

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



NGUYỄN QUÝ DŨNG

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG
VINAPHONE TẠI BẮC GIANG**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8.34.01.01

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

Hà Nội - 2021

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: TS NGUYỄN VĂN HẬU

Phản biện 1: Ts. Trần Thị Hoà

Phản biện 2: PGS.TS. Vũ Minh Trai

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

Vào lúc: Ngày 15 tháng 01 năm 2022

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ở Việt Nam hiện nay, thị trường cung cấp dịch vụ viễn thông di động diễn ra sôi nổi dẫn tới sự cạnh tranh để giành thị phần trên thị trường của các doanh nghiệp tham gia kinh doanh lĩnh vực này, vì thế khách hàng được trải nghiệm các dịch vụ di động ngày càng chất lượng, giá cả phù hợp và các gói cước đa dạng, đáp ứng những mong muốn của khách hàng về dịch vụ. Hiện nay trên thị trường, các nhà cung cấp như Viettel, Mobifone... để chiếm thị phần trên thị trường đã sử dụng các hình thức khuyến mại, quảng cáo đa dạng trên sách, báo, truyền hình...

Trước tình trạng trên, Bộ Thông tin và Truyền thông đã có văn bản yêu cầu các Sở, doanh nghiệp kinh doanh viễn thông triển khai và thực hiện công tác nâng cao chất lượng dịch vụ di động.

Như vậy, để giữ chân khách hàng hiện có, phát triển thêm lượng khách hàng mới thì nhà cung cấp dịch vụ cần có giải pháp để nâng cao và cải thiện chất lượng dịch vụ mà mình cung cấp, vậy làm thế nào để Vinaphone Bắc Giang phát triển bền vững, những nhân tố nào ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ di động? Đánh giá chất lượng dịch vụ di động qua những tiêu chí đánh giá nào? Từ những lý do trên, tác giả lựa chọn đề tài **“Nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang”** làm luận văn thạc sỹ của mình.

2. Tình hình nghiên cứu có liên quan tới đề tài

+) Luận văn Thạc sỹ, Phạm Thị Lan Anh, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông 2013, Giải pháp đẩy mạnh chăm sóc khách hàng tại Công ty VinaPhone. Tác Giả đưa ra thực trạng chăm sóc khách hàng tại công ty VinaPhone, biểu đồ phát triển, sử dụng dịch vụ, mức độ hài lòng về hệ thống chăm sóc khách hàng từ đó đưa ra các giải pháp đẩy mạnh chăm sóc khách hàng.

pháp nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ viễn thông của VNPT Quảng Trị

+) TS. Nguyễn Xuân Vinh (2016). Chiến lược thành công trong thị trường Viễn thông cạnh tranh, Nhà xuất bản Bưu điện, Hà Nội.

Các cuốn sách này trình bày cơ sở lý luận chung về phát triển dịch vụ di động.

3. Mục tiêu nghiên cứu

3.1. Mục tiêu chung

Đề xuất một số giải pháp tăng cường nâng cao chất lượng dịch vụ di động tại Vinaphone Bắc Giang.

3.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hoá các vấn đề lý luận về nâng cao chất lượng dịch vụ di động;
- Phân tích, đánh giá thực trạng nâng cao chất lượng dịch vụ di động vinaphone tại Vinaphone Bắc Giang qua các tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ di động;
- Phân tích, đánh giá cơ sở hạ tầng cung cấp dịch vụ bao gồm Nhà trạm phát sóng, mật độ phủ sóng, lưu lượng băng thông.
- Đề xuất một số giải pháp tăng cường nâng cao chất lượng dịch vụ di động vinaphone tại Bắc Giang.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu của luận văn là nâng cao chất lượng dịch vụ di động tại Bắc Giang qua các tiêu chí đánh giá, nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ di động.
- Phạm vi nghiên cứu:

+ Thời gian dữ liệu của đề tài: Tổng hợp số liệu nghiên cứu từ năm 2018 đến tháng 6 năm 2020.

+ Không gian nghiên cứu: Nghiên cứu tại VNPT - Vinaphone Bắc Giang.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thống kê, điều tra: nghiên cứu tổng quan về chất lượng dịch vụ, phân tích thực trạng thông qua các tiêu chuẩn ngành do Bộ TTTT cũng như Tập đoàn VNPT đề ra và tiến hành điều tra xã hội học để thu thập số liệu. Luận văn sẽ tiến hành thu thập cả dữ liệu thứ cấp và sơ cấp. Dữ liệu thứ cấp sẽ là các báo cáo của ngành viễn thông, của Vinaphone Bắc Giang. Dữ liệu sơ cấp sẽ được tác giả thu thập thông qua Trung tâm Kinh doanh điều tra thu thập ý kiến trực tiếp của khách hàng về chất lượng dịch vụ thông tin di động.

Phương pháp xử lý số liệu: Sử dụng phần mềm Excell 2010 để xử lý và phân tích dữ liệu.

6. Cấu trúc của luận văn

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung luận văn bao gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về nâng cao chất lượng dịch vụ di động.

Chương 2: Thực trạng nâng cao chất lượng dịch vụ di động vinaphone tại Bắc Giang.

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ di động vinaphoe tại Bắc Giang.

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG

1.1. Cơ sở lý luận chất lượng dịch vụ di động

1.1.1. Tổng quan về dịch vụ và dịch vụ di động

1.1.1.1. Dịch vụ

a. Khái niệm dịch vụ

Từ điển VN giải thích: “Dịch vụ là các hoạt động nhằm thoả mãn những nhu cầu sản xuất kinh doanh và sinh hoạt . Philip Kotler thì lại cho rằng: “Dịch vụ là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất.

b. Đặc điểm dịch vụ

Dịch vụ là một “sản phẩm đặc biệt” có nhiều đặc tính khác với các loại hàng hóa khác như:

- Tính vô hình (intangibility)
- Tính không thể tách rời (inseparability)
- Tính hay thay đổi (variability)
- Tính dễ bị phá vỡ (perishability)

1.1.1.2. Dịch vụ di động

a. Khái niệm dịch vụ di động

Mạng thông tin di động là mạng ra đời sau mạng điện thoại cố định, cung cấp khả năng di động cho thuê bao trong quá trình thực hiện thông tin liên lạc.

Dịch vụ di động là dịch vụ truyền đưa thông tin dưới dạng nói, văn bản, dữ liệu data thông qua hệ thống vô tuyến.

b. Đặc điểm của dịch vụ di động

Là loại hình dịch vụ nên dịch vụ di động cũng có một số các đặc tính của dịch vụ như sau:

- Tính vô hình
- Tính không đồng nhất

1.1.2. Chất lượng dịch vụ di động

1.1.2.1. Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một lĩnh vực rất rộng và được nhiều tác giả quan tâm đặc biệt là vấn đề đo lường chất lượng dịch vụ.

1.1.2.2. Chất lượng dịch vụ di động

Khái niệm chất lượng dịch vụ di động

Chất lượng dịch vụ và 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 thoả mãn đầy đủ nhu cầu mong đợi của khách hàng trong hoạt động sản xuất cung ứng và trong phân phối dịch vụ ở đầu ra, tương xứng với chi phí mà khách hàng phải thanh toán.

