

**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**



**Nguyễn Thị Hoa**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-  
VNEDU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh**

**Mã số: 8.34.01.01**

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

**Hà Nội - 2021**

Luận văn được hoàn thành tại:

**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

Người hướng dẫn khoa học: TS. NGUYỄN THỊ VIỆT LÊ

Phản biện 1: PGS. TS. Nguyễn Thanh Chương

Phản biện 2: PGS. TS. Bùi Đức Tuấn

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. Tính cấp thiết của đề tài

Công nghệ thông tin ngày càng đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế, xã hội, văn hoá, chính trị và góp phần hình thành con người mới. Hiến chương Okinawa khẳng định: "Công nghệ thông tin và truyền thông là một trong các động lực chính tạo nên bộ mặt thế kỷ 21. Nó tác động sâu sắc đến cách thức chúng ta đang sống, học tập, và làm việc; đến cách thức Nhà nước giao tiếp với dân chúng. Công nghệ thông tin đã và đang nhanh chóng trở thành một bộ phận sống còn, quyết định sự phát triển của nền kinh tế thế giới. Nó cũng tạo ra những thách thức kinh tế, xã hội trước các cá nhân, doanh nghiệp, cộng đồng ở mọi nơi trên trái đất nhằm đạt hiệu quả và tính sáng tạo cao hơn. Tất cả chúng ta cần nắm bắt cơ hội này....".

Công nghệ thông tin và truyền thông giờ đây đã có mặt ở nhiều phương diện trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta, từ thương mại đến giải trí và thậm chí cả văn hóa, xã hội và giáo dục. Ngày nay, điện thoại di động, máy tính để bàn, thiết bị cầm tay, thư điện tử và việc sử dụng Internet đã trở thành tâm điểm trong văn hóa và cộng đồng của chúng ta, là cầu nối không thể tách rời trong nhịp sống toàn cầu hóa..

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 01/08/2014. Đơn vị được thành lập trên cơ sở sáp nhập các bộ phận kinh doanh, bán hàng của các đơn vị cũ trực thuộc Viễn thông Bắc Giang.

Từ 15/10/2015, theo đề án tái cơ cấu của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang được tách ra khỏi VNPT Bắc Giang và trở thành đơn vị kinh tế trực thuộc Tổng Công ty dịch vụ Viễn thông (VNPT VinaPhone).

Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang có trụ sở chính đặt tại 34 Nguyễn Thị Lưu, Phường Trần Phú, TP Bắc Giang, tỉnh Bắc Giang là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT-Vinaphone); là một bộ phận cấu thành của hệ thống tổ chức và hoạt động của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông; thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch do Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông giao. Được thành lập theo Quyết định số: 862/QĐ-VNPT VNP-NS ngày 28/10/2015 của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT-Vinaphone), có tư cách pháp nhân, có con dấu riêng theo tên gọi, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật, được mở tài khoản tại ngân hàng, kho bạc Nhà nước trên địa bàn, được Tổng Công ty DVVT giao cho quản lý vốn và tài sản tương ứng với nhiệm vụ kinh

doanh và phục vụ của đơn vị. Có quyền tự chủ kinh doanh theo phân cấp của Tổng Công ty DVVT, chịu sự ràng buộc về nghĩa vụ và quyền lợi đối với Tổng Công ty DVVT, có bảng cân đối kế toán, các quỹ theo quy định của Nhà nước, Tập đoàn và Quy chế quản lý tài chính của Tổng Công ty dịch vụ viễn thông;

Hệ sinh thái giáo dục VNedu - Một trong số các hệ sinh thái giáo dục nổi trội hiện nay, là của Tập đoàn VNPT với các mô hình giáo dục chú trọng vào đáp ứng đa dạng nhu cầu. VNPT muốn phát triển Mạng giáo dục Việt Nam VNedu thành một trong những hệ sinh thái giáo dục thông minh bao phủ rộng khắp, phù hợp với nhiều đối tượng cũng như phù hợp với tất cả hệ thống các trường học từ phổ thông tới cao đẳng, đại học.

Với VNPT Bắc Giang, Mạng giáo dục Việt Nam VNedu ngoài mang lại doanh thu còn giúp VNPT Bắc Giang khẳng định vị trí tiên phong và dẫn dắt trong công cuộc chuyển đổi số và hướng đến những sản phẩm dịch vụ chất lượng cao. Mạng Giáo dục Việt Nam VNedu mang đến cho nhà trường, phụ huynh, học sinh một môi trường thông tin nhanh chóng, tiện lợi và tiện ích. Giúp cho nhà trường, giáo viên làm việc một cách khoa học, tiện ích để giảm bớt công việc thủ công, các thủ tục hành chính trong quản lý. Đồng thời tiết kiệm thời gian, chi phí, nâng cao hiệu quả công việc.

Tuy nhiên, nguồn nhân lực chuyên trách về công nghệ thông tin chủ yếu là kiêm nhiệm nên ảnh hưởng rất lớn đến công tác triển khai ứng dụng công nghệ thông tin. Vẫn còn một bộ phận nhân viên chưa nhận thức được hết tầm quan trọng của việc phát triển các dịch vụ Công nghệ thông tin nên việc triển khai, hỗ trợ đến với khách hàng còn nhiều hạn chế. Mặc dù dịch vụ được triển khai đến các trường tiểu học, THCS, THPT, các trung tâm trên địa bàn tỉnh nhưng giao diện phần mềm vẫn chưa được tối ưu, việc cập nhật thông tin phần mềm còn chưa kịp thời ảnh hưởng đến người dùng. Trên địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện nay có sự cạnh tranh của các doanh nghiệp phát triển dịch vụ Viễn thông – Công nghệ thông tin rất quyết liệt. Tình hình đó buộc VNPT phải có những bước cải tiến mạnh mẽ trong định hướng phát triển chiến lược kinh doanh của mình, thiết kế các sản phẩm và dịch vụ tối ưu hóa.

Xuất phát từ những lý do trên, học viên xin lựa chọn đề tài **“Phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang”** làm nội dung nghiên cứu luận văn cao học.

