏng lặp lại gây ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ, uy tín của đơn vị. Do đó cần có biện pháp tăng cường chất lượng sửa chữa, giảm tỷ lệ hỏng lặp lại :

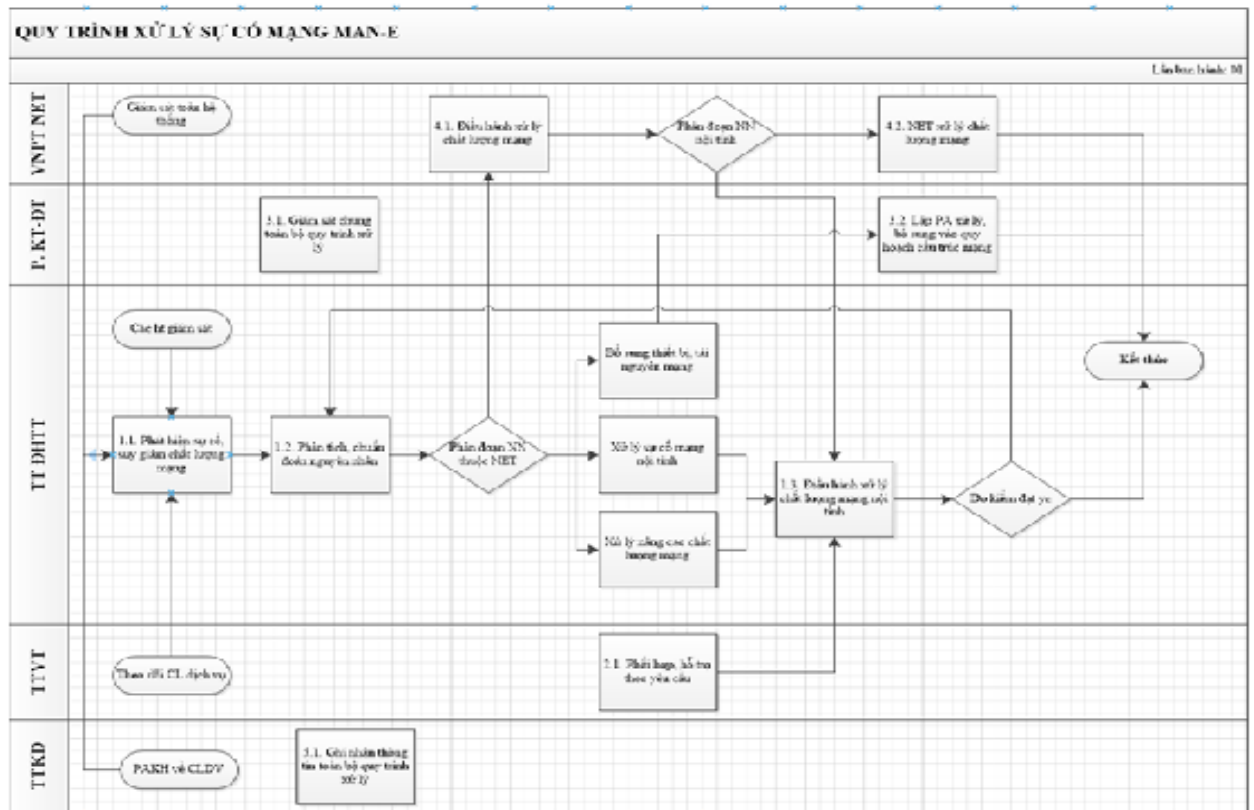
- Thường xuyên mở các lớp đào tạo nâng cao tay nghề cho nhân viên sửa chữa. Khuyến khích tinh thần tự học hỏi nâng cao kiến thức bản thân, phục vụ tốt công việc được giao.
- Làm tốt công tác hậu kiểm : kiểm tra lại các thông số kỹ thuật trước khi tiến hành nghiệm thu phiếu báo hỏng.
- Có cơ chế thưởng/phạt rõ ràng để gắn chất lượng sửa chữa với thu nhập của nhân viên địa bàn tại khu vực được phân công phụ trách.