1.1.3. Sự cần thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ di động

Nâng cao chất lượng dịch vụ di động nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng

Nâng cao chất lượng dịch vụ di động nhằm cạnh tranh dài hạn, mở rộng thị trường

Nâng cao chất lượng DVDD nhằm tạo dựng thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp.

1.1.4. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ di động

- ✓ **Chất lượng cuộc gọi**
- ✓ **Giá cước DVDD**
- ✓ **Chất lượng phục vụ**
- ✓ **Sự khác biệt hóa DVDD**
- ✓ **Sự thuận tiện dành cho KH**
- ✓ **Dịch vụ hỗ trợ KH**

1.1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao chất lượng dịch vụ di động

1.1.5.1. Các yếu tố bên trong

Nguồn nhân lực: Doanh nghiệp muốn cung cấp dịch vụ đến KH cần phải có một đội ngũ cán bộ, nhân viên. Vì vậy, đội ngũ cán bộ, nhân viên của doanh nghiệp phải được đào tạo về chuyên môn, kỹ năng và thái độ phục vụ...

Chất lượng kỹ thuật dịch vụ: Doanh nghiệp viễn thông di động cần có chiến lược để mở rộng vùng phủ sóng, đó là việc xây dựng các trạm phát sóng để cải thiện chất lượng dịch vụ mà mình cung cấp.

Chất lượng phục vụ KH: Doanh nghiệp sản xuất, phân phối, bán sản phẩm gì chưa chắc đã quan trọng bằng việc họ tiếp cận khách hàng như thế nào và bán nó ra sao? KH nếu không hài lòng về chất lượng phục vụ, họ sẽ rời bỏ dịch vụ và tìm một doanh nghiệp có chất lượng phục vụ làm hài lòng họ.

Chi phí và giá cả: Nếu doanh nghiệp viễn thông tiết kiệm các chi phí trong quá trình thu mua các yếu tố đầu vào của sản xuất sẽ giảm được chi phí tối thiểu cho hàng hóa mà mình sản xuất ra.

Nguồn tài chính: Tài chính là nhân tố quan trọng để nâng cao chất lượng DVDD, bởi tài chính giúp doanh nghiệp viễn thông mở rộng thị trường, đầu tư vào thiết bị và hạ tầng kỹ thuật như xây dựng và lắp đặt thêm trạm phát sóng.

Tổ chức và năng lực quản lý doanh nghiệp: Doanh nghiệp với cơ cấu tổ chức hợp lý và nhà quản lý doanh nghiệp phải có chiến lược kinh doanh hiệu quả, phân công công việc và sử dụng đội ngũ nhân viên hợp lý sẽ phát huy được điểm mạnh của mỗi nhân viên.

1.1.5.2. Các yếu tố bên ngoài

Chính trị – luật pháp: Sự ổn định về mặt chính trị giúp cho doanh nghiệp viễn thông di động cạnh tranh hiệu quả, trong khi tình hình thế giới có nhiều bất ổn, chuyển biến phức tạp thì môi trường chính trị ở Việt Nam hiện nay tạo điều kiện cho doanh nghiệp viễn thông di động kinh doanh có hiệu quả.

Kinh tế: Tốc độ phát triển kinh tế chi phối mạnh tới sự phát triển của các doanh nghiệp viễn thông, khi tốc độ tăng trưởng kinh tế ổn định sẽ giúp cho người dân có thu nhập tốt hơn, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp viễn thông kinh doanh sản phẩm tăng lên.

Môi trường văn hóa, xã hội: Mọi hoạt động của doanh nghiệp viễn thông và đối thủ cạnh tranh cùng với khách hàng của mình chịu ảnh hưởng của các yếu tố văn hoá xã hội bất kể có nhận thức được hay không.

Khoa học công nghệ hiện đại: Trên thế giới hiện nay chứng kiến sự ra đời và phát triển của công nghệ hiện đại, chất lượng DVDD ngày càng được cải tiến và nâng cao không ngừng.

Đối thủ cạnh tranh hiện tại: Áp lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành sẽ tạo áp lực để các doanh nghiệp viễn thông phải cải tiến nhằm nâng cao chất lượng DVDD, doanh nghiệp cần đầu tư nâng cấp và máy móc thiết bị hiện đại và thường xuyên bảo dưỡng máy móc, thiết bị nhằm nâng cao chất lượng DVDD.

Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn: Đó là các doanh nghiệp viễn thông chưa xuất hiện trong lĩnh vực thông tin di động, tuy nhiên lại gây sức ép đối với doanh nghiệp viễn thông trong tương lai.

Nhà cung cấp: Nhà cung cấp cung cấp các thiết bị đầu cuối, thiết bị và máy móc, công nghệ...sẽ gây sức ép về chi phí và giá cả, phương thức thanh toán cho doanh nghiệp viễn thông.

Sản phẩm thay thế: Sản phẩm, dịch vụ thay thế có thể do đối thủ cạnh tranh hoặc của doanh nghiệp viễn thông trong ngành khác.

KH: Khách hàng là gây áp lực đối với doanh nghiệp về dịch vụ, giá của sản phẩm và chất lượng của sản phẩm.

1.2. Cơ sở thực tiễn chất lượng dịch vụ di động

1.2.1. Kinh nghiệm của một số Tập đoàn, Công ty Viễn thông

1.2.1.1. Tập đoàn Viễn thông quân đội Viettel

Viettel đã xây dựng nên văn hóa doanh nghiệp, tạo nên một đội ngũ cán bộ, nhân viên, có trách nhiệm và tận tâm với công việc, nhiệt tình và chuyên nghiệp đối với KH. Vì lẽ đó, Viettel đã xây dựng thương hiệu khác biệt và bền vững, chiếm thị phần lớn trên thị trường.

1.2.1.2. Tổng Công ty Viễn thông Mobifone

MobiFone nâng cao năng lực mạng lưới mở rộng quy mô vùng phủ sóng và đầu tư nâng cấp mạng lưới, phát triển nhanh mạng GSM, hiện nay MobiFone có vùng phủ sóng 63 tỉnh thành trên cả nước với trên 30.600 trạm phát sóng với nhiều thiết bị có độ tin cậy cao và hiện đại.

1.2.2. Bài học cho Vinaphone tại Bắc Giang

Thứ nhất, doanh nghiệp cần mạnh dạn trong chuyển đổi mô hình hoạt động và hình thức sở hữu.

Thứ hai, dù là người cung cấp dịch vụ đầu tiên hay cung cấp sau, dù là nhà khai thác truyền thống hay công ty mới thành lập, đều có cơ hội thành công trên thương trường nếu có chiến lược kinh doanh và cạnh tranh đúng đắn.

Thứ ba, về đổi mới công nghệ cần thường xuyên đầu tư, nâng cấp và đổi mới công nghệ nhằm nâng cao chất lượng DVDD, khắc phục tình trạng nghẽn mạng, rớt cuộc gọi...