## 2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Từ trước đến nay đã có nhiều công trình nghiên cứu về vấn đề phát triển dịch vụ CNTT trong nói chung và dịch vụ CNTT ứng dụng vào trường học nói riêng. Các nghiên cứu đưa ra tầm quan trọng của việc phát triển và những tác động đến việc phát triển dịch vụ CNTT. Nhờ sự phát triển vượt bậc của Khoa học kỹ thuật và CNTT trong giai đoạn gần đây, việc ứng dụng CNTT vào nền giáo dục Việt Nam đang trở thành một hướng đi chiến lược và đúng đắn. Nhà nước và bộ giáo dục đã có những chủ trương, chính sách trong việc đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong trường học như: Cung cấp hệ thống máy tính, kết nối Internet, công nghệ e-Learning, phần mềm mã nguồn mở, hợp tác quốc tế. Chính sách này đã, đang và sẽ mang lại nhiều lợi ích cho việc giảng dạy cũng như việc quản lý chung đối với môi trường giáo dục của nước ta. Tuy nhiên, ở nhiều nơi ứng dụng CNTT trong giáo dục và quản lý giáo dục vẫn còn rất hạn chế với hình thức quản lý thủ công truyền thống. Những nơi đã áp dụng CNTT thì thường gặp phải những vấn đề bất cập của việc không đồng bộ giữa việc ứng dụng và quản lý tin học. Vì thế chưa đáp ứng được việc truyền tải những thông tin giảng dạy đến học sinh và việc trao đổi, liên lạc giữa Nhà trường - Học sinh - Phụ huynh cũng vẫn chậm trễ, thiếu tính chính xác.

Trên thế giới và tại Việt Nam, vấn đề phát triển dịch vụ cũng được sự quan tâm của nhiều tác giả. Đã có nhiều đề tài phát triển dịch vụ, trong số đó có thể kể đến một số sau:

- Đề tài: *“Phát triển dịch vụ bán lẻ tại TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Nghệ An”* của tác giả Nguyễn Thị Thùy Dương – Luận văn thạc sỹ Quản lý kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội. Đề tài đã nghiên cứu đánh giá phát triển dịch vụ NHBL tại BIDV Nghệ an. Từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển phù hợp.

- Đề tài: *“Giải pháp phát triển dịch vụ Mobile Banking của Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Huế”* của tác giả Đặng Thị Nhật Hương – Trường Đại học Kinh tế - Khoa quản trị Kinh doanh. Đề tài đã nghiên cứu tình hình thực hiện và phân tích những thuận lợi, khó khăn trong việc phát triển dịch vụ Mobile Banking của Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam, khảo sát sự hiểu biết của các chuyên viên Trung tâm kinh doanh VNPT về dịch vụ Mobile Banking qua đó kiến nghị những giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngày càng tốt hơn.

- Luận án tiến sỹ *“Phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế Nghiên cứu trường hợp Công ty Cổ phần viễn thông Hà Nội”* của tác giả

Nguyễn Trọng Thắng. Đề tài tập trung nghiên cứu, phân tích thực trạng, bối cảnh hội nhập quốc tế và sản phẩm dịch vụ viễn thông di động của Công ty CP viễn thông Hà Nội giai đoạn từ 2010 đến 2017, từ đó đề ra các định hướng giải pháp nâng cao khả năng phát triển của dịch vụ viễn thông tại Việt Nam từ 2018 đến năm đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2035.

- “*Macro Trend in Global Economy: The Role of B2B Services*” của Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz - Frontiers in Services Conference. San Francisco. October, 4-7, 2007 đã chỉ ra vai trò của dịch vụ khách hàng, tại sao nó lại quan trọng và cần cải thiện nó.

Như vậy, sau khi nghiên cứu các công trình khoa học, các giáo trình có thể khẳng định: Trong những năm gần đây, phát triển dịch vụ đã được các doanh nghiệp đặc biệt quan tâm, hầu hết các doanh nghiệp đã có đề án để phát triển các dịch vụ. Đã có nhiều nghiên cứu về việc phát triển dịch vụ, tuy nhiên các nghiên cứu mới chỉ đề cập đến khía cạnh khác nhau, chưa có ứng dụng cao vào thực tiễn. Hơn nữa chưa có nghiên cứu, đánh giá nào về phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam VNPT-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang nhằm có thêm cơ sở để mở rộng phát triển dịch vụ, đưa ra các định hướng rõ hơn đối với dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam -Vnedu.

Vì vậy, đề tài “**Phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang**” được kế thừa và phát triển nhằm bổ sung phần nghiên cứu về cơ sở lý luận và từ cơ sở lý luận trên vận dụng trong điều kiện thực tiễn thực hiện phát triển dịch vụ Mạng giáo dục trong thời gian từ năm 2016-2020, từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam -Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

### 3. Mục đích

Mục đích của đề tài là đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện việc phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

### 4. Nhiệm vụ

Để đạt được mục đích nghiên cứu đã đặt ra, đề tài tập trung giải quyết một số nhiệm vụ cơ bản sau :

- Trình bày khái quát về dịch vụ và phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu.
- Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện việc phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt

Nam-Vnedu tại VNPT Bắc Giang

## **5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu.

- Phạm vi nghiên cứu :

+ Về không gian: Luận văn nghiên cứu phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

+ Về thời gian: Các dữ liệu, số liệu, tình hình hoạt động, phát triển dịch vụ của VNPT Bắc Giang thu thập trong giai đoạn 2016-2020.

## **6. Kết cấu của luận văn**

**Chương I:** Tổng quan về phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu

**Chương II :** Thực trạng hoạt động phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

**Chương III :** Định hướng và giải pháp hoàn thiện việc phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

# CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ

## MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM - VNEDU

### 1.1. Khái niệm về dịch vụ và phát triển dịch vụ trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0

#### 1.1.1. Khái niệm về dịch vụ

Đã rất nhiều học giả đưa ra các định nghĩa về dịch vụ xuất phát từ các góc nhìn khác nhau. Giáo sư Philip Kotler định nghĩa “*Dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này cung cấp cho chủ thể kia, trong đó đối tượng cung cấp nhất thiết phải mang tính vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một vật nào cả, còn việc sản xuất dịch vụ có thể hoặc không có thể gắn liền với sản phẩm vật chất*”.

#### 1.1.2. Sản phẩm dịch vụ

##### - Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ

- + Tính vô hình
- + Tính không tách rời được
- + Tính không ổn định
- + Tính không lưu giữ được

##### - Vai trò dịch vụ

- Đối với nền kinh tế quốc dân
- Đối với doanh nghiệp

#### 1.1.3. Phát triển dịch vụ

1.1.3.1. Quan điểm phát triển dịch vụ

1.1.3.2. Vai trò của phát triển dịch vụ

1.1.3.3. Chiến lược phát triển dịch vụ

1) **Xâm nhập thị trường:**

2) **Mở rộng thị trường:**

3) **Phát triển DV:**

4) **Đa dạng hoá:**



## **1.2. Khái quát về dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-vnEdu**

### ***1.2.1. Khái niệm dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu***

Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu là một giải pháp xây dựng trên nền tảng công nghệ điện toán đám mây nhằm tin học hoá toàn diện công tác quản lý, điều hành trong giáo dục, kết nối gia đình, nhà trường và xã hội, góp phần nâng cao chất lượng quản lý, chất lượng dạy và học.

