

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**

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



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

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

(Theo định hướng ứng dụng)

NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS. NGUYỄN THỊ VIỆT LÊ

HÀ NỘI - NĂM 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn: “*Phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang*” là do bản thân tôi nghiên cứu và hoàn thành dưới sự hướng dẫn của TS. Nguyễn Thị Việt Lê.

Các số liệu, thông tin thu thập và kết quả nghiên cứu trong đề tài là trung thực.

Tôi xin chịu trách nhiệm về lời cam đoan này.

Ngày.....tháng 11 năm 2021

Học viên thực hiện

Nguyễn Thị Hoa

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, Em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới tập thể các Thầy Cô giáo thuộc Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông đã trang bị cho em kiến thức trong suốt quá trình học tập. Đặc biệt, Em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới cô giáo **TS. Nguyễn Thị Việt Lê**, người đã tận tình, trực tiếp hướng dẫn em trong suốt quá trình thực hiện luận văn tốt nghiệp.

Nhân đây, cũng xin được gửi lời cảm ơn tới Ban lãnh đạo, các Phòng ban chức năng của VNPT Bắc Giang đã nhiệt tình giúp đỡ, cung cấp số liệu và tạo điều kiện giúp tôi hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Trong quá trình thực hiện, do một số hạn chế về kinh nghiệm, thời gian nên luận văn không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp sâu sắc của các Thầy, Cô giáo để luận văn được hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng cảm ơn!

Hà Nội, tháng 11 năm 2021

Người thực hiện

Nguyễn Thị Hoa

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	v
DANH MỤC BẢNG.....	vi
DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ	vii
MỞ ĐẦU	1
1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI.....	1
2. TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU	3
3. MỤC ĐÍCH.....	5
4. NHIỆM VỤ.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU:	5
6. KẾT CẤU CỦA LUẬN VĂN	6
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ	7
MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM - VNEDU	7
1.1. KHÁI NIỆM VỀ DỊCH VỤ VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0.....	7
1.1.1. <i>Khái niệm về dịch vụ</i>	7
1.1.2. <i>Sản phẩm dịch vụ</i>	8
1.1.3. <i>Phát triển dịch vụ</i>	10
1.2. KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU	13
1.2.1. <i>Khái niệm dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu</i>	14
1.2.2. <i>Phân loại dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu</i>	16
1.2.3. <i>Vai trò dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu...Error! Bookmark not defined.</i>	
1.3. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU	20
1.3.1. <i>Các tiêu chí phản ánh mức độ phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu</i>	20
1.3.2. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu</i>	27
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG	32

2.1 GIỚI THIỆU CHUNG TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT - BẮC GIANG	32
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển.....	32
2.1.2. Cơ cấu tổ chức Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang	33
2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ	37
2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của VNPT Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020	37
2.2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG.....	40
2.2.1. Phát triển về chiều rộng	40
2.2.2. Phát triển về chiều sâu	45
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.....	49
2.3.1. Yếu tố bên ngoài.....	51
2.3.2. Yếu tố bên trong	53
2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG	57
2.4.1. Những kết quả đạt được	57
2.4.2. Một số tồn tại và nguyên nhân	58
CHƯƠNG III: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC GIANG.....	60
3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA VNPT BẮC GIANG VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ	60
3.1.1 Định hướng chiến lược của tổng công ty VNPT trong thời gian tới.....	60
3.1.2 Định hướng phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu tại VNPT Bắc Giang.....	61
3.2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC VIỆT NAM-VNEDU TẠI VNPT BẮC GIANG	64
3.2.1. Cung cấp dịch vụ.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Giải pháp về chăm sóc khách hàng.....	64
3.2.3. Giải pháp về đẩy mạnh hoạt động truyền thông và marketing	69
3.2.4. Giải pháp về hạn chế rủi ro trong cung cấp dịch vụ.....	73
3.3. KIẾN NGHỊ VỚI TẬP ĐOÀN VNPT	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
KẾT LUẬN	77
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	78

PHỤ LỤC.....	80
--------------	----

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CNTT	Công nghệ thông tin
DV	Dịch vụ
DVVT	Dịch vụ viễn thông
KH	Khách hàng
VT-CNTT	Viễn thông-công nghệ thông tin
TTKD	Trung tâm kinh doanh
XDCB	Xây dựng cơ bản

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Sản lượng doanh thu các dịch vụ của VNPT Bắc Giang.....	38
Bảng 2.2. Doanh thu dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – VnEdu năm 2018 - 2020	42
Bảng 2.3. Tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận từ dịch vụ Vnedu	43
Bảng 2.4: Số dịch vụ sử dụng Vnedu từ năm 2018 – 2020.....	40

DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ

Hình 1.1. Chiến lược phát triển dịch vụ.....	12
Hình 1.2: Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ mạng giáo dục & sự hài lòng Khách hàng	25
Hình 2.1: Bộ máy tổ chức của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang	34
Hình 2.2. Giao diện chính của website Mạng giáo dục Vnedu.....	15
Hình 2.3: Tổng hợp phản hồi mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng năm 2020	46
Hình 2.4: Hệ sinh thái Giáo dục thông minh vnEdu 4.0 đoạt giải Nhất - Hạng mục Thu hẹp khoảng cách số.....	Error! Bookmark not defined.
Hình 3.1: Mô hình hệ sinh thái giáo dục vnEdu 4.0	63
Biểu đồ 2.1: Số học sinh sử dụng dịch vụ mạng xã hội các năm 2018 – 2020.....	41
Biểu đồ 2.2: Doanh thu sử dụng dịch vụ mạng xã hội các năm 2018 – 2020 ..	Error! Bookmark not defined.

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 tiêu chí 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.

- *“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 nghiên cứu

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.

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

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động phát triển dịch vụ.
- Phạm vi nghiên cứu:
 - + Về không gian: Luận văn nghiên cứu tại VNPT 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 2018-2020.

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp thu thập thông tin:

Để tìm hiểu cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ, tác giả đã thu thập tìm hiểu thông qua sách, tài liệu học tập, giáo trình và các bài giảng, các bài báo và tạp chí chuyên ngành, internet, công trình nghiên cứu có liên quan đến phát triển dịch vụ nhằm mục đích tìm chọn những khái niệm và tư tưởng cơ bản là cơ sở cho lý luận của đề tài.

Để cung cấp thông tin cho việc đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam-VNEDU, tác giả đã thu thập dữ liệu tại phòng kinh doanh của TTKD Bắc Giang, thời gian từ 2018-2020.

5.2. Phương pháp xử lý thông tin:

Trong quá trình thực hiện, tác giả đã thực hiện các phương pháp phân tích, tổng hợp, thống kê, so sánh dựa trên số liệu thứ cấp thu thập được để xử lý thông tin thu thập được. Các số liệu thu thập sẽ được thống kê, phân loại sắp xếp và được thể hiện dưới dạng bảng và hình.

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 quát 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

Hiện nay, các hoạt động dịch vụ ngày càng diễn ra đa dạng và phong phú dưới nhiều hình thức khác nhau. Đóng góp của dịch vụ cho nền kinh tế toàn cầu nói chung và nền kinh tế của từng quốc gia nói riêng đã khiến nhiều quốc gia nhìn nhận dịch vụ là chiến lược đầu tư và trọng tâm phát triển. Tuy nhiên hiện nay vẫn chưa có một khái niệm thống nhất 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*”.

Để làm rõ định nghĩa này, cần lưu ý một số điểm:

Dịch vụ khác với hàng hóa vì dịch vụ là hoạt động lợi ích. Dịch vụ không có hình dáng, kích thước, màu sắc nên không nhìn thấy được. Ví dụ như dịch vụ vận tải, dịch vụ du lịch ... Hoạt động đó mang lại lợi ích và do đó thỏa mãn kịp thời mong muốn của người tiêu dùng.

“*Không dẫn đến quyền sở hữu một vật nào cả*”. Khi một dịch vụ nào đó đã kết thúc, người tiêu dùng dịch vụ đã nhận thấy đầy đủ những lợi ích và không sở hữu mang theo về nhà một vật gì khác.

“*Việc sản xuất dịch vụ có thể không hoặc không có thể gắn liền với sản phẩm vật chất nào*”. Trường hợp có thể thường khá phổ biến như trang bị nhạc cụ cho buổi hòa nhạc, trang thiết bị giảng đường trong dịch vụ đào tạo ... Còn trường hợp không như trong dịch vụ tư vấn kỹ thuật, người cung cấp dịch vụ chỉ thuần túy truyền bí quyết, kinh nghiệm, trí thức, hiểu biết mà không cần phải sử dụng sản phẩm vật chất nào.

Từ điển Bách Khoa Việt Nam định nghĩa “Dịch vụ” như sau: “Dịch vụ là các hoạt động nhằm thoả mãn những nhu cầu sản xuất kinh doanh và sinh hoạt”. Tuy nhiên, có thể thấy cách định nghĩa này vẫn còn khái quát, chưa thể trình bày được tính chất khác biệt giữa những loại hình dịch vụ khác nhau.

Theo tiêu chuẩn Việt Nam ISO 8402:1999: “dịch vụ là kết quả tạo ra để đáp ứng yêu cầu của khách hàng bằng các hoạt động tiếp xúc giữa người cung cấp – khách hàng và các hoạt động nội bộ của người cung cấp”

Theo Adam Smith, “dịch vụ là những nghề hoang phí nhất trong tất cả các nghề như cha đạo, luật sư, nhạc công, ca sĩ opera, vũ công... Công việc của tất cả bọn họ tàn lụi đúng lúc nó được sản xuất ra”. Adam Smith muốn nhấn mạnh vào yếu tố “không tồn trữ được”, có nghĩa là “sản phẩm dịch vụ” được “sản xuất” và “tiêu thụ” đồng thời.

Ngoài ra, chúng ta có thể tham khảo các định nghĩa về dịch vụ từ nghiên cứu của Zeitha và Britner (2000); Gronross (2007) như sau:

– Zeitha & Britner: “dịch vụ là những hành động, tiến trình, cách thức thực hiện một công việc nhằm tạo ra giá trị cho khách hàng thông qua việc làm thoả mãn một nhu cầu và mong đợi nào đó từ khách hàng”.

– Gronroos: “dịch vụ là một quá trình bao gồm một loạt các hành vi ít nhiều có mang tính chất vô hình, thường được diễn ra trong sự tương tác giữa khách hàng và người cung cấp”.

Như vậy, từ việc tổng hợp những định nghĩa và diễn giải tham khảo đã nêu, có thể xác định được một mô tả chung về dịch vụ: là một hoặc một loạt các hành vi, có tính chất vô hình, liên quan đến sự tương tác, trao đổi giữa doanh nghiệp cung ứng dịch vụ và khách hàng (người sử dụng dịch vụ). Mục đích là thoả mãn những mong đợi, những nhu cầu mà khách hàng yêu cầu.

1.1.2. Đặc điểm và vai trò của sản phẩm dịch vụ

1.1.2.1. Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ

+ Tính vô hình

Người tiêu dùng không cảm nhận được dịch vụ thông qua các giác quan. Cho nên dịch vụ rất khó để cảm nhận và đánh giá.

Ý nghĩa nghiên cứu: Vận dụng hiệu quả các yếu tố hữu hình để người tiêu dùng dễ dàng cảm nhận về chất lượng dịch vụ.

Ví dụ: Địa điểm, Con người, Trang thiết bị, Biểu tượng, Giá cả, Cam kết...

+ *Tính không tách rời được*

Cung ứng và tiêu dùng dịch vụ diễn ra đồng thời.

Ý nghĩa nghiên cứu: Những trường hợp khách hàng quan tâm đến những người cung ứng đặc biệt (những người nổi tiếng hoặc có uy tín), để tăng hiệu quả kinh tế có thể để người cung ứng làm việc với nhiều khách hàng đồng thời.

+ *Tính không ổn định*

Chất lượng dịch vụ rất khó đánh giá vì phụ thuộc vào nhiều yếu tố: người cung ứng, khách hàng, thời gian, địa điểm cung ứng dịch vụ.

Ý nghĩa nghiên cứu: Các bước để tiêu chuẩn hóa chất lượng dịch vụ:

- + Tuyển chọn và huấn luyện tốt nhân viên
- + Xây dựng qui trình thực hiện dịch vụ rõ ràng, chi tiết
- + Thường xuyên theo dõi mức độ hài lòng của khách hàng

+ *Tính không lưu giữ được*

Dịch vụ không thể cất giữ trong kho, làm phân đệm điều chỉnh sự thay đổi nhu cầu thị trường.

Ý nghĩa nghiên cứu: Biện pháp cân đối cung cầu dịch vụ:

Từ phía cầu: Định giá phân biệt, tổ chức dịch vụ bổ sung vào thời gian cao điểm, hệ thống đặt chỗ trước.

Từ phía cung: Thuê nhân viên làm việc bán thời gian, khuyến khích khách hàng tự phục vụ một số công đoạn, trang bị thêm máy móc thiết bị

1.1.2.2. Vai trò dịch vụ

- ***Đối với nền kinh tế quốc dân:*** Góp phần đẩy nhanh tốc độ lưu chuyển hàng hóa, tiền tệ trong nền kinh tế. Đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa. Tạo việc

làm và tăng thu nhập cho người lao động, dịch vụ thể hiện trình độ văn minh thương mại của một quốc gia.

- ***Đối với doanh nghiệp:*** Dịch vụ đem lại nguồn thu lớn cho doanh nghiệp ở cả 2 khía cạnh:

Nguồn thu trực tiếp từ cung ứng dịch vụ

Nhờ có dịch vụ mà bán được nhiều hàng hóa hơn, từ đó mở rộng được thị trường kinh doanh

+ Dịch vụ là vũ khí cạnh tranh quan trọng nhất, cao nhất trên thương trường:

Cấp độ 1: Cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm, chất lượng sản phẩm dễ bị sao chép, chất lượng sản phẩm bị chi phối bởi vấn đề tài chính.

Cấp độ 2: Cạnh tranh bằng giá, khả năng chi phối giá của các công ty lớn trên thị trường, việc điều chỉnh giá cả sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận.

Cấp độ 3: Cạnh tranh bằng dịch vụ, dịch vụ khó chuẩn hóa, dịch vụ không có giới hạn cuối cùng

1.1.3. Một số vấn đề về phát triển dịch vụ trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

1.1.3.1. Quan điểm phát triển dịch vụ

Quan điểm phát triển dịch vụ là phát triển dịch vụ nhanh đi đôi với hiệu quả, bền vững, đảm bảo các dịch vụ cơ bản với chất lượng ngày càng cao phục vụ cho phát triển kinh tế - xã hội, hướng tới hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại; Phát triển các ngành dịch vụ phù hợp với các giai đoạn phát triển kinh tế, huy động mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế, nhất là kinh tế tư nhân để phát triển nhanh các ngành dịch vụ; Phát triển khu vực dịch vụ trên cơ sở phát huy hiệu quả các tiềm năng, lợi thế, kết hợp ứng dụng hiệu quả thành tựu khoa học, công nghệ trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0 để phát triển nhanh và bền vững ưu tiên tập trung phát triển một số ngành dịch vụ có lợi thế, có hàm lượng tri thức và công nghệ cao; Phát triển khu vực dịch vụ có khả năng tự chủ và thích ứng linh hoạt trước ảnh hưởng tiêu cực từ các cuộc khủng hoảng lớn về kinh tế, thiên tai, dịch bệnh mang tính toàn cầu.

Tầm quan trọng của phát triển dịch vụ được đánh giá bằng những đóng góp của nó đối với các khía cạnh khác nhau của nền kinh tế.

Kinh doanh bao gồm cả thương mại trong nước và ngoại thương. Thương mại như một hoạt động của phát triển dịch vụ tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

Các hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ nhìn chung đòi hỏi đầu tư vốn tương đối ít so với các hoạt động trong các lĩnh vực khác. Nhưng phần lớn các hoạt động này cũng đòi hỏi không gian tương đối ít hơn cho các hoạt động của ngành dịch vụ là một lĩnh vực chuyên sâu về tri thức và đầu vào đáng kể nguồn nhân lực là cần thiết để phát triển hầu hết các hoạt động của lĩnh vực dịch vụ.

1.1.3.2. Vai trò phát triển dịch vụ

Trong môi trường kinh doanh hiện đại với sự tham gia ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ, việc phát triển dịch vụ là điều mà mỗi doanh nghiệp đều phải ý thức được tầm quan trọng của nó. Khả năng cạnh tranh mang lại cho doanh nghiệp những lợi ích có thể thấy ngay từ đầu hoặc sau một thời gian nhất định.

Vậy vai trò của việc phát triển dịch vụ là gì?

- Phát triển dịch vụ giúp cho doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sử dụng thiết bị máy móc cung cấp dịch vụ khi các thiết bị này còn dư thừa công suất làm việc.

- Giúp doanh nghiệp có thể giảm mức độ mạo hiểm trong kinh doanh khi chủng loại dịch vụ đa dạng hơn. Thông qua việc phát triển dịch vụ mà doanh nghiệp có thể đa dạng hóa dịch vụ, qua đó làm tăng sản lượng bán hàng và tăng doanh thu. Đồng thời, có thể lấy doanh thu và lợi nhuận của các dịch vụ này để “nuôi sống” các dịch vụ bị thua lỗ để duy trì được hoạt động kinh doanh cho doanh nghiệp.

- Giúp cho doanh nghiệp có thể duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng. Bởi vì, phát triển dịch vụ làm gia tăng lợi ích của dịch vụ, làm thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng ngày càng “khó tính”, dần tạo được nhiều khách hàng trung thành.

- Tăng khả năng đáp ứng các nhu cầu không được thỏa mãn trên thị trường, đồng nghĩa với việc làm tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp.

1.1.3.3. Chiến lược phát triển dịch vụ

Cũng giống với các doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm hữu hình, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ có thể sử dụng ma trận phát triển sản phẩm - thị trường của Ansoff (Ansoff's Product Market Expansion Matrix) để vạch ra các chiến lược mở rộng kinh doanh của doanh nghiệp DV, hay còn gọi là các chiến lược phát triển thị trường dịch vụ. Ma trận này có hai biến số với hai giá trị là giá trị hiện tại và giá trị mới của hai biến số đó.

1) Xâm nhập thị trường: Tăng khối lượng bán DV hiện tại trên thị trường hiện tại. Các biện pháp được sử dụng thường là tăng cường quảng cáo, khuyến mại, giảm giá, củng cố - hoàn thiện kênh bán hàng, chăm sóc khách hàng, đảm bảo đúng chất lượng DV...

	Thị trường hiện tại	Thị trường mới
DV hiện tại	Xâm nhập thị trường	Phát triển thị trường
DV mới	Phát triển dịch vụ	Đa dạng hóa

Ma trận Ansoff

Hình 1.1. Chiến lược phát triển dịch vụ

2) Mở rộng thị trường: Tìm những khách hàng mới cho DV hiện tại. Thị trường mới có thể được mở ra tại các khu vực địa lý khác, các đoạn thị trường khác, kể cả ở nước ngoài. Chiến lược này thường được áp dụng khi thị trường hiện tại đã bão hòa, hoặc doanh nghiệp muốn bành trướng ra các đoạn thị trường khác. Khi thực hiện chiến lược này cần phải tiến hành nghiên cứu kỹ lưỡng thị trường mới.

3) Phát triển DV: Đưa DV mới vào thị trường hiện tại. Có nhiều lý do để doanh nghiệp cần phải phát triển DV mới. Chiến lược này cũng cần dựa trên số liệu nghiên

cứu kỹ lưỡng nhu cầu mới của thị trường hiện tại. Đặc biệt, khi doanh nghiệp mở rộng thị trường mới ra nước ngoài thì cần nghiên cứu toàn diện *môi trường marketing* mới.

4) Đa dạng hoá: Đưa DV mới vào thị trường mới. Chiến lược này kết hợp cả 2 chiến lược thứ 2 và thứ 3 đã trình bày ở trên. Các chiến lược này có độ mạo hiểm khác nhau tùy vào các biến số. Chiến lược thâm nhập thị trường có độ rủi ro thấp nhất. Chiến lược đa dạng hoá có độ rủi ro lớn nhất. Tuy nhiên, độ rủi ro của các chiến lược còn phụ thuộc vào sức mạnh của các đối thủ cạnh tranh và cơ hội sẵn có.

