

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



VŨ ANH TUẤN

**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KÊNH THUÊ RIÊNG CỦA
VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8.34.01.01

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SỸ

(Theo định hướng ứng dụng)

Hà Nội - 2021

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: GS.TS BÙI XUÂN PHONG

Phản biện 1: TS. Trần Thị Thập

Phản biện 2: TS. Lê Nam Trung

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

Vào lúc: Ngày 15 tháng 01 năm 2022

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Mục đích của đề tài

Thế kỷ trước đã diễn ra cuộc “cách mạng công nghiệp”. Có lẽ cuộc “cách mạng máy tính” đã ra đời vào những năm đầu thập kỷ 1980; nhưng ngày nay không còn nghi ngờ gì nữa, chúng ta đang ở vào giữa cuộc “cách mạng chất lượng”- một thời kỳ biến đổi đang tác động tới mọi kiểu kinh doanh, xí nghiệp, tổ chức và mọi người. Trong bối cảnh đất nước đang chuyển sang nền kinh tế thị trường, giữa các doanh nghiệp đã có sự phân cực, cạnh tranh ngày càng gay gắt và quyết liệt hơn. Mà trong bất cứ nền kinh tế cạnh tranh nào, nếu một doanh nghiệp muốn đứng vững trong hoạt động kinh doanh thì việc liên tục giảm giá thành và cải thiện chất lượng là rất cần thiết. Đối với ngành BC-VT cũng vậy- đây là một ngành sản xuất hạ tầng cơ sở, chất lượng có ý nghĩa đặc biệt. Các thông tin sản xuất xã hội, tư nhân truyền đi càng nhanh, càng chính xác, hoạt động của các thiết bị và của mạng lưới càng tin cậy thì kết quả sản xuất xã hội, điều hành quản lý buôn bán và điều kiện hoạt động kinh tế xã hội của con người càng được nâng.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Cùng với xu hướng phát triển công nghệ, các nhà nhà cung cấp dịch vụ viễn thông đã mang đến cho người sử dụng những tiện ích dịch vụ thiết thực, đồng thời mở ra các cơ hội trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình từ các dịch cung cấp đường truyền số liệu- kênh thuê riêng để tạo kết nối giữa các cơ sở trong khu vực rộng lớn.

Đã có nhiều công trình nghiên về chất lượng dịch vụ viễn thông và kênh thuê riêng:

1. Mai Ánh Hào (2012), *Nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông tại Bưu điện Trung ương*. Luận văn Thạc sĩ, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Nội dung: Phân tích đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ Viễn thông tại Bưu điện Trung ương, từ đó chỉ ra những kết quả đạt được, những tồn tại và nguyên nhân. Đề xuất các giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Viễn thông tại Cục Bưu điện Trung ương.

2. Nguyễn Anh Ngọc (2011), *Nâng Cao năng lực cạnh tranh dịch vụ kênh thuê riêng tại công ty Viễn thông liên tỉnh*. Luận văn Thạc sĩ Kinh doanh và quản lý, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Nội dung: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh dịch vụ kênh thuê riêng của Viễn thông Ninh Bình và các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh,

3. Nguyễn Thị Hồng Thủy (2012), Phát triển dịch vụ giá trị gia tăng trên nền mạng Truyền số liệu chuyên dùng tại Bưu điện Trung ương- Luận văn Thạc sĩ, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Nội dung: sự cần thiết và các giải pháp phát triển dịch vụ giá trị gia tăng trên nền mạng Truyền số liệu chuyên dùng.

4. Nguyễn Tuấn Dũng (2013) Áp dụng mô hình Servqual đánh giá và đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Kênh thuê riêng quốc tế của Công ty Viễn thông Quốc tế.

3. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của đề tài là đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ KTR tại Viễn thông Ninh Bình.

Để thực hiện mục đích nghiên cứu này, đề tài đặt ra các nhiệm vụ nghiên cứu cụ thể như sau:

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận và thực tiễn về chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp viễn thông.
- Phân tích thực trạng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2017 – 2020.
- Nghiên cứu và đề xuất những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ KTR tại Viễn thông Ninh Bình trong giai đoạn tiếp theo.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: đối tượng nghiên cứu của đề tài là dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

Phạm vi nghiên cứu:

- Phạm vi không gian: Đề tài tập trung nghiên cứu tại Viễn thông Ninh Bình.
- Phạm vi dữ liệu: các dữ liệu thức cấp thu thập từ các báo cáo dịch vụ KTR từ giai đoạn 2017-2020.
- Nội dung: Đề tài nghiên cứu dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình giai đoạn từ 2017 – 2020.

5. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng phương pháp thu thập số liệu thứ cấp, đây là những nguồn số liệu cơ bản rất quan trọng để tổng hợp, phân tích và đưa ra những nhận xét, đánh giá thực trạng và

đề xuất giải pháp phù hợp với mục tiêu của đề tài. Nguồn thông tin thứ cấp được thu thập từ các nguồn sau:

- Các tài liệu, thông tin, kết quả nghiên cứu trong và ngoài nước, báo tạp chí chuyên ngành, tài liệu trên mạng Internet về chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng.

- Số liệu về tình hình sản xuất kinh doanh tại Viễn thông Ninh Bình, đặc biệt là khối khách hàng Tổ chức doanh nghiệp vốn là các đơn vị có nhu cầu cao về dịch vụ Kênh thuê riêng.

- Số liệu thống kê và kết quả điều tra thu thập về kinh doanh về dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình qua các năm 2017-2020, và số liệu dự báo nhu cầu dịch vụ KTR trong các năm 2020-2025 trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

6. Kết cấu luận văn

Với mục đích và đối tượng, phạm vi, phương pháp nghiên cứu đã được xác định, luận văn này dự kiến được thiết kế thành 3 chương, đi từ lý thuyết đến thực tiễn, cụ thể như sau:

Luận văn gồm phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và 3 chương, kết cấu gồm:

Chương 1. Cơ sở lý thuyết

Chương 2. Đánh giá chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

Chương 3. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Chương 1 giới thiệu tổng quan những vấn đề lý luận cơ bản nhất về chất lượng dịch vụ, nêu lên các khái niệm, ý nghĩa, các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.

1.1. Chất lượng

1.1.1 Khái niệm chất lượng

Chất lượng là một khái niệm quen thuộc với cuộc sống ngay từ thời cổ đại. Tuy nhiên, chất lượng cũng là một khái niệm gây nhiều tranh cãi. Tùy theo đối tượng sử dụng, “chất lượng” có ý nghĩa khác nhau nên cách hiểu về chất lượng cũng đa dạng.[10]

Theo Bill Conway – Mỹ : “Chất lượng phụ thuộc vào cách thức quản lý đúng đắn”.

Theo W. Edwards Deming – Mỹ : “Chất lượng là mức dự báo về độ đồng đều, độ tin cậy với chi phí thấp và phù hợp với thị trường”.

Theo tiêu chuẩn Pháp NF X 50 – 109 : “Chất lượng là tiềm năng của một sản phẩm hay dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu người sử dụng”.