### ***1.2.2. Phân loại dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu***

#### **1.2.2.1. Hệ thống Quản lý thư viện (VNPT-LIB)**

***Khái niệm:*** Hệ thống Quản lý thư viện (VNPT-LIB) cho phép tin học hóa, tự động hóa các hoạt động nghiệp vụ, phục vụ và truy cập từ xa, giúp đơn vị quản lý nguồn lực thông tin trong thư viện hiệu quả, nhằm hiện thực hóa xây dựng một hệ thống thư viện thông minh.

#### **1.2.2.2. Dịch vụ vnEdu-IOC**

#### **1.2.2.3. Dịch vụ vnEdu-Enrollment**

#### **1.2.2.4. Dịch vụ Sổ liên lạc điện tử**

#### **1.2.2.5. vnEdu-FMS (Quản lý thu phí nhà trường)**

#### **1.2.2.6. vnEdu-NMS (Quản lý dinh dưỡng nhà trường)**

#### **1.2.2.7. vnEdu-COC (Hệ thống thi trực tuyến tùy biến)**

#### **1.2.2.8. vnEdu-Portal (Cổng thông tin điện tử nhà trường)**

### ***1.2.3. Vai trò dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu***

Mạng giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc áp dụng công nghệ. Tạo mối liên lạc giữa phụ huynh và nhà trường gần bó hơn.

- 1.2.3.1. Sự tiện lợi
- 1.2.3.2. Tính linh hoạt
- 1.2.3.3. Giá cả phải chăng
- 1.2.3.4. Cho phép sinh viên học theo khả năng
- 1.2.3.5. Sôi nổi và dễ dàng
- 1.2.3.6. Tăng cường tương tác

### **1.3. Phát triển dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu**

#### ***1.3.1. Các chỉ tiêu phản ánh mức độ phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu***

##### **1.3.1.1. Chỉ tiêu phát triển về chiều rộng**

\* Nhóm chỉ tiêu đánh giá tăng trưởng qui mô cung cấp dịch vụ:

\* Nhóm chỉ tiêu đánh giá tăng trưởng thu nhập từ cung cấp dịch vụ:

##### **1.3.1.2. Chỉ tiêu phát triển về chiều sâu**

#### ***1.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu***

Các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp có thể phân ra làm 2 loại bao gồm các yếu tố bên ngoài và các yếu tố bên trong.

##### **1.3.2.1 Các yếu tố bên ngoài**

##### **1.3.2.2. Các yếu tố bên trong**

## **Kết luận Chương 1**

Chương 1 nêu một số vấn đề cơ bản về phát triển dịch vụ và các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu.

Chương này tổng quan về dịch vụ và sản phẩm dịch vụ. Dịch vụ là hoạt động lao động mang tính xã hội, tạo ra các sản phẩm hàng hóa không tồn tại dưới hình thái vật chất, không dẫn đến việc chuyển quyền sở hữu nhằm thỏa mãn kịp thời nhu cầu sản xuất và đời sống sinh hoạt của con người.

Sản phẩm dịch vụ có vai trò ý nghĩa quan trọng không chỉ đối với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ mà còn có ý nghĩa cả đối với nền kinh tế quốc dân.

Dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu được phát triển trên nền dịch vụ cơ bản, ứng dụng các công nghệ thông thường, đáp ứng nhu cầu chung, tương tự của phần lớn khách hàng và không đòi hỏi nhiều hệ thống phụ trợ hoặc không có yêu cầu chuyên biệt đối với cá nhân/nhóm người sử dụng/ thiết bị đầu cuối.

Kết quả hệ thống và làm rõ của chương là cơ sở để phân tích đánh giá phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam -Vnedu của VNPT Bắc Giang.

## **CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG**

### **2.1 Giới thiệu chung Trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang**

#### **2.1.1 *Quá trình hình thành và phát triển***

Tên tiếng việt: Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang – Chi nhánh Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông.

Tên giao dịch quốc tế: Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang.

Địa chỉ trụ sở chính: 34 Nguyễn Thị Lưu – Trần Phú - TP Bắc Giang – Bắc Giang.

Điện thoại: (84-0240)3529699.

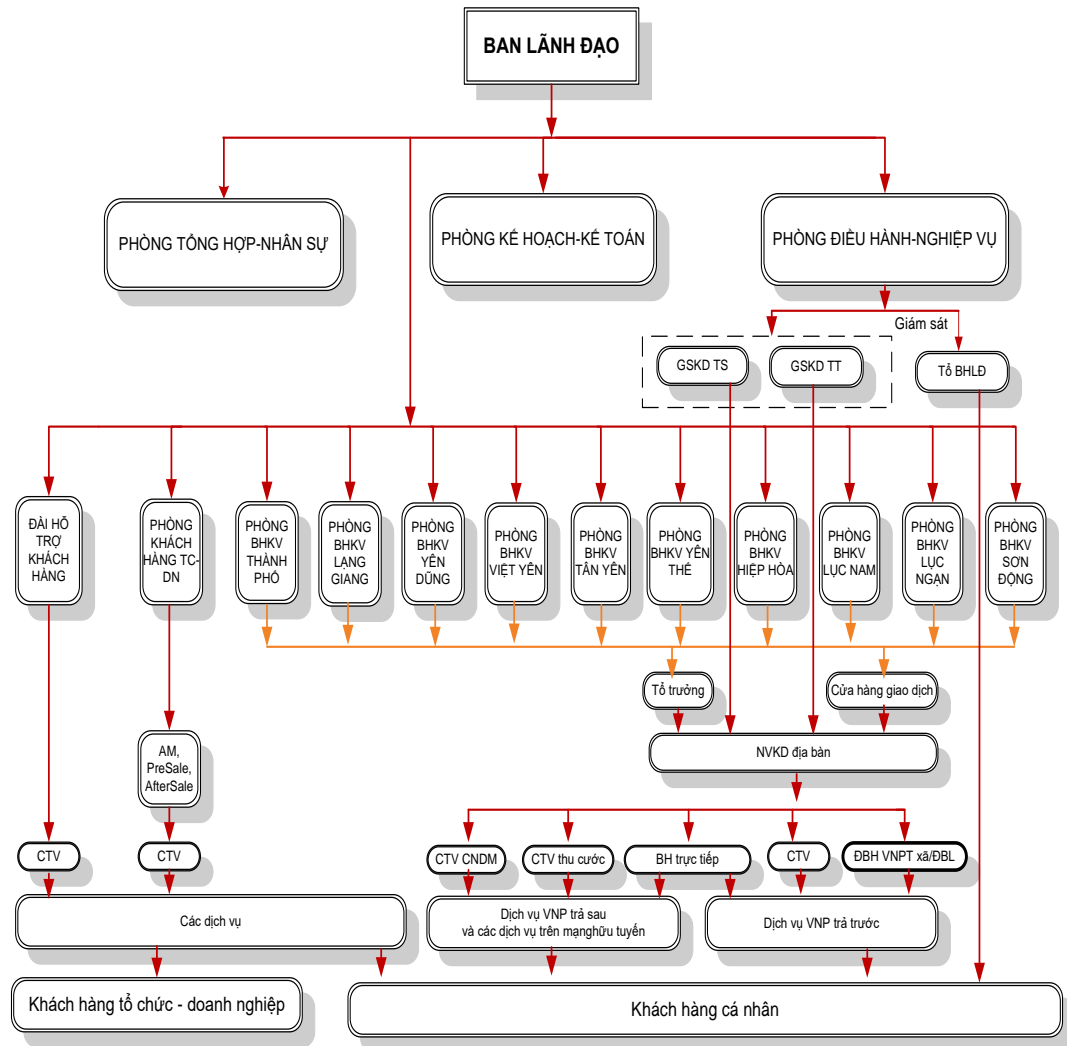
E-mail: [info@vnptbacgiang.com.vn](mailto:info@vnptbacgiang.com.vn)