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) hay trực tiếp hơn là các thành tựu của nó đang tác động mạnh tới hầu hết các khía cạnh, lĩnh vực của đời sống. Một điểm chung của tất cả các cuộc cách mạng công nghiệp đó là sự gia tăng nhanh chóng của năng suất, hiệu quả lao động. Vì vậy, có thể nói rằng, thành quả của cuộc CMCN 4.0 này sẽ là một xã hội với nhiều tiện ích và giá trị hơn. Đối với lĩnh vực dịch vụ, tận dụng những thành quả của CMCN 4.0 sẽ hỗ trợ cho các doanh nghiệp tiếp cận được gần hơn với người tiêu dùng, đặc biệt thông qua nền tảng trực tuyến, các dịch vụ sẽ chuyển dịch dần sang các dịch vụ lấy khách hàng làm trung tâm, nhiều loại hình dịch vụ ứng dụng khoa học kỹ thuật ngày càng có cơ hội phát triển lớn mạnh.

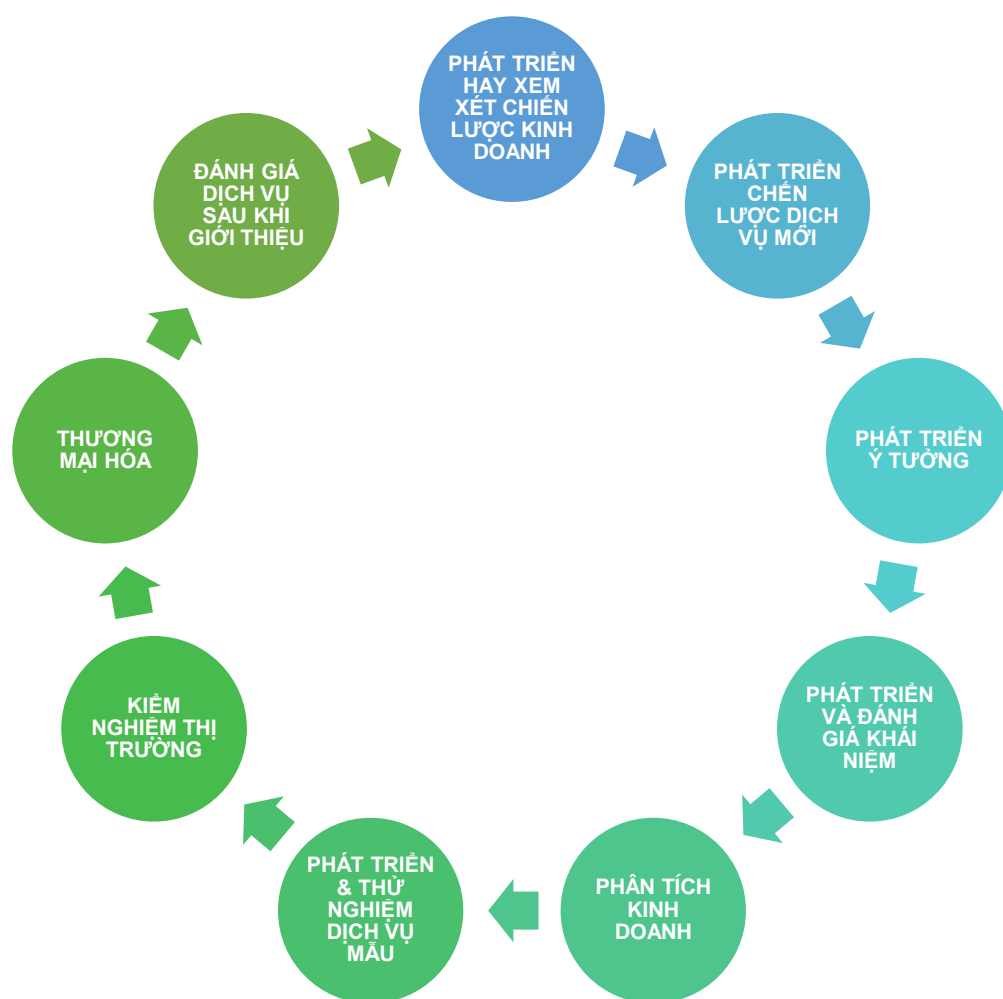
1.2. Khái quát về dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-vnEdu

Phát triển dịch vụ mới

Phát triển dịch vụ mới có thể thực hiện thông qua:

- Mua bán và sáp nhập (M&A) các công ty đang kinh doanh dịch vụ, hoặc
- Tự công ty phát triển dịch vụ mới

Quy trình phát triển dịch vụ mới



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.

Đối tượng sử dụng mạng giáo dục Vnedu bao gồm các phòng, sở giáo dục và đào tạo. Các đơn vị trường tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông, đại học, trung cấp, cao đẳng, các đối tượng là học sinh, sinh viên, giáo viên hoặc phụ huynh.

Các ứng dụng của Vnedu bao gồm: Hệ thống quản lý thư viện (VNPT – LIB), Vnedu – FMS (Quản lý thu phí nhà trường), Vnedu – NMS (Quản lý dinh dưỡng nhà trường), Vnedu – CoC (Hệ thống thi trực tuyến tùy biến), VnEdu – Portal (Cổng thông tin điện tử nhà trường).



Hình 1.2. Giao diện chính của website Mạng giáo dục Vnedu

(Nguồn: Webside: <https://vnedu.vn/>)

Năm 2020 là năm đầu tiên Bộ Thông tin và Truyền thông (TT&TT) tổ chức Giải thưởng “Sản phẩm công nghệ số Make in Vietnam” nhằm thúc đẩy, khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ số nghiên cứu, sáng tạo các sản phẩm công nghệ số, giải các bài toán Việt Nam; Tôn vinh các sản phẩm công nghệ số xuất sắc có giá trị thực tế góp phần phát triển chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, kiến tạo quốc gia số; Quảng bá cho các sản phẩm công nghệ số Make in Vietnam tới đông đảo doanh nghiệp và người dân Việt Nam. Giải thưởng “Sản phẩm công nghệ số Make in Vietnam” năm 2020 bao gồm năm hạng mục gồm: Nền tảng số xuất sắc, Sản phẩm số xuất sắc, Giải pháp số xuất sắc, Thu hẹp khoảng cách số và Sản phẩm số tiềm năng.

Hai sản phẩm của Tập đoàn VNPT đã được vinh danh. Đó là Hệ sinh thái Giáo dục thông minh vnEdu 4.0 đoạt giải Nhất.

Giành giải Nhất ở hạng mục Thu hẹp khoảng cách số - Hệ sinh thái Giáo dục thông minh vnEdu 4.0 của Tập đoàn VNPT được đánh giá là hệ sinh thái giáo dục số một Việt Nam hiện giờ. Hệ sinh thái vnEdu được xây dựng tuân thủ khung kiến trúc chính phủ điện tử Việt Nam 2.0 do Bộ TT và TT ban hành, trong đó ứng dụng mạnh

mẽ các xu hướng giáo dục hiện đại và các công nghệ 4.0. Đây cũng là hệ sinh thái giáo dục chiếm thị phần lớn nhất Việt Nam và là hệ sinh thái đầy đủ, toàn diện nhất với hơn 20 sản phẩm, dịch vụ.

Tại Hội thảo chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo vừa được tổ chức mới đây, “Hệ sinh thái giáo dục vnEdu” của VNPT cũng đã được trao giấy xác nhận đáp ứng quy định kỹ thuật về dữ liệu và kết nối với cơ sở dữ liệu ngành giáo dục và đào tạo theo Quyết định số 1904/QĐ-BGDĐT ngày 4-7-2020 của Bộ trưởng Giáo dục và Đào tạo.

Với việc đạt được Chứng nhận này của Bộ, các đơn vị sử dụng Hệ sinh thái giáo dục vnEdu của VNPT có thể liên thông dữ liệu tự động với các hệ thống khác như: CSDL ngành giáo dục và đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Trung tâm Điều hành Tỉnh, Cơ sở dữ liệu Dân cư, Y tế...

1.2.2. Phân loại các 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.

Lợi ích dịch vụ:

- Điều hành và quản lý mọi lúc, mọi nơi
- Khai thác tối đa ấn phẩm, tránh dư thừa, lãng phí;
- Nắm bắt tình hình, tình trạng ấn phẩm, đưa ra nhu cầu cung cấp;
- Trao đổi dữ liệu và chia sẻ thông tin dễ dàng;
- Nhập ấn phẩm theo qui chuẩn;
- Thống kê, báo cáo tập trung.

Các tính năng cơ bản:

- Quản lý danh mục: Danh mục theo khung phân loại Dewey (DDC), danh mục kho sách, tình trạng, ngôn ngữ, tác giả,...;
- Quản lý độc giả: Quản lý danh sách giáo viên, học sinh và các đối tượng khác;

- Quản lý ấn phẩm: Biên mục theo chuẩn MARC21, AACR2, ISBD, đăng ký cá biệt, kiểm kê, thanh lý;
- Quản lý theo mã vạch: Quản lý thẻ đọc giả mượn/trả/thuê; Quản lý ấn phẩm mượn/trả/thuê;
- Tra cứu trực tuyến: Cho phép tra cứu, mượn và xem ấn phẩm trực tuyến;
- Phân quyền: Phân quyền theo từng cấp quản lý, chi tiết từng chức năng của hệ thống;
- Tích hợp Z39.50: Cho phép truy hồi và tìm kiếm thông tin ấn phẩm liên thư viện;
- Thống kê, báo cáo: Thống kê tình trạng ấn phẩm theo các mẫu chi tiết, biểu đồ phát triển kho sách, thống kê bạn đọc.

1.2.2.2. Dịch vụ vnEdu-IOC

Mục đích triển khai dịch vụ:

- Cung cấp bức tranh toàn cảnh của giáo dục trên cơ sở tập hợp thông tin, dữ liệu của tất cả các hệ thống thông minh và các nguồn dữ liệu khác, đồng thời đưa ra các chỉ số đo lường hoạt động của từng hệ thống (KPI);
- Truy nhập thời gian thực đến các hệ thống ứng dụng thông minh của giáo dục;
- Tích hợp công cụ tương tác và hỗ trợ ra quyết định kịp thời;
- Cung cấp cho Lãnh đạo Phòng, Sở các thống kê, báo cáo;
- Tối ưu hóa các dịch vụ của Giáo dục bằng cách cải thiện hiệu suất và giảm chi phí;
- Quản lý và khắc phục sự cố bằng việc tổ chức phản ứng xử lý nhanh;
- Phân tích và đưa ra các dự báo về các sự kiện tương lai.

Lợi ích dịch vụ:

- Dữ liệu học tập sẽ không bị ảnh hưởng, mất mát khi nhà trường thay đổi nâng cấp phần mềm quản lý hoặc chuyển cấp, chuyển trường...;
- Sở có một CSDL thống nhất và duy nhất để phục vụ mục đích quản lý và thống kê báo cáo và tổng hợp nhanh chóng kịp thời các thống kê báo cáo;
- Quản lý thông tin của học sinh xuyên suốt 12 năm học;

- Cung cấp dữ liệu cho các dịch vụ giáo dục trên nền Big Data và phục vụ việc khai thác thông tin cho các hệ thống khác.

Các tính năng cơ bản:

-Phân hệ Nền tảng tích hợp: Chức năng Lập lịch trao đổi dữ liệu, Cấu hình thông tin trao đổi, ghi log trao đổi dữ liệu, thực hiện trao đổi dữ liệu. Phân hệ Cổng giao tiếp và Giao tiếp API, cung cấp các service cho đối tác, trực tích hợp.

-Phân hệ Cơ sở dữ liệu tập trung:

-Phân hệ trực quan hóa: Chức năng Biểu đồ, chức năng Thống kê báo cáo, tra cứu học sinh; tra cứu giáo viên.

- Phân hệ Phân tích, BI, Big Data: Data Service; Data Warehouse; Bussiness Intelligence.

- Phân hệ Quản trị hệ thống: Khai báo người dùng; Cập nhật thông tin người dùng; Xóa thông tin người dùng và Phân quyền người dùng.

1.2.2.3. Dịch vụ vnEdu-Enrollment

Mục đích triển khai dịch vụ: tin học hóa quá trình nộp và nhận hồ sơ tuyển sinh đầu cấp của các trường học, hỗ trợ Sở/Phòng/Nhà trường quản lý hồ sơ và cung cấp số liệu liên quan tới công tác tuyển sinh được dễ dàng và nhanh chóng.

Lợi ích dịch vụ:

- Đối với phụ huynh & người nộp hồ sơ nói chung: Giao diện thân thiện, hỗ trợ người dùng nhập các thông tin nhanh chóng, giúp cho người dùng cập nhật thông tin về tuyển sinh và quy định tuyển sinh và gửi hồ sơ cho trường nhanh chóng.

- Đối với Nhà trường: Tiếp nhận hồ sơ học sinh được nhanh chóng, thuận tiện, tránh tình trạng hồ sơ bị thất lạc; xem danh sách các hồ sơ đã nộp và tiếp nhận, xử lý hồ sơ.

- Đối với Phòng/Sở giáo dục: Xem danh sách các hồ sơ đã nộp và tiếp nhận, xử lý hồ sơ, thiết lập được quy định tuyển sinh (nhập nội dung tuyển sinh, tải lên các tài liệu quy định), xem thống kê các trạng thái hồ sơ của tất cả các trường ở mọi cấp học và hỗ trợ công tác báo cáo ngành nhanh chóng, chính xác.

Các tính năng cơ bản:

- Phân hệ Quản lý tài khoản: Chức năng đăng ký tài khoản; Chức năng đổi, khôi phục mật khẩu.
- Phân hệ Quản lý hồ sơ: Tạo, sửa, xóa hồ sơ của người nộp hồ sơ; Tạo, sửa, xóa hồ sơ của Sở, trường.
- Phân hệ Quản lý thông tin tuyển sinh: Tạo, sửa, xóa thông tin tuyển sinh; Xem thông tin tuyển sinh.
- Phân hệ Quản lý bản tin chung;
- Phân hệ Thống kê hồ sơ.

1.2.2.4. Dịch vụ Sở liên lạc điện tử

Dịch vụ Sở liên lạc điện tử là dịch vụ hỗ trợ nhà trường gửi thông tin về điểm số, quá trình học tập, quá trình rèn luyện, sức khỏe của học sinh hàng ngày tại trường cho phụ huynh học sinh qua hình thức tin nhắn hoặc thông tin được xem qua tài khoản internet hoặc MyTV.

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

Quản lý thu phí các dịch vụ trong trường học bao gồm: chức năng kế toán, tính tiền tạm thu cho học sinh, tính chi phí thực, tích hợp in hóa đơn điện tử trực tiếp trên vnEdu.

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

Phần mềm chuyên dụng hỗ trợ cán bộ dinh dưỡng trong các trường học xây dựng các thực đơn dinh dưỡng một cách khoa học, cân đối tỷ lệ các chất dinh dưỡng, phù hợp với sự phát triển toàn diện của trẻ cho các bữa ăn tại nhà trường phù hợp với các trường mầm non cũng như các trường cung cấp dịch vụ bán trú, nội trú.

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

Hệ thống bao gồm các chức năng cấu hình các cuộc thi trực tuyến theo nhiều cấp, mô hình lưu trữ kho nội dung số, mô hình khai thác nội dung. Hệ thống thi trực tuyến tùy biến được xây dựng sẽ mang lại một sân chơi mới tăng sự kết nối giữa nhà trường, giáo viên, gia đình học sinh thông qua việc chia sẻ và đánh giá kiến thức thông qua các cuộc thi.

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

Hệ thống cổng thông tin điện tử với công nghệ hiện tại, đảm bảo tính linh động trong quản trị và tính tương thích với thiết bị di động từ phía giao diện người dùng cuối, dễ dàng mở rộng phát triển các tính năng mới. Log đầy đủ tới từng thao tác, cho phép tổ chức mô hình phân cấp đơn vị đa chiều, có thể áp dụng cho mô hình giáo dục: Bộ/Sở/Phòng giáo dục và đào tạo, Trường học.

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

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

1.3.1.1. Nhóm tiêu chí đánh giá tăng trưởng qui mô cung cấp dịch vụ:

Qui mô cung cấp dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của VNPT phản ánh độ rộng của dịch vụ cung cấp. Qui mô càng lớn chứng tỏ dịch vụ càng phổ biến với nhiều khách hàng khác nhau và mỗi khách hàng lại có nhu cầu sử dụng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu càng nhiều.

Qui mô cung cấp dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của VNPT chủ yếu được phản ánh thông qua số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ và số lượng dịch vụ cung ứng cho khách hàng. Đánh giá qui mô được xét trên hai khía cạnh: mức qui mô dịch vụ hiện thời cung cấp so sánh giữa các VNPT các tỉnh và tốc độ tăng trưởng qui mô dịch vụ trong từng thời kì. Cụ thể:

Tăng trưởng doanh số đối với từng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của VNPT

Tiêu chí đầu tiên cần kể đến để đánh giá sự phát triển của mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của VNPT là tiêu chí về doanh số. Doanh số hoạt động phản ánh số lượng khách hàng và mức qui mô sử dụng mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu. Mức doanh số lớn cho thấy lượng khách hàng nhiều. Điều này cũng chứng minh số lượng các dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của VNPT đa dạng hơn và ngày càng hoàn thiện. Mức độ gia tăng doanh số kinh doanh lại phản ánh hiệu quả hoạt động của VNPT.

Quá trình phát triển này mang lại lợi ích lớn nhất, cũng là hiệu quả thực tế nhất cho các Trung tâm kinh doanh VNPT đó chính là lợi nhuận.

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

Nghiên cứu về doanh số đối với từng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của VNPT cũng là cách để nhà quản trị VNPT dễ dàng nắm bắt được xu thế thay đổi trong từng thời kỳ phát triển. Đặc biệt trong bối cảnh công nghệ phát triển như vũ bão, sự chuyển dịch trong cơ cấu sử dụng dịch vụ được phản ánh qua doanh số sử dụng sẽ giúp cho nhà quản trị VNPT xác định được tầm nhìn chiến lược phù hợp trong mỗi thời kỳ.

Số lượng khách hàng: Số lượng khách hàng phản ánh thị phần của một trung tâm kinh doanh VNPT. Mà tiêu chí thị phần lại là một tiêu chí chung và quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của một tổ chức. Khách hàng được coi là thượng đế trong nền kinh tế thị trường nhờ chính lợi nhuận và hiệu quả hoạt động cho doanh nghiệp, hay nói cách khác hơn thì chính khách hàng trả lương cho người lao động.

Lĩnh vực kinh doanh của VNPT cũng không ngoại lệ, một trung tâm kinh doanh VNPT càng hoạt động tốt, các dịch vụ của trung tâm kinh doanh VNPT đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng bao nhiêu thì càng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ tăng nhiều lên bấy nhiêu. Thách thức đặt ra cho các trung tâm kinh doanh của VNPT đó là sự tích cực củng cố hình ảnh nhằm mở rộng thị phần giúp nâng cao vị thế hoạt động của VNPT trên thị trường. Chất lượng phục vụ tốt với một danh mục sản phẩm đa dạng nhằm thu hút ngày càng nhiều đối tượng khách hàng chính là yếu tố phản ánh sự phát triển của hoạt động dịch vụ mạng giáo dục trên thị trường.

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

Tăng trưởng số lượng dịch vụ:

Tiêu chí này thể hiện mức độ phong phú, đa dạng của dịch vụ mà một trung tâm kinh doanh VNPT mang đến cho khách hàng. Mỗi trung tâm kinh doanh VNPT có nhiều khách hàng với các nhu cầu sử dụng dịch vụ khác nhau, việc đưa ra nhiều dịch vụ nhằm đáp ứng được nhu cầu khác nhau của khách hàng. Tuy nhiên, mức độ phát triển đa dạng hoá phải phù hợp với năng lực của trung tâm kinh doanh VNPT hiện có để tránh sự phát triển quá mức có thể gây ra hiệu ứng ngược đối với chính mỗi trung tâm kinh doanh VNPT do sự dàn trải nguồn lực không phù hợp.

Trong bối cảnh toàn cầu hoá, nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng ngày càng cao đòi hỏi mỗi trung tâm kinh doanh VNPT phải không ngừng đổi mới nhằm cung cấp những dịch vụ tốt nhất dành cho khách hàng của mình. Đặc biệt là xu hướng liên kết những sản phẩm thành những “gói hàng” đa dạng và tiện lợi. Không chỉ gói gọn ở những sản phẩm có tính truyền thống mà dịch vụ trung tâm kinh doanh VNPT ngày càng phát triển phong phú hơn. Việc tận dụng tối đa hiệu suất của các kênh phân phối giúp các trung tâm kinh doanh VNPT tiếp cận khách hàng nhanh chóng và tiện lợi hơn. Các trung tâm kinh doanh VNPT trong xu hướng phát triển đa năng còn chủ động cạnh tranh bằng cách cung cấp thêm các dịch vụ mới, hay nhiều dịch vụ trung tâm kinh doanh VNPT khác. Kinh doanh theo chiến lược năng động giúp VNPT thu được nhiều lợi nhuận hơn lại giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh. Sự gia tăng số lượng sản phẩm dịch vụ hàng năm phản ánh khả năng phát triển dịch vụ của một trung tâm kinh doanh VNPT qua số lượng danh mục dịch vụ hoặc chủng loại trong mỗi danh mục dịch vụ mà VNPT cung cấp hàng năm.