3.2.3. Đổi mới mô hình tổ chức sản xuất nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Đổi mới mô hình tổ chức sản xuất:

- Thực hiện tốt quy chế điều phối hoạt động sản xuất kinh doanh của Tập đoàn ban hành kèm theo quyết định số 221/QĐ-VNPT-HĐTV-KHĐT-IT&VAS-CNM-NL-PTTT ngày 15/11/2018, quy định giám sát chính sách kinh doanh dịch vụ Viễn thông - CNTT, thực hiện nhiệm vụ và quyền hạn của trưởng đại diện VNPT tại Ninh Bình.

- Thực hiện việc luân chuyển cán bộ quản lý các cấp để tạo nguồn và làm cơ sở tạo dựng đội ngũ cán bộ tốt.
- Triển khai chiến lược phát triển VNPT 4.0 theo định hướng của Tập đoàn.
- Áp dụng quản trị rủi ro, RACI trong hoạt động quản lý điều hành SXKD tại đơn vị.
- Tăng cường công tác quản lý tài chính, công tác thanh tra, kiểm tra các hoạt động trên các lĩnh vực. Kiểm soát chặt chẽ và thực hiện tiết kiệm tối đa các khoản chi phí chưa hợp lý, sử dụng hiệu quả vốn, tài sản và vật tư của đơn vị, quản lý chặt chẽ công nợ, hàng hóa vật tư tồn kho tại đơn vị.
- Đẩy mạnh triển khai ứng dụng CNTT trong công tác quản lý, điều hành SXKD. Tổ chức khai thác có hiệu quả phần mềm điều hành sản xuất kinh doanh và hệ thống báo cáo online trên cơ sở dữ liệu tập trung.
- Tập trung đầu tư mở rộng năng lực mạng lưới, CSHT trạm BTS, tối ưu và xóa điểm đen đảm bảo chất lượng dịch vụ mạng di động trong chương trình MNP.
- Nâng cao chất lượng mạng MAN-E, ngầm hóa các tuyến truyền dẫn quan trọng; trang bị Accuu, tủ nguồn, máy phát điện cho các trạm BTS đảm bảo chất lượng truyền dẫn trên địa bàn.
- Sửa chữa và nâng cao chất lượng CSHT, tối ưu, dồn ghép và rút các thiết bị đảm bảo tiết kiệm chi phí.
- Thực hiện triệt để công tác khoán địa bàn tới từng cá nhân, thực hiện đồng bộ KPI/BSC trên địa bàn các cấp
- Ban hành các bộ quy trình chi tiết, làm cẩm nang cho các đơn vị thực hiện phối hợp xử lý sự cố, tối ưu mạng , qua đó nâng cao tính chuyên nghiệp, hiệu quả.



(Nguồn: Phòng KTĐT – Viễn thông Ninh Bình)

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực :

Thực hiện 4 đột phá của Tập đoàn:

- + Nguồn nhân lực
- + Cơ chế chính sách
- + Hạ tầng
- + Công nghệ

VNPT địa bàn Ninh Bình đã ban hành cơ chế khuyến khích và tạo động lực ấn tượng, thúc đẩy CBCNV hăng say làm việc và chú trọng học tập nâng cao trình độ. Năm 2020, VNPT Ninh Bình đã đạt được bước đột phá ấn tượng về nâng cao năng lực, đạt được 5 chứng chỉ CCNP, 11 chứng chỉ CCNA, 04 chứng chỉ OCA, 03 chứng chỉ CEH, 22 CBCNV đang học lớp đào tạo sau đại học, 01 NSQL học cao cấp chính trị, 02 NSQL học trung cấp lý luận chính trị. Năm 2020, có trên 1.115 lượt đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, có trên 6.296 lượt thi trên App đào tạo và truyền thông nội

bộ. Đáp ứng các nhu cầu về nhân lực chất lượng cao đảm bảo chất lượng dịch vụ và phục vụ số 1 trên địa bàn.

Tại các trung tâm thực hiện tốt công tác tự đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn, đáp ứng các công việc được giao. Hoàn thành kế hoạch VNPT Ninh Bình đề ra.

Sắp xếp cơ cấu lại các trung tâm theo hướng đúng người, đúng việc nhằm phát huy tối đa năng lực của mỗi cá nhân.

Tham gia đầy đủ các khóa học do tập đoàn đào tạo, cập nhật các công nghệ, thiết bị mới. Sẵn sàng đưa vào khai thác.