Theo Oxford Pocket Dictionary : “Chất lượng là mức hoàn thiện, là đặc trưng so sánh hay đặc trưng tuyệt đối, dấu hiệu đặc thù, các dữ kiện, các thông số cơ bản”.

1.1.2 Các yếu tố phản ánh chất lượng

Mỗi sản phẩm được tạo thành bởi nhiều yếu tố khác nhau. Mỗi thuộc tính thể hiện một giá trị phản ánh chất lượng của sản phẩm đó:

Sự phù hợp: Nhà sản xuất cần đảm bảo chất lượng của sản phẩm dựa trên sự đồng nhất với các thông số kỹ thuật.

Tuổi thọ hay độ bền của sản phẩm: Thể hiện tính năng hoạt động bình thường, đáp ứng các tiêu chí về tính năng và tác dụng của sản phẩm trong một khoảng thời gian nhất định trên cơ sở đảm bảo các yêu cầu về điều kiện sử dụng và chế độ bảo dưỡng theo quy định.

1.1.3 Đặc điểm của chất lượng

Chất lượng được đo bởi sự đáp ứng nhu cầu. Một sản phẩm có chất lượng kém không phụ thuộc trình độ công nghệ. Có quan điểm cho rằng: “Một sản phẩm có chất lượng tốt nhất nhưng không tiêu thụ hoặc sử dụng đồng nghĩa là tổ chức đã tạo ra các phế phẩm”. Đây là một kết luận then chốt để các nhà quản lý định ra chính sách, chiến lược kinh doanh. Chất lượng là sự đáp ứng nhu cầu; trong khi đó nhu cầu luôn biến động nên chất lượng cũng thay đổi theo thời gian, không gian cũng như điều kiện sử dụng.

1.1.4 Tầm quan trọng của chất lượng

Đáp ứng kỳ vọng của khách hàng

Tăng uy tín, danh tiếng và hình ảnh của doanh nghiệp

Đáp ứng hoặc vượt trên các tiêu chuẩn ngành

Quản lý chi phí hiệu quả

1.1.5 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng

1.1.5.1. Trình độ tổ chức quản trị và tổ chức sản xuất

Đây là những nhân tố tác động trực tiếp, liên tục đến chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp.

Các yếu tố sản xuất như nguyên vật liệu, kỹ thuật – công nghệ thiết bị và người lao động dù có ở trình độ cao nhưng không biết tổ chức quản lý tạo ra sự phối hợp đồng bộ, nhịp nhàng ăn khớp giữa các khâu, giữa các yếu tố của quản trị sản xuất thì không thể tạo ra một sản phẩm có chất lượng cao được.

1.1.5.2. Lực lượng lao động

Lực lượng lao động là nhân tố ảnh hưởng có tính chất quyết định đến chất lượng sản phẩm. Trình độ chuyên môn và ý thức kỷ luật, tinh thần lao động hợp tác của đội ngũ lao động tác động trực tiếp đến khả năng có thể tự mình sáng tạo ra sản phẩm, kỹ thuật công nghệ với chất lượng ngày càng hoàn hảo hay không? Có làm chủ được kỹ thuật công nghệ nhập ngoại để sản xuất ra sản phẩm với chất lượng mà kỹ thuật công nghệ quy định hay không? Có khả năng ổn định và nâng cao dần chất lượng sản phẩm với chi phí kinh doanh chấp nhận được hay không?

1.1.5.3. Khả năng về kỹ thuật công nghệ.

Kỹ thuật công nghệ quy định giới hạn tối đa của chất lượng sản phẩm: kỹ thuật công nghệ nào thì cho chất lượng sản phẩm tương ứng. Chất lượng và tính đồng bộ của máy móc, thiết bị sản xuất sẽ ảnh hưởng đến tính ổn định của chất lượng sản phẩm do máy móc đó sản xuất ra.

1.1.5.4. Nguyên vật liệu và hệ thống tổ chức bảo đảm chúng

Đây là yếu tố cơ bản của đầu vào có ảnh hưởng quyết định đến chất lượng sản phẩm vì nguyên vật liệu tham gia trực tiếp vào cấu thành sản phẩm. Muốn có sản phẩm đạt chất lượng (theo yêu cầu của thị trường, thiết kế...) thì nguyên vật liệu để chế tạo sản phẩm phải đảm bảo những yêu cầu về chất lượng. Mỗi sản phẩm được tạo ra từ những nguyên vật liệu

khác nhau, vì vậy chủng loại, cơ cấu tính đồng bộ của chất lượng nguyên vật liệu ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm.

1.1.6 Quản trị chất lượng

Theo PM Book của Viện Quản lý Dự án (PMI) thì: "*Quản lý chất lượng dự án bao gồm tất cả các hoạt động có định hướng và liên tục mà một tổ chức thực hiện để xác định đường lối, mục tiêu và trách nhiệm để dự án thỏa mãn được mục tiêu đã đề ra, nó thiết lập hệ thống quản lý chất lượng thông qua đường lối, các quy trình và các quá trình lập kế hoạch chất lượng, đảm bảo chất lượng và kiểm soát chất lượng*".

1.2. Chất lượng dịch vụ

1.2.1. Dịch vụ

Có nhiều định nghĩa khác nhau về dịch vụ. Nhưng nhìn chung các định nghĩa đều thống nhất dịch vụ là sản phẩm của lao động, không tồn tại dưới dạng vật thể, quá trình sản xuất và tiêu thụ xảy ra đồng thời, nhằm đáp ứng nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng.

- Theo Từ điển Tiếng Việt: Dịch vụ là công việc phục vụ trực tiếp cho những nhu cầu nhất định của số đông, có tổ chức và được trả công [Từ điển Tiếng Việt, 2004, NXB Đà Nẵng, tr256]

- Từ điển Wikipedia: Định nghĩa về dịch vụ trong kinh tế học được hiểu là những thứ tương tự như hàng hoá nhưng phi vật chất Theo quan điểm kinh tế học, bản chất của dịch vụ là sự cung ứng để đáp ứng nhu cầu như: dịch vụ du lịch, thời trang, chăm sóc sức khỏe...và mang lại lợi nhuận.

1.2.2 Chất lượng dịch vụ

Theo Gronroos, “chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá khi khách hàng dựa trên so sánh dịch vụ thực sự mà khách hàng đã nhận được với sự mong đợi của họ.”

Đồng quan điểm với Gronroos, Parasuraman và cộng sự (1985) đã nhận định “chất lượng dịch vụ là một hình thức của thái độ, là kết quả từ sự so sánh giữa dịch vụ thực tế mà khách hàng nhận thức được khi tiêu dùng dịch vụ với sự mong đợi của họ. Chất lượng dịch vụ có liên quan nhưng không tương đồng với sự hài lòng của khách hàng.”

1.2.3 Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ

1.2.3.1. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ SERVQUAL

Đây là phương pháp phổ biến nhất được áp dụng trong đo lường chất lượng dịch vụ của mọi ngành nghề. Thông qua một cuộc khảo sát gửi cho khách hàng, kết quả thu thập được

tổng hợp và đánh giá dựa trên 5 tiêu chí: Độ tin cậy, Đảm bảo, Yếu tố thực tế, Trách nhiệm, Đồng cảm.