Số lượng DV mạng giáo dục gia tăng hàng năm = Số lượng DV mạng giáo dục năm n – Số lượng DV mạng giáo dục năm $n-1$

Tỷ lệ dịch vụ trên một khách hàng

Tỷ lệ dịch vụ mạng giáo dục của VNPT được sử dụng bình quân trên 1 khách hàng cho biết mức độ phát triển dịch vụ theo cả chiều rộng lẫn chiều sâu. Tỷ lệ mạng giáo dục của VNPT được sử dụng bình quân trên 1 khách hàng càng cao chứng tỏ mức độ khách hàng quan tâm đến các dịch vụ của VNPT càng nhiều. Một khách hàng

sử dụng càng nhiều sản phẩm dịch vụ tại một trung tâm kinh doanh của VNPT chứng tỏ độ trung thành của khách hàng đó càng cao.

Việc đánh giá và đo lường nhóm các tiêu chí phản ánh phát triển dịch vụ mạng giáo dục về quy mô thể hiện qua các số liệu của các tiêu chí qua các năm.

1.3.1.2. *Doanh thu từ hoạt động dịch vụ mạng giáo dục của VNPT*

Doanh thu là một trong những tiêu chí quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả hoạt động dịch vụ mạng giáo dục của VNPT trên thị trường. Việc đo lường tổng doanh thu qua các năm nhằm tìm hiểu qui luật về sự biến động trong tổng doanh thu, từ đó xác định nguyên nhân gây nên sự tăng giảm trong mỗi thời kì. Doanh thu lớn chứng tỏ lượng dịch vụ cung cấp trên thị trường nhiều. Điều đó cũng hứa hẹn nguồn thu nhập cao cho trung tâm kinh doanh VNPT.

Doanh thu từ việc cung ứng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam -vnEdu của VNPT được đo lường bằng tổng doanh thu từng dịch vụ.

1.3.1.2. Nhóm tiêu chí về chất lượng sản phẩm dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một trong những tiêu chí rất khó đánh giá do đó là một khái niệm trừu tượng, được đánh giá dựa trên các quan điểm khác nhau. Chất lượng dịch vụ được đánh giá dựa trên cảm nhận của khách hàng, của Trung tâm kinh doanh VNPT và chất lượng dịch vụ tác động đến nền kinh tế.

Chất lượng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu đối với khách hàng được hiểu là khả năng cung ứng dịch vụ nhằm thỏa mãn các nhu cầu sử dụng đa dạng và lợi ích đạt được từ việc sử dụng dịch vụ đó của khách hàng. Trong khi đó, chất lượng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu trên quan điểm đối với Trung tâm kinh doanh VNPT lại là khả năng cung ứng dịch vụ nhằm thỏa mãn các nhu cầu sử dụng đa dạng của khách hàng với chi phí thấp và hiệu quả lợi nhuận là cao nhất. Vì vậy, để đánh giá mức độ phát triển theo chiều sâu cần tập trung nghiên cứu đối với những tiêu chí phản ánh chất lượng dịch vụ đáp ứng cho khách hàng như đánh giá nội bộ thông qua các báo cáo theo dõi chất lượng dịch vụ của nội bộ Trung tâm kinh doanh VNPT đó (về mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng, tính tiện ích và an toàn của sản phẩm, khả năng cạnh tranh của trung tâm kinh doanh VNPT...) và đánh giá thông

qua kết quả khảo sát ý kiến khách hàng. Bên cạnh đó, một tiêu chí đánh giá không thể thiếu đó là tiêu chí phản ánh rủi ro và khả năng kiểm soát các rủi ro trong cung ứng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của trung tâm kinh doanh VNPT. Cụ thể:

Đáp ứng nhu cầu khách hàng

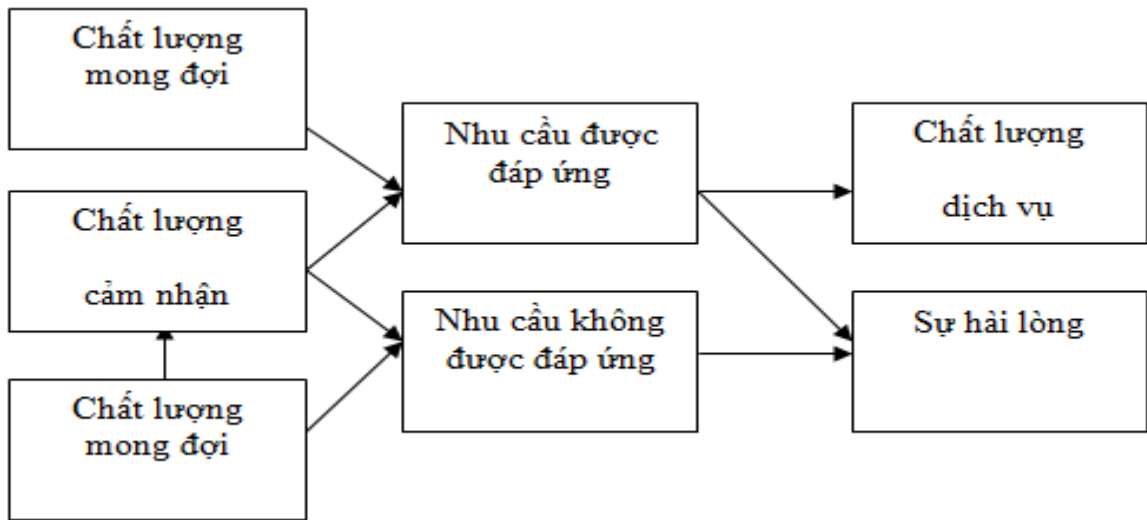
Đáp ứng nhu cầu được đo lường bằng khả năng thỏa mãn, mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của trung tâm kinh doanh VNPT. Nếu như chất lượng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu ngày càng hoàn hảo, có chất lượng cao thì khách hàng sẽ gắn bó lâu dài và chấp nhận trung tâm kinh doanh VNPT. Không những vậy, những lời khen, sự chấp thuận thỏa mãn về chất lượng của khách hàng hiện hữu sẽ thông tin tới những người khác có nhu cầu sử dụng dịch vụ tìm đến Trung tâm kinh doanh VNPT để giao dịch. Sự hoàn hảo của dịch vụ được hiểu là dịch vụ với những tiện ích cao, giảm đến mức thấp nhất các sai sót và rủi ro trong kinh doanh dịch vụ. Chất lượng dịch vụ của Trung tâm kinh doanh VNPT ngày càng hoàn hảo càng làm cho khách hàng yên tâm và tin tưởng trung tâm kinh doanh VNPT.

Sự hài lòng của khách hàng được nhiều công trình nghiên cứu về chất lượng dịch vụ đề cập đến trong hàng ngàn bài luận khác nhau và công trình của nhiều tác giả (Peterson và Wilson, 1992). Trên thực tế có rất nhiều cách hiểu khác nhau về sự hài lòng của khách hàng.

Theo Terrence Levesque và Gordon H.G McDougall (1996), trạng thái/cảm nhận của KH đối với nhà cung cấp dịch vụ sau khi đã sử dụng dịch vụ đó được xem như là sự hài lòng của khách hàng.

Theo Oliver (1999) và Zineldin (2000), sự hài lòng của khách hàng lại được hiểu là sự phản hồi tình cảm hay cảm nhận của KH đối với nhà cung cấp dịch vụ. Sự phản hồi này chỉ được thực hiện trên cơ sở so sánh những gì họ nhận được so với mong đợi trước đó để tìm ra những điều khác biệt.

Theo Kotler (2000), ông xem xét dựa trên ba mức độ sau đây về sự hài lòng của khách hàng sau khi so sánh giữa kết quả nhận được từ dịch vụ và mong đợi:



Hình 1.2: Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ mạng giáo dục & sự hài lòng Khách hàng

Khách hàng sẽ cảm thấy không hài lòng nếu kết quả đạt được không tương xứng với kì vọng của họ. Ngược lại, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng nếu kết quả nhận được giống như những gì mong đợi. Và đặc biệt, khách hàng sẽ rất hài lòng và thích thú với dịch vụ đó khi kết quả nhận được nhiều hơn cả những gì mong đợi.

Bên cạnh những quan điểm trên, Oliva, Oliver, và Bearden (1995) thì cho rằng sự hài lòng của khách hàng là nhiệm vụ của bên cung cấp dịch vụ. So với những mong đợi trước đó của khách hàng về chúng, sự hài lòng của khách hàng thể hiện qua giá trị của sản phẩm dịch vụ được cung ứng.

Có rất nhiều quan điểm khác nhau về sự hài lòng của khách hàng nhưng tựu chung lại đều gắn liền với một số yếu tố căn bản như:

- Thiện cảm đối với bên cung ứng dịch vụ
- Mong đợi của KH về sự đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ từ bên cung ứng
- Giá trị thặng dư do dịch vụ mang lại hay kết quả có được từ thực hiện dịch vụ.
- Mức độ sẵn sàng của KH về khả năng sử dụng tiếp dịch vụ.

Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam - vnEdu là cảm nhận/ thái độ tích cực của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ Trung tâm kinh doanh VNPT sau khi đã sử dụng DV mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu nào đó. Khi khách hàng cảm thấy hài lòng về chất lượng DV mạng giáo dục Việt Nam –

vnEdu của Trung tâm kinh doanh VNPT tức là Trung tâm kinh doanh VNPT đã đáp ứng nhu cầu bằng/vượt mong đợi của KH và KH có ý định tiếp tục sử dụng DV của Trung tâm kinh doanh VNPT trong thời gian tới và thậm chí mãi về sau.

Tiện ích

Trong bối cảnh phát triển như vũ bão của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tính tiện ích của các dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của Trung tâm kinh doanh VNPT được xem như điều kiện tiên quyết để khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ của Trung tâm kinh doanh VNPT. Số lượng dịch vụ không chỉ cần nhiều mà cần một sản phẩm tích hợp được nhiều dịch vụ khác nhau. Với một nền tảng công nghệ cao, nhiều sản phẩm tiện ích của Trung tâm kinh doanh VNPT đã ra đời. Tuy vậy, sự vận động của công nghệ là liên tục theo nhu cầu của con người vì vậy đòi hỏi các Trung tâm kinh doanh VNPT tiếp tục phát triển, tích hợp thêm nhiều tiện ích sản phẩm hơn nữa.

Tuy nhiên, khi công nghệ càng phát triển, một trong những vấn đề đáng lo ngại nhất đó chính là tính an toàn của các Trung tâm kinh doanh VNPT. Sự tin tưởng của khách hàng chỉ có thể được xây dựng dựa trên một nền tảng giao dịch nhanh, an toàn và chính xác. Tính an toàn trong việc cung cấp dịch vụ Trung tâm kinh doanh VNPT được khẳng định ở nhiều mặt khác nhau như an toàn ngân quỹ, an toàn trong việc ứng dụng các công nghệ hiện đại hay an toàn trong việc bảo mật thông tin khách hàng.

Mức độ đa dạng hoá sản phẩm

Dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu cung cấp cho khách hàng càng đa dạng hoá thì khả năng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ càng cao. Chính vì vậy, một trong những yêu cầu đặt ra đối với hệ thống Trung tâm kinh doanh VNPT là sự nghiên cứu, phát triển sáng tạo những sản phẩm dịch vụ cung cấp nhằm thoả mãn nhu cầu đa dạng của Khách hàng. Mức độ đa dạng hoá dịch vụ được phản ánh thông qua số chủng loại sản phẩm dịch vụ Trung tâm kinh doanh VNPT có thể cung cấp cho một khách hàng và toàn bộ sản phẩm Trung tâm kinh doanh VNPT đang cung cấp cho toàn bộ khách hàng. Sở dĩ như vậy vì đa dạng hoá sản phẩm không chỉ được hiểu

theo nghĩa hẹp là càng nhiều sản phẩm cung cấp đa dạng trong hệ thống là tốt mà còn là mức độ đa dạng để thoả mãn nhu cầu của một khách hàng. Khách hàng càng sử dụng nhiều dịch vụ của cùng một Trung tâm kinh doanh VNPT độ trung thành càng cao. Điều đó lại là mục tiêu phát triển bền vững của các sản phẩm Trung tâm kinh doanh VNPT được đưa ra.

Đa dạng hoá đối tượng khách hàng dịch vụ

Một trong những tiêu chí quan trọng nhằm đánh giá sự phát triển dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu đó là mức độ đa dạng hoá đối tượng khách hàng. Bởi vì, khách hàng sử dụng dịch vụ càng đa dạng, càng nhiều ngành nghề, độ tuổi,... thì càng cho thấy các hình thức dịch vụ được đưa ra nhiều tiện ích, phù hợp với nhiều người khác nhau. Dịch vụ được tạo ra đa chủng loại, nhiều sự lựa chọn đáp ứng nhu cầu tạo ra sức hút với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Trung tâm kinh doanh VNPT có càng nhiều đối tượng khách hàng khác nhau sử dụng dịch vụ chứng tỏ Trung tâm kinh doanh VNPT đó càng đa năng trong việc cung cấp dịch vụ tiện ích trên thị trường tài chính.

Khả năng quản lý rủi ro

Rủi ro luôn là yếu tố luôn song hành cùng với hoạt động kinh doanh của Trung tâm kinh doanh VNPT. Chính vì vậy, khả năng quản lý rủi ro trong quá trình cung cấp DV mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của Trung tâm kinh doanh VNPT được xem như một qui trình tổng thể không chỉ của riêng ban lãnh đạo Trung tâm kinh doanh VNPT. Khả năng quản lý rủi ro phải thể hiện thông qua chính sách khách hàng, khả năng xử lý các rủi ro đơn lẻ và tổng thể trong quá trình giao dịch. Việc xử lý rủi ro phải đảm bảo sự hài lòng cho khách hàng giao dịch.

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

Các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bao gồm các yếu tố nằm ngoài khả năng kiểm soát của doanh nghiệp như các yếu tố về chính trị, pháp luật, chính sách của nhà nước, tập quán tiêu dùng... Trong đó, vai trò của nhà nước là đặc biệt quan trọng với việc đưa ra một khuôn khổ pháp luật phù hợp, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp được cạnh tranh bình đẳng với nhau. Cạnh tranh là tiền đề quyết định sự vận hành của nền kinh tế thị trường buộc các doanh nghiệp phải thích ứng liên tục về mặt sản phẩm, công nghệ... nhằm đáp ứng nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng. Tuy nhiên, cạnh tranh cũng làm giảm bớt khả năng thu lợi nhuận cao của các doanh nghiệp. Do vậy, các doanh nghiệp thường tìm cách giảm bớt cạnh tranh, làm cho hiệu năng của cả hệ thống kinh tế thị trường bị kém đi. Chính vì vậy, nhà nước trong nền kinh tế thị trường có một nhiệm vụ rất quan trọng là tạo lập môi trường cạnh tranh, duy trì cạnh tranh bằng việc ban hành các chế độ, chính sách, đứng ra với tư cách là trọng tài, là người định luật chơi, định hướng phát triển... cho cuộc tranh đua giữa các doanh nghiệp.

Quy định chính sách của nhà nước.

Một là, tạo lập khuôn khổ pháp luật cạnh tranh. Đây là tiền đề đầu tiên của việc tạo lập môi trường cạnh tranh, trong đó đạo luật về cạnh tranh, đạo luật chống độc quyền có một vị trí đặc biệt. Cơ chế thị trường cạnh tranh chỉ được phát huy một cách hữu hiệu trên cơ sở một hệ thống đồng bộ các “luật chơi” đầy đủ, nhờ đó duy trì được môi trường cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp hoạt động, đồng thời mọi hành vi cạnh tranh không lành mạnh đều phải bị trừng phạt. Vì vậy, xây dựng và thực thi có hiệu quả một hệ thống pháp luật thích ứng với hoạt động kinh doanh theo cơ chế thị trường và gắn liền với nó là hệ thống tòa kinh tế là nội dung quan trọng của việc tạo lập thể chế kinh tế thị trường ở nước ta và là cơ sở nền tảng cho việc tạo lập môi trường cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Hệ thống tổ chức bộ máy nhà nước và hệ thống chính sách chế độ nhà nước về cạnh tranh và hỗ trợ cạnh tranh, thúc đẩy cạnh tranh bao gồm các tổ chức như Cục bảo vệ cạnh tranh, Tòa án kinh tế, các chính sách tài chính, tiền tệ, các chính sách

khuyến khích bảo trợ, các chính sách xã hội...có ý nghĩa và tác động rất lớn đến hoạt động kinh doanh và cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Cơ chế quản lý kinh tế của nhà nước là một nhân tố quan trọng tạo nên môi trường kinh doanh, môi trường cạnh tranh của các doanh nghiệp, cơ chế này được xây dựng dựa trên cơ sở các chiến lược, định hướng phát triển kinh tế của nhà nước trong mỗi giai đoạn. Cơ chế quản lý kinh tế của nhà nước cần tạo ra sự độc lập về quản lý một cách thực sự cho lãnh đạo các doanh nghiệp, đồng thời kiểm soát được kết quả hoạt động của các doanh nghiệp.

Đối thủ cạnh tranh

➤ **Đối thủ cạnh tranh trực tiếp**

Một đối thủ cạnh tranh trực tiếp cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tương tự doanh nghiệp. Hai bên nhắm vào cùng một thị trường mục tiêu và cơ sở khách hàng, với cùng mục tiêu tăng trưởng lợi nhuận và thị phần. Điều này có nghĩa là các đối thủ cạnh tranh trực tiếp của doanh nghiệp đang bán các sản phẩm giống như bạn, trong một mô hình phân phối tương tự như bạn. Nếu doanh nghiệp không tiến hành các nghiên cứu đối thủ cạnh tranh của mình, có thể sẽ tụt lại so với đối thủ.

Tuy nhiên, khách hàng sẽ mua sắm sẽ quan tâm đến nhiều thứ: địa điểm, cấp độ dịch vụ và tính năng sản phẩm khi xem xét việc mua hàng. Nhưng họ sẽ không nhất thiết chọn cùng một hỗn hợp các tùy chọn này trong mọi so sánh. Họ có thể sẽ khám phá càng nhiều tùy chọn càng tốt để đáp ứng nhu cầu của họ, có thể bao gồm việc xem xét một mô hình dịch vụ khác hoặc một sản phẩm khác hoàn toàn. Đây là nơi cạnh tranh trở thành một yếu tố quan trọng. Nơi có cạnh tranh tiềm năng là yếu tố chính trong việc xác định thị trường mạnh nhất cho các giải pháp kinh doanh của doanh nghiệp.

➤ **Đối thủ cạnh tranh gián tiếp**

Đối thủ cạnh tranh gián tiếp là một công ty khác cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tương tự, giống như đối thủ cạnh tranh trực tiếp; tuy nhiên, mục tiêu cuối cùng là khác nhau. Những đối thủ này đang tìm cách tăng doanh thu với một chiến lược khác.

Gần như mọi công ty đều tham gia với một hình thức cạnh tranh gián tiếp. Bằng cách phác thảo tất cả những tiềm năng khách hàng để có thể điều chỉnh và đáp ứng hoạt động Marketing của doanh nghiệp để tăng mức độ cạnh tranh, tạo lợi thế cho sản phẩm và dịch vụ.

1.3.2.2. Các yếu tố bên trong

Các yếu tố bên trong là các yếu tố doanh nghiệp có thể chủ động xử lý được. Trong thực tế, có rất nhiều yếu tố bên trong ảnh hưởng tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, và do vậy ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp như yếu tố con người, tiềm lực vô hình, yếu tố công nghệ, tổ chức sản xuất, marketing, nghiên cứu và phát triển... Các doanh nghiệp có giành được chiến thắng trong cạnh tranh hay không chính là nhờ vào việc lựa chọn các yếu tố này một cách hợp lý nhất.

Chiến lược cạnh tranh

Khi đã hiểu về thị trường, thế mạnh điểm yếu của mình doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược sản phẩm để cụ thể hóa lợi thế cạnh tranh và đạt đến mục tiêu kinh doanh.