3.2.4 Các giải pháp về chính sách hỗ trợ

- Truyền thông tới từng cán bộ CNV Viễn thông Ninh Bình việc nâng cao chất lượng dịch vụ Viễn thông và CNTT nói chung và FiberVnn nói riêng gắn liền với tiền lương thu nhập của đơn vị và cá nhân. Tuyên truyền phổ biến rộng rãi hơn nữa các quy chế của đơn vị tới đông đảo CB CNV như quy chế tiền lương, quy chế phân chia nội bộ, quy chế tài chính... Đồng thời có cơ chế thưởng phạt rõ ràng trong việc đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Xây dựng kế hoạch cụ thể về việc đào tạo đội ngũ về quản trị kinh doanh và công nghệ cao để tăng cường sức cạnh tranh cho đơn vị trong thời kỳ cạnh tranh khốc liệt. Từng bước tuyển chọn, đào tạo theo hướng tăng cường nhân lực trong lĩnh vực giao dịch, chăm sóc khách hàng. Xây dựng chuẩn mực phục vụ khách hàng, chương trình đào tạo phong cách phục vụ cho những người thường xuyên tiếp xúc với khách hàng; nghiên cứu, thiết kế các trung tâm giao dịch, đại lý vừa đảm bảo thống nhất thương hiệu, thuận tiện, văn minh phục vụ khách hàng thuận lợi.

- Tăng cường phổ biến, đào tạo nâng cao nhận thức về nâng cao chất lượng dịch vụ cho đội ngũ nhân viên trực tiếp cung cấp dịch vụ, xóa đi nếp làm việc theo cơ chế độc quyền quan liêu trước đây để lại.

- Xác định nhóm khách hàng mục tiêu sử dụng dịch vụ FiberVnn. Phân loại khách hàng để thiết kế các gói cước phù hợp, thiết kế các loại hình truy cập mạng phù hợp để có biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho phù hợp.

- Thiết kế các gói cước có tính linh hoạt cao như (home, home combo,...)

- Đầu tư, nâng cấp chất lượng mạng lưới để đảm bảo khả năng truy cập mạng tốt. Tiếp triển khai mạng truy cập FTTx để phủ cáp quang tới những khu vực chưa có.

- Đẩy mạnh áp dụng SLA (Service Level Agreement) để đảm bảo chất lượng cam kết với khách hàng (tạo được lượng khách hàng trung thành bền vững).

- Phát triển các gói tích hợp nhiều dịch vụ để tạo sự gắn kết của khách hàng với các loại hình băng rộng của VNPT cũng như tạo sự linh hoạt, tiện dụng cho khách hàng.

- Nhanh chóng xây dựng hệ thống phần mềm, dữ liệu từ khâu tiếp nhận nhu cầu, đáp ứng nhu cầu, hỗ trợ khách hàng, thông tin về quá trình sử dụng của khách hàng... để quản lý thống nhất từ quá trình cung cấp dịch vụ, chăm sóc khách hàng, quản lý khách hàng trong toàn Viễn thông Ninh Bình, cung cấp thông tin trong việc đưa ra các quyết định quản lý, hoạch định chính sách.

3.3. Một số kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị với Tập đoàn VNPT

- Đưa ra cơ chế để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, đây là điều mà tất cả các doanh nghiệp cung cấp, kinh doanh dịch vụ quan tâm hàng đầu hiện nay triển khai đến từng VNPT tỉnh thành.

- Chú trọng phát triển chiến lược cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ, cải thiện và nâng cao uy tín của doanh nghiệp đối với xã hội và khách hàng.

- Xây dựng các quy định, quy trình về quản lý chất lượng dịch vụ một cách bài bản để áp dụng tại các đơn vị thành viên, thực hiện định kỳ tự kiểm tra đánh giá chất lượng dịch vụ của từng đơn vị.

- Xây dựng và áp dụng bộ tiêu chuẩn chất lượng phục vụ khách hàng thống nhất trong tất cả các đơn vị thuộc VNPT.

- Tiếp tục dành nguồn vốn thích đáng cho công tác tu bổ bảo dưỡng nâng cao chất lượng mạng viễn thông, đi đôi với hướng dẫn phương pháp phân tích mạng lưới để lập kế hoạch phù hợp theo hướng tập trung xử lý các khu vực, các phần tử có chất

lượng kém, có ảnh hưởng nhiều đến chất lượng dịch vụ. Nghiên cứu áp dụng các công nghệ mạng tiên tiến để đảm bảo và duy trì chất lượng.