Thứ tư, có chiến lược phát triển thị trường đối với đối tượng KH tiềm năng, có chiến lược cụ thể về giá cước

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG VINAPHONE TẠI BẮC GIANG

2.1 Giới thiệu khái quát về Trung tâm kinh doanh Vinaphone Bắc Giang

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của trung tâm kinh doanh Vinaphone tại Bắc Giang

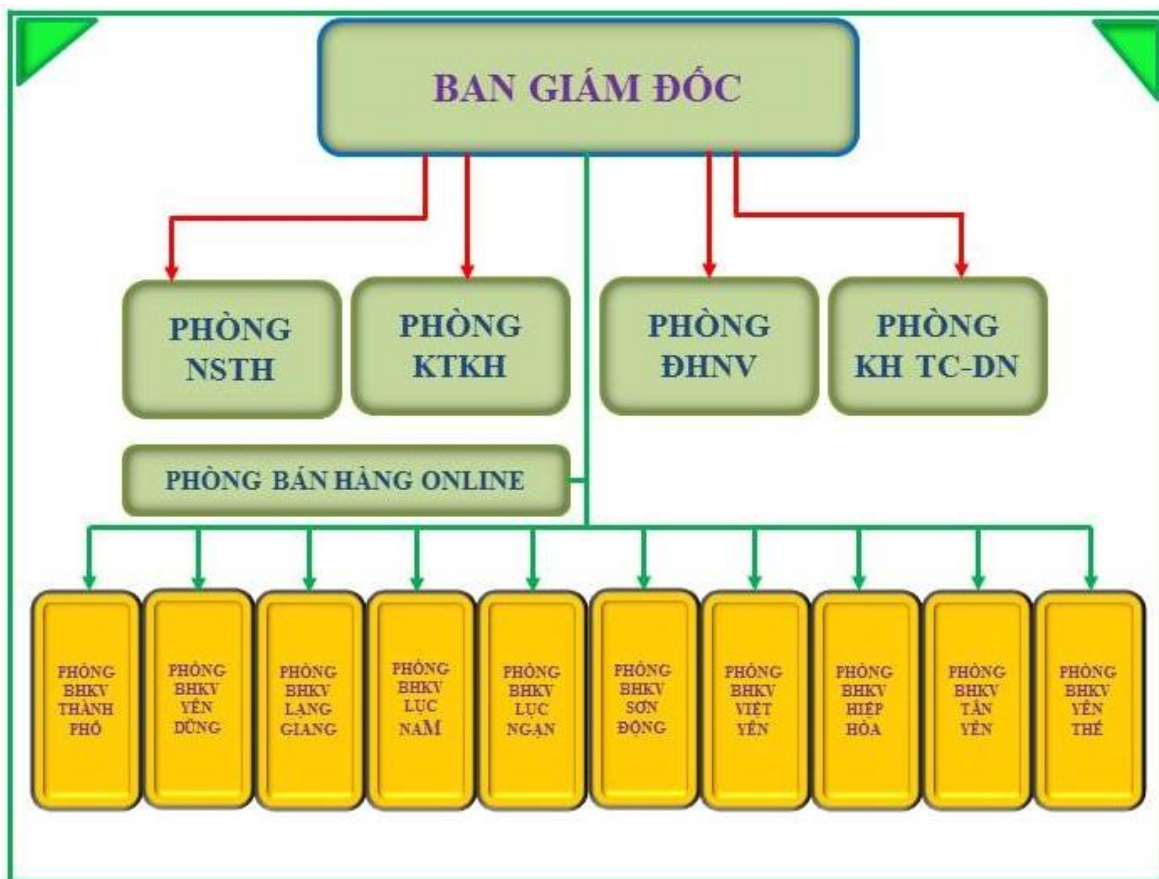
Trung tâm kinh doanh VNPT - Vinaphone tại Bắc Giang là doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Viễn thông theo uỷ quyền của Tập đoàn VNPT trên địa bàn của tỉnh Bắc Giang. Trung tâm kinh doanh VNPT - Vinaphone tại Bắc Giang được thành lập từ ngày 01/01/2008, trên cơ sở thực hiện chủ trương tách hoạt động Bưu chính và Viễn thông trên toàn quốc của Tập đoàn VNPT. Trước năm 2008, Bưu điện Bắc Giang là doanh nghiệp kinh doanh cả dịch vụ Bưu chính và Viễn thông. Sau khi tách thành hai doanh nghiệp, Trung tâm kinh doanh VNPT - Vinaphone tại Bắc Giang kinh doanh dịch vụ Viễn thông còn Bưu điện Bắc Giang kinh doanh dịch vụ Bưu chính.

2.1.2. Chức năng nhiệm vụ

Trung tâm kinh doanh Vinaphone tại Bắc Giang 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 như sau: 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

2.1.3 Mô hình tổ chức

Bộ máy tổ chức của Trung tâm kinh doanh Vinaphone Bắc Giang được thể hiện qua sơ đồ dưới đây:



(Nguồn: Phòng Nhân sự Tổng hợp Trung tâm Kinh doanh Vinaphone Bắc Giang)

Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức Vinaphone Bắc Giang

2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh

Những năm gần đây, trong môi trường kinh doanh với sự cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh cùng ngành khác ngoài Vinaphone, cùng với sự gia tăng của các dịch vụ điện thoại di động thì việc rời mạng của các dịch vụ kinh doanh truyền thống của Vinaphone như điện thoại Di động, FiberVNN, GPON gặp khó khăn hơn. Giai đoạn 2018 -2020, kết quả hoạt động kinh doanh tại Trung tâm kinh doanh Vinaphone tại Bắc Giang như sau:

Bảng 2.1: Kết quả khảo sát về các hoạt động kinh doanh giai đoạn 2018-2020

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Chênh lệch 2019/2018		Chênh lệch 2020/2019	
					Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
I. Tổng doanh thu	Triệu đồng	490.73	489.625	490.483	-1.108	99,77%	858	100,17
II. Số Thuê bao phát triển	Thuê bao	205.181	203.333	336.889	-1.848	99,10%	133.556	165,68
2.1 Điện thoại di động trả sau	Thuê bao	12.285	7.521	10.583	-4.764	61,22%	3.062	140,71
2.2 Điện thoại di động trả trước	Thuê bao	162.394	161.075	281.181	-1.319	99,19%	120.106	174,57
2.3 Internet cáp quang-Fiber VNN	Thuê bao	26.564	19.758	22.687	-6.806	74,38%	2.929	114,82
2.4 Dịch vụ truyền hình MyTV	Thuê bao	3.938	14.979	22.438	11.041	380,37%	7.459	149,8