Website: [www.vnptbacgiang.com.vn](http://www.vnptbacgiang.com.vn)

Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 01/08/2014. Đơn vị được thành lập trên cơ sở sáp nhập các bộ phận kinh doanh, bán hàng của các đơn vị cũ trực thuộc Viễn thông Bắc Giang.

Từ 15/10/2015, theo đề án tái cơ cấu của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang được tách ra khỏi VNPT Bắc Giang và trở thành đơn vị kinh tế trực thuộc Tổng Công ty dịch vụ Viễn thông (VNPT VinaPhone).

### 2.1.2. Cơ cấu tổ chức Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang



Hình 2.1: Bộ máy tổ chức của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang

(Nguồn Phòng Nhân sự- Tổng Hợp)

### 2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ

### 2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang giai đoạn 2016 – 2020

## 2.2 Thực trạng phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang



Hình 2.2. Giao diện chính của website Mạng giáo dục Vnedu

(Nguồn: Webside: <https://vnedu.vn/>)

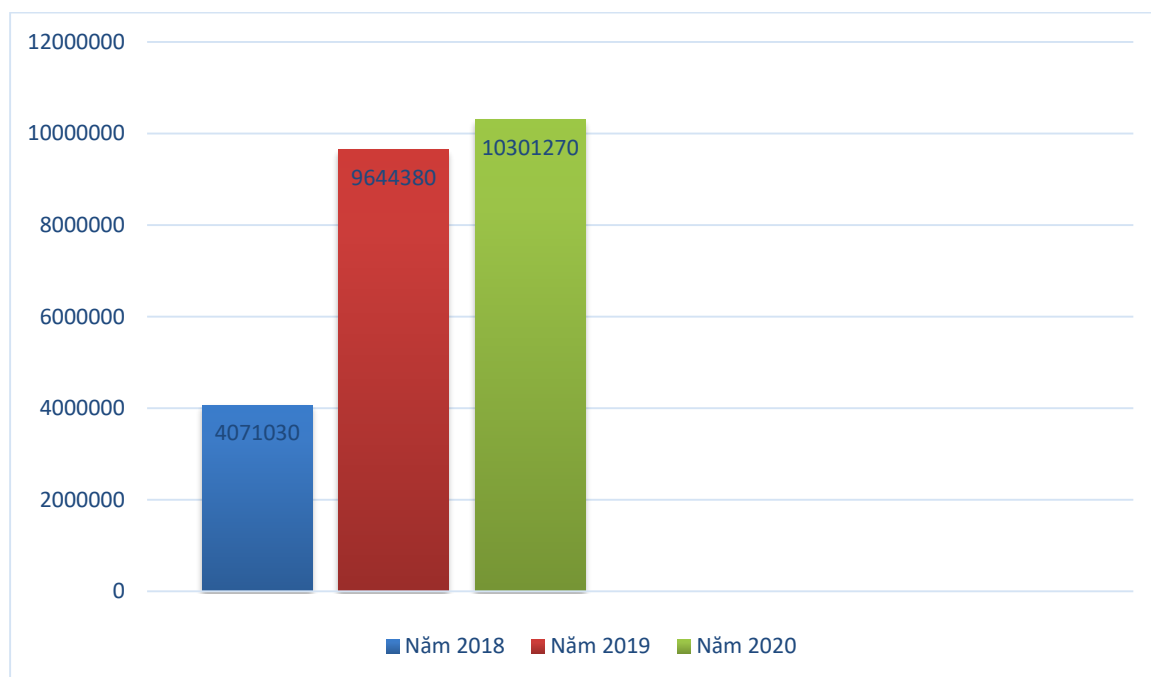
### 2.2.1. Phát triển về chiều rộng

#### 2.2.1.1. Về doanh



Biểu đồ 2.1: Số học sinh sử dụng dịch vụ mạng xã hội các năm 2018 – 2020

Dựa vào bảng số liệu ta có sơ đồ doanh thu các năm 2018 , 2019 , 2020 như sau:



**Biểu đồ 2.2: Doanh thu sử dụng dịch vụ mạng xã hội các năm 2018 – 2020**

Tốc độ tăng trưởng doanh số DV =  $\frac{\text{Doanh số DV (năm } n) - \text{Doanh số DV (năm } n - 1)}{\text{Doanh số DV (năm } n - 1)}$

Tốc độ gia tăng số lượng khách hàng sử dụng DV mạng giáo dục trên thị trường =  $\frac{\text{Số lượng KH sử dụng DV mạng giáo dục năm } n - \text{Số lượng KH sử dụng DV mạng giáo dục năm } (n-1)}{\text{Số lượng KH sử dụng DV mạng giáo dục năm } (n-1)}$

2.2.1.2 Về tăng trưởng số lượng dịch vụ của Vnedu

2.2.1.3. Về tỷ lệ dịch vụ/ khách hàng

**Bảng 2.4: Số dịch vụ sử dụng Vnedu từ năm 2018 – 2020**

	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tổng số học sinh	106.818	226.297	310.877
Tổng số dịch vụ được sử dụng	192.342	476.116	884.109
Số dịch vụ/ Học sinh	1,8	2,1	2,84

## 2.2.2. Phát triển về chiều sâu

*Mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng:*

*Tính tiện ích và an toàn của sản phẩm:*

*Mức độ đa dạng hoá dịch vụ cung cấp:*

## **2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang**

### **2.3.1. *Yếu tố bên ngoài***

2.3.1.1. Quy định, chính sách của Nhà nước

2.3.1.2. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp

2.3.1.3. Chiến lược cạnh tranh của VNPT Bắc Giang

### **2.3.2. *Yếu tố bên trong***

## **2.4. Đánh giá chung**

### **2.4.1. *Những kết quả đạt được***

- Số lượng người sử dụng dịch vụ Mạng giáo dục Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang tăng nhanh trong giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2020. Năm 2018 số lượng học sinh sử dụng dịch vụ Mạng giáo dục Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang đạt mức 106.818 học sinh, năm 2019 đạt mức 226.297 học sinh và đến năm 2020 học sinh sử dụng dịch vụ mạng giáo dục 310.877

- Thị phần người sử dụng dịch vụ mạng giáo dục Vnedu đứng số 1 toàn tỉnh Bắc Giang.