- Định hướng các đơn vị cải tiến hợp lý hóa các quy trình sản xuất để đảm bảo các chỉ tiêu thời gian và độ tin cậy trong cung cấp dịch vụ. Tăng cường áp dụng công nghệ tin học để tăng năng xuất lao động và tiết kiệm nhân lực.

3.3.2. Kiến nghị với Bộ thông tin và truyền thông

- Tăng cường công tác theo dõi quản lý chất lượng dịch vụ FiberVnn nói riêng và các dịch vụ viễn thông nói chung của các doanh nghiệp theo các nội dung :

- + Thực hiện định kỳ đo kiểm các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ của từng doanh nghiệp, công bố công khai kết quả của từng doanh nghiệp, có chế tài phạt với các doanh nghiệp không đảm bảo chỉ tiêu như đã cam kết.

- + Kiểm soát giá cước đi kèm với chất lượng dịch vụ tránh trường hợp giá cước giảm mà chất lượng đi xuống ảnh hưởng xấu tới hoạt động cung cấp dịch vụ viễn thông nói chung.

- + Yêu cầu các doanh nghiệp Viễn thông hoạt động trên địa bàn tỉnh Ninh Bình khi thực hiện triển khai cung cấp dịch vụ phải tuân theo yêu cầu chất lượng của ngành và yêu cầu về mỹ quan đô thị, phù hợp với các quy định về bảo vệ môi trường.

- + Có biện pháp bảo vệ mạng lưới Viễn thông trong quá trình phát triển đô thị, làm đường, tránh làm ảnh hưởng đến mạng lưới gây mất tín hiệu thông tin liên lạc

- + Có chế tài xử phạt mạnh và triển khai rộng tới các địa bàn huyện, xã trong tỉnh đối với các hành vi cố tình xâm phạm an ninh mạng lưới viễn thông.

- Tăng cường kiểm soát mọi hoạt động diễn biến trên thị trường cung cấp các dịch vụ Viễn thông để có cơ chế quản lý, điều tiết cho phù hợp. Tạo điều kiện, môi trường thông thoáng cho các doanh nghiệp Viễn thông trong quá trình phát triển các dịch vụ mới, tăng cường năng lực mạng...

3.3.3. Kiến nghị với chính quyền địa phương

- Cần có sự giám sát, đảm bảo thực hiện các chỉ tiêu chất lượng đã công bố của nhà cung cấp để đảm bảo cho quyền và lợi ích của khách hàng sử dụng.

- Hoàn thiện chính sách pháp luật về các ngành cung cấp dịch vụ viễn thông

- nói chung và Internet nói riêng để các doanh nghiệp có những cơ sở pháp lý rõ ràng hơn trong hoạt động của mình
- Phổ cập Internet nhiều hơn đến các trường học ở các vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa với các chính sách ưu đãi hỗ trợ
- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân về lợi ích sử dụng Internet nhất là đối với việc tiếp cận các công nghệ mới hiện đại.
- Khuyến khích sử dụng chung cơ sở hạ tầng để tiết kiệm chi phí, đảm bảo lợi ích cho khách hàng và cộng đồng.
- Tạo điều kiện về thủ tục, quy trình cấp phép nhanh chóng, kịp thời triển khai các chiến lược, định hướng của VNPT Ninh Bình, của ngành đảm bảo sự phát triển phù hợp với quy hoạch phát triển của tỉnh nhà.
- Cần có chiến lược chặt chẽ giữa các công ty, các ban ngành, các tổ chức tư vấn...nhằm hỗ trợ lẫn nhau, đảm bảo mục tiêu chung và phát triển bền vững.

KẾT LUẬN

Nhiều chuyên gia kinh tế đã nhận định, việc đầu tư phát triển hệ thống FiberVnn chính là động lực để các quốc gia tạo phép màu trong phát triển kinh tế - xã hội, phát triển các lĩnh vực thương mại, giáo dục, y tế...chính vì thế, song song việc phát triển hạ tầng mạng lưới, VNPT đã không ngừng phát triển các ứng dụng, dịch vụ giá trị gia tăng trên mạng băng rộng.