Chiến lược sản phẩm, dịch vụ là một phần cực kỳ đặc biệt và quan trọng bởi lẽ nó là nền tảng của chiến lược kinh doanh. Bất kỳ doanh nghiệp khi ra thị trường cũng sẽ kinh doanh một loại hình sản phẩm, dịch vụ nào đó. Chính vì vậy mà chiến lược sản phẩm, dịch vụ giúp doanh nghiệp có thể xác định được phương hướng phát triển, thiết kế sản phẩm để phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của thị trường, cũng như hạn chế được những rủi ro có thể gặp phải.

Yếu tố về công nghệ

Các hệ thống máy móc trực tiếp tạo ra dịch vụ viễn thông, cũng như đảm bảo quá trình sử dụng dịch vụ của khách hàng:

Nhu cầu kết nối thông tin liên lạc của xã hội ngày càng nhiều để phục vụ cho các nhu cầu hết sức đa dạng, vì thế khả năng cung cấp dịch vụ Mạng xã hội Vnedu với số lượng lớn, truyền đưa thông tin trung thực, ghi cước chính xác... được khách hàng đòi hỏi ngày càng cao. Chính vì vậy việc trang bị thiết bị kỹ thuật ngày càng

hiện đại với công nghệ ngày càng cao là yếu tố làm nâng cao lượng sản phẩm dịch vụ của nhà cung cấp.

Việc đảm bảo và duy trì được chỉ tiêu kỹ thuật về chất lượng mạng lưới để đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng được là hoạt động chính trong chiến lược sản xuất kinh doanh của Viễn thông Bắc Giang.

Yếu tố về con người

CBCNV là tài sản, là nguồn lực của doanh nghiệp. Đội ngũ CBCNV tham gia trực tiếp vào quá trình cung cấp dịch vụ Mạng xã hội Vnedu cho khách hàng, thường xuyên tiếp xúc với khách hàng, hỗ trợ, tư vấn cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Điều này yêu cầu CBCNV phải có trình độ kỹ thuật cao, khả năng làm việc và nắm bắt nhu cầu khách hàng tốt, đồng thời có kiến thức và am hiểu về dịch vụ và marketing, khả năng giao tiếp, chăm sóc khách hàng. Qua đó có thể mang đến cho khách hàng dịch vụ và chất lượng cao.

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.

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

Website: 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).

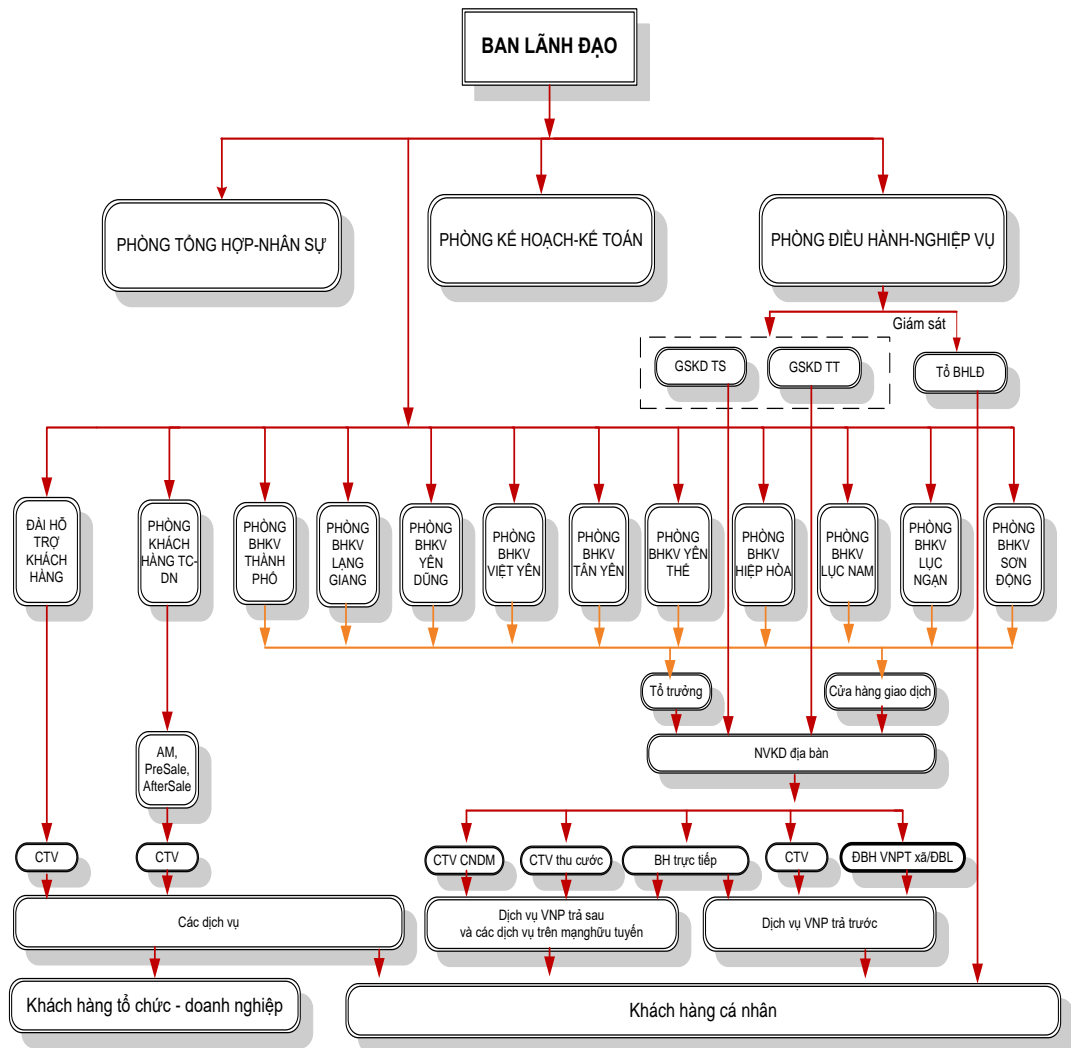
Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang có trụ sở chính đặt tại 34 Nguyễn Thị Lưu, Phường Trần Phú, TP Bắc Giang, tỉnh Bắc Giang là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông (VNPT-Vinaphone); là một bộ phận cấu thành của hệ thống tổ chức và hoạt động của Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông; thực hiện các tiêu chí 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 DVVT;

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

Căn cứ mô hình tổ chức hoạt động của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang kèm theo Quyết định số 1259/QĐ-VNPT VNP-NS ngày 03/11/2015 của Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông và Hướng dẫn mô hình tổ chức của phòng Bán hàng khu vực theo thông tư 04/2012/TT-BTTTT kèm theo Văn bản số 1928/VNPT VNP-NS ngày 31/03/2017 của Tổng công ty Dịch vụ Viễn thông. Cơ cấu tổ chức bộ máy của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang gồm:

- Ban lãnh đạo (gồm 02 người): 01 Giám đốc và 01 Phó Giám đốc.
- Phòng tham mưu chuyên môn, nghiệp vụ gồm có 03 phòng: Phòng Nhân sự-Tổng hợp; Phòng Kế toán- Kế hoạch; Phòng Điều hành - Nghiệp vụ.
- Các đơn vị cơ sở trực thuộc gồm: Phòng khách hàng Tổ chức-Doanh nghiệp; Đài Hỗ trợ Khách hàng; Phòng Bán hàng khu vực huyện, thành phố.



Hình 2.1: Bộ máy tổ chức của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang
(Nguồn Phòng Nhân sự- Tổng Hợp)

Ban lãnh đạo

Quản lý và điều hành chung hoạt động của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang, trực tiếp chỉ đạo các công tác: Kinh doanh, phát triển thị trường, giá cước theo định hướng của Tổng công ty; Tổ chức, cán bộ lao động; Thi đua, tổng hợp, truyền thống; Quân sự, bảo vệ, hành chính quản trị; Chăm sóc khách hàng; Thông tin tuyên truyền, quảng cáo giới thiệu sản phẩm, dịch vụ trên toàn địa bàn tỉnh; Chỉ đạo triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh;

Các nội dung công việc khác do Tổng công ty chỉ đạo thực hiện.

Phòng Nhân sự- Tổng hợp

- Công tác hành chính
- Công tác tổ chức, lao động, tiền lương, thi đua khen thưởng
- Công tác Đầu tư XD CB

Phòng Kế toán- Kế hoạch

- Công tác kế hoạch
- Công tác Kế toán-Tài chính
- Công tác quản lý thu cước VT-CNTT

Phòng Điều hành-Nghiệp vụ

- Công tác Điều hành kinh doanh
- Công tác Kỹ thuật nghiệp vụ

Phòng Khách hàng Tổ chức-Doanh nghiệp

- Kinh doanh, bán các sản phẩm, dịch vụ Viễn thông-Công nghệ thông tin, phục vụ đối tượng khách hàng là tổ chức, doanh nghiệp trên địa bàn.
- Phát triển thị trường, bán hàng, chăm sóc khách hàng đến đối tượng khách hàng là tổ chức, doanh nghiệp trên địa bàn.
- Hoạch định, tổ chức quản lý, điều hành, kiểm soát, phân tích đánh giá hoạt động bán hàng hướng đến khách hàng doanh nghiệp, tổ chức theo chiến lược kinh doanh của Tổng công ty, Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang;
- Tổ chức các hoạt động tiếp thị đầu tư và kinh doanh hạ tầng;
- Đề xuất xây dựng và tổ chức triển khai thực hiện các tiêu chí kế hoạch bán hàng doanh nghiệp đã được Giám đốc Trung tâm phê duyệt;
- Xây dựng, tham gia xây dựng và triển khai: chiến lược, kế hoạch, chính sách, phương án bán hàng, khuyến mại; quảng cáo, thực hiện chăm sóc khách hàng, xây dựng hình ảnh thương hiệu của VNPT theo định hướng, kế hoạch, phân cấp của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang;
- Xây dựng và triển khai thực hiện các tiêu chí kế hoạch bán hàng đã được Giám đốc Trung tâm phê duyệt; giao tiêu chí kế hoạch về sản phẩm, sản lượng, doanh thu, độ phủ thị trường, thị phần hàng năm cho các tổ trực thuộc Phòng Khách hàng Tổ chức-Doanh nghiệp;

- Theo dõi tình hình thị trường, nhu cầu thị hiếu của khách hàng cũng như năng lực mạng lưới làm cơ sở đề xuất, xây dựng các sản phẩm, giải pháp phù hợp yêu cầu của đối tượng khách hàng doanh nghiệp làm cơ sở cho việc bán hàng đạt hiệu quả trên địa bàn;

- Kiểm tra, phân tích, đánh giá tổng hợp báo cáo và đề xuất tổ chức thực hiện các phương án cải tiến hoạt động bán hàng và các nghiệp vụ chuyên môn định kỳ, đột xuất, theo quy định;

- Hoạch định, tổ chức triển khai công tác tuyên truyền quảng cáo, quảng bá thương hiệu, khuyến mại. Phân tích, đánh giá hiệu quả và đề xuất các giải pháp thực hiện để phát triển khách hàng;

- Tổ chức triển khai, kiểm tra việc thực hiện các chương trình khuyến mãi bao gồm các chương trình khuyến mãi cục bộ để thúc đẩy bán hàng

- Quản lý việc tham gia nghiên cứu phân tích, dự báo nhu cầu thị trường các sản phẩm và dịch vụ viễn thông;

- Chuyển các yêu cầu thiết lập dịch vụ của khách hàng đến các đơn vị có liên quan để thực hiện theo quy trình;

- Soạn thảo, đàm phán, tham mưu giúp Giám đốc Trung tâm ký kết Hợp đồng cung cấp các dịch vụ viễn thông theo phân cấp, ủy quyền;

- Chịu trách nhiệm trước Pháp luật về việc sử dụng con dấu của đơn vị theo quy định.

- Theo dõi tiến trình cung cấp dịch vụ đến khách hàng;

- Tổ chức tiếp thị bán hàng, chủ động tìm kiếm, phân loại khách hàng tiềm năng và trực tiếp tiếp thị tại địa điểm của khách hàng là doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có nhu cầu sử dụng dịch vụ viễn thông-công nghệ thông tin

- Tổ chức quản lý và phát triển các kênh bán hàng; đề xuất triển khai, thực hiện công tác triển khai hệ thống bán hàng; Truyền thông, quảng bá giới thiệu và bán các sản phẩm dịch vụ, giải pháp theo giấy phép kinh doanh của Trung tâm Kinh doanh VNPT-Bắc Giang

2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ

- Là đơn vị trực thuộc VNPT địa bàn Bắc Giang, Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang có nhiệm vụ kinh doanh và phát triển các sản phẩm dịch vụ của VNPT đến khách hàng.
- Trong quá trình cung cấp sản phẩm dịch vụ thông tin di động, Viễn thông Bắc Giang cùng các Trung tâm Viễn thông huyện/thành phố sẽ là đơn vị chịu trách nhiệm về phần chất lượng các tham số kỹ thuật của dịch vụ, Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang sẽ là đơn vị chịu trách nhiệm trong việc chất lượng phục vụ, chăm sóc khách hàng.
- Như vậy, xét về mặt chức năng nhiệm vụ, Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang sẽ cần có các cơ chế chính sách, gói cước hay các chương trình bán hàng để có thể đưa các sản phẩm của VNPT tới tận tay khách hàng.
- Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang có trách nhiệm trong việc tăng doanh thu và sản lượng của dịch vụ di động dựa trên nền tảng chất lượng dịch vụ mà Viễn thông Bắc Giang quản lý.
- Hai đơn vị trên cùng địa bàn, gọi chung là VNPT địa bàn Bắc Giang sẽ cùng phối hợp trong công tác xây dựng và phát triển dịch vụ di động. Từ đó nâng cao thị phần nhà mạng VinaPhone trên địa bàn.

2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của VNPT Bắc Giang giai đoạn 2016 - 2020

VNPT Bắc Giang là một trong những doanh nghiệp chủ đạo trên địa bàn tỉnh Bắc Giang. Doanh thu của đơn vị gồm 8 nhóm dịch vụ, trong đó tập trung chủ yếu ở nhóm dịch vụ di động (trả trước và trả sau), dịch vụ băng rộng có dây (Internet cáp đồng MegaVNN, Internet cáp quang FiberVNN, truyền hình MyTV), cụ thể như sau:

2.1.4.1. Về doanh thu

Bảng 2.1: Sản lượng doanh thu các dịch vụ của VNPT Bắc Giang*Đơn vị: Tỷ đồng*

TT	Dịch vụ	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Tăng trưởng BQ giai đoạn
	Tổng doanh thu	328,868	379,323	444,018	493,362	488,072	10,6%
1	Di động (trong đó di động trả trước tính theo tiêu dùng TKC)	199,132	212,677	217,883	226,511	212,042	1,7%
2	Băng rộng	76,831	108,834	169,954	201,48	204,224	29,4%
2.1	FiberVNN	26,563	74,133	150,54	194,13	203,19	78,9%
2.2	MegaVNN	50,268	34,701	19,414	7,35	1,034	-55,80%
3	Cố định	20,135	17,72	15,241	12,235	9,698	-16,60%
4	Truyền dẫn	4,941	6,792	9,258	11,368	14,458	30,9%
5	MyTV	18,554	16,995	15,459	13,126	15,36	-3,90%
6	CNTT	2,509	2,233	5,384	17,381	20,492	92,7%
7	Hạ tầng	2,809	3,213	4,035	4,076	4,817	14,8%
8	Còn lại (thương mại, kênh riêng...)	3,957	10,859	6,804	7,185	6,98	35,0%

(Nguồn: Báo cáo hàng năm- VNPT Bắc Giang)

Như vậy, doanh thu của VNPT Bắc Giang tập trung chủ yếu từ dịch vụ di động và dịch vụ băng rộng có dây, trong khi đó dịch vụ điện thoại cố định đều giảm dần trong các năm... Dựa trên số liệu doanh thu, chúng ta nhận thấy công tác đầu tư cần tập trung vào việc xây dựng hạ tầng cho hai nhóm dịch vụ này là chủ yếu.

- Doanh thu dịch vụ cố định: Giảm dần qua các năm với tỷ lệ giảm trung bình trong giai đoạn 2016 – 2020 là 16,60%.

- Doanh thu dịch vụ di động: Có sự biến động không đồng đều qua các năm do có sự cạnh tranh quyết liệt giữa các nhà mạng trong việc cung cấp dịch vụ di động, đặc biệt là sự cạnh tranh với đối thủ lớn nhất của VNPT là Viettel. Tăng trưởng trung bình trong cả giai đoạn 2016 – 2020 là 1,70%.

- Doanh thu dịch vụ băng rộng MegaVNN: Giảm dần qua các năm nhu cầu sử dụng thị trường sử dụng các dịch vụ không dây, dịch vụ FiberVNN có băng thông lớn, tốc độ đường truyền nhanh hơn.

- Doanh thu dịch vụ FiberVNN: Tăng dần qua các năm nhưng có sự tăng trưởng cao qua các năm đột biến ở giai đoạn 2016 – 2020. Có được điều này là do các dự án đầu tư về hạ tầng kỹ thuật mạng cáp quang và nâng cấp hệ thống đường truyền của VNPT Bắc Giang đã mang lại hiệu quả vượt bậc mang tới trải nghiệm sử dụng hoàn hảo cho khách hàng: trong cả giai đoạn 2016 – 2020 dịch vụ FiberVNN tăng trưởng tới 78,90%. VNPT Bắc Giang xác định dịch vụ FiberVNN là dịch vụ chính, sẽ dần thay thế dịch vụ Internet cáp đồng MegaVNN trong tương lai. Thực tế đã thể hiện rõ, đến hết tháng 10 năm 2019 VNPT Bắc Giang đã cơ bản chuyển đổi toàn bộ thuê bao MegaVNN sang thuê bao FiberVNN.

- Doanh thu dịch vụ MyTV: Do nhu cầu sử dụng dịch vụ truyền hình tương tác mới của khách hàng ngày càng tăng, dịch vụ MyTV của VNPT Bắc Giang với lợi thế về tốc độ, tiện ích và chất lượng hình ảnh đã chiếm được sự tin tưởng của khách hàng. Tuy nhiên, ngày nay khách hàng có nhiều sự tiếp cận và lựa chọn hơn trong việc xem truyền hình giải trí qua Internet, youtube,... qua đó doanh thu dịch vụ không đồng đều, chiếm tỷ trọng không cao trong cơ cấu doanh thu của đơn vị. Trong cả giai đoạn doanh thu từ dịch vụ MyTV vẫn giảm trung bình ở mức 3,90%.

- Doanh thu dịch vụ CNTT: bao gồm chữ ký số, vnEdu, chính quyền điện tử, HIS, Tracking, Hóa đơn điện tử, eCabinet, Dịch vụ thông minh, VNPT Pharmacy, VNPT IVAN... tăng trưởng trung bình trong cả giai đoạn 92,70%.

Kết luận: Tình hình kinh doanh của VNPT Bắc Giang trong giai đoạn 2016 – 2020 tương đối tốt. Tốc độ phát triển của dịch vụ FiberVNN, CNTT tăng trưởng khá nhanh, có 1 số dịch vụ có tốc độ phát triển chậm đôi khi còn làm giảm doanh thu như dịch vụ cố định, MegaVNN ... cần có những chính sách thích hợp cho dịch vụ này.

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

2.2.1. Nhóm tiêu chí về tăng trưởng quy mô dịch vụ

2.2.1.1. Về số doanh số dịch vụ: Số trường đăng ký dịch vụ và số học sinh sử dụng dịch vụ.

Hiện nay, VNPT Bắc Giang đang hỗ trợ các trường dạy học trực tuyến trên phần mềm LMS nằm trong hệ sinh thái giáo dục VNEDU của VNPT và phần mềm học, thi, kiểm tra trực tuyến E-Learning.

Đối tượng sử dụng dịch vụ mạng VNedu bao gồm các trường học, sở, phòng giáo dục và đào tạo. Nhằm thúc đẩy việc sử dụng dịch vụ trên địa bàn, VNPT Bắc Giang đã có chính sách hỗ trợ miễn phí sử dụng các tính năng của mạng giáo dục, các đơn vị sau khi trải nghiệm dịch vụ sẽ chỉ đạo xuống các trường mua phần mềm và sử dụng phần mềm. Nghiên cứu giai đoạn 2018-2020 cho thấy tình hình tăng trưởng quy mô sử dụng dịch vụ Vnedu như sau:

Bảng 2.2: Số trường đăng ký dịch vụ Vnedu từ năm 2018 – 2020

	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Số trường đăng ký dịch vụ Vnedu	291	308	316

Tổng số trường tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông trên địa bàn tỉnh Bắc Giang có 502 trường. Nhìn qua bảng số liệu ta thấy số trường đăng ký dịch vụ Vnedu tăng dần qua các năm từ 2018 – 2020. Cụ thể số trường đăng ký dịch vụ Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang năm 2018 chiếm 57,97%; năm 2019 chiếm 61,35%; năm 2020 chiếm 62,95% tổng số trường trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

Điều này cho thấy dịch vụ mạng giáo dục Vnedu của VNPT là dịch vụ được phần lớn các trường trên địa bàn tỉnh Bắc Giang sử dụng, và thị phần cơ sở sử dụng dịch vụ mạng giáo dục Vnedu tăng dần qua các năm cho thấy một kết quả khả quan và thể hiện được sự nỗ lực của các nhân viên TTKD Bắc Giang.