### **2.4.2. *Một số tồn tại và nguyên nhân***

Ngoài những kết quả đạt được, dịch vụ vnEdu vẫn không tránh khỏi những hạn chế cần khắc phục như:

- Về sản phẩm: Hiện dịch vụ cung cấp dịch vụ phiên bản trên web (dùng trên máy tính) chưa có phiên bản app dành cho điện thoại thông minh. Các tính năng dịch vụ tương đối giống của các nhà cung cấp khác trên thị trường, nên khách hàng chưa thấy được tính ưu việt cũng như phân vân trong lựa chọn dịch vụ.

- Về giá: Chưa có chính sách cho gói cước tháng. Các gói cước hiện tại áp dụng với khách hàng sử dụng đầy đủ các tính năng, vậy đối với khách hàng chỉ có nhu cầu sử dụng 1-2 tính năng chọn lọc theo nhu cầu thì vẫn phải trả khoản tiền cho những tính năng mà họ không cần.

- Kênh phân phối: VNPT Vinaphone là đơn vị phụ trách bán hàng cho tất cả sản phẩm dịch vụ của Tập đoàn VNPT trong đó có vnEdu, phương thức bán hàng đang áp dụng là bán hàng trực tiếp. Cần nghiên cứu kênh phân phối số, tập hợp tất cả sản phẩm dịch vụ của VNPT trên một Portal (cổng bán hàng) với hình thức đăng ký và thanh toán dễ dàng nhất cho khách hàng. Ngoài ra, các TTKD tỉnh/thành phố thường yêu cầu VNPT-Media hỗ trợ giảm giá, miễn



cước dịch vụ để cung cấp miễn phí cho nhà trường, điều này ảnh hưởng tới nguồn doanh thu cũng như các tỷ lệ phân chia với đối tác bên ngoài.

- Chăm sóc khách hàng: Dịch vụ chăm sóc khách hàng ở Bắc Giang năm 2021 còn chưa được cao do tình hình dịch covid – 19 trên địa bàn khá nặng làm ảnh hưởng nhiều đến sự phát triển kinh tế, giao thông, thương mại. Tổng đài chăm sóc khách hàng chung với các dịch vụ khác, do vậy khách hàng phải thao tác nhiều bước mới được giải đáp thắc mắc về dịch vụ

Doanh thu chưa thực sự tương xứng với tỷ lệ khách hàng tham gia dịch vụ Mạng giáo dục Việt nam – Vnedu hàng năm khi nhìn qua số liệu đã phân tích

Tính bảo mật thông tin khách hàng còn chưa cao.

Còn nhiều hạn chế trong tính năng việc sử dụng làm sao cho giao diện và cách sử dụng đơn giản để khách hàng ai cũng hài lòng với chất lượng dịch vụ.

#### **Nguyên nhân:**

Chưa có giải pháp giá cước cho từng tính năng đơn lẻ đáp ứng nhóm khách hàng chỉ sử dụng tính năng mà họ dùng.

Chưa có kênh phân phối số, tập hợp tất cả sản phẩm dịch vụ của VNPT trên một Portal (cổng bán hàng)

Do tình hình Covid ở Bắc Giang năm 2021 có diễn biến phức tạp làm ảnh hưởng lâu dài đến phát triển kinh tế - xã hội.

Hệ thống an toàn bảo mật còn chưa cao ở VNPT.

### **Kết luận Chương 2:**

Chương 2 nêu thực trạng phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Kết quả, thực trạng phát triển dịch vụ trong giai đoạn từ 2016-2020. Đánh giá kết quả đạt được, tồn tại, và nguyên nhân về phát triển dịch vụ.

## **CHƯƠNG III: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG**

### **3.1. Định hướng phát triển của VNPT Bắc Giang về phát triển dịch vụ**

#### **3.1.1 Định hướng chiến lược của tổng công ty VNPT trong thời gian tới**

#### **3.1.2 Định hướng phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu tại trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang**

### **3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện việc phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu tại VNPT Bắc Giang**

#### **3.2.1. Cung cấp dịch vụ**

##### **3.2.1.1 Đa dạng hóa dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam -VnEdu**

##### ***Một là, đa dạng hóa các tính năng của dịch vụ:***

Hiện nay, các tính năng của dịch vụ mới chỉ phát triển ở mức độ nhất định giống với một số dịch vụ khác. Các tính năng hỗ trợ của dịch vụ cũng ảnh hưởng lớn đến quyết định của khách hàng, với nhược điểm là ra đời sau nên phải phổ biến rộng rãi thì khách hàng quan tâm đến là “sự khác biệt” – đây chính là điểm để tạo dấu ấn cho khách hàng, ngoài các tính năng cơ bản của dịch vụ thì “sự khác biệt” ở đây có thể sẽ được tạo nên ở các tính năng hỗ trợ. Vậy nên cần nâng cao chất lượng không chỉ hoàn thiện những tính năng cơ bản, mà còn phải không ngừng nghiên cứu và kết hợp với nhà cung cấp khác để phát triển thêm các tính năng hỗ trợ thay cho lời cam kết cung cấp dịch vụ tốt nhất đối với khách hàng. Một số tính năng hỗ trợ thêm cho khách hàng như:

Để có thể phát triển dịch vụ đóng vai trò, mang đến lợi ích cho khách hàng sử dụng bằng việc đưa ra các dịch vụ. Để làm được điều này, VNPT Bắc Giang cần thiết phải đưa ra được một hệ thống dịch vụ, khi khách hàng nhận thấy việc sử dụng dịch vụ đem lại nhiều lợi ích, tiện lợi và được chấp nhận rộng rãi ở nhiều nơi thì dịch vụ sẽ ngày càng phát triển và thu hút được nhiều khách hàng sử dụng.

##### ***Hai là, đa dạng hóa các loại hình dịch vụ:***

- Phát triển trở thành đơn vị cung cấp đa dịch vụ. Như vậy VNPT có thể thu thêm phí dịch vụ và khách hàng được hưởng tiện ích với chi phí thấp và thủ tục đơn giản. Loại hình dịch vụ này giúp VNPT phát huy được lợi thế của mình đó là thị phần về thuê bao di

động lớn của thị trường Viễn thông Việt Nam.

- Đẩy mạnh phát triển dịch vụ Mạng giáo dục vnEdu. Mô hình này một số nước phát triển khá thành công như ở Philipin. Triển khai mô hình này VNPT có thể khai thác hiệu quả tập khách hàng ở khắp các tỉnh đặc biệt là vùng nông thôn, biển đảo, vùng núi...phát huy tốt lợi thế về mặt mạng lưới rộng khắp.