Trong điều kiện cạnh tranh như hiện nay thì chất lượng cung cấp dịch vụ là mục tiêu mà bất kỳ doanh nghiệp viễn thông nào cũng hướng tới, phải có giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ cho nhiệm vụ thực hiện thắng lợi các mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh đã đặt ra

Đề tài được nghiên cứu với mong muốn của người thực hiện là vận dụng những lý luận khoa học để đưa ra phương hướng và giải pháp mang tính chất thực tiễn, hiệu quả, có thể vận dụng vào hoạt động kinh doanh của đơn vị, nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ mà Viễn thông Ninh Bình cung cấp, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, tăng doanh thu, lợi nhuận, giảm tỷ lệ rời mạng và củng cố vị thế của VNPT Ninh Bình

Luận văn đã làm rõ một số cơ sở lý thuyết như tổng quan về dịch vụ FiberVNN, các mô hình chất lượng dịch vụ... Thực trạng chất lượng dịch vụ FiberVNN tại VNPT Ninh Bình. Từ đó chỉ ra những tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại ấy, từ đó có những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN.

Do thời gian và kiến thức có hạn, nên đề tài này không tránh khỏi những thiếu sót bất cập. Vì vậy, luận văn rất mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp chân thành của các thầy, cô giáo, bạn bè và đồng nghiệp để đề tài này được hoàn thiện hơn.

DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Duy Huyền (Năm 2012) “*Nâng cao chất lượng dịch vụ Internet băng rộng tại VNPT Bắc Giang*”
- [2]. Nguyễn Thị Hồng Kiều (2012) “*Nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ, nhận thức về giá cả đến sự thỏa mãn khách hàng hộ gia đình sử dụng dịch vụ internet trên mạng truyền hình cáp tại TP. HCM*” Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- [3]. PGS.TS Lưu Văn Nghiêm – Marketing dịch vụ - Giáo trình Đại Học kinh tế kỹ thuật công nghiệp – 2015
- [4]. Nguyễn Thị Hoàng Yến – Marketing dịch vụ - giáo trình Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn Thông – 2009
- [5]. GS.TS Bùi Xuân Phong - Quản trị kinh doanh viễn thông trong hội nhập kinh tế quốc tế. NXB Bưu điện – 2006
- [6]. Nguyễn Hoàng Tuệ Quang (2014), “Về việc vận dụng các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ”, Thông tin Khoa học xã hội, (10), tr. 25-34.
- [7]. Phí Đông Quân (2014), *Nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ADSL của VNPT tại thành phố Hồ Chí Minh*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- [8]. Nguyễn Trung Thành (Năm 2017) “*Nâng cao chất lượng dịch vụ cáp quang FiberVNN tại – VNPT Thừa Thiên Huế tại tỉnh Thừa Thiên Huế*”
- [9]. TS. Nguyễn Thượng Thái: Marketing dịch vụ
- [10]. Báo cáo chất lượng dịch vụ viễn thông của Viễn thông Ninh Bình năm 2017, năm 2018 và năm 2019.
- [11]. Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh của Viễn thông Ninh Bình năm 2017, năm 2018 và năm 2019.
- [12]. Luật Bưu chính Viễn thông
- [13]. QCVN 34:2011 về Quy chuẩn kỹ thuật Quốc gia về chất lượng dịch vụ truy nhập Internet ADSL, Ban hành kèm theo Thông tư số 11/2011/BTTTT ngày 26/5/2011 của Bộ trưởng Bộ thông tin Truyền thông.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: PHIẾU ĐIỀU TRA KHÁCH HÀNG

Ngày điều tra:

Mã phiếu:

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Kính thưa quý Ông/Bà!

Hiện nay, tôi đang làm luận văn tốt nghiệp với đề tài: ***“Nâng cao chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình”***. Xin quý Ông/Bà dành chút ít thời gian để trả lời các câu hỏi trong phiếu điều tra. Những câu trả lời của quý Ông/Bà rất quan trọng và quý báu giúp để tôi hoàn thành tốt đề tài này. Tôi xin cam đoan thông tin mà quý vị cung cấp chỉ dùng cho mục đích nghiên cứu của đề tài.

Xin chân thành cảm ơn!

Quý Ông/Bà vui lòng đánh dấu X vào các ô trống mà các bạn lựa chọn.

PHẦN I: THÔNG TIN CÁ NHÂN

Trân trọng xin quý Ông/Bà cho biết thêm một số thông tin cá nhân
(*Những thông tin quý Ông/Bà cung cấp chỉ dùng cho mục đích nghiên cứu và được giữ bí mật hoàn toàn*).