Bảng 2.3: 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

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



Biểu đồ 2.1: Số học sinh sử dụng dịch vụ mạng giáo dục VNedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang các năm 2018 – 2020

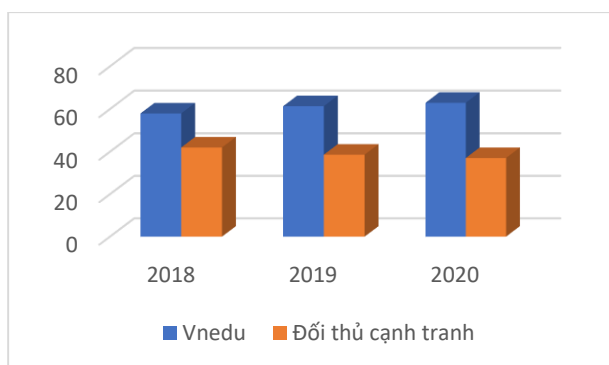
Biểu đồ 2.1. cho thấy số học sinh sử dụng dịch vụ mạng giáo dục VNedu tăng qua các năm từ 2018-2020. Nguyên nhân có thể thấy việc tăng trưởng các cơ sở đăng ký sử dụng mạng giáo dục VNedu sẽ giúp số lượng các cá nhân sử dụng mạng giáo dục tăng nhanh. Tăng số học sinh sử dụng mạng giáo dục VNedu sẽ giúp tăng doanh thu của đơn vị. Trong bối cảnh dịch bệnh Covid 19 vẫn còn phức tạp, việc sử dụng các phương thức đào tạo và trao đổi trực tuyến là xu hướng tất yếu, đây là một trong những nguyên nhân chính thúc đẩy sự phát triển dịch vụ VNedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

2.2.1.2. Về tỷ lệ dịch vụ/ khách hàng

Nhìn qua bảng số liệu 2.3 cho thấy tỷ lệ khách hàng sử dụng dịch vụ ngày càng tăng năm 2018 tỷ lệ này là 1.8, năm 2019 là 2.1, năm 2020 tỷ lệ này đã tăng lên 2.84 tức là 1 khách hàng sử dụng trung bình gần 3 dịch vụ của VNedu điều đó là tín hiệu

đáng mừng cho thấy chất lượng dịch vụ của Mạng giáo dục Việt Nam Vnedu càng ngày càng được nhiều người sử dụng và khai thác các tính năng.

2.2.1.3. Thị phần dịch vụ



Biểu đồ 2.2. Thị phần Vnedu so với các đối thủ khác trên địa bàn tỉnh Bắc Giang

Nhìn vào biểu đồ 2.2 cho thấy thị phần dịch vụ Vnedu tại địa bàn tỉnh Bắc Giang năm 2018 là 57,97%, thị phần của Viettel, FPT, Misa ... chiếm 42,03%. Năm 2019 là 61,35% thị phần của các đối thủ là 38,65%, năm 2020 là 62,95% thị phần của các đối thủ là 37,05%. Đây là tín hiệu đáng mừng thể hiện sự nỗ lực của trung tâm kinh doanh VNPT cho dịch vụ Mạng giáo dục Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang so với các đối thủ cạnh tranh khác.

2.2.2. Tiêu chí về doanh thu từ dịch vụ

- Quy mô doanh thu:

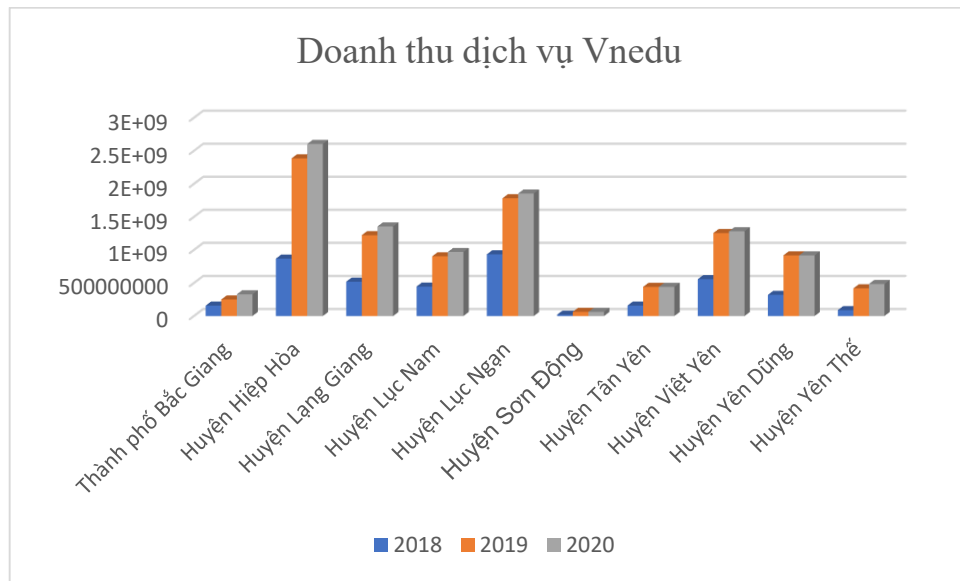
Doanh thu từ dịch vụ Vnedu của VNPT Bắc Giang được xác định bằng giá cước các gói dịch vụ mà khách hàng (tính trên từng học sinh) đăng ký sử dụng dịch vụ mạng giáo dục.

Nhìn qua bảng số liệu 2.4 cho thấy, năm 2018 doanh thu dịch vụ Vnedu của huyện Lục Ngạn chiếm tỷ lệ cao nhất mặc dù số học sinh sử dụng dịch vụ mạng giáo dục không đứng đầu. Huyện Hiệp Hòa có số học sinh sử dụng dịch vụ mạng giáo dục nhiều nhất và doanh thu xếp thứ 2 toàn tỉnh Bắc Giang.

Bảng 2.4. Doanh thu dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – VnEdu năm 2018 - 2020

Huyện/T P	Năm 2018			Năm 2019			Năm 2020		
	Số Học Sinh	Doanh Thu	Lợi nhuận	Số Học Sinh	Doanh Thu	Lợi nhuận	Số Học Sinh	Doanh Thu	Lợi nhuận
Thành phố Bắc Giang	3.175	157.310.000	36.181.300	6.318	250.400.000	57.592.000	7.922	328.400.000	75.532.000
Huyện Hiệp Hòa	20.126	868.780.000	217.195.000	50.519	2.385.870.00 0	596.467.500	80.561	2.603.620.000	650.905.000
Huyện Lạng Giang	19.702	519.230.000	124.615.200	35.558	1.223.620.00 0	293.668.800	49.575	1.356.010.000	325.442.400
Huyện Lục Nam	9.856	445.770.000	120.357.900	19.461	904.120.000	244.112.400	28.435	969.370.000	261.729.900
Huyện Lục Ngạn	17.278	933.530.000	261.388.400	34.122	1.782.580.00 0	499.122.400	40.124	1.853.560.000	518.996.800
Huyện Sơn Động	706	20.450.000	4.703.500	1.578	63.240.000	14.545.200	2.194	63.240.000	14.545.200
Huyện Tân Yên	5.407	157.360.000	45.634.400	11.128	441.530.000	128.043.700	12.532	441.530.000	128.043.700
Huyện Việt Yên	12.514	558.250.000	178.640.000	27.499	1.256.210.00 0	401.987.200	34.184	1.283.160.000	410.611.200
Huyện Yên Dũng	6.950	320.830.000	121.915.400	19.520	917.640.000	348.703.200	29.000	917.640.000	348.703.200
Huyện Yên Thế	11.104	89.520.000	31.332.000	20.594	419.170.000	146.709.500	26.350	484.740.000	169.659.000
Tổng	106.818	4.071.030.00 0	1.141.963.10 0	226.297	9.644.380.00 0	2.730.951.90 0	310.877	10.301.270.00 0	2.904.168.40 0

(Nguồn: Phòng kinh doanh- VNPT Bắc Giang)



Biểu đồ 2.3. Doanh thu dịch vụ Vnedu từng huyện qua các năm

Nhìn qua bảng số liệu doanh thu và số học sinh năm 2019 ta thấy doanh thu huyện Hiệp Hòa đã vươn lên đạt doanh thu cao nhất và số học sinh sử dụng dịch vụ mạng giáo dục cũng chiếm số lượng cao nhất toàn tỉnh, huyện Lục Ngạn xếp vị trí thứ 2 về số học sinh và doanh thu của mạng giáo dục.

Bảng số liệu năm 2020 cho ta thấy huyện Hiệp Hòa tiếp tục ở vị trí đầu tiên về doanh thu và số lượng học sinh sử dụng mạng giáo dục, huyện Lục Ngạn vẫn xếp vị trí thứ 2. Huyện Sơn Động vẫn là huyện có số học sinh và doanh thu thấp nhất toàn tỉnh Bắc Giang.

Từ các số liệu trên cho thấy, mặc dù số lượng học sinh đăng ký sử dụng dịch vụ nhiều, tuy nhiên gói cước sử dụng cũng sẽ ảnh hưởng đến doanh thu của dịch vụ. Ngoài ra, đối với các huyện không thuộc nhóm trung tâm, tuy nhiên doanh số của dịch vụ vẫn chiếm tỷ trọng cao, cho thấy VNPT Bắc Giang đã có chiến lược tập trung vào các địa bàn không phải trung tâm thành phố, tại đây mức độ cạnh tranh sẽ thấp hơn, dễ tiếp cận với thị trường hơn so với thành phố Bắc Giang.

- Về tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận từ dịch vụ

Về nguyên tắc, VNPT Bắc Giang là đơn vị hạch toán phụ thuộc, không xác định lợi nhuận cho từng dịch vụ mà sẽ tập hợp số liệu gửi về tập đoàn. Tuy nhiên, nhằm mục đích đánh giá hoạt động phát triển dịch vụ của đơn vị, trung tâm đã tiến hành

xác định lợi nhuận từ dịch vụ trên căn cứ doanh thu từ dịch vụ và các chi phí phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ như chi phí truyền thông, chi phí marketing và các khoản chi phí khác. Kết quả xác định lợi nhuận được trình bày ở bảng 2.4. Tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận từ dịch vụ Vnedu được trình bày ở bảng 2.5.

Bảng 2.5. Tốc độ tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận từ dịch vụ Vnedu

Đơn vị: Nghìn

Tiêu chí	2018	2019	2020	Chênh lệch			
				2019/2018		2020/2019	
				Giá trị	%	Giá trị	%
Doanh thu từ dịch vụ VNEDu	4.071.030	9.644.380	10.301.270	5.573.350	136,9%	656.890	6,8%
Số lượng sử dụng dịch vụ VNedu	106.818	226.297	310.877	119.479	111,85%	84.580	37,38%
Lợi nhuận từ dịch vụ VNEDu	1.141.963	2.730.952	2.904.169	1.588.989	139,1%	173.217	6,34%

(Nguồn: Phòng kinh doanh- VNPT Bắc Giang)

Nhận xét: Nhìn qua bảng số liệu ta thấy doanh thu từ dịch vụ Vnedu năm 2019/2018 có tốc độ tăng trưởng doanh thu và tốc độ tăng trưởng số lượng đăng ký dịch vụ khá lớn là 136,9% và 111,85%. Nhưng năm 2020/2019 thì tốc độ tăng trưởng doanh thu và tăng trưởng dịch vụ lại ở con số khiêm tốn là 6,8% và 37,38%. Do đó, tốc độ tăng trưởng lợi nhuận từ dịch vụ năm 2020 cũng giảm so với các năm trước. Nguyên nhân của vấn đề này là do số lượng các đơn vị đăng ký đã bão hòa, do đó khả năng mở rộng về số lượng đơn vị đăng ký sẽ bị hạn chế. VNPT Bắc Giang cần có chiến lược thay đổi, thay vì phát triển về chiều rộng, đơn vị nên tập trung phát

triển về chiều sâu, tăng cường các gói dịch vụ và tiện ích, như vậy mới đảm bảo tăng doanh thu từ dịch vụ cung cấp.

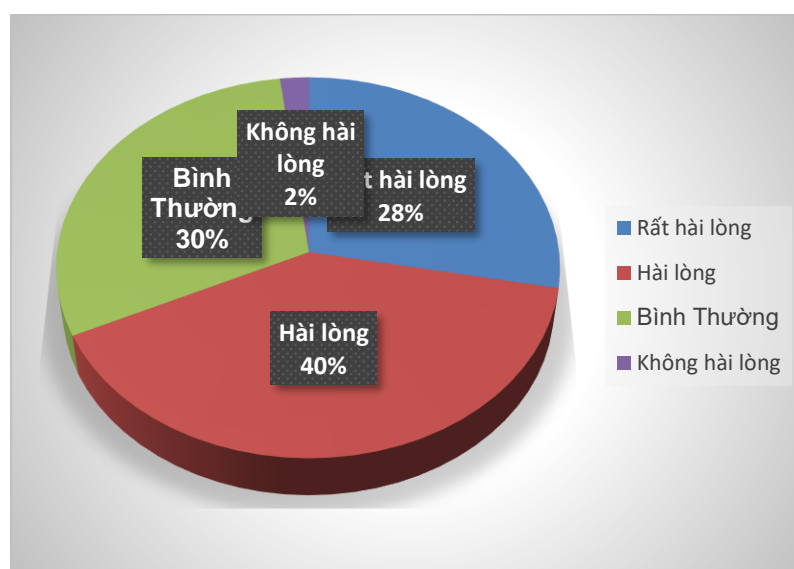
2.2.3. Nhóm chỉ tiêu về chất lượng sản phẩm dịch vụ VNEDU

Mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng: Mức độ đáp ứng nhu cầu được đo lường bằng khả năng thỏa mãn, mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu của trung tâm kinh doanh VNPT - Bắc Giang.

Để đánh giá những nhận xét, đánh giá của khách hàng về mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng, tác giả đã thực hiện hoạt động điều tra thị trường Bắc Giang, thông qua 986 khách hàng là nhà trường, giáo viên và học sinh trên địa bàn tỉnh Bắc Giang trên địa bàn tỉnh Bắc Giang và những khách hàng sử dụng internet (khảo sát trực tuyến) năm 2020 thông qua phiếu điều tra phụ lục 1.

Dưới đây là đánh giá tổng kết các ý kiến phản hồi từ khách hàng đối với hoạt động CSKH của Trung tâm kinh doanh VNPT – Bắc Giang.

Kết quả điều tra có 395 khách hàng đánh giá hài lòng, 276 khách hàng đánh giá rất hài lòng, 296 khách hàng đánh giá bình thường và 19 khách hàng không hài lòng khi sử dụng dịch vụ mạng giáo dục Vnedu



Hình 2.3: Tổng hợp phản hồi mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng năm 2020

Nguồn: Phòng chăm sóc khách hàng

Tính tiện ích và an toàn của sản phẩm: Với một nền tảng công nghệ cao, nhiều sản phẩm tiện ích của Trung tâm kinh doanh VNPT đã ra đời. Tuy vậy, sự vận động của công nghệ là liên tục theo nhu cầu của con người vì vậy đòi hỏi các Trung tâm kinh doanh VNPT tiếp tục phát triển, tích hợp thêm nhiều tiện ích sản phẩm hơn nữa.

Theo đại diện Trung tâm Kinh doanh VNPT – Bắc Giang, đối với nhà trường, lợi ích của vnEdu là giúp hình thành cách thức quản lý mới, khoa học; giảm bớt công việc thủ công, các thủ tục hành chính trong quản lý, tiết kiệm thời gian, chi phí, nâng cao hiệu quả công việc. Với vnEdu, việc tính toán, tổng hợp số học lực, hạnh kiểm... được hệ thống thực hiện tự động tuân theo các quy định của Bộ Giáo dục - Đào tạo ban hành nên tránh được sai sót do việc tính toán thủ công; các số liệu báo cáo được hệ thống cung cấp một cách nhanh chóng, chính xác.

Hệ thống vnEdu còn tích hợp các mẫu báo cáo thống kê EMIS theo các giai đoạn của năm học, các mẫu báo cáo về hồ sơ và điểm của học sinh tương thích với phân hệ quản lý học sinh VEMIS và quản lý điểm. Nhà trường có thể chủ động trong việc in ấn một số mẫu sổ gọi tên và ghi điểm, mẫu sổ theo dõi và đánh giá học sinh tiểu học...; tổ chức và quản lý kỳ thi một cách nhanh chóng, hiệu quả. Bên cạnh đó, vnEdu là một kênh liên lạc giúp phụ huynh nắm bắt dễ dàng, trực tiếp và nhanh chóng kết quả học tập, rèn luyện của con em để kịp thời khích lệ, uốn nắn con em mình.

Theo kết quả khảo sát năm 2020, đánh giá của nhà trường đối với dịch vụ VNedu thì các ứng dụng phong phú dễ dàng sử dụng, có nhiều tiện ích trong việc quản lý học sinh. Theo đánh giá của giáo viên: ứng dụng quản lý học sinh dễ dàng, dễ sử dụng. Theo đánh giá của phụ huynh học sinh: gói cước phù hợp với nhu cầu của mọi người.

Mức độ đa dạng hoá dịch vụ cung cấp:

Dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – vnEdu cung cấp cho khách hàng càng đa dạng hoá thì khả năng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ càng cao. Trong những

năm gần đây thì VNPT Bắc Giang luôn thêm mới các dịch vụ mạng giáo dục VnEdu để đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của khách hàng.

Năm 2019 ra mắt ứng dụng mới Vnedu - IOC có nhiều tính năng mới như Phân hệ phân tích, BI, Big Data.

Năm 2020 ra mắt ứng dụng mới: học và thi trực tuyến, theo dõi thực đơn và chế độ dinh dưỡng.

Tỷ lệ thêm mới các dịch vụ của Vnedu khoảng 20%, các dịch vụ thêm mới bao gồm vnEdu eLessonTool (Công cụ soạn bài giảng) và vnEdu Quiz (Chăm thi trắc nghiệm), dịch vụ Vnedu - IOC , dịch vụ Vnedu - Enrollment

Các dịch vụ cũ của Mạng giáo dục Việt Nam -Vnedu bao gồm:

- Quản lý nhà trường
- Website trường học
- Thư viện điện tử
- Công cụ hỗ trợ giáo dục
- Sổ liên lạc điện tử
- Thời khóa biểu
- Thi tuyển tập trung
- Quản lý thu phí nhà trường (VnEdu – FMS)
- Quản lý dinh dưỡng nhà trường (VnEdu – NMS)
- Hệ thống thi trực tuyến tùy biến (VnEdu – COC)
- Cổng thông tin điện tử nhà trường (VnEdu – Portal)
- Dịch vụ vnEdu-Enrollment
- Dịch vụ mới của mạng giáo dục Việt Nam bao gồm:
- Dịch vụ vnEdu-IOC

Dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam- Vnedu được thiết kế và xây dựng một cách tối ưu nhằm mang đến lợi ích và trải nghiệm tốt nhất cho các thầy cô giáo và nhà quản lý giáo dục. Để tạo điều kiện thuận lợi cho các trường học trên địa bàn tỉnh đăng ký sử dụng dịch vụ vnEdu, trung tâm kinh doanh VNPT Bắc Giang đã và đang

triển khai nhiều chính sách cước ưu đãi, nhất là đối với dịch vụ số liên lạc điện tử, thời khóa biểu...

Đăng ký sử dụng dịch vụ số liên lạc điện tử, nhà trường sẽ gửi thông tin về điểm số, quá trình học tập, rèn luyện, lịch thi, lịch nghỉ lễ, Tết, chuyên cần của HS qua tin nhắn (sms) đến di động của phụ huynh HS; hoặc phụ huynh HS có thể tra cứu thông tin trên qua website <http://vnedu.vn/so-lien-lac> hoặc MyTV. Hiện nay, dịch vụ số liên lạc điện tử dành cho khối THCS có các gói cước cụ thể như sau:

Nếu đăng ký gói vnEdu60, chỉ với 60.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 70 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng.