1.2.3.2. Mô hình khoảng cách về chất lượng dịch vụ GAP

Trọng tâm của GAP là xác định khoảng cách giữa chất lượng thực tế và chất lượng được mong đợi, những biến cố sau khi được phân tích sẽ cho nhà quản lý thấy nguyên nhân ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp.

1.2.3.3. Mô hình tổng hợp chất lượng dịch vụ

Mô hình được Brogowicz và cộng sự công bố dưới sự tích hợp từ hoạt động truyền thông truyền thống, thiết kế - vận hành dịch vụ và cách hoạt động marketing, giúp nhà quản lý nhận ra các khía cạnh ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Ba yếu tố mà mô hình này đề cập đến là:

- Hình ảnh công ty
- Các yếu tố tác động từ môi trường bên ngoài
- Hoạt động marketing truyền thống

1.2.3.4. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên kết quả thực hiện SERVPERF

Với mô hình SERVPERF, người quản lý sẽ thực hiện đo lường chất lượng dịch vụ dựa trên nhận thức của khách hàng về chất lượng dịch vụ, từ đó phân tích các giá trị của dịch vụ cung cấp đã ảnh hưởng như thế nào đến khả năng chi tiền của khách hàng.

1.2.3.5. Chất lượng dịch vụ bán lẻ và mô hình giá trị nhận thức

Bằng cách tập trung vào đánh giá về các chỉ số chất lượng dịch vụ (cụ thể: chất lượng kỹ thuật, chất lượng sản phẩm, giá cả) tác động đến giá trị cảm nhận và thiện chí mua sắm của khách hàng, mô hình của Sweeney và cộng sự chỉ cho nhà quản lý thấy sự khác biệt giữa những gì khách hàng nhận được và những gì công ty thực sự cung cấp.

1.2.3.6. Mô hình tiền đề và trung gian

Mô hình Dabholkar và cộng sự đã nghiên cứu và đánh giá chất lượng dịch vụ qua các yếu tố về sự tin cậy mà doanh nghiệp đã xây dựng, sự quan tâm của doanh nghiệp tới người dùng, sự thoải mái khi trải nghiệm dịch vụ cùng các điểm đặc trưng của từng ngành, cung cấp cho nhà quản lý đầy đủ các khái niệm xung quanh 1 dịch vụ tốt và cho họ thấy mối liên quan giữa chất lượng dịch vụ với nhu cầu khách hàng.

1.3 Chất lượng dịch vụ Kênh thuê riêng của các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam

1.3.1 Khái quát về dịch vụ kênh thuê riêng

a. Khái niệm dịch vụ kênh thuê riêng.

Dịch vụ kênh thuê riêng (Leased line) là dịch vụ cho thuê kênh truyền dẫn vật lý dùng riêng để kết nối và truyền thông tin giữa các thiết bị đầu cuối, mạng nội bộ, mạng viễn thông dùng riêng của khách hàng tại hai địa điểm cố định khác nhau.

Dịch vụ kênh thuê riêng đáp ứng được nhu cầu kết nối trực tiếp theo phương thức điểm nối điểm giữa hai đầu cuối của khách hàng.

b. Đối tượng khách hàng

Đối tượng khách hàng của dịch vụ kênh thuê riêng là các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp Việt Nam và nước ngoài hoạt động hợp pháp tại Việt Nam. Riêng loại hình kênh thuê riêng quốc tế tạm thời chưa cung cấp cho đối tượng khách hàng là cá nhân.

c. Lợi ích của việc sử dụng kênh thuê riêng.

- Chi phí thuê sử dụng dịch vụ cố định hàng tháng.
- Toàn quyền sử dụng kênh liên lạc liên tục 24giờ/ngày, 7 ngày/tuần.
- Chất lượng đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế.

1.3.2 Đặc điểm phát triển thị trường dịch vụ kênh thuê riêng

Dịch vụ kênh thuê riêng là một dịch vụ viễn thông nên nó vừa mang những đặc điểm đặc trưng của dịch vụ viễn thông vừa mang những đặc tính riêng của dịch vụ kênh thuê riêng.

a. Đặc điểm chung của dịch vụ viễn thông:

* Dịch vụ viễn thông mang tính vô hình, nó không phải là một sản phẩm vật chất cụ thể. Đây cũng là đặc điểm cơ bản của các loại hình dịch vụ. Tính vô hình của dịch vụ gây nhiều khó khăn cho quản lý hoạt động cung cấp dịch vụ, hoạt động Marketing dịch vụ và việc nhận biết dịch vụ. Để nhận biết dịch vụ thông thường phải tìm hiểu qua những đầu mối vật chất trong môi trường hoạt động dịch vụ như các thiết bị viễn thông, nơi cung cấp dịch vụ, người cung cấp dịch vụ do tính vô hình của dịch vụ, trong kết cấu chi phí của dịch vụ viễn thông không có phần chi phí nguyên vật liệu chính. Các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông vượt

KẾT LUẬN CHƯƠNG

Chương 1 đã trình bày khái quát về những cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ, các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ, khái quát về dịch vụ kênh thuê riêng ...

Những vấn đề trên là những cơ sở lý luận và thực tiễn quan trọng để nghiên cứu, phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển kênh thuê riêng cho Viễn thông Ninh Bình ở các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2. ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KÊNH THUÊ RIÊNG CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH GIAI ĐOẠN 2017-2020

Chương 2 đi vào giới thiệu thông tin chung về Viễn thông Ninh Bình và phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình. Đây là cơ sở thực tiễn để tác giả đề xuất giải pháp giúp nâng cao chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình ở Chương 3.

2.1. Giới thiệu tổng quan về Viễn thông Ninh Bình

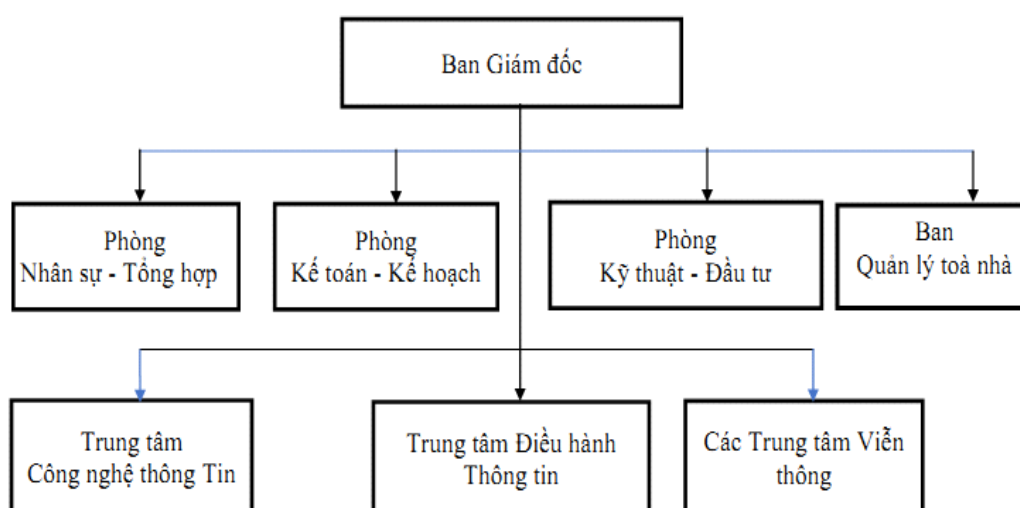
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển Viễn thông Ninh Bình