Nguồn: Trung tâm kinh doanh Vinaphone tại Bắc Giang

2.3 Phân tích các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ di động Vinaphone của Bắc Giang

2.3.1. Chất lượng mạng vô tuyến 2G

2.3.1.1. Tỷ lệ thiết lập cuộc gọi thành công

2.3.2. Chất lượng mạng vô tuyến 3G-CS

2.3.3 Chất lượng mạng vô tuyến 3G-PS

2.3.4 Chất lượng mạng vô tuyến 4G

2.3.5 Kết quả quản lý chất lượng vô tuyến của tỉnh Bắc Giang

Bảng 3.2. Kết quả quản lý chất lượng vô tuyến

STT	Tên chỉ tiêu	Chỉ tiêu
MẠNG 2G		
1	Tỷ lệ thiết lập cuộc gọi thành công (CSSR)	Chỉ số CSSR của tỉnh = 99% >90% số Quận/Huyện trên tỉnh Bắc Giang Đạt (ngưỡng phân theo vùng)
2	Tỷ lệ rớt cuộc gọi (DCR)	Chỉ số DCR < 1% >92% số Quận/Huyện trên tỉnh Bắc Giang Đạt (ngưỡng phân theo vùng)
3	Tỷ lệ chuyển giao cuộc gọi thành công (HOSR)	Chỉ số HOSR của tỉnh đạt 98% >85% số Quận/Huyện trên tỉnh Bắc Giang Đạt (ngưỡng phân theo vùng)
4	Tỷ lệ nghẽn kênh (SDCCH-Blocking Rate)	Chỉ số SDCCH-Blocking Rate = 0,4% >89% số Quận/Huyện trên tỉnh Bắc Giang Đạt (ngưỡng phân theo vùng)
5	Tỷ lệ nghẽn kênh lưu lượng (TCH Blocking Rate)	Chỉ số TCH Blocking Rate = 0,9%
MẠNG 3G – DỊCH VỤ THOẠI		
6	CSV Call Setup Success Rate - CSSR	Chỉ số CSSR của tỉnh = 99%
7	CSV Drop Call Rate – DCR (Voice call)	Chỉ số DCR của tỉnh = 0,7%
8	Radio Resource Congestion Rate – RRCR	Chỉ số RRCR của tỉnh = 0,4%
9	Intra – Freq Handover Success Rate – S.HOSR	Chỉ số S.HOSR của tỉnh = 99%
10	Inter – Freq Handover Success Rate – IF.HOSR	Chỉ số IF.HOSR của tỉnh = 98%
11	Inter – RAT Handover Success Rate – IRAT HOSR	Chỉ số IRAT HOSR của tỉnh = 96%
MẠNG 3G – DỊCH VỤ DATA		
12	Access Success Rate – ASR	Chỉ số ASR của tỉnh = 98%
13	Drop Rate – DR	Chỉ số DR của tỉnh = 0,9%
14	Radio Resource Congestion Rate – RRCR	Chỉ số RRCR của tỉnh = 0,4%
15	Intra – Freq Handover Success Rate – S.HOSR	Chỉ số S.HOSR của tỉnh = 99%
16	Inter – Freq Handover Success Rate – IF.HOSR	Chỉ số IF.HOSR của tỉnh = 97%
MẠNG 4G		
17	RRC Connection Establishment Success Rate (All service)	Chỉ số RRC CSR của tỉnh = 99%
18	ERAB Call Setup Success Rate	Chỉ số ERAB CSR của tỉnh = 99%
19	Data Call Setup Success Rate	Chỉ số Data CSSR của tỉnh = 99%
20	Call drop rate	Chỉ số CDR của tỉnh = 99%
21	Intra Frequency HO Success Rate	Chỉ số Intra Frequency HO Success Rate của tỉnh = 99%
22	InterFrequency Handover Success Rate	Chỉ số Inter Frequency HO Success Rate của tỉnh = 99%

23	Inter-RAT HO Out Success Rate	Chỉ số Inter RAT HOSR = 91%
24	CSFB Preparation Success Rate	Chỉ số CSFB SR = 98%

2.3.6. Một số kết quả khảo sát về hoạt động Nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang

2.3.6.1. Mô tả mẫu

Đối tượng điều tra là các khách hàng trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Theo Gorsuch, 1983 được dẫn theo [8], kích cỡ mẫu lựa chọn đối với điều tra xã hội theo chủ đề đảm bảo cần có mẫu ít nhất là 200 quan sát. Số lượng khách hàng được gửi câu hỏi phỏng vấn tức là kích cỡ mẫu điều tra sẽ nhiều hơn số lượng yêu cầu (200) để đảm bảo kết quả phiếu điều tra hợp lệ thu về không ít hơn 200.

2.3.6.2. Phương thức và câu hỏi điều tra

Bảng câu hỏi gồm 5 câu hỏi lớn chứa các câu hỏi nhỏ là các câu hỏi khảo sát về hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang.

Nội dung bảng câu hỏi được thể hiện tại Phụ lục 1. Phần thư ngỏ được thể hiện cho trường hợp phỏng vấn qua thư gửi đường bưu điện, riêng đối với hình thức phỏng vấn qua e-mail, bảng câu hỏi sẽ được đính kèm thư ngỏ, khách hàng được đề xuất “đánh dấu” vào các phương án trả lời và gửi lại.

Thực tế điều tra số phiếu phát ra là 260 và số phiếu thu về là 248 phiếu, số phiếu hợp lệ là 242.

2.3.6.3. Phương pháp xử lý dữ liệu

Dữ liệu sẽ được phân tích và tổng hợp bằng Excel 2007, vẽ các biểu đồ để đánh giá về từng kết quả của mỗi câu hỏi, từ đó có thể rút ra những nhận xét sơ bộ về hiệu quả của hoạt động “Nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang”.

2.3.6.4. Đánh giá kết quả thu được

Kết quả thu được từ các câu hỏi phỏng vấn khách hàng phản ánh khách quan về kết quả hoạt động Nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang.

Số liệu được tổng hợp tại Phụ lục 1. Các số liệu này được phân tích cùng với thực tế của Đơn vị làm nổi bật lên thực trạng của hoạt động Nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang.

KẾT QUẢ KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ DI ĐỘNG VINAPHONE TẠI BẮC GIANG

Xin anh chị hãy cho biết mức độ hài lòng của anh chị sau khi sử dụng dịch vụ của nhà mạng di động VinaPhone?

Mức độ hiệu quả: Mức 1 là Rất không hài lòng; Mức 2 là Không hài lòng; Mức 3 là Bình thường; Mức 4 là Hài lòng; Mức 5 là Rất hài lòng;

Yếu tố đánh giá	Mức độ hiệu quả				
	1	2	3	4	5
(1). Đánh giá của khách hàng về thái độ phục vụ của nhân viên					
Thái độ phục vụ của nhân viên thu cước	3	16	30	101	92
Thái độ phục vụ của nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng	1	6	28	116	91
(2). Đánh giá của khách hàng về thời gian giải quyết các giao dịch, về trình độ nghiệp vụ của nhân viên VNPT Bắc Giang					
Thời gian phục vụ, giải quyết các giao dịch	2	7	32	98	103
Trình độ nghiệp vụ của nhân viên	1	5	18	105	113
(3). Đánh giá của khách hàng về hỗ trợ thông tin sau bán hàng					
Khách hàng được hỗ trợ qua điện thoại về báo xử lý Điện thoại	2	6	28	112	94
Khách hàng được hỗ trợ tại cửa hàng của VNPT-Bắc Giang khi sử dụng dịch vụ	3	8	26	98	107
(4). Đánh giá của khách hàng về hoạt động duy trì khách hàng					
Chất lượng dịch vụ	0	4	17	113	108
Cách thức chăm sóc khách hàng thường xuyên liên tục	7	9	50	78	98
Giải quyết những mong muốn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ	3	6	24	123	86
(5). Đánh giá của khách hàng về giải quyết thắc mắc, khiếu nại					
Nội dung trả lời thắc mắc, khiếu nại	4	10	29	103	96
Thái độ của nhân viên trả lời thắc mắc, khiếu nại	2	5	38	108	89
Thời gian, tiến độ trả lời thắc mắc, khiếu nại	2	6	11	116	107

Thông qua kết quả trả lời trên ta thấy chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang khá tốt, các đánh giá về sự hài lòng chiếm % rất cao, riêng có dịch vụ chăm sóc khách hàng thường xuyên liên tục thì chưa nhận được đánh giá cao từ khách hàng. Vì vậy Bắc Giang cần nâng cao hơn về chăm sóc khách hàng để nhận được sự đánh giá cao hơn nữa.

2.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang

2.4.1. Yếu tố bên trong

2.4.1.1. Nguồn nhân lực

Yếu tố con người có ý nghĩa quyết định đến sự thành bại của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp có đội ngũ công nhân viên lành nghề, giàu kinh nghiệm, nhiệt tình với công việc, đoàn kết, trung thành với doanh nghiệp thì đó sẽ là cơ sở làm tăng năng suất cho doanh nghiệp, giảm chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Đồng thời doanh nghiệp có đội ngũ cán bộ quản lý có năng lực, có đức hạnh, nghị lực, nhạy bén với cơ chế thị trường sẽ giúp doanh nghiệp có chiến lược cạnh tranh đúng đắn, dẫn dắt doanh nghiệp đi tới được mục tiêu mà doanh nghiệp đã đặt ra.

Công tác nhân sự trong một thời gian dài trước đây, do công tác tuyển dụng chưa thực hiện chặt chẽ, chưa thực sự đề cao mục tiêu chất lượng tuyển dụng lên hàng đầu, hầu như chỉ tuyển dụng con em cán bộ công nhân viên trong đơn vị hay các mối quan hệ ngoại giao, các chương trình đào tạo chưa xuất phát từ yêu cầu của mạng lưới, yêu cầu kinh doanh, các kỹ năng về giao tiếp, bán hàng và chăm sóc khách hàng của cán bộ công nhân viên còn yếu kém.

2.4.1.2. Cơ cấu tổ chức

Tổ chức bên trong đề cập tới các phương tiện vật chất và các nhân viên mà khách hàng không nhìn thấy được, điều này cần thiết cho hoạt động điều hành. Điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm số lượng và chủng loại các thiết bị tham gia vào quá trình dịch vụ. Trình độ hiện đại của máy móc thiết bị và quy trình công nghệ của doanh nghiệp có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm.

2.4.1.3. Uy tín và văn hóa doanh nghiệp thông tin di động

Văn hóa doanh nghiệp có vị trí và vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của mỗi doanh nghiệp, bởi bất kỳ một doanh nghiệp nào nếu thiếu đi yếu tố văn hóa ngôn ngữ, tư liệu, thông tin nói chung được gọi là tri thức thì doanh nghiệp đó khó có thể đứng vững và tồn tại

được trong khuynh hướng xã hội ngày nay thì các nguồn lực của doanh nghiệp là con người và văn hóa doanh nghiệp là cái liên kết và nhân lên nhiều lần các giá trị của từng nguồn lực riêng lẻ.

2.4.1.4. Cam kết doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ

Doanh nghiệp tạo ra môi trường để huy động mọi người tham gia và để hệ thống chất lượng hoạt động có hiệu quả. Khả năng nắm bắt kịp thời nhu cầu, cung ứng tiện lợi các dịch vụ thông tin di động cho khách hàng bằng nghiệp vụ hoạt động của mình thông qua hoạt động kinh doanh cho khách hàng có nhu cầu. Có giải pháp phát triển dịch vụ thích hợp sử dụng các nguyên tắc của quản lý chất lượng, các cam kết làm cơ sở cho vai trò của họ, đó là:

Thiết lập và duy trì chính sách và mục tiêu chất lượng của tổ chức, phổ biến chính sách chất lượng và mục tiêu chất lượng trong toàn bộ tổ chức để nâng cao nhận thức, động viên và huy động tham gia. Đảm bảo toàn bộ tổ chức hướng vào các yêu cầu của khách hàng, các quá trình thích hợp được thực hiện để tạo khả năng đáp ứng được yêu cầu của khách hàng và các bên quan tâm và đạt được mục tiêu chất lượng.

2.4.2. *Yếu tố bên ngoài*

2.4.2.1. Môi trường kinh tế

Những năm qua tỉnh Bắc Giang tiếp tục phát triển và đạt được những kết quả khá tích cực; hầu hết các chỉ tiêu đều đạt và vượt kế hoạch, đời sống nhân dân ổn định, từng bước được nâng lên, kinh tế địa phương phát triển; quốc phòng, an ninh được đảm bảo. Sau đây là 10 thành tựu kinh tế - xã hội nổi bật do Cổng TTĐT tỉnh Bắc Giang bình chọn.

Kinh tế tăng trưởng khá. Tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm của tỉnh (GRDP) năm 2015 ước đạt 9,6%, là năm thứ 2 liên tiếp vượt kế hoạch đề ra và cao nhất trong 3 năm gần đây, cao hơn bình quân chung của cả nước (GDP năm 2015 ước đạt 6,68%). Nâng mức bình quân GRDP của tỉnh giai đoạn 2011-2015 lên 9,5%/năm. Môi trường chính trị - pháp luật

Cơ chế, chính sách quản lý của nhà nước đối với kinh doanh dịch vụ thông tin di động có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến chất lượng thông tin di động, những ảnh hưởng đó là:

Ảnh hưởng đến việc xây dựng những chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong dài hạn, bình ổn và phát triển dịch vụ, do đó chất lượng dịch vụ được duy trì và ổn định, không rơi vào tình trạng cung dịch vụ thừa hoặc thiếu.

Chính trị ổn định tạo điều kiện cho kinh tế địa phương phát triển thì thu nhập và chất lượng cuộc sống của con người cũng được nâng cao. Nhu cầu trao đổi thông tin liên lạc và sử dụng công nghệ thông tin phục vụ cho đời sống, công việc, an ninh sẽ tăng lên, yêu cầu về tính hiệu quả, sẵn sàng của dịch vụ thông tin được đặt lên vị trí quan trọng.

1. Môi trường khoa học công nghệ

Sự phát triển của khoa học và công nghệ có ảnh hưởng rõ nét tới chất lượng dịch vụ thông tin di động thông qua sự cải tiến chất lượng thoại, sự phong phú và đa dạng trong dịch vụ cung cấp. Bên cạnh đó sự tiến bộ của khoa học công nghệ giúp giảm bớt các chi phí khác dẫn đến giảm giá thành dịch vụ, dịch vụ cung cấp tốt cũng sẽ làm gia tăng số lượng khách hàng. Tiến bộ khoa học công nghệ tạo ra khả năng không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm.