Nếu đăng ký gói vnEdu80, chỉ với 80.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 110 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng.

Trong khi đó, dịch vụ số liên lạc điện tử dành cho khối tiểu học có các gói cước cụ thể như sau:

Nếu đăng ký gói vnEdu40, chỉ với 40.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 55 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng.

Nếu đăng ký gói vnEdu50, chỉ với 50.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 70 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng.

Dịch vụ thời khóa biểu nhằm hỗ trợ giáo viên và nhà trường sắp xếp thời khóa biểu một cách tự động và đồng bộ dữ liệu thời khóa biểu với website trường học.

Nếu đăng ký gói vnEdu_TKB, chỉ với mức phí 1 triệu đồng, các trường học sẽ được sử dụng đầy đủ tính năng của dịch vụ này trên Mạng giáo dục Việt Nam vnEdu trong vòng 1 năm.

Đơn vị còn hỗ trợ các trường học chưa sử dụng dịch vụ thời khóa biểu với các gói cước miễn phí gồm: Gói vnEdu_TKB_test, nhà trường sẽ được sử dụng

đầy đủ tính năng của dịch vụ thời khóa biểu trong 1 tháng và gói vnEdu_TKB_Free, nhà trường sẽ được sử dụng miễn phí các tính năng cơ bản của dịch vụ này.

VNPT Bắc Giang còn có nhiều gói cước miễn phí cho phụ huynh, các trường học khi đăng ký sử dụng dịch vụ vnEdu. Đơn cử như với gói vnEdu_Chia sẻ, trung tâm sẽ dành 50 số liên lạc điện tử miễn phí các HS thuộc diện hộ nghèo, gia đình chính sách ở mỗi trường học. Ngoài ra, đơn vị còn miễn phí gói vnEdu_internet để khách hàng có thể xem thông tin HS qua internet bằng tài khoản được cấp và gói vnEdu_MyTV để khách hàng xem thông tin HS qua MyTV bằng tài khoản được cấp.

Giá cước có tác động mạnh mẽ đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng, về nhân tố này VNPT địa bàn tỉnh Bắc Giang hiện đang là nhà mạng có giá cước phù hợp nhất so với các nhà mạng khác

Như vậy có thể nói, VNPT Bắc Giang đã triển khai nhiều gói dịch vụ phong phú và tiện ích, giá cước phù hợp đến cho người sử dụng. Trong bối cảnh dịch Covid 19, đây sẽ là một kênh liên lạc hữu hiệu và được nhiều khách hàng ưa chuộng, có tiềm năng phát triển lớn trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

2.3.4 Các hoạt động VNPT tại tỉnh Bắc Giang đã làm để phát triển dịch vụ VNEDU.

Tại lễ phát động chương trình “Sóng và máy tính cho em”, Tập đoàn VNPT tham gia hỗ trợ 37.000 máy tính bảng để giúp học sinh, sinh viên thuộc hộ nghèo, hộ cận nghèo tại Bắc Giang đang thực hiện giãn cách theo Chỉ thị số 16 triển khai học trực tuyến, bảo đảm không để học sinh nào “bị bỏ lại phía sau”. Thấu hiểu những khó khăn mà các trường, các cơ sở giáo dục cũng như phụ huynh, học sinh gặp phải trong năm học mới, giữa bối cảnh dịch Covid-19 đang diễn biến phức tạp, nhiều tỉnh thành vẫn đang phải thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16, buộc công tác dạy và học phải thực hiện online, Lãnh đạo VNPT VinaPhone mong muốn có thể hỗ trợ tối đa, đảm bảo, quyền lợi học tập của học sinh, sinh viên không bị gián đoạn. “Kể từ thời điểm bắt đầu triển khai hệ thống phần mềm hỗ trợ học trực tuyến VNPT Elearning đến nay, VNPT luôn đặt quyền lợi được học, được tiếp nhận kiến thức và công nghệ mới của các em (học sinh, sinh viên) lên hàng đầu. Việc triển khai loạt chương trình

ưu đãi về cước, phí sử dụng dịch vụ đầu năm học mới là nỗ lực của VNPT trong việc đồng hành cùng ngành giáo dục nước nhà, giúp cho việc giáo dục không bị gián đoạn, góp phần đẩy lùi dịch bệnh trong cả nước”.

Ngoài chính sách ưu đãi cho các trường học, cơ sở giáo dục tại Bắc Giang đối với hệ thống VNPT Elearning, VNPT còn áp dụng nhiều chính sách miễn, giảm khác cho các chương trình thuộc hệ sinh thái giáo dục vnEdu như:

Với hệ thống tuyển sinh đầu cấp vnEdu Enrollment, VNPT sẽ miễn phí cước sử dụng dịch vụ trong 6 tháng đầu tiên đối với các trường chưa sử dụng dịch vụ. Đây là dịch vụ tin học hóa quá trình nộp và nhận hồ sơ tuyển sinh đầu cấp của các trường học, hỗ trợ Sở/Phòng/Nhà trường quản lý hồ sơ và cung cấp số liệu liên quan tới công tác tuyển sinh được dễ dàng và nhanh chóng.

Đối với hệ thống Kiểm định chất lượng giáo dục vnEdu QoE, VNPT cũng sẽ miễn phí cước sử dụng dịch vụ trong 6 tháng đầu tiên cho các trường chưa sử dụng dịch vụ. Đây là hệ thống kiểm định chất lượng giáo dục giúp hỗ trợ cơ sở giáo dục đánh giá về chất lượng hoạt động giáo dục, cơ sở vật chất, vấn đề liên quan của Nhà trường và cơ quan quản lý Nhà nước về giáo dục trong công tác đánh giá ngoài để xác định mức đạt được theo tiêu chuẩn đánh giá của Bộ GD&ĐT.

Đối với dịch vụ vnEdu TKB (Thời khóa biểu), vnEdu eLessonTool (Công cụ soạn bài giảng) và vnEdu Quiz (Chấm thi trắc nghiệm), Tập đoàn sẽ miễn phí cước sử dụng dịch vụ trong 30 ngày đầu tiên cho các trường chưa sử dụng dịch vụ.

Đối với VNPT Pay (dịch vụ thu, nộp học phí dành cho nhà trường và học sinh), VNPT sẽ miễn phí 6 tháng dịch vụ trên cổng thanh toán và Dịch vụ hỗ trợ thu hộ, chi hộ cũng như dịch vụ VNPTPAY QR.

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

Tháng 9 năm 2016, Bộ giáo dục và Đào tạo có ban hành Thông tư số 22/2016/TT-BGDĐT bổ sung một số điều của Quy định đánh giá học sinh tiểu học ban hành kèm theo Thông tư 30/2014/TT-BGDĐT. Theo đó, cho phép giáo viên được đánh giá định kỳ bằng điểm số kết hợp với nhận xét đối với học sinh tiểu học; đối với đánh giá thường xuyên thì giáo viên đánh giá bằng nhận xét; đồng thời kết hợp đánh giá của giáo viên, học sinh, cha mẹ học sinh, trong đó đánh giá của giáo viên là quan trọng nhất... Việc này cũng tạo thuận lợi cho hoạt động triển khai kinh doanh của dịch vụ vnEdu hơn so với quy định tại thông tư 30/2014 trước kia và đội ngũ nghiên cứu phát triển sản phẩm đang hoàn thiện thêm một số tính năng cho vnEdu để phù hợp với quy định mới của Nhà nước.

2.3.1.2. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp

Hiện nay, Viettel và Quảng Ích là 2 đối thủ lớn trong kinh doanh dịch vụ vnEdu. Theo thống kê của các chuyên gia thì Hệ sinh thái mạng giáo dục của VNPT có 8 triệu học sinh sử dụng chiếm thị phần 55%, đứng kế tiếp là Viettel với 4,65 triệu học sinh sử dụng chiếm thị phần 32%, còn lại là các đối thủ khác. Mức giá và chiết khấu của các đối thủ Viettel và Quảng Ích... tại các tỉnh thành phố không chênh lệch nhiều so với giá cước của vnEdu. Tuy nhiên, các đối thủ cung cấp Brandname dịch vụ số liên lạc điện tử theo yêu cầu của khách hàng. Còn dịch vụ Mạng giáo dục của VNPT bắt buộc phải cung cấp Brandname là “vnEdu”. Nếu vnEdu cung cấp Brandname theo yêu cầu khách hàng thì sẽ không được áp dụng giá đầu vào SMS nội mạng là 0đ, như thế sẽ không thể bù cho giá đầu vào SMS ngoại mạng là 350đ để đưa ra mức giá cân bằng với thị trường như hiện nay.

- Đối thủ Viettel:

Viettel cho sử dụng miễn phí đường truyền Internet cáp quang cho cán bộ lãnh đạo nhà trường, phòng giáo dục, sở giáo dục và các trường học trên địa bàn. Viettel

có chính sách hỗ trợ cho Ngành giáo dục rất mạnh: tài trợ học bổng bằng tiền, hiện vật đến các tổ chức giáo dục, miễn phí internet cáp quang từ cấp huyện và đến từng trường.

Ngày 28/5/2014, tại Bộ GD&ĐT diễn ra Lễ ký kết thỏa thuận hợp tác toàn diện giữa Tập đoàn Viễn thông Quân đội và Bộ GD&ĐT, tiếp tục chương trình “Kết nối mạng giáo dục” đã được triển khai từ 2008-2013. Thỏa thuận có 2 nội dung quan trọng. Một là, từ nay đến năm 2025, 100% cơ sở giáo dục trong cả nước từ mầm non đến Đại học sẽ được Viettel hoàn thành kết nối miễn phí bằng hạ tầng cáp quang, cho phép tiếp cận Internet tốc độ cao, chất lượng ổn định và cùng lúc số lượng lớn người sử dụng. Hai là, Viettel sẽ phối hợp với Bộ GD&ĐT đẩy mạnh đưa ứng dụng CNTT một cách thống nhất, toàn diện và xuyên suốt từ Trung ương đến địa phương và các hoạt động giáo dục, đào tạo của ngành.

Trước đó, năm 2018, Viettel và Bộ GD&ĐT đã ký biên bản ghi nhớ đưa kết nối Internet đến 100% cơ sở giáo dục (thường được gọi là Chương trình Internet trường học). Viettel đã thực hiện kết nối và nâng cấp Internet đến 30.593 cơ sở giáo dục trên cả nước, trong đó tỷ lệ các đơn vị giáo dục sử dụng dịch vụ băng rộng (Leased Line Internet, FTTH, ADSL, 3G) chiếm 81%. Từ năm 2020, Việt Nam đã đứng vào nhóm hàng đầu các nước ASEAN về mức độ kết nối Internet trong ngành giáo dục. Ước tính, hơn 25 triệu thầy cô, học sinh và sinh viên của các trường, cơ sở giáo dục của cả nước có điều kiện tiếp cận với Internet phục vụ trong công tác quản lý, giảng dạy, học tập. Trên cơ sở đó, một số ứng dụng CNTT đã được ngành giáo dục áp dụng thành công, trực tiếp góp phần nâng cao hiệu quả trong nhiều mặt.

Trong thời gian qua, Viettel đã phối hợp với nhiều bộ ngành, địa phương thực hiện hàng loạt các dự án CNTT lớn như: Dự án tin hóa Văn phòng Chính phủ, Hệ thống Chính quyền điện tử tại Hà Giang, Hệ thống Tạo lập cơ sở dữ liệu của Bộ Tư pháp, Hệ thống Cổng thông tin Điện tử và Thư điện tử của Bộ Y tế... Các giải pháp và sản phẩm CNTT đều do Viettel nghiên cứu phát triển và làm chủ công nghệ, có khả năng tùy biến và linh hoạt cao, và được xây dựng theo đặc thù và nhu cầu riêng của từng ngành, từng đơn vị.

Đây có thể coi là một bước đi hết sức khôn khéo nhằm đặt nền móng cho các dịch vụ, giải pháp mà Viettel sẽ triển khai sau khi tiếp tục ký thỏa thuận hợp tác với các sở giáo dục trên toàn quốc. Với nhiều các chính sách cho lĩnh vực giáo dục như vậy, Viettel sẽ là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với VNPT trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ mạng giáo dục trong thời gian tới.

- Đối thủ Quảng Ích:

Quảng Ích đa số tập trung vào thị trường là các thành phố lớn như Hà Nội và TP Hồ Chí Minh, trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, Quảng Ích chỉ chiếm một thị phần rất nhỏ đối với dịch vụ này.

Quảng Ích đã triển khai hệ thống cổng thông tin điện tử, hệ thống thư viện điện tử, trường học điện tử cho các đơn vị; thực hiện triển khai các phần mềm khác liên quan phục vụ công tác quản lý của Sở Giáo dục như dịch vụ công, đăng ký dạy thêm, Sở điểm điện tử, học bạ điện tử,...;

Ngoài 2 đối thủ cạnh tranh trực tiếp lớn nhất kể trên, vnEdu đang phải đối mặt với rất nhiều các nhà cung cấp dịch vụ tương tự như FTC Group, GapSchool của Công ty CP Gapit, NetPlus, nsoft và vô số các ứng dụng, phần mềm khác.

2.3.1.3. Yếu tố điều kiện xã hội

Tình hình dịch bệnh Covid-19 diễn ra phức tạp nên học sinh, sinh viên không thể đến trường đi học. Việc học trực tuyến được quan tâm và chú trọng hơn vào thời điểm dịch bệnh này.

Bắc Giang là tỉnh chịu ảnh hưởng lớn của dịch Covid-19 với nhiều lần bùng phát ở mức độ cao nên việc học trực tuyến sử dụng Mạng giáo dục Vnedu càng được sử dụng cho các phụ huynh, học sinh.

VNPT Bắc Giang luôn nắm chắc các tiến bộ khoa học kỹ thuật nên luôn cập nhật được các công nghệ mới bắt kịp với thời đại.

2.3.2. Yếu tố bên trong

2.3.2.1. Yếu tố về con người

VNPT Bắc Giang có đội ngũ nhân viên nắm rõ về hoạt động dẫn đến quá

trình tư vấn, tiếp thị khách hàng tốt có khả năng sáng tạo, nắm bắt tâm lý nhu cầu của khách hàng, nhạy bén với xu hướng công nghệ nhằm đưa ra các sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng nên dịch vụ Mạng giáo dục ngày càng được nhiều khách hàng biết đến ở tỉnh Bắc Giang.

VNPT Bắc Giang có đội ngũ lao động trình độ đại học chiếm 65%, tuy nhiên lực lượng lao động chuyên sâu trình độ cao còn ít. Cần có chính sách thu hút lao động có trình độ cao là yêu cầu cấp bách của VNPT.

2.3.2.2. Chiến lược phân phối của TTKD VNPT Bắc Giang

Có thể nói một trong những thế mạnh trong chiến lược Marketing của VNPT Bắc Giang đó chính là phân phối rộng rãi, chiến lược “đẩy và kéo” của VNPT đã đem lại rất nhiều thành tựu lớn. Hệ thống được triển khai khắp các huyện của tỉnh Bắc Giang, trong đó những xã nhỏ vẫn được VNPT Bắc Giang tập trung khai thác, hay những dân tộc vùng cao được VNPT kết nối rất tận tâm. Ngoài ra, hãng còn có các hệ thống, đại lý. Các điểm giao dịch tập trung ở những nơi tập trung dân cư, giao thông đi lại thuận tiện. Hệ thống điểm bưu điện đặt ở trung tâm thành phố hoặc những nơi vị trí thuận lợi cho người dân dễ dàng tiếp cận những dịch vụ của VNPT Bắc Giang.

Hơn thế nữa VNPT Bắc Giang còn sử dụng kênh Marketing trực tiếp, VNPT Bắc Giang cung cấp các kênh bán hàng trực tiếp, quá trình tiếp xúc giữa nhân viên và khách hàng có thể là ngay ở quầy giao dịch. Có thể thấy rõ ràng VNPT Bắc Giang rất mạnh tay trong việc đầu tư các kênh Marketing trực tiếp. Việc này, đã cho thấy tiềm lực của hãng ở mức cực kỳ cao, và chiến lược Marketing của VNPT Bắc Giang rất rõ ràng khi cho thấy mình là thương hiệu số 1 tại Việt Nam và kênh phân phối rộng lớn là điểm mạnh của mình đối với các đối thủ khác trên thị trường.

2.3.2.3. Truyền thông và quy trình cung ứng:

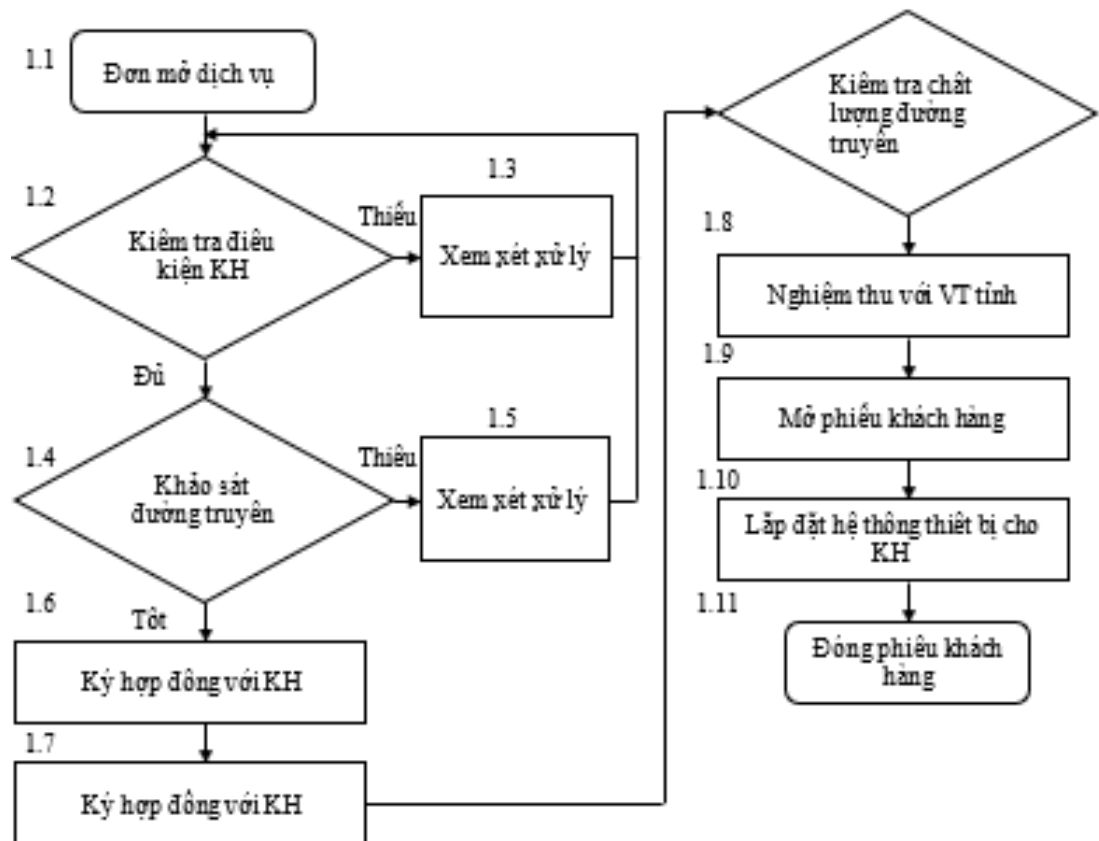
- Công nghệ VNPT Bắc Giang càng hiện đại, VNPT Bắc Giang càng có lợi thế dẫn đầu thị trường trong việc đưa sản phẩm đến tay khách hàng sử dụng cũng như giữ chân khách hàng trung thành do khả năng thoả mãn lợi ích ở nhiều mảng, nhiều

nhu cầu khác nhau. Mặt khác, trong thời kì công nghiệp hoá, thời gian đối với mỗi khách hàng là vô cùng quan trọng vì vậy công nghệ phát triển là lợi thế cho VNPT Bắc Giang trong việc tiết kiệm thời gian giao dịch, tạo thiện cảm cho khách hàng đối với VNPT Bắc Giang.

Năng lực quản trị điều hành giúp cho VNPT Bắc Giang đưa ra những chiến lược cạnh tranh phù hợp trong từng giai đoạn phát triển của mình. Chiến lược đúng đắn, khả năng phát triển dịch vụ tốt là điều kiện thuận lợi cho VNPT Bắc Giang mở rộng khu vực thị phần.