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

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

2.1.2 Cơ cấu tổ chức bộ máy – Chức năng từng bộ phận.

Sơ đồ tổ chức bộ máy:



Hình 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Viễn thông Ninh Bình

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

2.1.3 Báo cáo kết quả tình hình sản xuất kinh doanh từ năm 2018 – 2020

Đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh của Viễn thông Ninh Bình là vừa hoạt động kinh doanh lại vừa hoạt động công ích phục vụ sự chỉ đạo của Đảng, Nhà nước và chính quyền địa phương. Điều này được thể hiện như sau:

Bảng 2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của Viễn thông Ninh Bình các năm 2018-2020

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	2019/2018 (%)	2020/2019 (%)
Tổng doanh thu	345.256	397.125	418.590	115,02	105,4
Chi phí bán hàng	5.895	6.426	9.726	109	151,36
Chi phí quản lý doanh nghiệp	3.001	3.259	4.341	108,59	133,19
Lợi nhuận sau thuế	30.258	35.258	38.960	116,52	110,5
Số lượng lao động bình quân	109	118	130	108,26	110,17

(Nguồn: Báo cáo tổng kết các năm 2018, 2019 và 2020 của Viễn thông Ninh Bình)

Theo số liệu tổng hợp trên cho thấy doanh thu của Viễn thông Ninh Bình trong ba năm qua từ năm 2018 đến 2020 có sự thay đổi rõ rệt. Tổng doanh thu từ tất cả các mảng dịch vụ và khách hàng đã tăng dần qua các năm cụ thể; năm 2018 Tổng doanh thu đạt 345.256 triệu đồng và con số này tăng lên 397.125 triệu đồng vào năm 2019 và đạt tới 418.589 triệu đồng vào năm 2020. Điều đó dẫn đến lợi nhuận mà trung tâm thu được cũng tăng dần qua các năm cụ thể; năm 2018 tổng lợi nhuận sau thuế đạt 30.258 triệu đồng, con số này tăng lên 35.258 triệu đồng vào năm 2019 và tăng tiếp đến 38.960 triệu đồng vào năm 2020 (Tỷ lệ tăng liên hoàn tăng 2019 so với năm 2018 là 116,52 % và năm 2020 so với năm 2019 là 110,50%).

2.1.4 Đặc điểm cơ cấu lao động của Viễn thông Ninh Bình

Bảng 2.2: Số liệu lao động năm 2020 của Viễn thông Ninh Bình.

STT	Đơn vị trực thuộc	Nhân sự quản lý	Lao động chuyên môn nghiệp vụ	Lao động thừa hành phục vụ	Lao động trực tiếp	Lao động thuê lại	Tổng số
1	Ban Giám đốc	2	0	0	0	0	2
2	Phòng Nhân sự Tổng hợp	2	6	8	0	1	17
3	Phòng Kế toán kế hoạch	2	5	1	0	0	8
4	Phòng Kỹ thuật đầu tư	2	4	0	0	0	6
5	Trung tâm Công nghệ thông tin	2	0	0	13	0	15
6	Trung tâm Điều hành thông tin	1	0	1	24	0	26
7	Trung tâm Viễn thông Ninh Bình	2	0	0	18	5	25
8	Trung tâm Viễn thông Hoa Lư	1	0	0	10	5	16
9	Trung tâm Viễn thông Gia Viễn	1	0	0	11	5	17
10	Trung tâm Viễn thông Nho Quan	1	0	0	10	7	18
11	Trung tâm Viễn thông Tam Điệp	1	0	0	10	4	15
12	Trung tâm Viễn thông Yên Mô	1	0	0	9	4	14
13	Trung tâm Viễn thông Yên Khánh	1	0	0	11	6	18
14	Trung tâm Viễn thông Kim Sơn	1	0	0	10	6	17

STT	Đơn vị trực thuộc	Nhân sự quản lý	Lao động chuyên môn nghiệp vụ	Lao động thừa hành phục vụ	Lao động trực tiếp	Lao động thuê lại	Tổng số
	Tổng cộng	20	15	10	126	43	212

(Nguồn: Báo cáo lao động - phòng Nhân sự tổng hợp Viễn thông Ninh Bình 2020)

2.1.4.1 Cơ cấu lao động theo giới tính

Bảng 2.4: Cơ cấu lao động theo giới tính (năm 2018-2020)

STT	Năm	2018		2019		2020	
		Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ
1	Lao động Nam	161	94%	201	96%	206	97%
2	Lao động Nữ	10	6%	9	4%	6	3%
3	Tổng	171	100%	210	100%	212	100%

(Nguồn: Báo cáo lao động - phòng Nhân sự tổng hợp Viễn thông Ninh Bình 2020)

2.1.4.2. Cơ cấu lao động theo trình độ

Bảng 2.5: Cơ cấu lao động theo trình độ (năm 2018-2020)

Năm	2018		2019		2020	
	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ
Thạc sỹ	11	6%	11	5%	14	7%
Đại học	74	43%	89	42%	90	42%
Cao Đẳng	13	8%	37	18%	44	21%
Trung cấp	37	22%	45	21%	32	15%
Sơ cấp	36	21%	28	13%	32	15%
Tổng cộng	171		210		212	

(Nguồn: Báo cáo lao động - phòng Nhân sự tổng hợp Viễn thông Ninh Bình 2020)

2.1.4.3. Cơ cấu lao động theo độ tuổi

Bảng 2.6: Cơ cấu lao động theo độ tuổi (2018-2020)