2. Môi trường văn hoá - xã hội

Các yếu tố về văn hóa, xã hội của mỗi quốc gia, khu vực, dân tộc có ảnh hưởng rất lớn đến việc hình thành các đặc tính chất lượng sản phẩm. Thói quen tiêu dùng cũng có ảnh hưởng trực tiếp tới thuộc tính chất lượng sản phẩm. Bởi vậy chất lượng sản phẩm phụ thuộc chặt chẽ vào các yếu tố văn hóa xã hội của quốc gia, vùng, dân tộc đó. Khách hàng là người thụ hưởng trực tiếp dịch vụ nên là người đánh giá chất lượng dịch vụ chính xác nhất.

Cơ cấu dân số, lao động thuận lợi phát triển dịch vụ di động, những người trẻ có thu nhập xu thế chi tiêu nhiều hơn cho công nghệ, đặc biệt là các thiết bị đầu cuối di động thông minh.

3. Các đối thủ cạnh tranh hiện tại:

Viettel là doanh nghiệp viễn thông mạnh, hiện nay Viettel có tiềm lực tài chính mạnh do cung cấp các dịch vụ viễn thông-Internet: thuê cổng Internet quốc tế qua mạng IXP, dịch vụ viễn thông trong nước và quốc tế, thuê kênh truyền dẫn nội hạt và đường dài trong nước, dịch vụ điện thoại di động GSM, Viettel sử dụng giao thức IP nhằm cung cấp dịch vụ viễn thông và thiết lập mạng viễn thông cố định nội hạt và đường dài trong nước, dịch vụ Internet công cộng (ISP) và dịch vụ kết nối Internet (IXP), dịch vụ trung kế vô tuyến, nhắn tin, thiết lập mạng và dịch vụ viễn thông quốc tế. Đến nay, Viettel đang là doanh nghiệp đứng thứ 2 về thị phần trên địa bàn tỉnh Bắc Giang với tổng số thuê bao đến cuối năm 2018 là khoảng 230 triệu thuê bao.

MobiFone hiện nay có công tác quảng cáo, khuyến mại tốt, phong phú, đa dạng. Tập trung khai thác tại vùng thị trường tốt và chi phí đầu tư thấp.

4. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn:

Các đối thủ cạnh tranh như Công ty Viễn thông toàn cầu (G-Tel), Tổng công ty Truyền thông Đa phương tiện (VTC)... đây chính là các doanh nghiệp có tiềm lực về tài chính, họ đầu tư tập trung vào công nghệ tiên tiến, quy mô của doanh nghiệp nhỏ, tinh giản bộ máy, doanh nghiệp biết tận dụng thời cơ và cơ hội để kinh doanh các loại hình dịch vụ. Là doanh nghiệp biết khắc phục việc đầu tư dàn trải, không hiệu quả mà doanh nghiệp đã đầu tư vào thị trường đem lại lợi nhuận ổn định, KH tiềm năng, các doanh nghiệp này hứa hẹn sẽ tạo ra cuộc cạnh tranh gay gắt với Vinaphone về thị phần trên thị trường.

2.5 Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ di động Vinaphone của Bắc Giang

2.5.1 Điểm Mạnh

Vinaphone tại Bắc Giang là doanh nghiệp thứ hai sau Mobifone triển khai dịch vụ di động trên toàn tỉnh và có nhiều khách hàng mang lại doanh thu cao và là doanh nghiệp có nhiều số lượng thuê bao ở các cơ quan đảng chính quyền và các doanh nghiệp.

Thương hiệu Vinaphone tại Bắc Giang đã được khẳng định, sản phẩm do Vinaphone tại Bắc Giang cung cấp dịch vụ di động Vinaphone đã tạo được niềm tin nhất định đối với khách hàng. Sự tin tưởng và tâm lý ngại thay đổi của khách hàng khi đã dùng quen sản phẩm có chất lượng và có thương hiệu của Vinaphone tại Bắc Giang chính là cơ hội cũng chính là điểm mạnh mà Vinaphone tại Bắc Giang cần phát huy để phát triển sản phẩm và chiếm lĩnh thị trường, mở rộng thị phần và khắc sâu thói quen tiêu dùng cho khách hàng trước khi xảy ra cạnh tranh gay gắt.

Vinaphone tại Bắc Giang có mối quan hệ và được sự ủng hộ của chính quyền và cơ quan doanh nghiệp địa phương.

Hệ thống cửa hàng của Vinaphone tại Bắc Giang đã được đồng bộ hóa thương hiệu, tạo dấu ấn cho khách hàng.

Đội ngũ bán hàng và chăm sóc khách hàng của Vinaphone tại Bắc Giang đang dần được đào tạo qua trường lớp để đáp ứng nhu cầu đa số dịch vụ khách hàng yêu cầu.

Hàng năm, Vinaphone tại Bắc Giang đều tổ chức Hội nghị khách hàng để lắng nghe các ý kiến phản ánh từ phía khách hàng, từ đó có giải pháp đáp ứng nhu cầu khách hàng

2.5.2 Điểm yếu và nguyên nhân

a. Điểm yếu

Thị phần bị suy giảm, việc mở rộng thị phần gặp nhiều khó khăn. Điểm yếu chính là công tác bán hàng và chăm sóc khách hàng còn nhiều hạn chế, chất lượng dịch vụ di động có nơi còn chưa đáp ứng được nhu cầu và đòi hỏi của khách hàng làm cho năng lực cạnh tranh của dịch vụ yếu. Mặt khác ngày càng xuất hiện nhiều đối thủ cạnh tranh nên thị phần bị giảm sút. Một số điểm yếu ở các khâu, công đoạn cần khắc phục là:

Do sự phối hợp giữa các đơn vị trong công tác quản lý vận hành và đảm bảo hoạt động của thiết bị còn thiếu chặt chẽ dẫn đến vẫn còn xảy ra tình trạng mất liên lạc kéo dài. kinh doanh còn yếu.

b. Nguyên nhân

Công tác phát triển, tối ưu nâng cao chất lượng mạng lưới triển khai còn chậm chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, vẫn đề xảy ra tình trạng điểm lồi sóng, cuộc gọi bị rớt mạng...vv.

Công tác nghiên cứu thị trường của đơn vị cũng còn nhiều bất cập nên việc phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu đối với từng loại dịch vụ còn nhiều hạn chế nên đã dẫn đến các chiến lược Marketing có quan tâm nhưng thiếu hiệu quả, làm ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh của các dịch vụ.

Công tác tuyển dụng, chính sách đào tạo, các chế độ đãi ngộ đối với người lao động đã quan tâm nhưng chưa phát huy được hiệu quả, đặc biệt đối với nguồn nhân lực có trình độ cao. Đội ngũ lãnh đạo chịu nhiều ảnh hưởng của cơ chế và tư duy cũ dẫn đến tính năng động, khả năng sáng tạo bị hạn chế, phản ứng chậm trước những thay đổi môi trường kinh doanh mới.

Nhận thức của cán bộ công nhân viên đặc biệt tại Trung tâm viễn thông các huyện về công tác kinh doanh, công tác chăm sóc các sản phẩm chất lượng dịch vụ chưa chuyển biến kịp so với yêu cầu mới, chưa nhận thức sâu sắc tầm quan trọng của công tác chăm sóc khách hàng.

Dịch vụ thoại di động đang có xu hướng chững lại do có nhiều đối thủ cạnh tranh cùng cung cấp dịch vụ chiếm dần thị phần, đồng thời có sự cạnh tranh của các dịch vụ khác như OTT (các dịch vụ trên nền internet)...

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG VINAPHONE TẠI BẮC GIANG

3.1 Cơ hội, thách thức, phương hướng và mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone Bắc Giang

3.1.1 Những cơ hội

Sự ổn định của chính trị là cơ hội tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển. Nền kinh tế tỉnh Bắc Giang đã có nhiều khởi sắc cùng với đó là nhu cầu xã hội về các dịch vụ viễn thông tăng lên, nhu cầu sử dụng các dịch vụ thông tin liên lạc của nhân dân ngày càng cao, càng đa dạng. Thông tin liên lạc đang trở thành nhu cầu bức thiết không thể thiếu được của mỗi doanh nghiệp, nó chính là vũ khí quan trọng giúp các doanh nghiệp cạnh tranh thắng lợi trên thương trường đồng thời thông tin liên lạc còn là nơi doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm dịch vụ của mình cho khách hàng.

Bắc Giang là tỉnh có nhiều khu công nghiệp, trường học, dân số đông khách hàng tiềm năng sử dụng các dịch vụ di động còn lớn do đó là cơ hội cho các doanh nghiệp khai thác.

Sự phát triển của khoa học công nghệ là cơ hội cho Vinaphone tại Bắc Giang bứt phá bằng những sản phẩm dịch vụ mới có chất lượng cao và giá thành hạ và là vũ khí cạnh tranh trong quá trình triển khai dịch vụ.

3.1.2 Những thách thức

Thị trường viễn thông trên địa bàn tỉnh Bắc Giang đang cạnh tranh sôi động hơn bao giờ hết với sự tham gia cạnh tranh của nhiều doanh nghiệp viễn thông trên tất cả các nhóm dịch vụ đặc biệt là dịch vụ di động.

Khách hàng đòi hỏi ngày càng cao về chất lượng dịch vụ, chất lượng chăm sóc cũng như giá cả dịch vụ.

Thị trường viễn thông được dự báo vẫn còn hấp dẫn, các doanh nghiệp tiếp tục gia nhập thị trường, cạnh tranh ngày càng trở nên quyết liệt hơn, sức ép gia tăng chi phí, giảm giá cước dịch vụ do áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng.

Các dịch vụ OTT đang cạnh tranh trực tiếp với thị trường điện thoại di động đòi hỏi các doanh nghiệp viễn thông để tồn tại và phát triển phải không ngừng đầu tư công nghệ hiện đại, đưa nhiều dịch vụ GTGT vào khai thác nhằm tăng doanh thu

và phát triển khách hàng.

Cạnh tranh không chỉ diễn ra giữa các doanh nghiệp viễn thông mà sự cạnh tranh còn xuất hiện giữa các sản phẩm dịch vụ của một doanh nghiệp.

3.1.3 Phương hướng và mục tiêu phát triển của Vinaphone Bắc Giang

➤ Phương hướng và mục tiêu phát triển của VinaPhone

Trong năm 2020, công tác duy trì và nâng cao chất lượng mạng lưới vẫn là một trong những công tác trọng tâm của VinaPhone. Công ty tăng cường kiểm tra giám sát công tác bảo dưỡng mạng, xây dựng các cơ chế thưởng phạt đối với công tác quản lý khai thác, bảo dưỡng dựa trên các tiêu chí về chất lượng dịch vụ; Đẩy nhanh tiến độ hoàn thành các dự án đang được triển khai nhằm mở rộng vùng phủ sóng 4G; Nhanh chóng lắp đặt, hòa mạng và đưa vào khai thác các hệ thống chuyển mạch kênh bằng công nghệ Softswitch để tạo điều kiện cho việc điều chỉnh, tối ưu hóa cấu trúc mạng chuyển mạch và đồng bộ với mạng vô tuyến; Triển khai các dự án lắp đặt BTS tích hợp 3G/4G và điều chỉnh cấu trúc mạng vô tuyến 4G LTE nhằm phục vụ phát triển kinh doanh cho giai đoạn tiếp theo.

3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone Bắc Giang

3.2.1. Nâng cao chất lượng cuộc gọi của khách hàng về DVDD tại Vinaphone Bắc Giang

Mục tiêu của giải pháp: Nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang

Nội dung của giải pháp: Mở rộng vùng phủ sóng, đổi mới công nghệ trang thiết bị di động

Mở rộng vùng phủ sóng

Để đáp ứng đòi hỏi cạnh tranh, nâng cao chất lượng mạng lưới thì việc tất yếu là phải mở rộng vùng phủ sóng, nghĩa là phải tăng cường số lượng các trạm thu phát vô tuyến (BTS – Base transceiver station). Do chi phí đầu tư cho các trạm thu phát sóng rất lớn nên việc mở rộng vùng phủ sóng được chia làm 2 giai đoạn:

Giai đoạn 1:

- Phủ sóng rộng đến tất cả các trung tâm huyện, thị trấn và các vùng tập trung đông dân cư, các khu công nghiệp, khu du lịch, khu chế xuất...

- Phủ sóng dày toàn bộ các trục đường quốc lộ, các trục lộ giao thông chính có ý nghĩa quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội và an ninh quốc gia.

Giai đoạn 2:

- Hoàn tất phủ sóng dày các trung tâm huyện lỵ, thị trấn, các khu tập trung đông dân cư, khu công nghiệp, du lịch, khu chế xuất...

- Phủ sóng rộng đến các khu dân cư vùng sâu, vùng xa, các đảo có dân cư sinh sống và du lịch, khu kinh tế mở, bến cảng đang và sẽ xây dựng trong tương lai.

Vinaphone tại Bắc Giang đầu tư và phát triển hệ thống In Building để mở rộng vùng phủ sóng, hạn chế tình trạng bê tông, kim loại hấp thụ sóng.

Đổi mới công nghệ, trang thiết bị mạng di động:

Đầu tư thích đáng cho đổi mới công nghệ để nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả sản xuất kinh doanh tiến tới làm chủ các công nghệ hiện đại và then chốt nhằm tạo ra các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao.

3.2.2. Đa dạng và linh hoạt chính sách về giá cước

Mục tiêu của giải pháp: Có nhiều chính sách về giá cước hơn.

Nội dung của giải pháp:

Trong quá trình thực hiện giảm cước, Vinaphone tại Bắc Giang quảng bá cho KH biết đến những gói cước đa dạng, với việc ban hành nhiều mức cước và gói cước cùng với phương thức thanh toán linh hoạt, KH sẽ có nhiều lựa chọn. Vinaphone tại Bắc Giang tham khảo gói cước và giá cước của các đối thủ để đưa ra gói cước và giá cước mới phù hợp. Kết hợp chiến dịch quảng cáo và truyền thông trên các phương tiện thông tin để thu hút KH.

3.2.3. Tạo sự khác biệt cho giá trị thương hiệu, hình ảnh và uy tín của Vinaphone Bắc Giang và các dịch vụ di động cung cấp

Mục tiêu của giải pháp: Nâng cao giá trị thương hiệu, hình ảnh và uy tín của Vinaphone Bắc Giang.

Nội dung của giải pháp:

Nâng cao nhận thức cho cán bộ, công nhân viên trong Vinaphone tại Bắc Giang về ý nghĩa của thương hiệu trên thị trường nhằm xây dựng hình ảnh về một DVDD chất lượng tốt, có nhiều dịch vụ GTGT, Trung tâm kinh doanh Vinaphone Bắc Giang luôn thực hiện đa dạng hóa các GTGT đem lại nhiều tiện ích cho KH khi sử dụng dịch vụ.

Lợi ích của giải pháp: Tạo sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.

3.2.4. Giải pháp về tạo sự thuận tiện trong sử dụng dịch vụ

Mục tiêu của giải pháp: Nâng cao sự thuận tiện trong sử dụng dịch vụ di động

Nội dung của giải pháp:

Phối hợp với các cửa hàng, đại lý của Vinaphone tại Bắc Giang để kịp thời triển khai dịch vụ mới, và cung cấp dịch vụ mới cho KH. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhân viên giao dịch về kỹ năng, trình độ bán hàng, nắm bắt thông tin về giá cước, thủ tục cắt/mở mạng cho KH nhanh chóng; hướng dẫn cho giao dịch viên sự khác biệt của sản phẩm và tính năng của sản phẩm nhằm giới thiệu thông tin về sản phẩm tới KH một cách chính xác.

Lợi ích của giải pháp: Xóa bỏ các thủ tục không cần thiết nhằm đem lại sự thuận tiện cho khách hàng.

3.2.5. Nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ khách hàng

Mục tiêu của giải pháp: Nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ khách hàng

Nội dung của giải pháp:

Để thực hiện việc hỗ trợ KH, Vinaphone tại Bắc Giang cần tích cực đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường trong đó cần đặc biệt chú trọng nghiên cứu nhu cầu khách hàng, đối thủ cạnh tranh là một công cụ góp phần đảm bảo khả năng kinh doanh có hiệu quả đáp ứng nhu cầu khách hàng, chiếm lĩnh thị trường; coi nhu cầu thị trường để định hướng phát triển đầu tư mạng lưới, triển khai dịch vụ. Hơn nữa, Vinaphone tại Bắc Giang phải 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...

3.2.6. Nhóm giải pháp nâng cao năng lực quản lý, điều hành

Mục tiêu của giải pháp: Nâng cao năng lực quản lý, điều hành.

Nội dung của giải pháp:

Mô hình quản lý điều hành hiện đại hiện nay cần được Vinaphone tại Bắc Giang áp dụng đó là lấy KH làm trung tâm và điều hành theo cơ chế thị trường, đáp ứng nhu cầu của KH về một chất lượng dịch vụ đảm bảo đúng như cam kết và tạo sự khác biệt. Vì vậy, trong hoạt động quản lý, xây dựng và hoàn thiện cơ chế đầu tư hạ tầng kỹ thuật mạng lưới và nhập công nghệ mới, đổi mới thiết bị và máy móc, có cơ chế tiền lương, cơ chế đãi ngộ đối với người tài...

Lợi ích của giải pháp: Nhanh chóng xây dựng và hoàn thiện hệ thống thông tin quản lý đồng bộ trên toàn Vinaphone tại Bắc Giang, trong đó có hệ thống tính cước và quản lý khách hàng tập trung, xây dựng bài toán quản lý công nợ, quản lý dòng tiền, tiến hành hạch toán theo dịch vụ

3.2.7. Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực

Mục tiêu của giải pháp: Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Nội dung của giải pháp:

Đồng thời phải thực hiện tiêu chuẩn hoá cán bộ quan hệ khách hàng và kiên quyết loại bỏ, chuyển sang bộ phận khác những cán bộ yếu về tư cách đạo đức, thiếu trung thực, thiếu kiến thức chuyên môn nghiệp vụ. Tổ chức đào tạo thường xuyên về sản phẩm dịch vụ di động, quy trình hỗ trợ KH.

Lợi ích của giải pháp: Chuyên môn hóa trong đội ngũ nhân viên giao dịch, mở những lớp tập huấn, bồi dưỡng cho cán bộ, nhân viên về thị trường, công nghệ để không ngừng nâng cao kiến thức, trình độ nghiệp vụ.

3.2.8 Thiết kế chính sách phát triển dịch vụ của Vinaphone Bắc Giang

Mục tiêu của giải pháp: Có nhiều chính sách phát triển dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang.

Nội dung của giải pháp:

3.2.8.1 Phát triển chủng loại dịch vụ

3.2.8.2 Phát triển chất lượng dịch vụ

3.2.8.3 Phát triển về thương hiệu

3.2.8.4 Phát triển dịch vụ mới

KẾT LUẬN

Trong quá trình nghiên cứu luận văn, luận văn đã đạt được các kết quả sau đây:

Hệ thống hoá những vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ di động, chất lượng dịch vụ di động, các Nội dung đánh giá đánh giá chất lượng dịch vụ di động, các nhân tố ảnh hưởng đến nâng cao chất lượng dịch vụ di động. Luận văn nghiên cứu và phân tích các kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ di động của Viettel và Mobifone, và đúc kết được các bài học thành công của từng doanh nghiệp làm căn cứ đề xuất bài học và điều kiện vận dụng nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone Bắc Giang.

Đánh giá được thực trạng nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang qua các Nội dung đánh giá đánh giá về chất lượng dịch vụ di động, chất lượng phục vụ, hỗ trợ khách hàng trong thời gian qua trong đó đặc biệt nêu bật các nhân tố ảnh hưởng đến nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone Bắc Giang, trong đó có so sánh một số chỉ tiêu chính đánh giá năng lực cạnh tranh của Vinaphone (chỉ tiêu tài chính, năng suất lao động, thị phần dịch vụ di động) với các đối thủ cạnh tranh chính của Vinaphone Bắc Giang. Từ đó, tác giả luận văn rút ra những mặt đạt được, những hạn chế tồn tại và nguyên nhân để Vinaphone tại Bắc Giang có thể rút kinh nghiệm trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone.

Luận văn đưa ra mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone và mục tiêu, định hướng phát triển của Vinaphone tại Bắc Giang trong thời gian tới. Đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ di động Vinaphone tại Bắc Giang, trong đó có các nhóm giải pháp về nâng cao chất lượng hạ tầng mạng lưới, chất lượng sản phẩm dịch vụ; đổi mới mô hình tổ chức sản xuất, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; giải pháp phát triển kênh phân phối mở rộng thị trường.

Trong quá trình triển khai viết luận văn, tác giả đã nghiên cứu những công trình có giá trị về mặt lý luận và thực tiễn của các nhà khoa học. Do hạn chế về thời gian nên công trình của tác giả không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả mong nhận được sự đóng góp của Thầy/Cô để hoàn thiện công trình này.