Uy tín là một trong những yếu tố then chốt quyết định việc một khách hàng có giao dịch với VNPT Bắc Giang hay không. Uy tín càng cao, khả năng khách hàng càng dễ dàng trong việc tự tìm đến VNPT Bắc Giang. Uy tín vốn vô hình, là tài sản của VNPT Bắc Giang. Uy tín VNPT Bắc Giang được hình thành qua thời gian VNPT Bắc Giang tồn tại trên thị trường cũng như chất lượng cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

Sơ đồ 2.1. Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ Mạng giáo dục Vnedu của VNPT



Diễn giải sơ đồ

STT	Hướng dẫn công việc
1.1	1. Lập phiếu đặt hàng 2. Giới thiệu giá cả, dịch vụ, quyền lợi và trách nhiệm của khách hàng, các quy định chung
1.2	1. Kiểm tra khả năng thanh toán 2. Kiểm tra điều kiện kỹ thuật tại đầu khách hàng 3. Điều kiện về trang thiết bị và nhu cầu của khách hàng về thiết bị (tư vấn, thuê mua thiết bị nếu có)
1.3	1. Lập hồ sơ khách hàng tiềm năng 2. Liên lạc lại theo chu kỳ để xem xét lại nhu cầu, nếu đủ điều kiện quay lại 1.1
1.4	1. Khảo sát đường truyền của viễn thông tỉnh 2. Dự kiến số hiệu đường truyền
1.5	1. Hồ sơ khách hàng gặp khó khăn trong cung ứng dịch vụ 2. Chuyển hồ sơ khách hàng gặp khó khăn trong quá trình cung ứng dịch vụ cho các đơn vị liên quan. 3. Liên lạc lại theo chu kỳ để xem xét lại nhu cầu, theo dõi các điều kiện để đáp ứng được nhu cầu. 4. Đề xuất các biện pháp đảm bảo chất lượng đường truyền cùng các đơn vị khác.

1.6	1. Ký hợp đồng khách hàng
1.7	1. Ký hợp đồng đường truyền
1.8	1. Tiến hành nghiệm thu đường truyền
1.9	1. Lập phiếu khách hàng gồm có: Cấp số đường truyền Cấp số, tham số cổng tổng đài Cấp địa chỉ IP 2. Xuất phiếu khách hàng 3. Xuất thiết bị cho khách hàng
1.10	1. Cài đặt cổng, địa chỉ IP 2. Lắp đặt thiết bị kết nối khách hàng 3. Tiến hành kết nối thử dịch vụ
1.11	1. Ký nghiệm thu khách hàng, cập nhật hồ sơ 2. Gửi bản nghiệm thu cho bộ phận tính cước, kế toán 3. Xác định thời gian tính cước theo phiếu khách hàng 4. Tiến hành tính cước khách hàng

- Các nhân tố khác:

+ Nguồn vốn: là nhân tố quyết định đến việc phát triển dịch vụ, VNPT Bắc Giang là đơn vị thành viên của Tập đoàn BCVT Việt Nam có tình hình kinh doanh ổn định và có chênh lệch thu chi tăng trưởng, đây là một nhân tố hỗ trợ tích cực cho việc phát triển dịch vụ Mạng giáo dục.

Để quá trình marketing được đầu tư tốt hơn, VNPT Bắc Giang cần Tập đoàn BCVT tăng thêm 20% tiền hỗ trợ marketing dịch vụ Mạng giáo dục để dịch vụ phát triển hơn.

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. Thị phần dịch vụ Vnedu tại địa bàn tỉnh Bắc Giang năm 2018 là 57,97%,

thị phần của Viettel, FPT, Misa ... chiếm 42,03%. Năm 2019 là 61,35% thị phần của các đối thủ là 38,65%, năm 2020 là 62,95% thị phần của các đối thủ là 37,05%.

Doanh thu năm 2018 là 4.071.030, Doanh thu năm 2019 là 9.644.380, Doanh thu năm 2020 là 10.301.270. Nhìn vào tỷ lệ lợi nhuận năm 2020/2019 ta thấy tỷ lệ lợi nhuận suy giảm so với 2019/2018.

Tốc độ phát triển dịch vụ Mạng giáo dục khá tốt luôn giữ vị trí số 1 trong thị phần Mạng giáo dục so với các đối thủ khác.

Các dịch vụ ngày càng phát triển đa dạng, nhiều doanh nghiệp ở các thành phần kinh tế tham gia cung ứng dịch vụ đã tạo nên thị trường dịch vụ này sôi động hơn, góp phần hỗ trợ tích cực cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Giá cước của dịch vụ Vnedu của VNPT Bắc Giang được đánh giá là phù hợp và được khách hàng đánh giá cao.

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:

- 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 ở bảng 2.4

Bảng 2.4. Doanh thu dịch vụ mạng giáo dục Việt Nam – VnEdu năm 2018 - 2020

Huyện/T P	Năm 2018			Năm 2019			Năm 2020		
	Số Học Sinh	Doanh Thu	Lợi nhuận	Số Học Sinh	Doanh Thu	Lợi nhuận	Số Học Sinh	Doanh Thu	Lợi nhuận
Thành phố Bắc Giang	3.175	157.310.000	36.181.300	6.318	250.400.000	57.592.000	7.922	328.400.000	75.532.000
Huyện Hiệp Hòa	20.126	868.780.000	217.195.000	50.519	2.385.870.00 0	596.467.500	80.561	2.603.620.000	650.905.000
Huyện Lạng Giang	19.702	519.230.000	124.615.200	35.558	1.223.620.00 0	293.668.800	49.575	1.356.010.000	325.442.400
Huyện Lục Nam	9.856	445.770.000	120.357.900	19.461	904.120.000	244.112.400	28.435	969.370.000	261.729.900
Huyện Lục Ngạn	17.278	933.530.000	261.388.400	34.122	1.782.580.00 0	499.122.400	40.124	1.853.560.000	518.996.800
Huyện Sơn Động	706	20.450.000	4.703.500	1.578	63.240.000	14.545.200	2.194	63.240.000	14.545.200
Huyện Tân Yên	5.407	157.360.000	45.634.400	11.128	441.530.000	128.043.700	12.532	441.530.000	128.043.700
Huyện Việt Yên	12.514	558.250.000	178.640.000	27.499	1.256.210.00 0	401.987.200	34.184	1.283.160.000	410.611.200
Huyện Yên Dũng	6.950	320.830.000	121.915.400	19.520	917.640.000	348.703.200	29.000	917.640.000	348.703.200
Huyện Yên Thế	11.104	89.520.000	31.332.000	20.594	419.170.000	146.709.500	26.350	484.740.000	169.659.000
Tổng	106.818	4.071.030.00 0	1.141.963.10 0	226.297	9.644.380.00 0	2.730.951.90 0	310.877	10.301.270.00 0	2.904.168.40 0

(Nguồn: Phòng kinh doanh- VNPT Bắc Giang)

- Tốc độ tăng trưởng doanh thu và dịch vụ những năm gần đây có dấu hiệu suy giảm so với những năm trước. Năm 2020 so với năm 2019 thì tốc độ tăng trưởng doanh thu và tăng trưởng dịch vụ ở con số khiêm tốn là 6,8% và 37,38%, thấp hơn so với năm 2018.

- Chỉ có 40% khách hàng đánh giá hài lòng với dịch vụ mạng giáo dục Vnedu, 30% khách hàng đánh giá bình thường, trong đó có 2% số khách hàng phản hồi là không hài lòng. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ vẫn chưa thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng, các tiện ích dịch vụ chưa phong phú.

Tính năng dịch vụ đôi khi còn chậm như dịch vụ thi trực tuyến rất cần trong tình hình dịch bệnh Covid-19 diễn ra hết sức phức tạp. Sự e ngại về tính bảo mật thông tin khách hàng khiến cho mức độ phản hồi tích cực của khách hàng bị giảm.

Nguyên nhân:

- Kênh phân phối: Trung tâm kinh doanh 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. Việc chưa áp dụng các kênh phân phối phù hợp cũng là một vấn đề khiến cho kết quả của việc phát triển dịch vụ bị hạn chế. 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.

- Chính sách marketing: Các TTKD đơn vị thường yêu cầu VNPT- Bắc Giang 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.

VNPT Bắc Giang chưa chú trọng vào marketing online như facebook, zalo, shopee ...dẫn đến việc tiếp cận đến khách hàng, tăng mức độ tin cậy của khách hàng vào dịch vụ của VNPT. Fanpage trên facebook còn hạn chế về thông tin của dịch vụ Mạng giáo dục.

- Chăm sóc khách hàng: Công tác chăm sóc khách hàng chưa được tốt, đặc biệt là khách hàng lâu năm và khách hàng lớn.

Dịch vụ chăm sóc khách hàng ở Bắc Giang năm 2021 còn chưa tốt 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.

- Về sản phẩm dịch vụ Vnedu: Dịch vụ với nhiều gói cước phong phú, tuy nhiên về giao diện và cách thức sử dụng chưa thực sự thuận tiện, điều này đã cản trở khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ.

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.

- Về công nghệ thông tin: Chưa có đội ngũ nhiều kinh nghiệm chuyên sâu công nghệ thông tin về ngành an toàn và bảo mật hệ thống thông tin. Chưa chú trọng tuyển dụng các trường chuyên sâu về an toàn thông tin như Học viện kỹ thuật mật mã.

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

Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, công nghệ chính là cốt lõi của mọi chiến lược của mỗi doanh nghiệp. Để bắt kịp xu hướng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Trung tâm kinh doanh VNPT đang không ngừng phát triển các sản phẩm dựa trên các công nghệ mới với hạ tầng thông minh, kết nối thông minh và dịch vụ thông minh.

Trung tâm kinh doanh VNPT luôn mong muốn tạo dựng một hệ sinh thái SPDV trong tương lai giúp: gia tăng tiện ích, giá trị cho cuộc sống; hỗ trợ hoạt động kinh doanh.

Trung tâm kinh doanh VNPT sẽ luôn chủ động về công nghệ, nâng cao tính bảo mật cho các hệ thống của khách hàng. Với các sản phẩm dịch vụ hiện đại, Trung tâm kinh doanh VNPT sẽ không ngừng nỗ lực nhằm chiếm lĩnh thị trường trong nước và vươn ra thế giới.

Nhằm tạo đà bắt kịp với tình hình phát triển chung của nền kinh tế, thương mại trong nước cũng như chuẩn bị một tiềm lực tốt để cạnh tranh với các doanh nghiệp trong cùng lĩnh vực, Tổng công ty Truyền thông đã xây dựng định hướng phát triển dịch vụ trong giai đoạn 2020-2025 với mục tiêu đem đến những tiện ích tối ưu nhất cho khách hàng và xã hội thông qua các hệ sinh thái do Trung tâm kinh doanh VNPT đang phát triển. Tất cả vì một xã hội văn minh hơn, hiện đại hơn.

❖Tầm nhìn đến năm 2025

- Trở thành doanh nghiệp số 1 thị trường ICT Việt Nam, cung cấp đầy đủ các dịch vụ GTGT, truyền hình, truyền thông, nội dung số, nội dung số thông minh.

- Nỗ lực sáng tạo không ngừng, ứng dụng công nghệ thông tin toàn cầu và phát huy có hiệu quả sử dụng tài nguyên VNPT và Quốc gia để tạo ra các dịch vụ thông minh phục vụ cuộc sống người dân Việt Nam.

❖ **Sứ mệnh**

- Nâng cao giá trị cuộc sống con người thông qua việc kiến tạo các hệ sinh thái dịch vụ thông minh bằng sức mạnh công nghệ.

- Sáng tạo và nâng tầm cuộc sống con người.
- Kiến tạo tương lai bằng giá trị công nghệ.
- Sáng tạo giá trị- kể nối tương lai.
- Kiến tạo giải pháp tương lai cho cuộc sống hiện đại.

❖ **Giá trị cốt lõi**

- Khởi nguồn từ tinh hoa, trưởng thành nhanh chóng: Trung tâm kinh doanh VNPT tập hợp những con người tinh hoa tràn đầy tiềm năng để làm nên những sản phẩm dịch vụ chuyên biệt, khác biệt và hữu ích cho cuộc sống.

- Tiên phong trên miền đất mới: Trung tâm kinh doanh VNPT coi sáng tạo là sức sống, là đòn bẩy phát triển, đề cao tinh thần dám nghĩ dám làm, tiên phong phát triển thị trường mới chuyên biệt, khác biệt, đẳng cấp.

- Kiên định vượt mọi thác ghềnh: Trung tâm kinh doanh VNPT luôn giữ vững ý chí, tinh thần kiên định vượt qua mọi khó khăn gian khổ để hiện thực hóa những khát vọng lớn lao trong tầm nhìn của mình

3.1.2 Định hướng phát triển dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam-Vnedu tại VNPT Bắc Giang

❖ **Chiến lược chung**

- Cần phải xem vnEdu là dịch vụ không phát sinh lợi nhuận cao nhưng phải đầu tư triển khai mạnh để có cơ sở dữ liệu khách hàng lớn, trên cơ sở đó đối tượng học sinh sẽ được tiếp cận và có nhận thức về thương hiệu VNPT tạo điều kiện thuận lợi cho việc cung cấp chéo các dịch vụ khác của VNPT trên mạng giáo dục vnEdu.

- VNPT Bắc Giang cần đào tạo nhân sự nắm rõ về hệ thống vnEdu, về các quy định nghiệp vụ trong ngành giáo dục để có thể tư vấn dịch vụ. Ngoài ra, cần phối

hợp chặt chẽ với VNPT- Media để cập nhật các thay đổi của sản phẩm nhằm hỗ trợ khách hàng.

- Tích cực tạo mối quan hệ với nhà trường, cán bộ quản lý phòng sở để tiếp nhận yêu cầu và giải pháp quản lý nhà trường để đáp ứng tối đa các yêu cầu.

- Trong các thời điểm cao điểm của dịch vụ như các dịp thi học kỳ 1, thi cuối năm cần chuẩn bị trước các chương trình truyền thông, hỗ trợ nhà trường như hỗ trợ các gói nhắn tin điều hành để thông báo lịch trông thi, lịch chấm thi...

- Các vấn đề liên quan đến khâu triển khai dịch vụ cần phải hoàn thành trước thời điểm tháng 9 hàng năm để đón đầu thời điểm học phụ huynh đầu năm học.

- Ký kết các thoả thuận triển khai ứng dụng CNTT cho sở GD&ĐT để cho phép các trường địa phương có thể sử dụng phân hệ quản lý nhà trường của vnEdu trên diện rộng từ đó phát huy vị thế của sản phẩm.

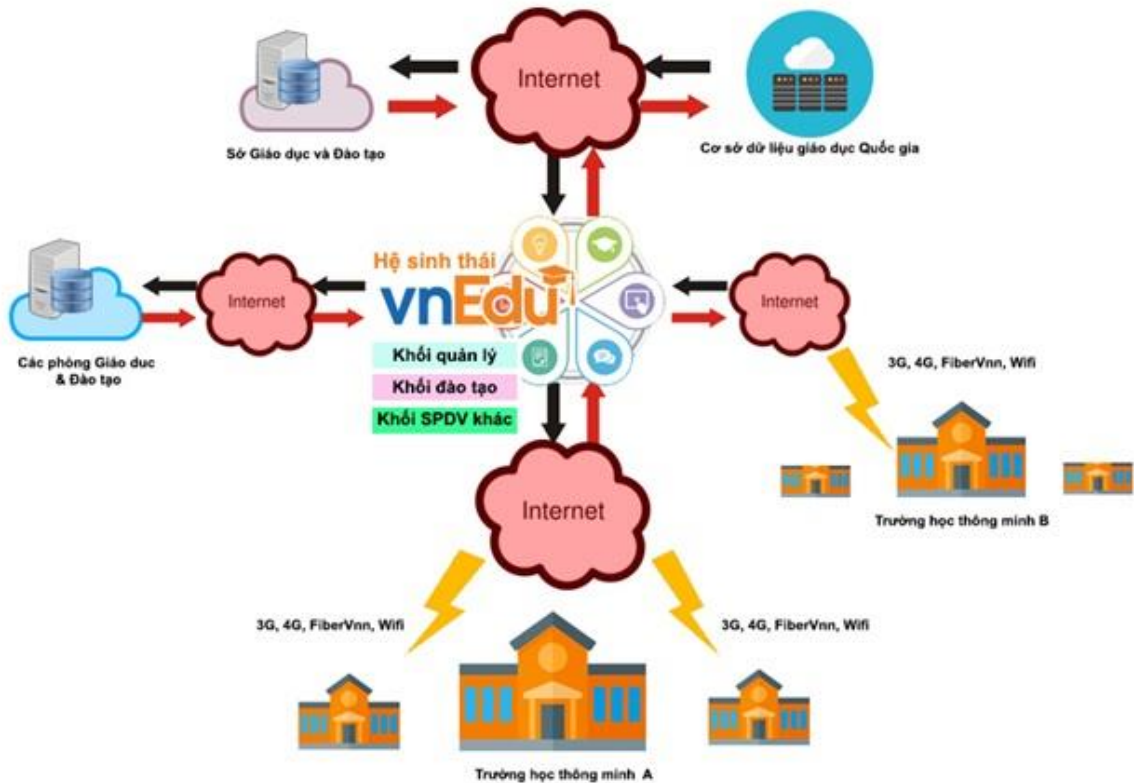
- Từng bước xây dựng ứng dụng trong vnEdu đáp ứng nhu cầu tham gia của tất cả các cấp học từ mầm non, tiểu học... đến đại học và sau đó nữa.

Kế hoạch phát triển: Xây dựng thêm các ứng dụng mới hàng năm để đáp ứng với nhu cầu khách hàng nhất là trong thời điểm dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp.

❖ Chiến lược sản phẩm

VnEdu đang phát triển tốt về hướng quản lý việc giảng dạy nhưng chưa mạnh về quản lý việc học. Định hướng trong giai đoạn 2020-2025, Trung tâm kinh doanh VNPT cần đẩy mạnh theo hướng hỗ trợ các công nghệ giáo dục mới, hỗ trợ các phương pháp học tập mới để tạo ra sự cân bằng và toàn diện của một hệ sinh thái chuyên ngành dạy và học.

Bằng việc thiết lập một nền tảng có tính toàn diện, với phương pháp tiếp cận lấy người học làm trung tâm phục vụ, Trung tâm kinh doanh VNPT cần tạo ra một hệ sinh thái giáo dục có sức mạnh tổng lực đủ tư cách trở thành mạng xương sống cho các sản phẩm/dịch vụ của Tập đoàn VNPT trong dài hạn. VnEdu 2.0 sẽ được phát triển trên cả phiên bản Web và App dành cho di động sử dụng hệ điều hành iOS và Android.



Hình 3.1: Mô hình hệ sinh thái giáo dục vnEdu 4.0

(Nguồn: Ban PTTT, Tổng công ty Truyền thông)

Trong mô hình này, có nhiều thành phần tham gia để tạo thành hệ sinh thái ứng dụng CNTT cho ngành giáo dục:

- + Tiêu chuẩn: Là toàn bộ các qui định, tiêu chuẩn mà hệ thống này phải tuân theo hoặc do hệ thống này đặt ra cho các đối tượng tham gia hệ sinh thái.

- + Mô hình dữ liệu: Cơ sở dữ liệu của vnEdu được áp dụng mô hình đặc biệt để tương thích với mục tiêu có thể mở-rộng-thành/tương-thích-với cơ sở dữ liệu giáo dục quốc gia.

- + Giao diện kết nối: Bộ giao diện lập trình truy cập vào cơ sở dữ liệu giáo dục tổng thể giúp các doanh nghiệp CNTT lập trình các ứng dụng phục vụ ngành giáo dục hoặc ngành khác.

- + Thanh toán: Là dịch vụ thanh toán dùng chung cho tất cả các ứng dụng phát triển trên nền tảng vnEdu.

+ Doanh nghiệp CNTT: Là các doanh nghiệp phát triển phần mềm ứng dụng (trong đó có VNPT) cho ngành giáo dục hoặc lĩnh vực khác tích hợp vào hệ sinh thái vnEdu.

+ Doanh nghiệp nội dung: Là các doanh nghiệp sản xuất, phân phối nội dung cung cấp cho ngành giáo dục thông qua các ứng dụng thuộc hệ sinh thái vnEdu

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 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 Bắc Giang 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 Bắc Giang.

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 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 đồng đạo 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.

3.2.2.2. 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.

Đối với dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin, với tất cả khách hàng, yêu cầu chung là để thực hiện tốt nhu cầu thông tin mọi nơi mọi lúc, và như vậy, đòi hỏi toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của VNPT Bắc Giang đều phải đảm bảo cho nhu cầu này. Vì thế hoạt động chính vẫn là:

- Trung tâm tiếp tục khảo sát và thống kê những vùng chưa được đầu tư mạng lưới để phối hợp đề xuất với Viễn thông tỉnh kịp thời bổ sung đầu tư xây dựng các trạm Viễn thông.