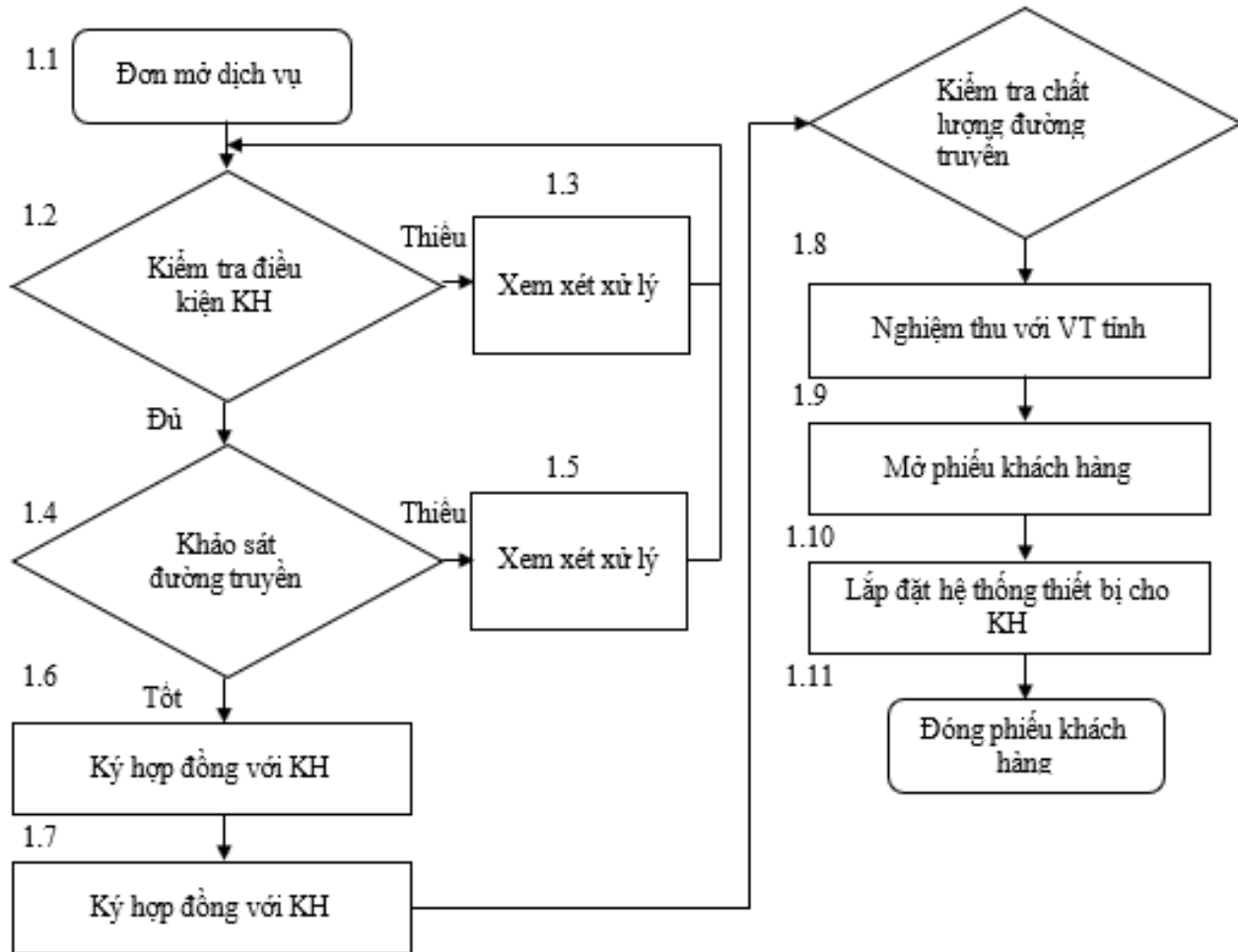
Năm	2018		2019		2020	
	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ
Dưới 30	25	15%	30	14%	35	17%
Từ 30 đến 40	53	31%	70	33%	72	34%
Từ 40 đến 50	75	44%	94	45%	90	42%
Từ 50 trở lên	18	11%	16	8%	15	7%
Tổng cộng	171		210		212	

(Nguồn: Báo cáo lao động - phòng Nhân sự tổng hợp Viễn thông Ninh Bình 2020)

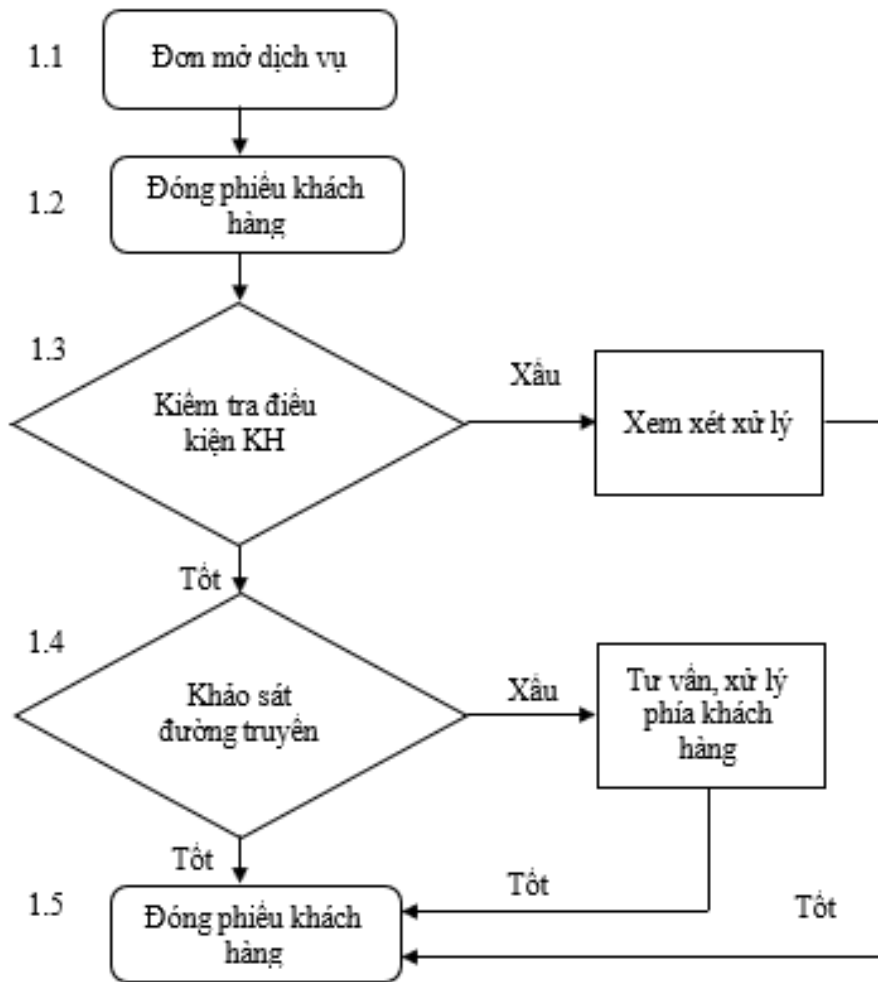
2.2 Thực trạng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