### 3.2.1.2 Nâng cao chất lượng dịch vụ

Tăng cường bảo mật thông tin khách hàng tốt hơn.

Chất lượng dịch vụ mạng giáo dục có ý nghĩa rất quan trọng đối với các bậc phụ huynh học sinh, độ chính xác, tin cậy của thông tin là thước đo giá trị của dịch vụ. Chất lượng dịch vụ đa phương tiện bao gồm: chất lượng dịch vụ và chất lượng phục vụ.

*Chất lượng dịch vụ:* Là toàn bộ những thuộc tính, tính năng của các dịch vụ đáp ứng nhu cầu truyền đưa tin tức một cách nhanh chóng, chính xác, an toàn, tiện lợi qua các thiết bị mạng lưới viễn thông phục vụ nền kinh tế quốc dân. Để đảm bảo chất lượng dịch vụ, doanh nghiệp viễn thông cần phải:

- Xây dựng mạng lưới viễn thông các cấp cân đối và đồng bộ, đầu tư mua sắm máy móc, trang thiết bị với công nghệ hiện đại nhưng vẫn phải đảm bảo tính đồng bộ.

- Tổ chức tốt quá trình sản xuất kinh doanh, tiến hành bảo dưỡng, sửa chữa máy móc, thiết bị theo định kỳ.

- Không ngừng nâng cao trình độ quản lý và trình độ nghiệp vụ cho người lao động, có thể bằng cách tổ chức các lớp học nghiệp vụ khi cần triển khai công nghệ mới; thường xuyên có các buổi sát hạch, kiểm tra trình độ của CBCNV...

- Áp dụng các biện pháp nhằm đảm bảo tính đồng đều về tải trọng, giảm tải trọng vào những giờ cao điểm và tăng tải trọng vào những giờ mạng “nhàn rỗi”.

*Chất lượng phục vụ:* Được thể hiện ở mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng về dịch vụ đa phương tiện, mức độ tiện cận của các phương tiện thông tin đến khách hàng, thái độ phục vụ của giao dịch viên, chất lượng thanh toán, giải quyết và bồi thường khiếu nại. Để đảm bảo chất lượng phục vụ cần thực hiện các biện pháp hợp lý trên 2 khía cạnh:

- Bằng các qui định về qui trình, thủ tục nghiệp vụ nhằm hạn chế sai sót, vi phạm chất lượng.

- Qua ý thức luôn cố gắng phục vụ tốt khách hàng của nhân viên: có thái độ phục vụ khách hàng chu đáo, nhiệt tình, tôn trọng, lịch sự với khách hàng.

Chất lượng của dịch vụ được thể hiện thông qua sự cảm nhận của khách hàng về dịch vụ, vì thế để nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông cần phải làm thoả mãn mong muốn và nhu cầu của khách hàng.

Nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ về mặt kỹ thuật công nghệ mà còn về công tác marketing, trong xu hướng dịch vụ ngày càng phát triển, thực hiện Marketing mix sẽ đem lại hiệu quả cao cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

### **3.2.2 Giải pháp về chăm sóc khách hàng**

Là tất cả những điều mà VNPT Bắc Giang có thể và cần phải làm nhằm đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Chăm sóc khách hàng không phải là một loạt các quy tắc cứng nhắc, do các khách hàng khác nhau thì có nhu cầu và mong muốn khác nhau. Như vậy chăm sóc khách hàng tốt cần phải khám phá và tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và thực hiện những gì có thể thoả mãn nhu cầu khách hàng. VNPT đã có quy định về nghiệp vụ chăm sóc khách hàng, bao gồm các hoạt động tác động trực tiếp đến khách hàng nhằm duy trì và phát triển dịch vụ đem lại sự hài lòng và tin cậy cho khách hàng, đảm bảo hiệu quả kinh doanh của VNPT.

Để làm tốt công tác chăm sóc khách hàng VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang cần thực hiện một số giải pháp cụ thể sau đây:

#### **3.2.2.1. Với cơ sở dữ liệu khách hàng**

Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin khách hàng đầy đủ và chính xác, làm cơ sở cho việc phân loại khách hàng, từ đó có những việc làm cụ thể chăm sóc khách hàng theo những chính sách phù hợp: như chăm sóc khách hàng trước khi đưa dịch vụ ra thị trường, chăm sóc khách hàng tiềm năng, khách hàng đặc biệt...

Các thông tin về khách hàng lớn phải được phân loại, quản lý cập nhật một cách thông xuyên. Thông tin thu thập, lưu trữ càng chi tiết sẽ càng thuận lợi cho công tác chăm sóc, nhưng nếu chi tiết quá sẽ tốn kém chi phí thu thập. Ngoài thông tin thông thường, với các khách hàng lớn cần lưu giữ thêm các thông tin khác như: Điện thoại liên hệ, ngày sinh (là tư nhân); ngày truyền thống, ngày kỷ niệm (là các cơ quan, tổ chức...); tình hình khiếu nại và giải quyết khiếu nại; thông tin về người tham mưu, quyết định, thanh toán việc sử dụng dịch

vụ; đặc điểm ngành nghề; lĩnh vực kinh doanh; tiêu chuẩn thiết bị kỹ thuật mạng lưới của khách hàng...

Việc xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng có thể khó khăn, vì mỗi một lần khách hàng khai một thông tin khác nhau. Nếu VNPT Bắc Giang xây dựng mã khách hàng cho các khách hàng lớn thì việc xây dựng, cập nhật, quản lý cơ sở dữ liệu sẽ đơn giản hơn nhiều. Có cơ chế chính sách ưu đãi riêng đối với khách hàng lớn thể hiện sự quan tâm ưu đãi đặc biệt, đó là:

- + Thiết lập mối quan hệ thân thiết, gắn bó với khách hàng lớn như thăm hỏi, tặng quà nhân ngày Lễ, Tết, ngày thành lập hay ngày truyền thống (với doanh nghiệp), ngày sinh nhật (với cá nhân).

- + Thông qua mối quan hệ thân thiết để thường xuyên tìm hiểu, lắng nghe những ý kiến của khách hàng. Khi khách hàng có khiếu nại cần ưu tiên tìm biện pháp giải quyết kịp thời.

- + Ưu tiên trong cung cấp dịch vụ, đáp ứng ngay khi khách hàng có nhu cầu.

- + Miễn phí một số dịch vụ cộng thêm cho khách hàng lớn như nhận tại địa chỉ, in sẵn tên khách hàng lên phiếu gửi, cung cấp bao bì, đóng gói miễn phí, ngay cả vào ngày Lễ, Tết.