- Phát triển hệ thống chăm sóc khách hàng chung: nhằm giải đáp những thắc mắc và những yêu cầu cho tất cả các loại khách hàng. VNPT Bắc Giang cần hoàn thiện các kênh tiếp xúc trực tiếp với khách hàng như hệ thống các cửa hàng, đại lý do Trung tâm quản lý và các hệ thống của hàng, đại lý, nhân viên thu cước; tổng đài Call Center 800126, tổng đài 119, Website, Email,... Bất cứ lúc nào khách hàng muốn liên hệ với Trung tâm, các kênh này luôn sẵn sàng và tạo ra sự thỏa mãn tối đa. Để nhân viên của trung tâm có thể trả lời được mọi thắc mắc của khách hàng, trung tâm cần thực hiện một số giải pháp như:

❖ Phân hệ bán hàng:

+ Tự Động hóa lực lượng bán hàng: Cung cấp cho nhân viên bán hàng các thông tin liên quan đến khách hàng và các công cụ trợ giúp việc bán hàng, tăng hiệu suất sử dụng thời gian của nhân viên bán hàng. Có thể gồm các phân hệ quản trị các mối liên hệ và đối tượng tiềm năng, phân hệ tạo các bản chào hàng, phân hệ thực hiện việc bán hàng, theo vết hành vi của khách hàng, phân tích hiệu suất làm việc của nhân viên bán hàng và phân hệ dự đoán doanh số.

+ Trung tâm trả lời khách hàng: Các phân hệ quản lý việc hỗ trợ các khách hàng hiện có cũng như cung cấp thông tin sản phẩm dịch vụ cho khách hàng tiềm năng. Công cụ này thông thường gắn liền với hệ thống mạng điện thoại hoặc các hệ thống trao đổi đa kênh. Có thể có thêm các phân hệ đào tạo trực tuyến (từ xa) cho đội ngũ bán hàng, tự sinh ra các thư chào hàng, tin nhắn.

❖ Phân hệ dịch vụ khách hàng:

+ Quản trị dịch vụ hỗ trợ: Các công cụ được đưa vào các trung tâm trả lời hoặc các trung tâm hỗ trợ qua Internet, gồm các phân hệ: quản trị trao đổi khách hàng, trợ giúp liên lạc nhiều kênh Web-Email, theo vết cuộc gọi, cho phép khách hàng tự phục vụ (tự tìm kiếm các hỗ trợ cho sản phẩm/dịch vụ trên mạng của doanh nghiệp).

+ Đường dây nóng: Các phương tiện và phần mềm cho phép khách hàng có thể gọi điện trực tiếp 24/7. Thường bao gồm tiện ích trả lời tự động giúp khách hàng tự tìm câu trả lời cho một số câu hỏi thường gặp liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ họ đang sử dụng.

+ Quản trị các dịch vụ tại chỗ: tại các điểm tiếp xúc trực tiếp khách hàng khi có yêu cầu cụ thể.

- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ như: phát triển các gói cước mới để cải thiện năng lực cạnh tranh.

3.2.2.3. 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.

3.2.2.4. 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...

3.2.2.5. 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 tiêu chí 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.

3.2.2.6. 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.

3.2.2.7. 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....

3.2.2. 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 cho dịch vụ Mạng giáo dục Vnedu 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 tài liệu truyền thông 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.

❖ Truyền thông số

Trong thời đại của cách mạng công nghiệp 4.0, chúng ta không còn xa lạ với các thuật ngữ như Big Data (dữ liệu lớn) là công nghệ thu thập thông tin quy mô lớn từ các website, mạng xã hội. Hoạt động truyền thông cho các dịch vụ của VNPT Bắc Giang nói chung và vnEdu nói riêng cần nhanh chóng vận dụng công cụ này nhằm phục vụ công việc dự đoán xu hướng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ hiện có, tạo ra sản phẩm mới hoặc tìm hiểu về hành vi khách hàng, VNPT Bắc

Giang đưa ra những chiến dịch truyền thông trên các nền tảng phù hợp như: social media, hội thảo... nhằm tiếp cận khách hàng đa chiều và thân thiện hơn.

Fanpage mạng giáo dục Vnedu của VNPT Bắc Giang trên Facebook: hiện trang fanpage vnEdu chưa Net chưa thực sự thu hút khách hàng nên lượng thành viên yêu thích và theo dõi thường xuyên còn chưa cao. Để có một cộng đồng đông đảo trên Fanpage, quản trị viên vnEdu cần chú ý nội dung đăng tải cần ngắn gọn, lồng ghép các bài viết liên quan đến dịch vụ, những câu hỏi mang tính tư duy và giải trí sẽ kích thích lượng thành viên hơn là những đoạn chữ viết thông thường. Tạo một số minigame trên Fanpage cho từng khối học sinh (tiểu học, THCS, PTTH) ví dụ như các bài toán đố mẹo, biến hóa câu trong ngữ pháp Việt Nam, sáng tạo tranh từ một con số...

Đăng bài PR, quảng cáo banner, trên các báo điện tử lớn: hình thức quảng cáo này nhằm đẩy mạnh kênh truyền thông đại chúng, đưa thông tin tới lượng lớn tới cộng đồng mạng nói chung. Việc xuất hiện trên các trang báo mạng cũng giúp xây dựng hình ảnh và tạo sự tin tưởng ban đầu về dịch vụ. Bên cạnh đó, YouTube là một trang web chia sẻ video lớn nhất hành tinh với hơn 1 tỷ người dùng. Mạng giáo dục Vnedu Bắc Giang cần tận dụng mạng xã hội này hơn nữa để tăng lượng khách hàng truy cập và chia sẻ video về dịch vụ, nhằm tăng lượng khách hàng biết đến dịch vụ.

❖ Truyền thông trực tiếp

Hoạt động này có thể thông qua kênh phân phối: điểm giao dịch trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, showroom, trường học... thông qua các mẫu thiết kế, phát clip giới thiệu sản phẩm và qua thái độ phục vụ của nhân viên bán hàng. Bên cạnh đó, tiếp thị qua email, điện thoại, fanpage là công cụ hỗ trợ tốt trong Marketing trực tiếp. Tham gia giới thiệu dịch vụ tại các Hội thảo trong ngành Giáo dục, Hội thảo của Bộ Thông tin & Truyền thông, Hiệp Hội Internet... cũng là một cách đưa dịch vụ tiếp cận tới nhiều đối tượng khách hàng hơn.

Giới thiệu trực tiếp tới Phụ huynh học sinh qua các buổi họp của nhà trường bằng các hình thức tế nhị, thân thiện như: sổ tay dịch vụ, tặng khóa trải nghiệm chùm

dịch vụ giáo dục của VNPT-Bắc Giang, vnEdu- cùng con trong 60 ngày (dịp nghỉ hè)...

❖ Khuyến mại

Tiếp tục thực hiện chương trình khuyến khích thuê bao VinaPhone sử dụng dịch vụ số liên lạc điện tử vnEdu triển khai trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, với nội dung đề xuất:

+Các đối tượng thuê bao trên được hưởng chính sách tặng tiền vào TK DK2 (sử dụng gọi nội mạng) 30.000đ/tháng, không áp dụng điều kiện nạp thẻ tối thiểu 10.000đ tháng trước.

+Mỗi thuê bao được tặng ưu đãi tặng tiền định kỳ, chu kỳ 6 tháng 1 lần trong giai đoạn triển khai

Ngoài việc khuyến khích phát triển thuê bao mới, VNPT-Bắc Giang cần xây dựng thêm các chương trình khuyến mại cho các tài khoản vnEdu hoạt động lâu năm và/hoặc sử dụng nhiều (đăng ký cho 2 con trở lên). Các chính sách khuyến mại dành cho khách hàng thanh toán qua cổng thanh toán VNPT Pay, khuyến mại nạp thẻ. Xây dựng được chính sách khuyến mại hợp lý không chỉ phát triển thêm nhiều khách hàng mới mà còn giữ lượng khách hàng cũ ổn định nhằm tăng uy tín cho dịch vụ.

3.2.3. Áp dụng gói cước linh hoạt

Theo đại diện Trung tâm Kinh doanh VNPT - Bắc Giang, dịch vụ Mạng giáo dục Việt Nam được thiết kế và xây dựng một cách tối ưu nhằm mang đến lợi ích và trải nghiệm tốt nhất cho các thầy cô giáo và nhà quản lý giáo dục.

Đăng ký sử dụng dịch vụ số liên lạc điện tử, nhà trường sẽ gửi thông tin về điểm số, quá trình học tập, rèn luyện, lịch thi, lịch nghỉ lễ, Tết, chuyên cần của HS qua tin nhắn (sms) đến di động của phụ huynh HS; hoặc phụ huynh HS có thể tra cứu thông tin trên qua website <http://vnedu.vn/so-lien-lac> hoặc MyTV. Hiện nay, dịch vụ số liên lạc điện tử dành cho khối THCS có các gói cước cụ thể như sau: Nếu đăng ký gói vnEdu60, chỉ với 60.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 70 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng. Nếu đăng ký gói vnEdu80, chỉ với 80.000 đồng/năm học/số liên lạc,

khách hàng sẽ có 110 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng.

Trong khi đó, dịch vụ số liên lạc điện tử dành cho khối tiểu học có các gói cước cụ thể như sau: Nếu đăng ký gói vnEdu40, chỉ với 40.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 55 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng. Nếu đăng ký gói vnEdu50, chỉ với 50.000 đồng/năm học/số liên lạc, khách hàng sẽ có 70 tin nhắn liên lạc giữa nhà trường với phụ huynh HS/năm học, không phân biệt nội mạng hay ngoại mạng.

Dịch vụ thời khóa biểu nhằm hỗ trợ giáo viên và nhà trường sắp xếp thời khóa biểu một cách tự động và đồng bộ dữ liệu thời khóa biểu với website trường học. Nếu đăng ký gói vnEdu_TKB, chỉ với mức phí 1 triệu đồng, các trường học sẽ được sử dụng đầy đủ tính năng của dịch vụ này trên Mạng giáo dục Việt Nam vnEdu trong vòng 1 năm. Đơn vị còn hỗ trợ các trường học chưa sử dụng dịch vụ thời khóa biểu với các gói cước miễn phí gồm: Gói vnEdu_TKB_test, nhà trường sẽ được sử dụng đầy đủ tính năng của dịch vụ thời khóa biểu trong 1 tháng và gói vnEdu_TKB_Free, nhà trường sẽ được sử dụng miễn phí các tính năng cơ bản của dịch vụ này.

Cũng theo đại diện Trung tâm Kinh doanh VNPT -Bắc Giang, đơn vị còn có nhiều gói cước miễn phí cho phụ huynh, các trường học khi đăng ký sử dụng dịch vụ vnEdu. Đơn cử như với gói vnEdu_Chia sẻ, trung tâm sẽ dành 50 số liên lạc điện tử miễn phí các HS thuộc diện hộ nghèo, gia đình chính sách ở mỗi trường học. Ngoài ra, đơn vị còn miễn phí gói vnEdu_internet để khách hàng có thể xem thông tin HS qua internet bằng tài khoản được cấp và gói vnEdu_MyTV để khách hàng xem thông tin HS qua MyTV bằng tài khoản được cấp.

3.2.4. Nâng cao hiệu lực xây dựng và triển khai kế hoạch chương trình truyền thông Marketing cho dịch vụ mạng giáo dục Vnedu

Để đảm bảo mục tiêu truyền thông marketing đạt hiệu quả cao, VNPT Bắc Giang cần phải sử dụng phương pháp xác định ngân sách truyền thông theo Mục tiêu

nhiệm vụ và nâng cao hiệu lực xây dựng kế hoạch chương trình truyền thông marketing một cách rõ ràng và cụ thể.

Một trong những quyết định marketing khó khăn nhất đặt ra là chi bao nhiêu cho truyền thông marketing. Điều này phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: Năng lực tài chính của công ty, tình hình thị trường và đối thủ cạnh tranh, về cung cầu... Do vậy, giữa các giai đoạn khác nhau cần có ngân quỹ cho hoạt động truyền thông marketing khác nhau.

Tổng công ty cần kết hợp các phương pháp xác định ngân quỹ với nhau nhằm đưa ra được nguồn ngân quỹ ph hợp đảm bảo hiệu quả về mặt truyền thông và cả về mặt chi phí. Cần phân bổ ngân sách cho những công cụ chính để tạo thành phối thức truyền thông marketing. Đối với VNPT Bắc Giang hiện nay, có thể phối kết hợp phương pháp căn cứ vào mục tiêu và nhiệm vụ tại thời điểm hiện tại và dựa trên năng lực tài chính của Tập đoàn và có thể phối hợp với nghiên cứu ngân quỹ của đối thủ cạnh tranh để đưa ra nguồn ngân quỹ truyền thông marketing.

Xác định chính xác phạm vi địa lý truyền thông marketing. Đối với truyền thông marketing truyền thống là địa điểm, khu vực mà truyền thông marketing diễn ra, tuy nhiên đối với truyền thông marketing trực tuyến thì gần như không có giới hạn

3.3. Một số khuyến nghị với Viễn thông Bắc Giang

3.3.1. 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.

- Đây 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 Bắc Giang 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.

3.3.2. 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 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.

- 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.

- 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”.

3.4. Khuyến nghị Tập đoàn VNPT

Nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho dịch vụ vnEdu, ngoài các giải pháp nêu trên, sự hẫu thuẫn cao từ Tập đoàn là hết sức cần thiết do đó tác giả có một số kiến nghị với Tập đoàn VNPT nhằm thực hiện thành công các giải pháp đã đưa ra như sau:

- Tập đoàn phải quyết liệt tạo dựng mối quan hệ tốt với ngành giáo dục, với các trường học. Làm tốt một số trường để lấy số liệu thuyết phục Sở GDĐT cũng như các trường khác trên địa bàn. Cần sớm có thoả thuận hợp tác với Bộ Giáo dục Đào tạo như VNPT đã làm với Bộ Y tế.

- Tập đoàn VNPT cần có chính sách và lộ trình đầu tư, nâng cấp và phát triển ổn định cơ sở hạ tầng để VNPT-Media có thể cung cấp dịch vụ với chất lượng tốt nhất cho khách hàng.

- Cấp nguồn kinh phí cho hoạt động nghiên cứu thị trường và thực hiện các chương trình khuyến mại quảng cáo hàng năm cho dịch vụ. Đầu tư và phát triển hệ thống chăm sóc và quản lý thông tin khách hàng đồng bộ.

- Chỉ đạo các TTKD tỉnh/thành phố tích cực triển khai các hoạt động phát triển thuê bao, chương trình chăm sóc khách hàng tại địa bàn với nhiều hình thức mới

- Tăng cường bảo mật thông tin khách hàng tốt hơn.

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 địa bàn tỉnh Bắc Giang.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] TS. Nguyễn Thượng Thái – *Giáo trình Quản trị Marketing dịch vụ* - Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông – Hà Nội 2007
- [2] PGS.TS Nguyễn Thị Hường – *giáo trình dịch vụ thương mại* – NXB Đại học kinh tế quốc dân 2016.
- [3] PGS.TS Trương Đình Chiến – *Quản trị Marketing*- NXB Đại học kinh tế quốc dân 2014.
- [4] TS. Bùi Thị Thanh, TS. Nguyễn Xuân Hiệp – *Nâng cao lợi thế Cạnh tranh doanh nghiệp* - Nhà xuất bản Lao động.
- [5] Lưu Đan Thọ, Vương Quốc Duy, Trần Hữu Ái, Lương Văn Quốc – *Quản trị dịch vụ* - NXB Tài chính.
- [6] PGS.TS Vũ Minh Đức, PGS.TS Vũ Huy Thông – *Giáo trình quản trị bán hàng* - NXB Đại học kinh tế quốc dân 2018.
- [7] Philip Kotler (1997) – *Marketing căn bản* - NXB Thống kê
- [8] Nguyễn Thị Thùy Dương (2015), *Phát triển dịch vụ Trung tâm kinh doanh VNPT bán lẻ tại Trung tâm kinh doanh VNPTTMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Nghệ An* – Luận văn thạc sỹ Quản lý kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [9] Đặng Thị Nhật Hương (2015), *Giải pháp phát triển dịch vụ Mobile Banking của Trung tâm kinh doanh VNPT Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Huế* – Khóa luận tốt nghiệp Đại học - Trường Đại học Kinh tế - Khoa quản trị Kinh doanh.
- [10] Nguyễn Trọng Thắng (2020), *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* – Luận án tiến sỹ - Bộ Kế hoạch và Đầu tư – Viện chiến lược phát triển.
- [10] Center for Information Technology Research in the Interest of Society. 2007. *Global Service Economy*. Research Report

[11] Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. 2007. *Macro Trend in Global Economy: The Role of B2B Services*. Frontiers in Services Conference. San Francisco. October, 4-7, 2007

[12] Fuchs, Victor R. 1968. *The Service Economy* (Columbia University Press: New York)

[13] Trang Web - WWW.Ptit.edu.vn.

[14] Website: <https://vnpt.com.vn/>

[15] Website: <https://vnptbacgiang.com.vn/>

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Phiếu khảo sát

KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ MẠNG GIÁO DỤC - VNEDU

Mẫu khảo sát: Phụ huynh học sinh cấp 1,2,3 sử dụng dịch vụ mạng giáo dục – Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.

Xin anh chị hãy cho biết mức độ hài lòng của anh chị sau khi sử dụng dịch vụ mạng giáo dục Vnedu của VNPT Bắc Giang ?

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					
Thái độ phục vụ của nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng					
(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					
Trình độ nghiệp vụ của nhân viên					
(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					
Khách hàng được hỗ trợ tại cửa hàng của VNPT-Bắc Giang khi sử dụng dịch vụ					
(4). Đánh giá của khách hàng về hoạt động duy trì khách					

Yếu tố đánh giá	Mức độ hiệu quả				
	1	2	3	4	5
hàng					
Chất lượng dịch vụ					
Cách thức chăm sóc khách hàng thường xuyên liên tục					
Giải quyết những mong muốn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ					
(5). Đánh giá của khách hàng về giải quyết thắc mắc, khiếu nại					
Nội dung trả lời thắc mắc, khiếu nại					
Thái độ của nhân viên trả lời thắc mắc, khiếu nại					
Thời gian, tiến độ trả lời thắc mắc, khiếu nại					

Phụ lục 2: Kết quả khảo sát

Một số kết quả khảo sát về mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ mạng giáo dục - Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang:

Để đánh giá về mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ mạng giáo dục - Vnedu trên địa bàn tỉnh Bắc Giang mà VNPT Bắc Giang đã thực hiện, việc khảo sát ý kiến khách hàng về các hoạt động này cũng rất quan trọng. Tác giả Luận văn tiến hành thiết kế, thực hiện công việc khảo sát đối với khách hàng là phụ huynh học sinh cấp 1,2,3 trên địa bàn tỉnh Bắc Giang, những người được lựa chọn ngẫu nhiên có thể đang hay chưa sử dụng dịch vụ của Đơn vị.

Đánh giá kết quả thu được

Kết quả thu được từ các câu hỏi phỏng vấn khách hàng về mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ mạng giáo dục - Vnedu \$trên địa bàn tỉnh \$Bắc \$Giang. Câu hỏi phỏng vấn có 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 dịch vụ mạng giáo dục -Vnedu trên địa bàn Bắc Giang.

Phòng vấn 800 khách hàng, số phiếu thu về 782 số phiếu hợp lệ 782. Kết quả trả lời ý kiến thăm dò khách hàng như sau:

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	156	192	382	36	16
Thái độ phục vụ của nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng	182	208	342	32	18
(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	189	245	315	24	9
Trình độ nghiệp vụ của nhân viên	149	268	331	26	8
(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	192	213	338	27	12
Khách hàng được hỗ trợ tại cửa hàng của VNPT-Bắc Giang khi sử dụng dịch vụ	168	192	378	29	15
(4). Đánh giá của khách hàng về hoạt động duy trì khách hàng					
Chất lượng dịch vụ	156	204	395	18	9
Cách thức chăm sóc khách hàng thường xuyên liên tục	164	215	357	34	12
Giải quyết những mong muốn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ	178	249	313	28	14
(5). Đánh giá của khách hàng về giải quyết thắc mắc, khiếu nại					
Nội dung trả lời thắc mắc, khiếu nại	201	231	315	22	13
Thái độ của nhân viên trả lời thắc mắc, khiếu nại	196	207	337	24	18
Thời gian, tiến độ trả lời thắc mắc, khiếu nại	186	216	330	34	16