2.2.1 Quy trình thực hiện cung cấp dịch vụ Kênh thuê riêng của VNPT

Sơ đồ 2.1. Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT



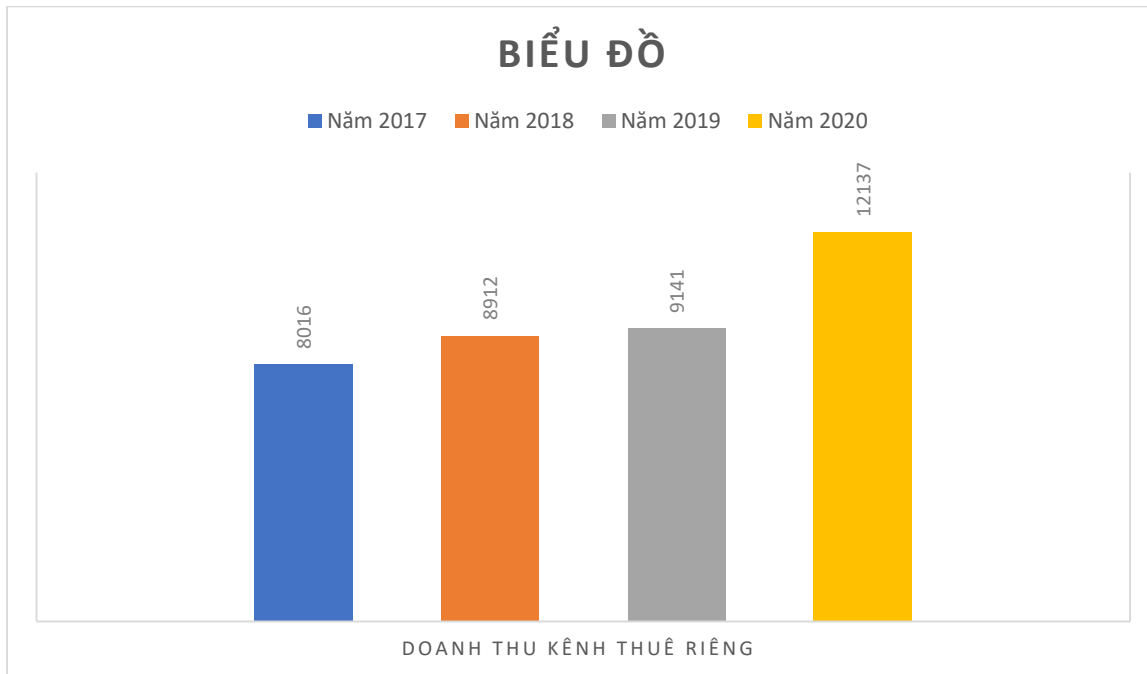
2.2.2 Quy trình thực hiện xử lý sự cố dịch vụ Kênh thuê riêng của VNPT



Sơ đồ 2.2. Sơ đồ quy trình xử lý sự cố khách hàng sử dụng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT

2.3 Phân tích, đánh giá dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

2.3.1 Phân tích các số liệu đánh giá về dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình trong giai đoạn 2017-2020



Hình 2.5: Doanh thu kênh thuê riêng từ 2017 - 2020

2.3.2. Thực trạng triển khai các chính sách tiếp thị

2.3.2.1. Chính sách sản phẩm

Dịch vụ internet kênh thuê riêng, internet trực tiếp VNPT (hay còn gọi là internet Leased Line). Là dịch vụ VNPT cho thuê đường truyền dẫn vật lý dùng riêng trên hạ tầng truyền dẫn cáp quang.

Kênh truyền internet Leased Line VNPT, không sử dụng đường truyền dùng chung như dịch vụ internet cáp quang FTTH bình thường.

2.3.2.2. Chính sách giá

Viễn thông Ninh Bình là đơn vị hạch toán phụ thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông nên không thể chủ động trong việc quy định giá cước dịch vụ Kênh thuê riêng nói riêng và các dịch vụ viễn thông khác nói chung, điều này đã gây ra khó khăn không nhỏ trong việc cạnh tranh giá của trung tâm.

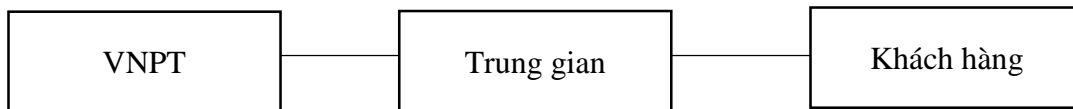
2.3.2.3. Chính sách phân phối

- Kênh trực tiếp: thông qua Bộ phận kinh doanh Kênh thuê riêng



Sơ đồ 2.3: Mô hình kênh phân phối trực tiếp dịch vụ Kênh thuê riêng tại VNPT

- Kênh gián tiếp:



Sơ đồ 2.4: Mô hình kênh phân phối gián tiếp dịch vụ Kênh thuê riêng tại VNPT

2.3.2.4. Chính sách xúc tiến

Trong bối cảnh thị trường cạnh tranh khốc liệt, các nhà cung cấp dịch vụ nỗ lực tìm kiếm và thu hút khách hàng với mục đích phát triển thị trường, tăng thị phần của doanh nghiệp mình, thời gian qua Viễn thông Ninh Bình đã thực hiện một số hình thức quảng cáo, tiếp thị sau:

2.3.2.5. Chính sách con người

Đào tạo nhân viên là một khâu rất quan trọng trong bất kỳ doanh nghiệp nào, nhất là các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ công nghệ cao nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Bất kể nhân viên nào cũng được tham gia các khóa đào tạo kỹ năng phù hợp với công việc mình đảm nhận như: kỹ năng bán hàng, kỹ năng xử lý sự cố kỹ thuật, kỹ năng chăm sóc khách hàng

2.4 Đánh giá chung dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

2.4.1 Những kết quả đạt được

Những chính sách đẩy mạnh phát triển thị trường đối với dịch vụ Kênh thuê riêng trong thời gian qua đã giúp cho VNPT đạt được một số kết quả bước đầu như sau:

Số lượng thuê bao và doanh thu tăng qua các năm, chứng tỏ chất lượng dịch vụ Kênh thuê riêng của VNPT ngày càng được cải thiện, uy tín của nhà cung cấp dịch vụ ngày càng được nâng cao. Đến thời điểm hiện tại, VNPT vẫn là nhà cung cấp dịch vụ chiếm thị phần lớn nhất tại miền Trung.

2.4.2 Các tồn tại và nguyên nhân

Mặc dù Trung tâm đạt được nhiều kết quả trong việc giới thiệu dịch vụ Kênh thuê riêng tới khách hàng song vẫn tồn tại nhiều hạn chế và khó khăn trong công tác thực hiện

Về chính sách sản phẩm

VNPT có một số dịch vụ có thể thay thế dịch vụ Kênh thuê riêng như: dịch vụ cáp quang Fiber, dịch vụ Truyền số liệu nên làm giảm khả năng phát triển của dịch vụ.

Về chính sách giá

Viễn thông Ninh Bình là doanh nghiệp hạch toán phụ thuộc nên các chính sách cước phụ thuộc khá nhiều vào chính sách cước của Tập đoàn. Do đó, VNPT chưa chủ động được trong các chính sách điều chỉnh giá cước làm giảm lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

Giá cước dịch vụ của VNPT thường cao hơn so với giá cước các dịch vụ thay thế và dịch vụ của nhà cung cấp khác, làm giảm khả năng cạnh tranh với đối thủ.

Cần có các chính sách giá cước linh hoạt đối với những khách hàng lớn, đặc biệt là khách hàng sử dụng dịch vụ lâu năm của VNPT.

Về chính sách phân phối

Tuy mạng lưới phân phối của VNPT rất rộng nhưng chưa xây dựng được nhiều kênh phân phối. Số lượng thuê bao phát triển chủ yếu từ bộ phận kinh doanh của Trung tâm.

Về chính sách quy trình cung ứng

Do cơ chế quản lý nên khi triển khai dịch vụ phải thông qua nhiều đơn vị trong trung tâm và các Viễn thông tỉnh. Do đó, dịch vụ triển khai đến khách hàng còn chậm trễ, không đạt tiến độ làm nhiều khách hàng không hài lòng. Bên cạnh đó, vì được cung cấp thông qua nhiều đơn vị, nên khi xảy ra sự cố thì việc xử lý cũng tốn nhiều thời gian làm giảm chất lượng dịch vụ.

Về chính sách con người

VNPT là doanh nghiệp nhà nước hạch toán phụ thuộc nên mọi chính sách, cơ chế đãi ngộ còn giới hạn, thường thay đổi chậm hơn so với đối thủ cạnh tranh hay các đơn vị khác có lĩnh vực kinh doanh tương tự trên thị trường nên đã mất nhiều chuyên gia giỏi dù họ đã gắn

bó với Trung tâm trong một thời gian dài, được đào tạo và tạo điều kiện làm việc tốt ở VNPT. Cơ chế hạch toán, cơ chế kế hoạch chưa kịp theo cơ chế thị trường, do đó việc tạo động lực cho người lao động còn yếu.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương II cung cấp cái nhìn tổng quan về Viễn thông Ninh Bình và phân tích hiện trạng và các chỉ tiêu về chất lượng dịch vụ Kênh thuê riêng, những kết quả đạt được và những tồn tại hạn chế trong sản quá trình cung cấp dịch vụ Kênh thuê riêng tại Viễn thông Ninh Bình. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để tác giả đề xuất giải pháp nâng cao dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KÊNH THUÊ RIÊNG CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH

3.1 Mục tiêu, phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030

3.1.1. Mục tiêu phát triển của Viễn thông Ninh Bình

Xác định việc xây dựng cơ sở vật chất, hạ tầng dịch vụ, mạng lưới thông tin quốc gia hiện đại, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, đặc biệt là phục vụ phát triển công nghệ thông tin là nhiệm vụ trọng tâm trong suốt thời kỳ quá độ. Bởi chính, viễn thông trong mối liên kết với tin học, truyền thông phải thực sự là một ngành mũi nhọn, phải đi trước, đi tắt đón đầu phát triển mạnh hơn nữa góp phần thúc đẩy, tạo điều kiện cho các ngành kinh tế xã hội phát triển, phục vụ việc đẩy nhanh ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin trong mọi lĩnh vực và trong toàn xã hội.

3.1.1.2. Mục tiêu chung

Tiên phong, đột phá trong lĩnh vực ứng dụng công nghệ hiện đại, sáng tạo đưa ra các giải pháp nhằm tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới, chất lượng cao, với giá cước phù hợp đáp ứng nhu cầu và quyền được lựa chọn của khách hàng.

Luôn quan tâm, lắng nghe, thấu hiểu, chia sẻ và đáp ứng nhanh nhất mọi nhu cầu của khách hàng.

Gắn kết các hoạt động sản xuất kinh doanh với các hoạt động nhân đạo, hoạt động xã hội.

Sẵn sàng hợp tác, chia sẻ với các đối tác kinh doanh để cùng phát triển. Hơn nữa Viễn thông Ninh Bình còn chú trọng đẩy mạnh phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh, nâng cao năng lực, vị trí của công ty với mục tiêu phục vụ mọi nhu cầu, đối tượng khách hàng, đưa dịch vụ viễn thông tới khách hàng với chất lượng tốt nhất. Không dừng lại ở mục tiêu "vươn xa, toả rộng" đơn thuần, với sự quan tâm đầu tư thích đáng của Viễn thông Ninh Bình, chất lượng mạng cũng không ngừng nâng cao, mở rộng kênh thuê riêng trên địa bàn tỉnh.

3.1.1.2. Mục tiêu cụ thể

3.1.2. Phương hướng phát triển của Viễn thông Ninh Bình

Thấy rõ tầm quan trọng của VT-CNTT (CNTT) trong việc thúc đẩy phát triển Kinh tế - Xã hội trên địa bàn, với quan điểm quy hoạch phát triển Viễn thông CNTT phù hợp với qui hoạch chung của cả nước và phù hợp với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội địa phương, ngày 26/01/2018 UBND tỉnh Ninh Bình ban hành quyết định số 53/QĐ-UBND về việc phê duyệt điều chỉnh tổng thể phát triển bưu chính, viễn thông và công nghệ thông tin tỉnh Ninh Bình đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.

3.2 Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

3.2.1 Giải pháp giá cho khách hàng và chính sách sản phẩm

3.2.1.1. Chính sách giá cho khách hàng.

Giá cước sẽ quyết định cách người tiêu dùng sử dụng dịch vụ. Tại Việt Nam, giá cước đang ở mức độ thúc đẩy thị trường phát triển mạnh mẽ. Một số giải pháp về giá để phát triển thị trường dịch vụ kênh thuê riêng của Viễn thông Ninh Bình:

Bảng 3.1: Chính sách giá cho khách hàng sử dụng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT

Loại khách hàng	Cước cài đặt, nâng cấp	Cước thuê công
Khách hàng mới	Tối đa là miễn cước cài đặt tùy theo từng	Giảm tối đa lên đến 35% cước thuê công (đàm phán với khách hàng trên từng trường

	trường hợp khách hàng có mức độ cạnh tranh khác nhau	hợp, với mức giảm tùy theo mức độ cạnh tranh) Nếu khách hàng thanh toán trước phí sử dụng 12 tháng, sẽ được giảm 10% tổng cước phí phải thanh toán trong 12 tháng. Nếu khách hàng thanh toán trước phí sử dụng dịch vụ 24 tháng, sẽ được giảm 30% tổng cước phí phải thanh toán trong 24 tháng. (Đây là mức giảm thêm ngoài mức 35% mà trung tâm có thể áp dụng)
Khách hàng hiện tại không có thay đổi về sử dụng dịch vụ		Tùy theo mức độ cạnh tranh trên địa bàn trung tâm quản lý, có thể thông báo đàm phán lại với từng trường hợp khách hàng theo các chính sách ưu đãi trên để bán hàng và giữ khách hàng
Khách hàng hiện tại có nhu cầu nâng cấp	Miễn phí nâng cấp đường truyền	Áp dụng giống như đối với khách hàng.

3.2.1.2. Chính sách sản phẩm

Trung tâm nên đưa ra các chính sách nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng như:

Lên kế hoạch định kỳ 6 tháng / lần, bộ phận kỹ thuật của Trung tâm sẽ tiến hành bảo dưỡng miễn phí hệ thống mạng cho khách hàng, tư vấn cho khách hàng về các giải pháp công nghệ mới.

Rút ngắn thời gian khảo sát, lắp đặt kênh nhằm cung cấp dịch vụ kênh thuê riêng một cách nhanh chóng.

3.2.2 Giải pháp đầu tư, quản lý hiệu quả mạng lưới của Viễn thông Ninh Bình

3.2.2.1 Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng mạng

- a. Truyền dẫn và cấu trúc mạng**
- b. Mạng ngoại vi**
- c. Tăng cường bảo dưỡng mạng cáp cho kênh truyền dẫn**

3.2.2.2 Nâng cao công tác quản lý mạng Viễn thông Ninh Bình

3.2.3 Giải pháp quy trình cung cấp dịch vụ

➤ Quy trình cung ứng dịch vụ

Hiện nay, chất lượng dịch vụ đang là vấn đề mà khách hàng quan tâm nhất. Dịch vụ không ổn định do băng thông quốc tế mở chậm dẫn đến nghẽn, cam kết chất lượng dịch vụ không rõ ràng dẫn đến khiếu nại, thiếu chính sách cung cấp dịch vụ chất lượng cao cho các khách hàng lớn, sự cố kênh quốc tế thường xuyên xảy ra là những vấn đề mà Viễn thông Ninh Bình gặp phải.

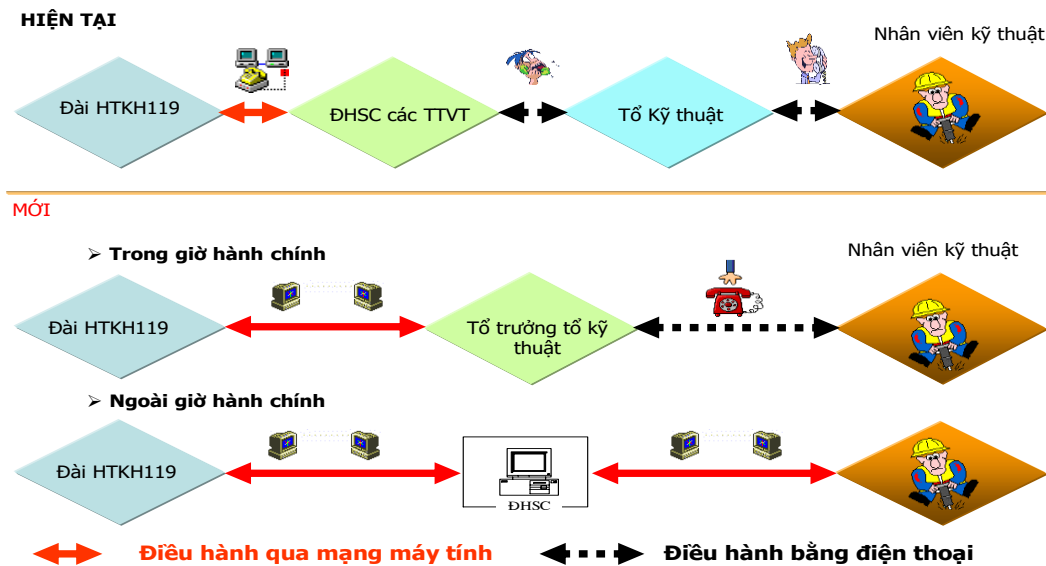
➤ Quy trình chăm sóc khách hàng

Các nhà mạng cạnh tranh nhau không chỉ về chất lượng, giá cước, dịch vụ, khi cước viễn thông giữa các nhà mạng là tương đương nhau, chiêu thức cạnh tranh chính của các nhà mạng là tìm sự hài lòng của người tiêu dùng, khi ấy khâu chăm sóc khách hàng đặc biệt quan trọng.

3.2.4 Giải pháp rút ngắn thời gian cung cấp dịch vụ kênh thuê riêng và hỗ trợ xử lý sự cố

Nội dung của giải pháp:

Xây dựng mô hình điều hành mới: để rút ngắn quy trình so với hiện tại Viễn thông Ninh Bình sẽ xóa bỏ điểm điều hành tại các trung tâm viễn thông, đưa các điểm điều hành đến tận các tổ kỹ thuật, đồng thời đưa mạng máy tính đến tận tổ kỹ thuật, đồng thời đưa mạng máy tính đến tận tổ kỹ thuật, đồng thời đưa mạng máy tính đến tận tổ kỹ thuật để các phiếu lắp đặt được truyền tự động đến các cá nhân. Cải tiến quy trình điều hành sửa chữa, hỗ trợ dịch vụ :



Hình 3.1 Cải tiến quy trình hỗ trợ sửa chữa dịch vụ

(Nguồn: Phòng KTĐT – Viễn thông Ninh Bình)

c. Xây dựng mạng máy tính, cấp điện thoại thông minh cho từng cá nhân phục vụ mô hình điều hành mới :

3.2.5 Giải pháp về tổ chức, quản trị

3.2.5.1 Nội dung của giải pháp

a. Đào tạo chuyên sâu về quản trị mạng tin học :

b. Đào tạo về công nghệ truy nhập Kênh truyền riêng và kiến thức tin học

c. Đào tạo về quản trị kinh doanh, về kỹ năng bán hàng, giao tiếp, chăm sóc khách hàng

3.2.6 Một số giải pháp khác

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

3.3 Kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị với Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam

- Đưa ra cơ chế để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, đây là điều mà tất cả các doanh nghiệp cung cấp, kinh doanh dịch vụ quan tâm hàng đầu hiện nay triển khai đến từng VNPT tỉnh thành.
- Chú trọng phát triển chiến lược cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ, cải thiện và nâng cao uy tín của doanh nghiệp đối với xã hội và khách hàng.

3.3.2 Kiến nghị với Bộ truyền thông và Thông tin

- + Thực hiện định kỳ đo kiểm các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ của từng doanh nghiệp, công bố công khai kết quả của từng doanh nghiệp, có chế tài phạt với các doanh nghiệp không đảm bảo chỉ tiêu như đã cam kết.
- + Kiểm soát giá cước đi kèm với chất lượng dịch vụ tránh trường hợp giá cước giảm mà chất lượng đi xuống ảnh hưởng xấu tới hoạt động cung cấp dịch vụ viễn thông nói chung.

KẾT LUẬN

Quá trình hội nhập viễn thông đang diễn ra mạnh mẽ, Tập đoàn BCVT sẽ phải cạnh tranh gay gắt với các Tập đoàn viễn thông quốc tế hùng mạnh trong giai đoạn tới. Ngành kinh doanh dịch vụ truyền dữ liệu nói chung và dịch vụ kênh thuê riêng nói riêng ngày nay đem lại nguồn doanh thu đáng kể hàng năm. Trong giai đoạn hội nhập của đất nước, kênh thuê riêng là một thị trường đầy tiềm năng và hấp dẫn nhưng cũng nhiều thách thức. Do đó, các nhà cung cấp dịch vụ kênh thuê riêng nói chung và Viễn thông Ninh Bình nói riêng phải xây dựng các giải pháp kinh doanh phát triển dịch vụ nhằm thu hút khách hàng.

Luận văn với đề tài “**Chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình**” đã đạt được mục tiêu đề ra, bao gồm:

- Hệ thống hóa lý luận về chất lượng, chất lượng dịch vụ và phát triển thị trường dịch vụ kênh thuê riêng.
- Phân tích thực trạng dịch vụ kênh thuê riêng của Viễn thông Ninh Bình và đánh giá dịch vụ kênh thuê riêng của Đơn vị.
- Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ kênh thuê riêng của Viễn thông Ninh Bình