### 3.2.2.2 Với đội ngũ nhân sự chăm sóc khách hàng

- Trước hết, mỗi CB-CNV của VNPT Bắc Giang phải là người chăm sóc khách hàng, coi đó là nhiệm vụ thường xuyên liên tục. Bắt đầu từ thái độ giao tiếp với khách hàng đến việc thực hiện công tác hàng ngày, lấy 4 quy tắc cơ bản của chăm sóc khách hàng làm trọng tâm trong công tác và coi chăm sóc khách hàng là “vũ khí” cạnh tranh của VNPT Bắc Giang trên thương trường. Mỗi CB-CNV đều nắm lấy “vũ khí” cạnh tranh này sẽ tạo ra một hợp lực mạnh mẽ mới có thể dành thắng lợi trên thương trường. Gắn kết quả công tác chăm sóc khách hàng với công tác thi đua khen thưởng cá nhân, đơn vị hàng năm.

- Chăm lo bồi dưỡng, đào tạo nghiệp vụ chăm sóc khách hàng và kỹ năng cần thiết về chăm sóc khách hàng cho tất cả CB-CNV, đặc biệt là nhân viên trực tiếp hoặc gián tiếp trong mọi loại hình kênh bán hàng...Coi đây là nội dung bắt buộc phải thực hiện.

- Để công tác chăm sóc khách hàng được đông đảo CB-CNV quan tâm, nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng, hàng năm tổ chức các Hội thi chăm sóc khách hàng giỏi cấp cơ sở và VNPT Bắc Giang. Đây là những dịp biểu dương và ghi nhận đóng góp của CB-CNV trong công tác chăm sóc khách hàng của đơn vị.

- Nên có cơ chế khuyến khích người làm công tác chăm sóc khách hàng. Nếu không có cơ chế khuyến khích tốt sẽ không triển khai hoạt động này sâu rộng được. Để hoạt động

này ngày càng đạt hiệu quả cao, các bộ phận cần quán triệt chương trình hành động cụ thể tới từng cán bộ công nhân viên đồng thời sửa đổi, bổ sung quy chế khen thưởng hoặc tạo cơ chế hoa hồng cho người chăm sóc khách hàng, cho cá nhân môi giới hay tổ chức có công trong việc giới thiệu khách hàng...Đây là một trong những động lực mạnh mẽ thúc đẩy công tác chăm sóc khách hàng.

### 3.2.2.3. Tiến tới chuyên nghiệp hoá chăm sóc khách hàng

Tuỳ theo điều kiện thực tế, mỗi bộ phận của VNPT Bắc Giang cần phải có tổ đội chăm sóc khách hàng hoạt động độc lập chuyên trách hay kiêm nhiệm với chức năng nhiệm vụ phân công rõ ràng. Các bộ phận cần có kế hoạch cụ thể công tác chăm sóc khách hàng ngay từ đầu năm, coi đây là một phần không thể thiếu trong kế hoạch sản xuất kinh doanh. Việc thực hiện kế hoạch chăm sóc khách hàng được giao cho các bộ phận thực hiện và quy trách nhiệm rõ ràng. Hàng tháng, quý, năm có sự kiểm tra, tổng kết, đánh giá, kỷ luật, khen thưởng.

### 3.2.2.4. Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng

Các dịch vụ nói chung, dịch vụ đa phương tiện nói riêng do VNPT Bắc Giang cung cấp là các dịch vụ đa dạng, phức tạp, không phải mọi người đều hiểu biết về cách thức sử dụng, lợi ích khi sử dụng dịch vụ. Do vậy, trong khi cung ứng dịch vụ cần phải sử dụng triệt để các biện pháp để tăng cường sự hiểu biết của khách hàng.

### 3.2.2.5. Tổ chức tốt dịch vụ hỗ trợ khách hàng

Hỗ trợ khách hàng qua nhân viên hỗ trợ trực tiếp khách hàng chuyên nghiệp, thực hiện công việc hướng dẫn, tư vấn sử dụng dịch vụ, hướng dẫn thủ tục đăng ký dịch vụ, giới thiệu về các dịch vụ mới, giải đáp về cước phí dịch vụ....

Hỗ trợ khách hàng qua nhân viên hỗ trợ trực tiếp không chuyên nghiệp, bao gồm nhân viên thu cước...

### 3.2.2.6. Tạo môi trường giao dịch thuận tiện, hấp dẫn, cho khách hàng

Do đặc tính của dịch vụ là vô hình nên các yếu tố hữu hình như cách bài trí, sắp đặt, kiến trúc, mức độ hiện đại nơi giao dịch sẽ tác động mạnh đến sự cảm nhận về chất lượng dịch vụ của khách hàng. Các cơ sở vật chất cần được trang bị đầy đủ tiện nghi như :

- Tại các điểm giao dịch cung cấp các dịch vụ cần niêm yết đầy đủ các bảng thông báo về giá cước, về chỉ tiêu thời gian, hướng dẫn sử dụng dịch vụ, giờ mở, đóng cửa giao dịch và các thông tin liên quan đến dịch vụ được cung cấp tại đó.

- Xem xét hiệu quả hoạt động của máy điện thoại thẻ, lắp đặt thêm máy mới tại khu công cộng như bệnh viện, trường học... Thường xuyên kiểm tra định kỳ đảm bảo các máy hoạt động tốt, trừ cước chính xác.

#### 3.2.2.7. Tổ chức hội nghị khách hàng

Đây là hình thức mà Tổng công ty viễn thông VNPT không bắt buộc nhưng khuyến khích các đơn vị thực hiện, hình thức này mang lại rất nhiều lợi ích: Xây dựng hình ảnh và ấn tượng tốt đẹp về VNPT Bắc Giang đối với khách hàng. Xây dựng mối quan hệ chặt chẽ giữa đơn vị cung cấp dịch vụ và khách hàng, nhằm duy trì sự trung thành của khách hàng hiện tại và thu hút các khách hàng tiềm năng.

- Giới thiệu các dịch vụ mới.
- Giải đáp các thắc mắc của khách hàng.
- Tăng cường các phương tiện trao đổi thông tin với khách hàng.
- Thu thập ý kiến đóng góp của khách hàng, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ và chất lượng phục vụ khách hàng.

- Làm tốt hơn nữa việc tổ chức cho khách hàng góp ý về chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ của nhân viên bằng các hình thức như hiện nay, đó là thư góp ý, sổ góp ý, hộp thư góp ý. Riêng thư góp ý, ngoài loại thư khách hàng gửi trực tiếp cho VNPT Bắc Giang, cần chuẩn bị phong bì thư góp ý gửi riêng cho Tổng Giám đốc bởi thực tế một số góp ý của khách hàng chỉ mang tính chất nội bộ đơn vị.