1. Giới tính

☐ Nam

☐ Nữ

2. Tuổi

☐ Từ 18 – 30 tuổi

☐ Từ 30 - 45 tuổi

☐ Từ 45 – 55 tuổi

☐ Trên 55 tuổi

3. Nghề nghiệp

☐ Học sinh, sinh viên

☐ Nghỉ hưu

☐ Cán bộ công nhân viên

☐ Khác (xin vui lòng nêu rõ.....)

☐ Kinh doanh

PHẦN II. ĐÁNH GIÁ VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ FIBERVNN TẠI VIỄN THÔNG NINH BÌNH

Xin quý Ông/Bà cho biết mức đánh giá về chất lượng dịch vụ FiberVNN tại Viễn thông Ninh Bình theo các tiêu chí dưới đây:

(Đánh giá theo các mức độ tăng dần như sau: 1 – Không đạt yêu cầu;

2 – Bình thường; 3 – Đạt yêu cầu; 4 – Tốt)

| Tiêu chí | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|----------|----------|----------|----------|
| I Chất lượng dịch vụ: | | | | |
| Dịch vụ FIBERVNN của VNPT luôn cung cấp đúng những gì đã giới thiệu, cam kết | | | | |
| Dịch vụ FIBERVNN của VNPT được hỗ trợ về kỹ thuật, thông tin... đúng lúc | | | | |
| Các khiếu nại được giải quyết thỏa đáng | | | | |
| Không gặp sự cố khi sử dụng dịch vụ | | | | |
| Mạng cáp quang FiberVnn được cung cấp ổn định, không chập chờn | | | | |
| Nội dung dịch vụ cung cấp đáp ứng được nhu cầu của khách hàng | | | | |
| Thời gian lắp đặt dịch vụ, giải quyết yêu cầu hỗ trợ nhanh chóng | | | | |
| Khi gặp sự cố về kỹ thuật, khách hàng được nhân viên sẵn sàng hỗ trợ khắc phục | | | | |
| Ông/Bà thỏa mãn với chất lượng dịch vụ FiberVNN hiện tại | | | | |
| Nhìn chung của ông/bà đánh giá cao về chất lượng dịch vụ FiberVNN | | | | |
| II. Thời gian lắp đặt dịch vụ | | | | |
| Thời gian lắp đặt dịch vụ, giải quyết yêu cầu hỗ trợ nhanh chóng | | | | |
| Nhân viên lắp đặt xử lý, tiếp nhận báo hỏng luôn phục vụ bạn nhanh chóng, đúng hẹn | | | | |
| III. Thái độ phục vụ, tính chuyên nghiệp | | | | |
| Nhân viên VNPT luôn sẵn sàng giải đáp các thắc mắc liên quan đến dịch vụ FIBERVNN của khách hàng; cung cấp chính xác thông tin khách hàng cần | | | | |
| Tư vấn thông tin ban đầu, hướng dẫn ký hợp đồng dễ hiểu, kỹ lưỡng; Tác phong của Nhân viên chuyên nghiệp, kiến thức có chuyên sâu | | | | |
| Có thể tìm kiếm thông tin về dịch vụ FIBERVNN trên các website | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| Các hướng dẫn của nhân viên VNPT làm bạn thấy yên tâm, hài lòng, tạo sự tin tưởng khi sử dụng dịch vụ FIBERVNN | | | | |
| Nhân viên luôn quan tâm đến nhu cầu sử dụng dịch vụ, mức độ sử dụng | | | | |
| Phương thức thanh toán tiền dịch vụ là thuận lợi; giá cước hợp lý | | | | |
| Địa điểm giao dịch, phương thức giao dịch của VNPT thuận lợi với bạn | | | | |
| Các ứng dụng khi sử dụng dễ hiểu và đầy đủ | | | | |
| Trang phục nhân viên gọn gàng, thanh lịch | | | | |
| IV. Chăm sóc khách hàng | | | | |
| 20. Khách hàng được tặng quà trong các dịp lễ, sinh nhật | | | | |
| 21. Khách hàng được hỗ trợ ban đầu khi lắp đặt dịch vụ FIBERVNN: giảm cước, tặng quà, được sử dụng miễn phí Modem. | | | | |