#### 3.2.2.8. Tăng cường quan hệ với khách hàng

Trong hoạt động kinh doanh, việc giải quyết tốt những phản ứng, vướng mắc và than phiền của dư luận xã hội, việc phục vụ tận tình, chân thành, chu đáo, thái độ khiêm nhường sẽ làm tăng uy tín của VNPT Bắc Giang. Uy tín là một nhân tố có tính quyết định đối với mức độ ủng hộ của chính quyền các cấp, của mọi tầng lớp xã hội và đối với sự tăng trưởng của đơn vị. Có thể nói uy tín trở thành một thế mạnh vô giá, có ảnh hưởng cả trực tiếp và gián tiếp đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh và sức cạnh tranh của VNPT Bắc Giang trên thị trường. Để giữ gìn và phát huy uy tín cần chú ý các hoạt động nhằm tăng cường mối quan hệ với công chúng.

Thường xuyên có bài trên các loại báo chí, đài phát thanh truyền hình về hoạt động của VNPT Bắc Giang, nhất là khi đạt được những thành tích nổi bật, khi có những sự kiện

lớn như tổng kết công tác kế hoạch năm, tổng kết giai đoạn phát triển, mở dịch vụ mới, tham gia phòng chống thiên tai, đảm bảo công tác an ninh quốc phòng...

Có bộ phận chuyên trách theo dõi các bài viết trên báo chí về đơn vị mình nhằm kịp thời có những phản ứng hoặc làm rõ những vấn đề nếu xuất hiện những thông tin sai lệch.

Tăng cường các hoạt động tiếp xúc, tuyên truyền về hình ảnh đơn vị với nhóm khách hàng hiện tại và tương lai, các cơ quan Chính phủ, các tổ chức, hiệp hội kinh doanh, các cổ đông, các nhà khai thác khác....

### **3.2.3. Giải pháp về đẩy mạnh hoạt động truyền thông và marketing**

Đẩy nhanh tiến trình đăng ký bản quyền nhãn hiệu sản phẩm dịch vụ (logo, slogan)

Xây dựng bộ Tài liệu truyền thông (Media kit) cho dịch vụ với hình ảnh, màu sắc tươi sáng, bắt mắt phù hợp với đặc điểm dịch vụ, đối với từng thời điểm hoặc sự kiện chỉ cần thay đổi một số thông tin (thời gian, địa điểm...) gồm: mẫu thông cáo báo chí, thư ngỏ, tờ rơi, standee, banner, cover tài liệu dùng trong hội thảo, quà tặng... Có thể nói bộ Media kit có vai trò như một bộ Hồ sơ cá nhân dịch vụ để giới thiệu về thương hiệu, về thông điệp doanh nghiệp muốn truyền tải, dịch vụ cung cấp, mẫu sản phẩm, đánh giá chất lượng cũng như các đối tác kinh doanh.

### **3.2.4. Giải pháp về hạn chế rủi ro trong cung cấp dịch vụ**

Vấn đề an toàn cần được giải quyết thấu đáo cho khách hàng yên tâm, thực tế trên thế giới cho thấy, không ít trường hợp hệ thống mạng thông tin của hệ thống mạng giáo dục Vnedu bị xâm nhập và thông tin của khách hàng trong cơ sở dữ liệu của khách hàng bị đánh cắp làm cho khách hàng thấy bảo mật chưa cao.

VNPT Bắc Giang cần thuê các đội ngũ chuyên gia về công nghệ thông tin để xử lý các lỗ hổng bảo mật, giả định các trường hợp rò rỉ thông tin có thể xảy ra để đưa ra các phương hướng giải quyết nhanh chóng, hợp lý. Một hệ thống thông tin bảo đảm an toàn bảo mật phải đáp ứng được nguyên tắc cơ bản là:

*Đảm bảo tính tin cậy:* thông tin không bị truy cập trái phép bởi những người không có thẩm quyền

*Đảm bảo tính nguyên vẹn:* thông tin không thể bị sửa đổi, làm giả

*Đảm bảo tính sẵn sàng:* để đáp ứng nhu cầu của những người có thẩm quyền

*Đảm bảo tính không thể từ chối:* thông tin phải đảm bảo được cam kết về mặt pháp luật bởi người cung cấp. Để an toàn cho khách, ngân hàng có thể dùng các giải pháp



như: sử dụng mật mã (password), cho phép nhập sai mật mã tối đa 3 lần, quy định thời gian vào mật khẩu, thiết lập hệ thống tường lửa bảo mật 3 lớp để tránh những kẻ phá hoại, quy định hạn mức giao dịch, yêu cầu tài khoản chỉ định,...

Lựa chọn hình thức chuyển giao thông tin về tên giao dịch, mã số giao dịch theo phương thức thích hợp bảo đảm an toàn hơn. Việc sử dụng thư điện tử chỉ được thực hiện khi đã được mã hoá, bảo đảm an toàn, không bị tiếp cận, đọc trộm trong quá trình chuyển tin.

Chấp thuận, cho phép kết nối, giao dịch, chuyển giao thông tin qua mạng internet, bảo đảm sự an toàn cho thông tin cá nhân của khách hàng.

### **3.3. Kiến nghị với Tập đoàn VNPT**

#### **Kết Luận Chương 3:**

Dựa trên kết quả sản xuất kinh doanh sản phẩm dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu đưa ra định hướng và giải pháp hoàn thiện chất lượng sản phẩm. Đưa ra một số kiến nghị nhằm hoàn thiện hệ thống dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu tại VNPT Bắc Giang.

## KẾT LUẬN

Trong xu thế toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới, môi trường kinh doanh trong nước đang từng bước thay đổi, VNPT Bắc Giang cũng như mọi thành viên trong VNPT cũng đang từng bước thay đổi cho phù hợp với điều kiện kinh doanh mới. Song song với việc đầu tư trang thiết bị công nghệ cho quản lý và sản xuất, nhân tố con người cũng phải được đầu tư phát triển, nhằm thích ứng với yêu cầu sản xuất. Với chính sách mở cửa thị trường Viễn thông, công nghệ thông tin của Nhà nước và chiến lược phát triển của Tập đoàn, buộc các đơn vị thành viên nói chung và VNPT Bắc Giang nói riêng phải tìm mọi cách nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm, một trong các biện pháp đó là hoàn thiện phát triển dịch vụ tại đơn vị.

Từ mục đích của đề tài là hệ thống hóa các cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ, đồng thời phân tích thực trạng về việc phát triển và các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ để tìm ra các nguyên nhân ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Trên cơ sở phân tích các nguyên nhân đó để tìm ra giải pháp hoàn thiện các dịch vụ công nghệ thông tin trong thời gian tới.

Do vậy, trong luận văn này tác giả dựa vào các số liệu về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, các số liệu thống kê về khách hàng sử dụng, nhu cầu sử dụng của khách hàng và các số liệu liên quan khác. Trên cơ sở số liệu trên, luận văn sẽ phân tích những ưu, nhược của việc phát triển dịch vụ. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp cụ thể để hoàn thiện phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên